L'ORAFO valenzano

ORGANO UFFICIALE DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
P.ZZA DON MINZONI 1 - 15048 VALENZA
PUBBL. BIM. 2/64 SPED. ABB. POST. GR. IV/70
DIRETTORE RESPONSABILE: STEFANO VERITÀ

FOTO: ALDO POGGI

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

GIANFRANCO CANU & C.

gioielli export

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

LES JEUX SONT FAITS

Da una attenta analisi intesa a rilevare quante siano complessivamente le mostre e le manifestazioni che nel mondo vengono organizzate attorno al settore orafo ed argentiero sono scaturiti dati sorprendenti e direi insieme desolanti.

Tutti noi sapevamo che le manifestazioni erano tante, troppe, ma nessuno forse immaginava di individuarne addirittura trentasei! Trentasei quanti sono appunto i numeri che compongono il gioco della roulette.

Faites vos jeux messieurs... orafi ed operatori!

Come davanti al tappeto verde si fanno le puntate, si seguono con ansia le veloci evoluzioni della fatidica pallina, si auspica, dita incrociate, che essa si fermi nella casella vincente!

Les jeux sont faits... e così le puntate su Vicenza, New York, Inhorgenta, Macef, Gift, Valenza Gioiello-Moda, hanno visto il banco ed i giocatori alternarsi nelle vincite ma anche nelle perdite.

Come pensiamo che il banco, ovvero la nostra clientela, possa remunerare così tante puntate?

Ma anche come pensiamo che chi si affida alla sorte, cioè i nostri orafi, possano sostenere un simile ed oneroso ritmo di puntate?

E siamo appena all'inizio dell'anno!

Gli imprenditori e con essi le loro associazioni debbono, a questo punto, assumersi l'importante ruolo di coordinamento del settore anche per quanto concerne le manifestazioni esistenti, individuando cioè funzioni ed obiettivi commerciali e pubblicitari delle stesse e valutandone la validità o meno.

Di una cosa siamo certi: gli operatori commerciali italiani ed esteri sono confusi e frastornati da un calendario fieristico che li vorrebbe trasformati in globetrotters della Fiera 365 giorni all'anno.

Una mostra realizza il suo ruolo e raggiunge il suo scopo quando esistono alla sua base valide premesse e concrete motivazioni quali: il sostegno ad una importante area di produzione e di commercio, una vasta campagna promozionale per il prodotto che in detta area viene sviluppato, e specialmente dal numero e dalla qualità delle aziende che vi operano.

Valenza, Vicenza, Arezzo non debbono perdere di vista che per gli operatori italiani ed esteri, dettaglianti e grossisti, le loro Mostre sono divenute ornai un classico punto di riferimento e che pertanto l'alimentare la già esistente inflazione in questo campo verso manifestazioni che non corrispondono certamente ai criteri motivazionali del settore, può significare disperdere o perdere questo ruolo.

Gli orafi di Valenza sapranno fare le loro scelte.

Faites vos jeux messieurs...

Eccoci di nuovo davanti al tappeto verde; oggi le puntate di molti orafi sono concentrate sul 29 e sul 5, corrispondenti al 29 marzo data d'inizio della specializzata Gold Italia e del 5 aprile, avvio della Fiera di Basilea.

Sono entrambe puntate importanti alle quali ne seguiranno altre ed altre ancora. Occhio alla pallina, dita incrociate, e good luck a tutti!

From an analysis of the Trade Fairs and exhibitions which are organized throught the world for the gold and silver sectors we find desolating and surprising results.

We all knew that the fairs were many, too many, but nobody ever imagined as many as thirtysix just like the roulette wheel.

The bets are placed on the baize and the run of the ball is followed anxiously while we hope that it will stop on our slot.

Les jeux sont faits... so Vicenza, Valenza, New York... have been the settings for winners and losers – sometimes the house, sometimes the players.

We may ask, how can the house – our clients – afford all this?

We may also ask, how can the players – our jewellers – keep up the pace of consistently heavy betting?

And the year has only just started!

The traders and their associations at this stage must accept the important role of co-ordinating the sector, including existing fairs identifying their functions and their commercial and advertizing objectives and assessing their validity.

One thing we are certain of: Italian and foreign operators are confused and troubled by a schedule of trade fairs that would like to turn them into globetrotters 365 days a year.

A fair has a role and achieves its goal when there are valid reasons for having it: the support of an important area of production and commerce, a wide promotion campaign for the product which is being developed in that given area and especially the number and quality of the firms operating in it.

Valenza, Vicenza and Arezzo must not forget that for Italian and foreign wholesalers and retailers, their fairs have become a point of reference and therefore, if they support the increase in the number of fairs which certainly do not come up to standard, they risk decreasing or losing their reputations.

The jewellers of Valenza will make up their own minds.

Faites vos jeux Messieurs...

Here we are again at the tables and today there is heavy betting on 29 and 5 for Gold Italia which opens on March 29 and the Basel Fair which opens on April 5. Both are important events and will be followed by others.

Watch the ball, fingers crossed and Good Luck to everyone!

IL PRESIDENTE A.O.V.
Stefano Verità

DD
DAVITE & DELUCCHI
VALENZA
Vicenza (Gennaio/Giugno): stand 662
Valenza (Marzo/Ottobre): stand 553/544
Gold Italia: stand 809
Basilea: stand 20-735

gioielli di Raia & Maddaloni snc
via Banda Lenti, 1 tel. 0131/951809 15048 Valenza (AL)

Vicenza: gennaio/giugno/settembre - stand 1172
Firenze Gift Mart: febbraio - stand 45
Milano Gold Italia: marzo/aprile - stand 643
Valenza: marzo/ottobre - stand 311

Foto Poggi per O.V.

Olympic Games

GIANNI BAJARDI & C.
Artigiani Orafi
15048 Valenza - Via L. Ariosto, 16 - Tel. (0131) 94500
2141 AL

CARLO BARBERIS & C.
15048 Valenza
V.le B. Cellini, 57
Tel. (0131) 91611 - Telex 215 444 I

Corti & Minchiotti

CREAZIONE GIOIELLI

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

Valenza (marzo/ottobre): stand 113-128
Vicenza (gennaio/giugno): stand 252
Basilea: 17/ 357-358
Gold Italia
New York: Sheraton Center Floor Boot 293

I classici... con fantasia.

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

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

Gianni Bavastro

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

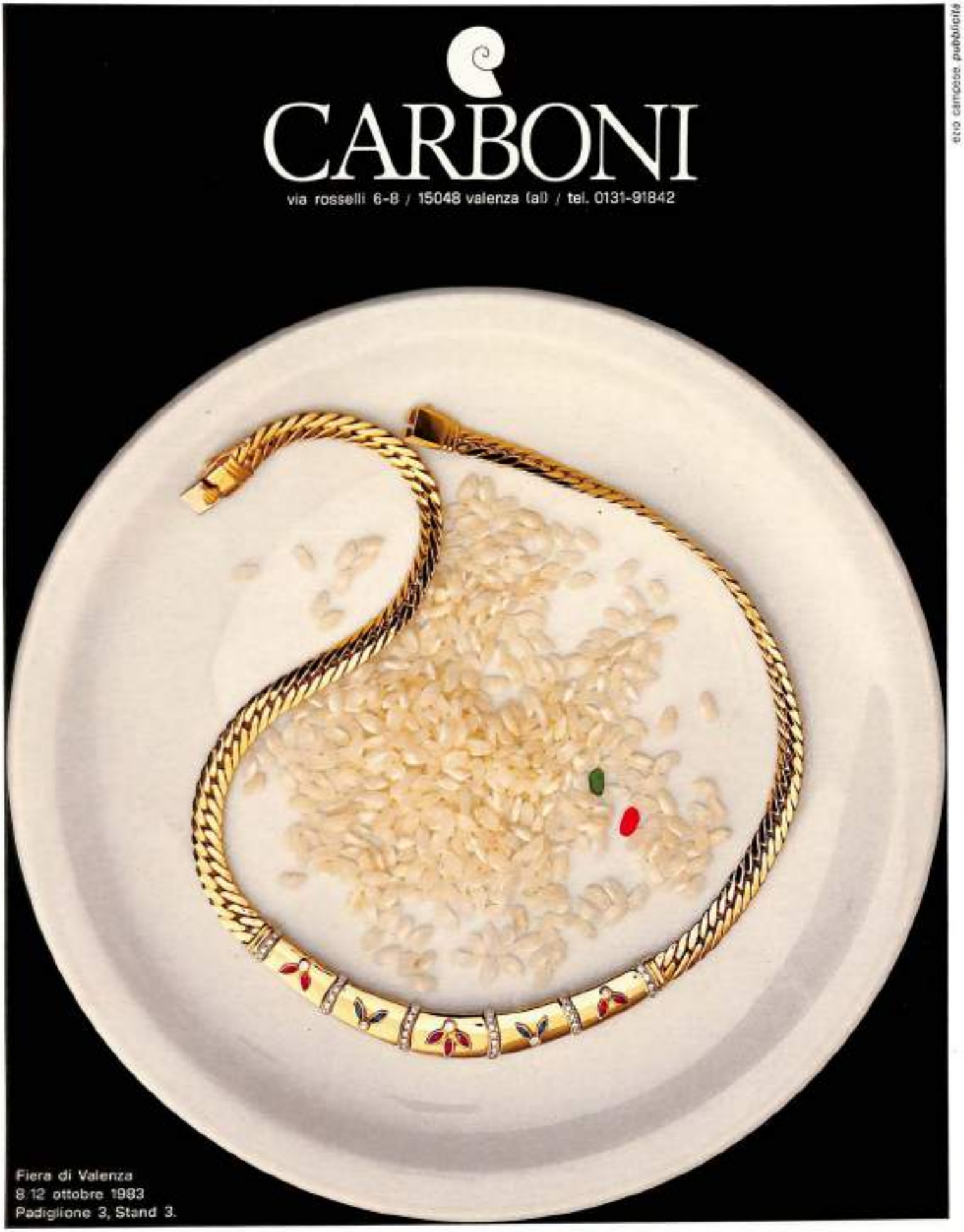
Foto Zacchè per O.V.

NEW ITALIAN ART

Via Mazzini, 16 - Tel. (0131) 953721
15048 Valenza - Italy - 1813 AL

Gioerm
Mussio, Ceva & C. s.n.c. 15048 VALENZA (Italy) - via C. Camurati, 45 - tel. 0131-93.327 (AL)

MC
MAIORANA CARMELO & C. s.n.c.
GIOIELLERIA
15048 Valenza
Via Wagner 11
Tel. (0131) 93521
1874 AL
Fiere: Vicenza (stand 1067), Firenze Gift Mart, Basilea, Milano, Valenza (stand 505)



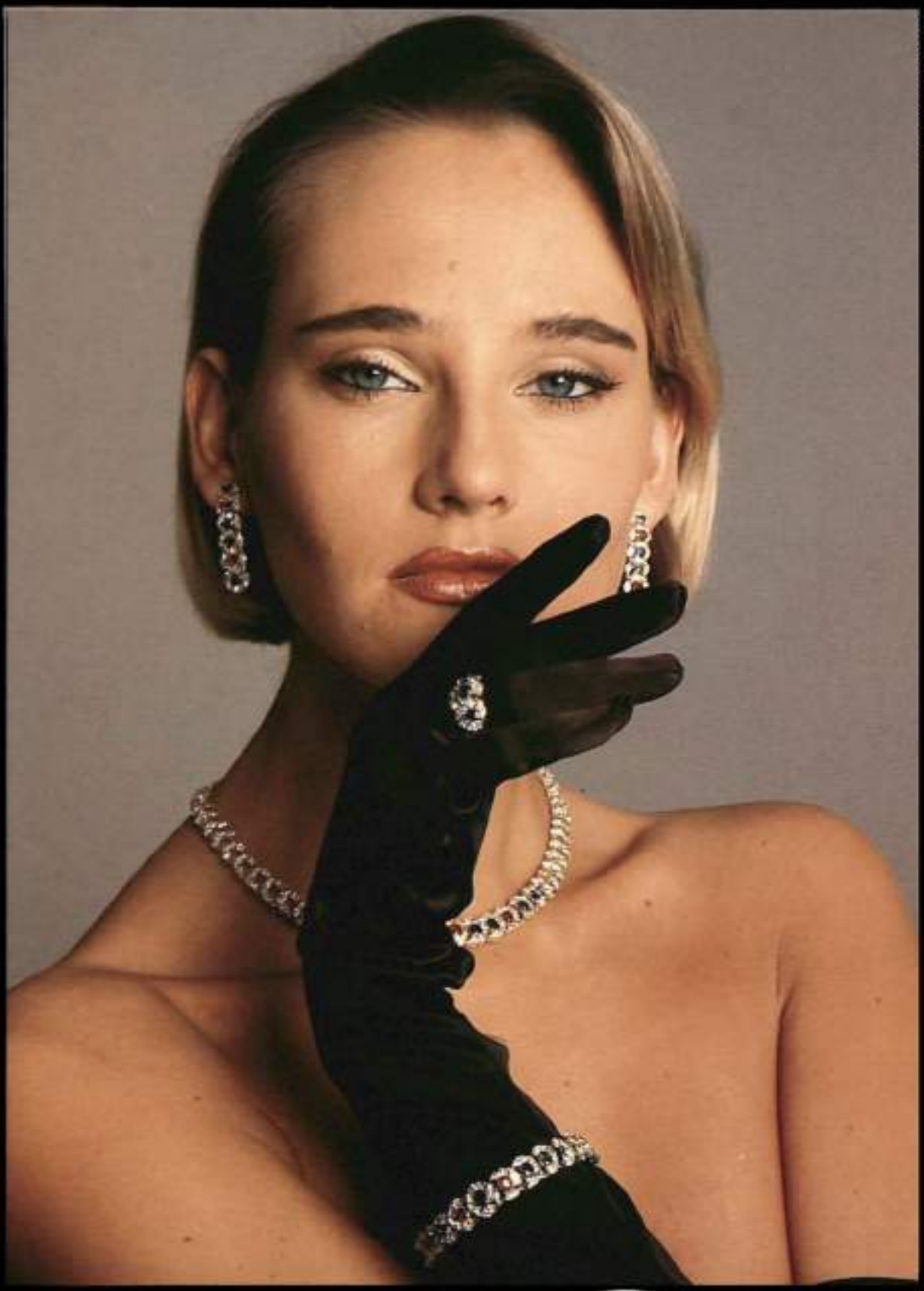
ezio camosso pubblicità

SORO

FABBRICA GIOIELLI - EXPORT

Via M. Nebbia, 55 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 92777 - 93222
1838 AL

Foto Pinnera per O.V.



Milano Piero

Milano - Piazza S. Maria Beltrade 1 - Telefono 86.90.490

Fiera Milano Stand 699/701 - Fiera Basilea Stand 370 Halle 17 - Fiera Vicenza Stand 637 - Fiera New York Stand 129

Foto Balmi per O.V.
B.B.G.
Laboratorio Orafo
Beltrami, Bernardotti, Guarona
15046 San Salvatore Monferrato
Via del Pratone 10
Tel. (0131) 371.012
2155 AL

ellepi
GIOIELLI LIVIO PINATO
15048 Valenza
Circonvallazione Ovest 24
Tel. (0131) 977.339 - 1217 AL
Vicenza: stand 1066
Milano Gold Italia: stand 845
Valenza: stand 131/142

GAMBERONI per O.V.

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

Esclusivisti - Italia Settentrionale: **BBG** - 15046 San Salvatore Monferrato - Via del Pratone, 10 - tel. (0131) 371. 012
Italia Centro Meridionale e Isole: **Pietro Costa Chiavaro SpA** - 95131 Catania - Via Puccini, 30 - tel. (095) 327.144

Foto Poggi per O.V.

BOSCO GIOVANNI

FIERA di MILANO Stand 272
FIERA di BASILEA Hall 13 Stand 725
via Mantova, 1 15048 Valenza tel. 0131-93570

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

EFFE-VI
di VERITÀ & FANTINI

FINE JEWELRY MANUFACTURERS

15048 VALENZA (Italy) - Via Trieste 9
Phone (0131) 94012/91286
Telex 215419 EFFEVI I

NEW YORK OFFICE: 527 Madison Avenue,
Suite 810 - NEW YORK, N.Y. 10022
Phone (212) 688-9056/7

FIERE:
Vicenza - stand 129-130
New York - JA Trade Fair - stand 130-131
Milano, Macef - stand A15-17
Milano, Gold Italia
Basilea - stand 17/254-456
Valenza - Gioiello Moda - stand 442-449
Valenza - Mostra Gioiello Valenzano - stand 442-449
Los Angeles - Pacific Show - It. Trade Commissioners
Dallas - Jewelry Show
New Orleans - Jewelry Show

EFFE-VI
di VERITÀ & FANTINI
linea "OLYMPIA"

SALVATORE ARZANI
GIOIELLERIA
15048 Valenza
via del Vallone, 2
tel. 0131/93141-94835
FOTO: UGO ZACCHI

MAGAONE
gioielli snc

15048 Valenza - Via Garessio 10 - Tel. (0131) 951.952 - P.O. Box 156 - 2670 AL

FOTO PRIVITERA per O.V.

Mostra Gioiello Valenzano - marzo-ottobre stand 323

RE CARLO

Oreficeria-Gioielleria

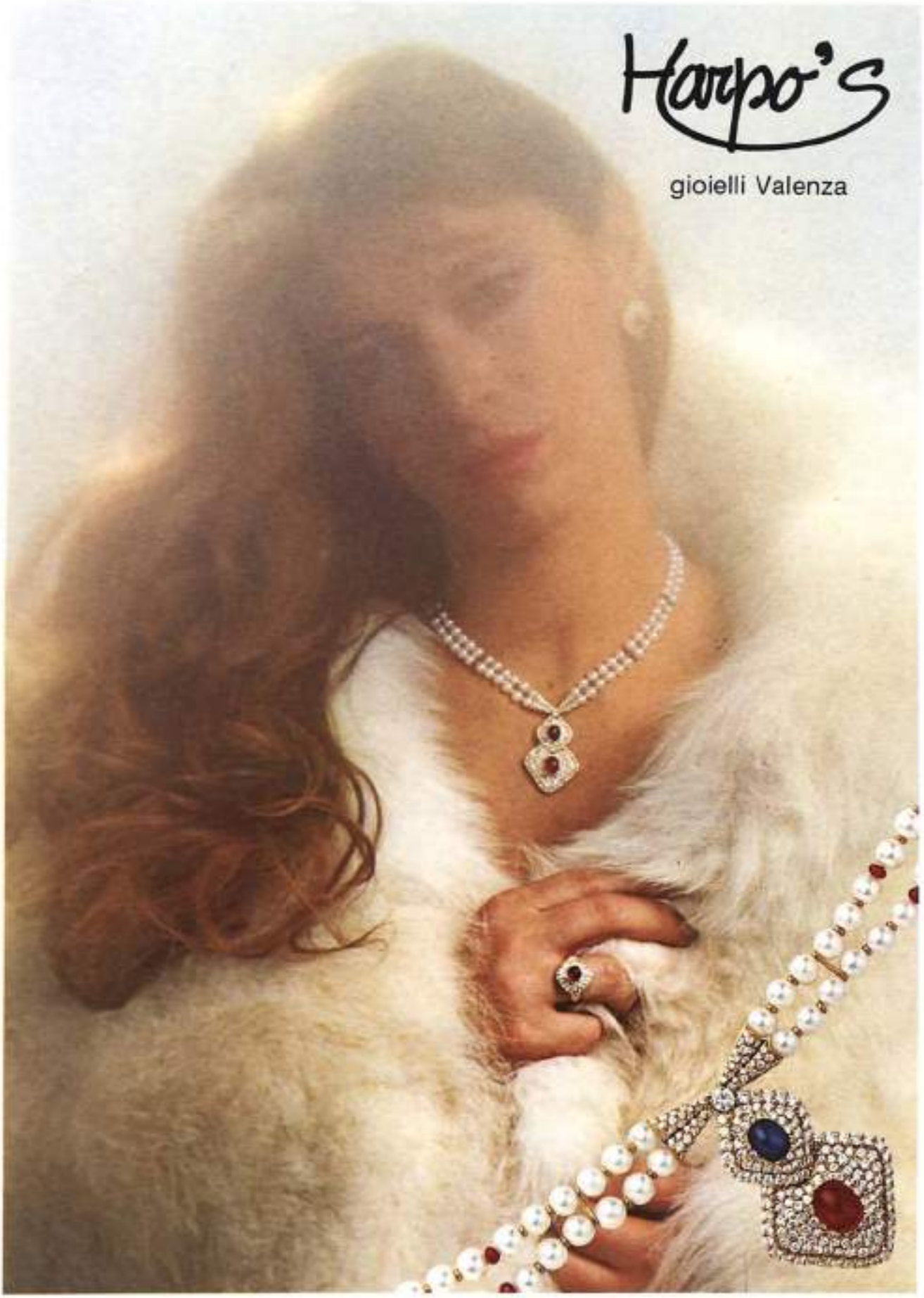
Uffici: Via Camurati, 34
Fabbrica: Via Roma, 17
Tel. (0131) 94208-953801
15048 Valenza (AL)
AL 1845

Oggetti in oro giallo, brillanti e platino

Panelli Mario & C. - Gioiellerie

VIA FAITERIA 10 – TEL. (0131) 94591-92113
15048 VALENZA PO (ITALY)

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA - EXPORT - MARCHIO 1261 AL - TELEX 214506 PANELL I


Harpo's
gioielli Valenza

FERRUCCIO FERRARIS & FIGLI s.n.c.

gioielleria - oreficeria - 925 AL

15048 Valenza - Via Tortona, 8
Tel. (0131) 91670 - Telex 210051

Milano Gold Italia, stand 693/691 - Vicenza, giugno/gennaio stand 124/125
Valenza marzo/ottobre, stand 232/235 - New York, stand 298

BARIGGI

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

Foto Peggi per D.V.

GIOIELLO INEDITO 1983
Primo classificato Sezione Oggettistica
Oggetto da collezione in oro e legno pregiato

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

it's safari time
BY BARIGGI

it's safari time
BY BARIGGI

Bonetto Fratelli
Creazione Gioielli
15048 VALENZA - V.le Repubblica 106 - Tel. (0131) 94126
AL 1614

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

GHISLIERI F.LLI
FABBRICA OREFICERIA, GIOIELLERIA
15045 SALE (AL) - VIA MAMELI, 5 - TEL. (0131) 84.292
1293 AL

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

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

VENDORAFA

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

V11 OVmb 84

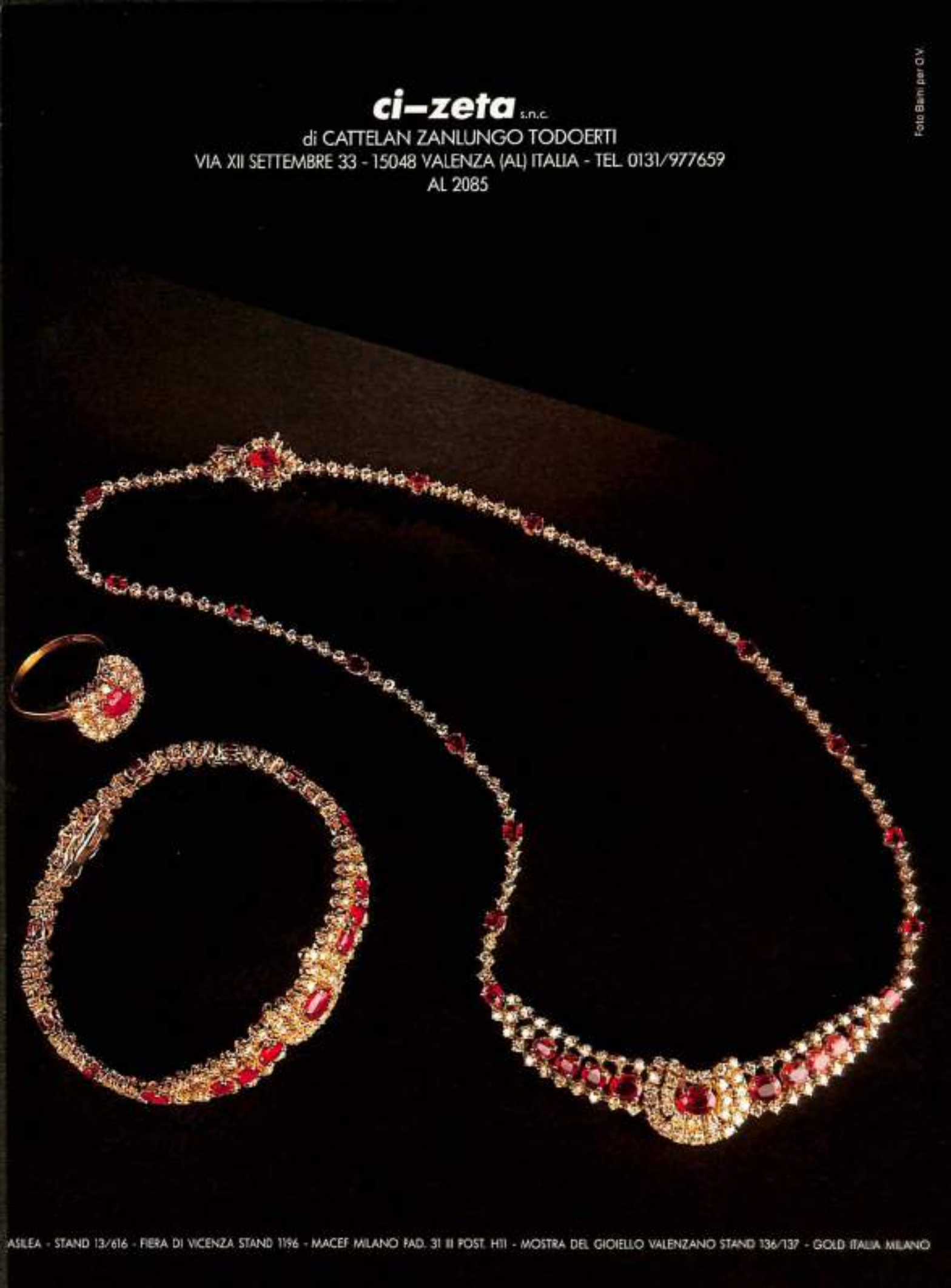
MILANO 29 Marzo - 2 Aprile 1984
GOLD ITALIA '84
Pad. 27 - Salone III
Stands 575/577/579

BASILEA 5-12 Aprile 1984
MOSTRA EUROPEA DELL'OROLOGERIA
E DELLA GIOIELLERIA BASEL 1984
Halle 17 - Stand 366

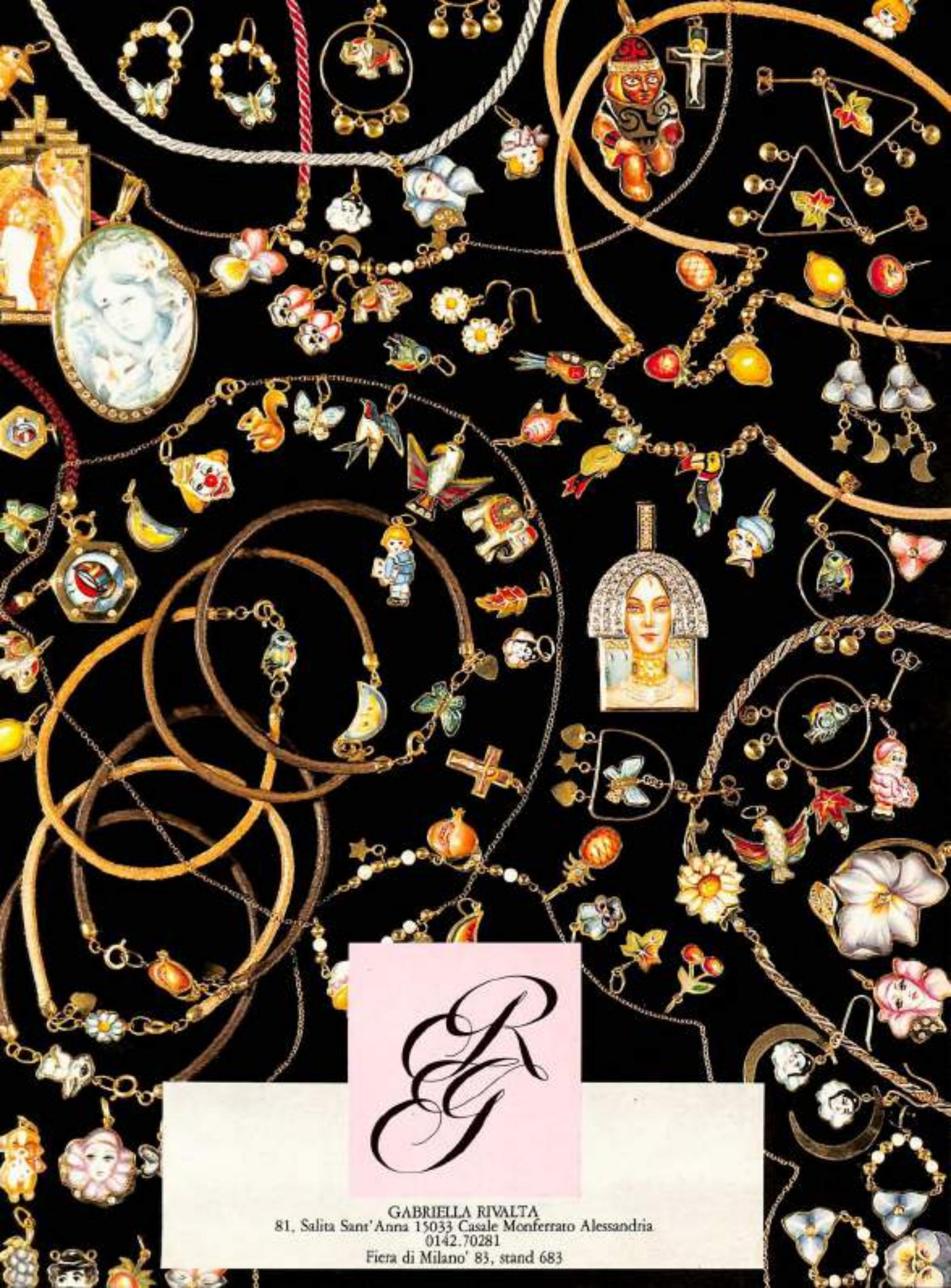
Distribuzione Nord Italia Gioielleria Morosetti di C. Moro

ci–zeta s.n.c.
di CATTELAN ZANLUNGO TODOERTI
VIA XII SETTEMBRE 33 - 15048 VALENZA (AL) ITALIA - TEL. 0131/977659
AL 2085

Foto Baini per O.V.



ASILEA - STAND 13/616 - FIERA DI VICENZA STAND 1196 - MACEF MILANO PAD. 31 II POST. H11 - MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO STAND 136/137 - GOLD ITALIA MILANO


RG
GABRIELLA RIVALTA
81, Salita Sant'Anna 15033 Casale Monferrato Alessandria
0142.70281
Fiera di Milano' 83, stand 683

Gioielli prodotti e distribuiti da Leva gioielli

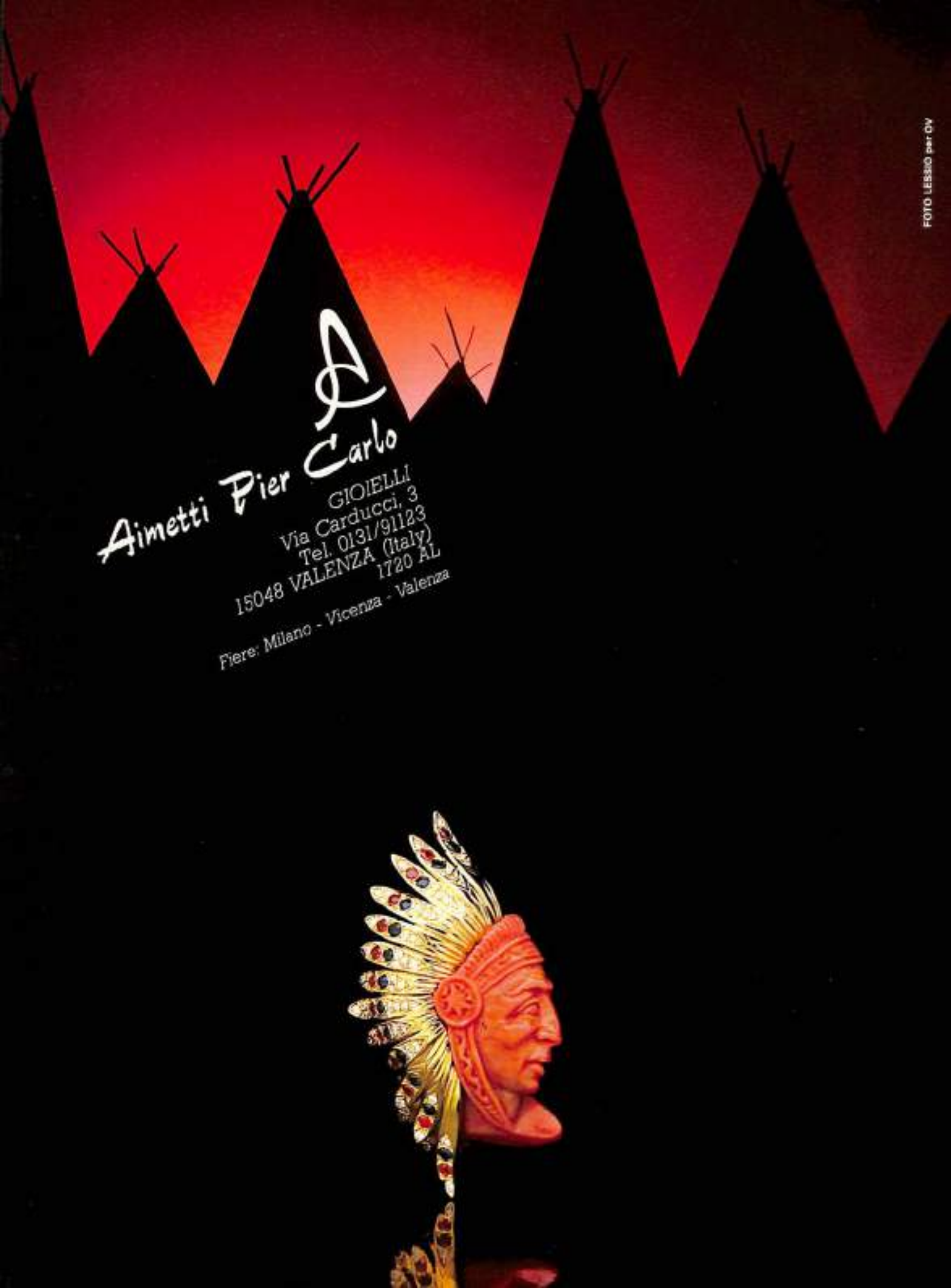
viale della Repubblica 5 - 15048 VALENZA (Italy) - tel. 0131/94621-1354 AL

GIOIELLI TERZANO F.LLI

di Ninetto

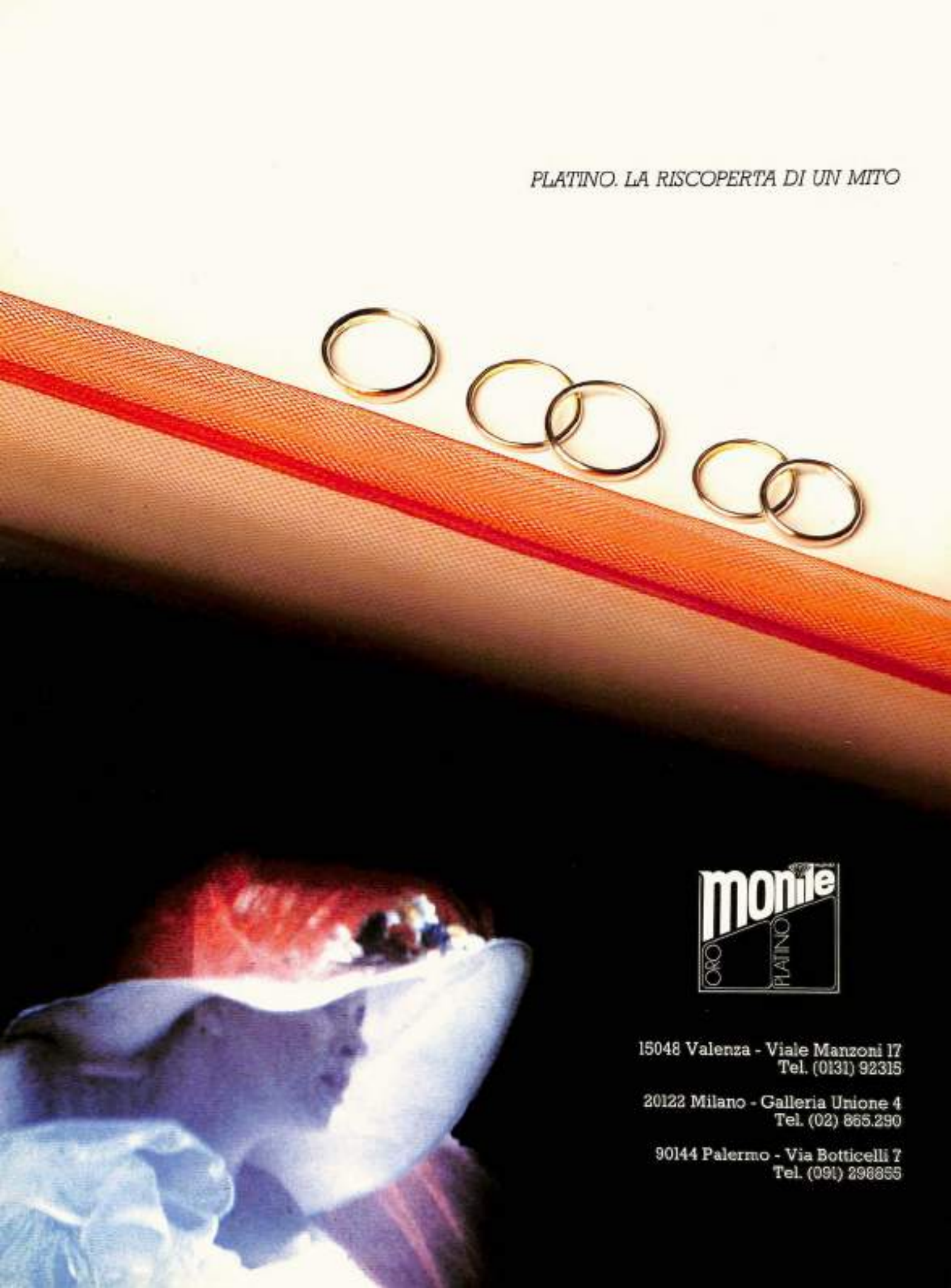
Corso Garibaldi, 123 - Valenza

Collier PITONE, primo selezionato dalla Giuria al Concorso Gioiello Inedito 1981


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

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

PLATINO. LA RISCOPERTA DI UN MITO



15048 Valenza - Viale Manzoni 17
Tel. (0131) 92315

20122 Milano - Galleria Unione 4
Tel. (02) 865.290

90144 Palermo - Via Botticelli 7
Tel. (091) 298855

Roberto Amelotti S.R.L.
GIOIELLI
15048 VALENZA (AL) Italy - Via Mazzini, 47 ☎ 0131 / 95.50.67

St. Photochrom - Valenza

Taverna & C.

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

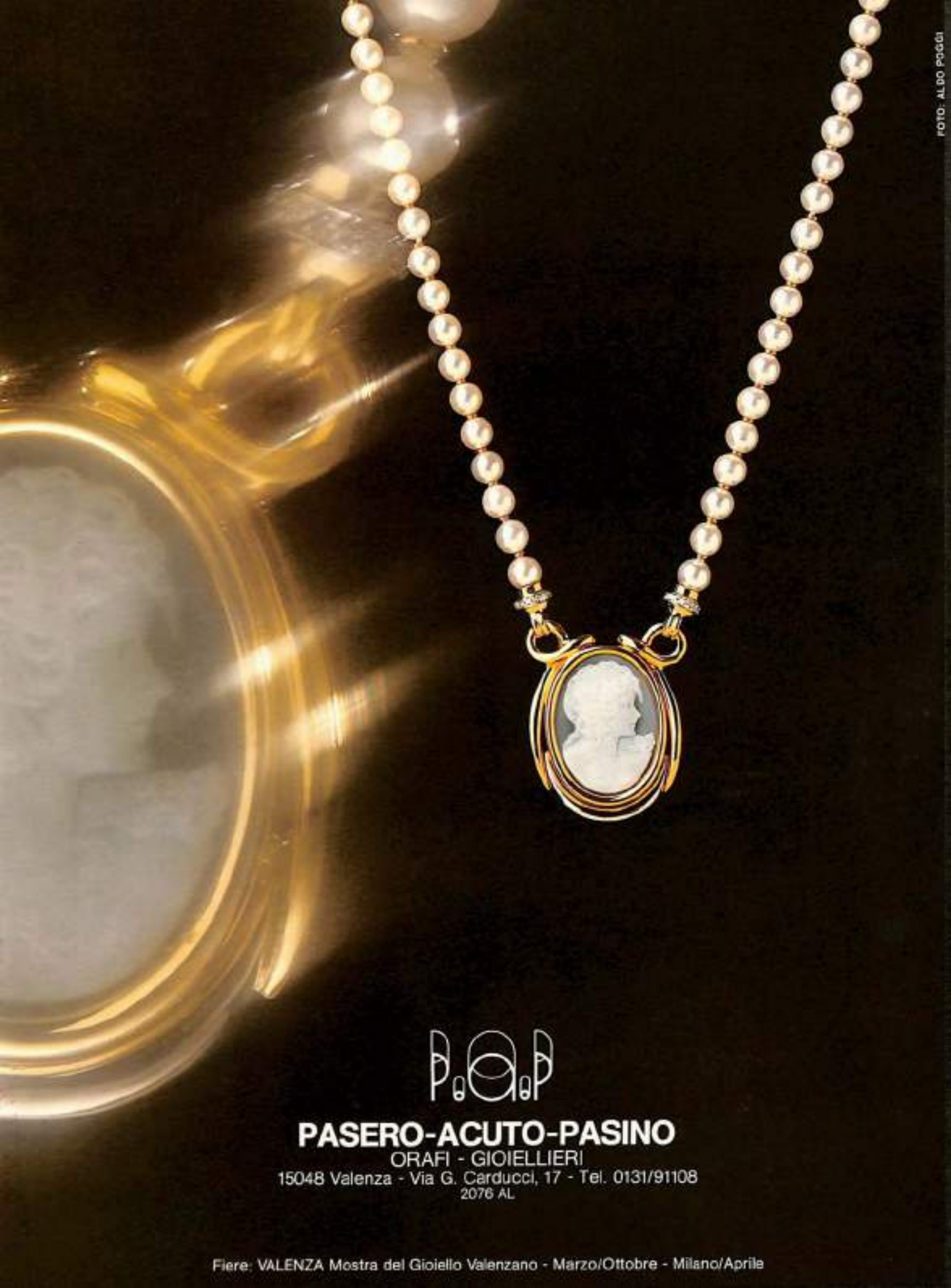


FOTO: ALDO POGGI
PASERO-ACUTO-PASINO
ORAFI - GIOIELLIERI
15048 Valenza - Via G. Carducci, 17 - Tel. 0131/91108
2076 AL
Fiere: VALENZA Mostra del Gioiello Valenzano - Marzo/Ottobre - Milano/Aprile

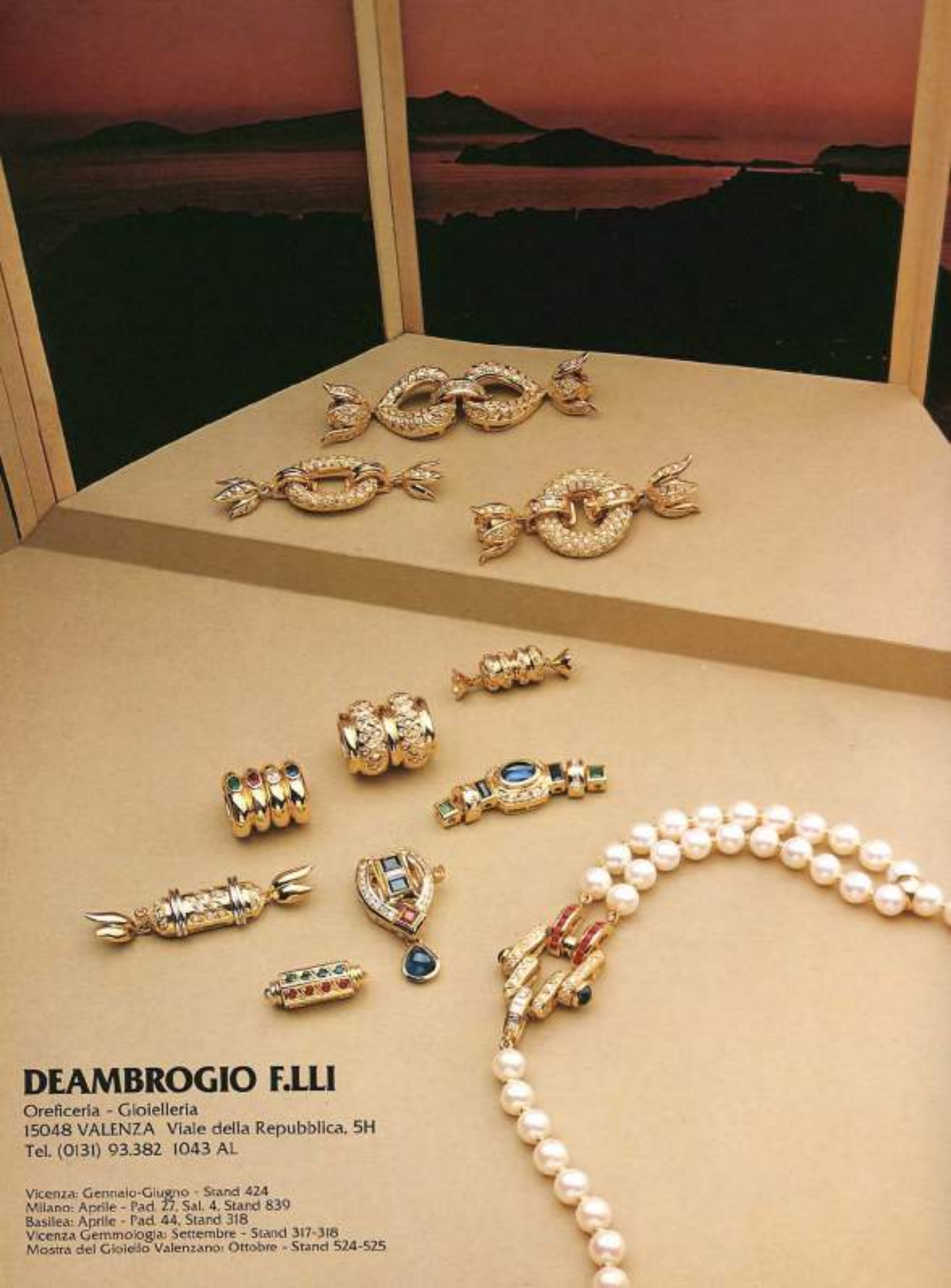
PIETRO LOMBARDI
Oreficeria
15048 Valenza (Italy)
Via Noce, 14
Tel. (0131) 951204
1443 AL

oreficeria e gioielleria
ponzone & zanchetta
15048 VALENZA (ITALY)
CIRCONVALLAZIONE OVEST, 90 - TEL. (0131) 94043
1207 AL

Guerci & Pallavidini

"le montature"

Via Bergamo, 42
15048 VALENZA
Tel. (0131) 92668
794 AL

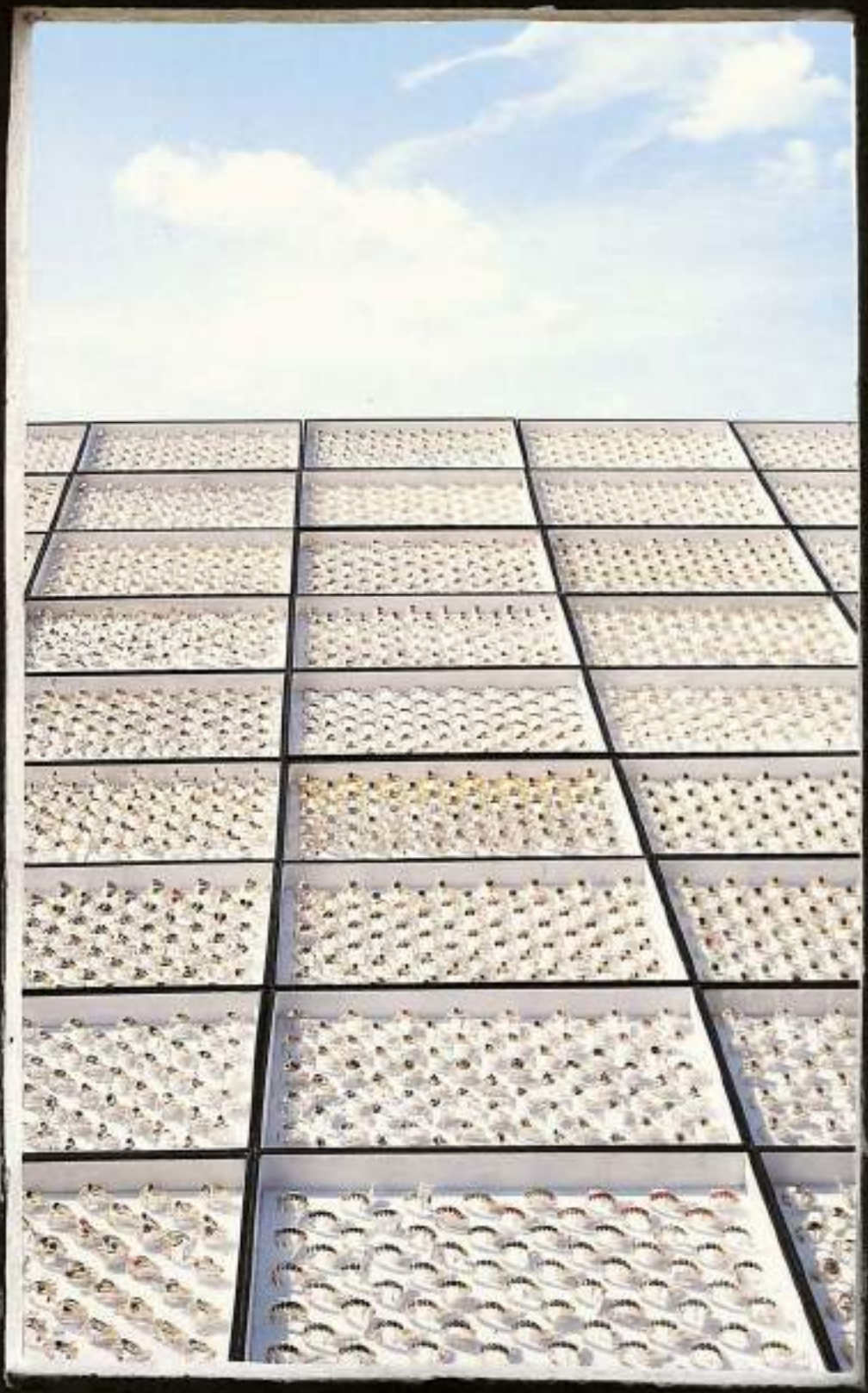

DEAMBROGIO F.LLI
Oreficeria - Gioielleria
15048 VALENZA Viale della Repubblica, 5H
Tel. (0131) 93.382 1043 AL
Vicenza: Gennaio-Giugno - Stand 424
Milano: Aprile - Pad. 27, Sal. 4, Stand 839
Basilea: Aprile - Pad. 44, Stand 318
Vicenza Gemmologia: Settembre - Stand 317-318
Mostra del Gioiello Valenzano: Ottobre - Stand 524-525

barberis & prati

JEWELRY - EXPORT - 15048 VALENZA (Italia) - via Mazzini, 47 - tel. (0131) 97.53.00

GAMBERONI per O.V.
OREFICERIA
GIOIELLERIA
RICCI GIAN PIETRO & C.
15048 VALENZA - Via Cremona 29/A - Tel. 0131/94368
1545 AL
VALENZA - MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO - Marzo/Ottobre

COMM. GARAVELLI ALDO & C. SNC
FABBRICA GIOIELLERIA OREFICERIA
15048 VALENZA - ITALY - VIALE DANTE, 24 - TEL. 0131/91350 - 91248 - TELEX: 215007 KIRA I



GIUSEPPE MASINI

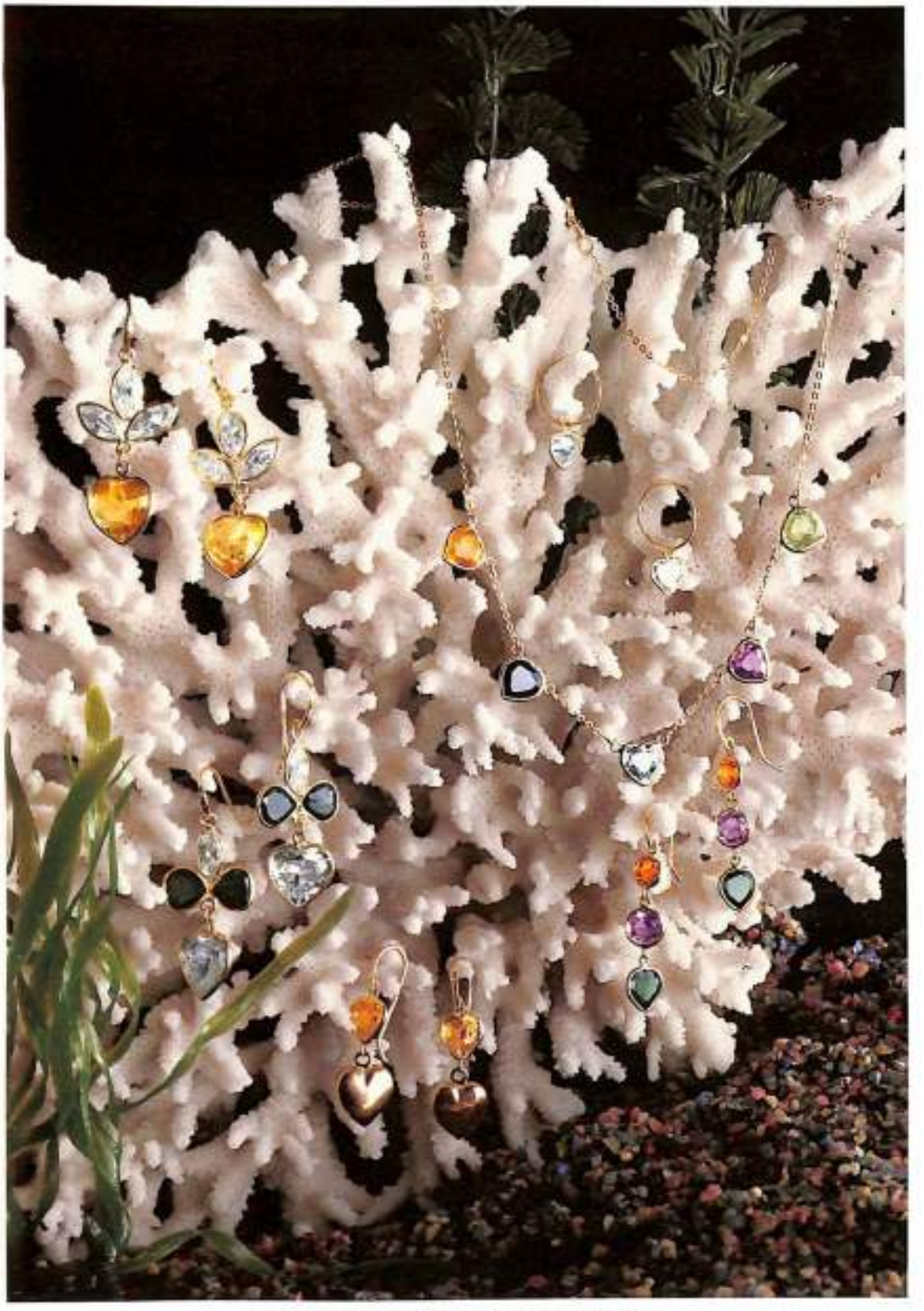
gioielleria – oreficeria – creazioni proprie – Marchio AL 1586

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

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

St. Photochrom - Valenza

ORAFA NORD ITALIA



di PALAZZOLO Marcello & Ferruccio S.D.F.
Produzione: gioielleria minuta
Sede: 31015 CONEGLIANO (TV) - Via Manin 116/1 - Tel. (0438) 62885-62298-24360
Filiale: 15048 VALENZA - Via Cunietti 10/B - Tel. (0131) 954478

FIERE: MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO Marzo/Ottobre - CAMPIONARIA DI MILANO Aprile
MACEF Febbraio/Settembre - VICENZA Gennaio/Giugno/Settembre
BARI Orolevante - TOUR GIOIELLO INN Taormina/Roma/Rimini/Sanremo

frezza remo
oreficeria - gioielleria
15048 VALENZA
via martiri di cefalonia, 28
tel. (0131) 953380
785 AL

MANDIROLA
& DE AMBROGI
15048 VALENZA - Via Bergamo 34 - Tel. (0131) 92.078
LINEA UOMO

.... nel fascino
del passato e del futuro.

Balestra 1882
Orafi in Bassano

FILIALI: 20121 MILANO - VIA PAOLO DA CANNOBIO, 6 - TELEF. (02) 890200-875896
36100 VICENZA - VIALE MILANO, 77 - TELEF. (0444) 32475-2798
80138 NAPOLI - CORSO UMBERTO I, 36 - TELEF. (081) 204204

SEDE E STABILIMENTO - VIA DELLA RESISTENZA 1/3 CAMPESE
36061 BASSANO DEL GRAPPA (VI) - TELEF. (0424) 80221 (r.a.)
TELEX 430098 BALESTRA - BASSANOGRAPPA - ITALY

STUDIO PHOTOGROM - VALENZA
Ars
gioielli
di Abbiati & Sarra
Circonvallazione Ovest 18 - 15048 Valenza - Tel. 0131-91566

FIERE
Vicenza: Gennaio / Giugno
Firenze: GIFT MART Febbraio / Settembre
Valenza: Marzo / Ottobre
Milano: GOLD ITALIA Marzo
Basilea: Aprile
ÖRO TREND
di FERRARIS & C. s.n.c.
15048 VALENZA (ITALY)
Vicolo Varese 8/B
Telefoni
Valenza 0131 - 952579
Arezzo 0575 - 29295

STUDIO PHOTOCHROM
Zaghetto
Sciajani
Barbierato
Via Noce n. 2 - 4 Tel. (0131) 94 679 - 15048 VALENZA / Italy

MARIO TORTI & C.

OREFICERIE
15048 Valenza - Circonvallazione Ovest 22
tel. (0131) 91.302-93.241
20121 Milano - Piazza Diaz 7
tel. (02) 800.354
1055 AL

POGGI per O.V.

MILANO 27/419.421 - VICENZA 403.404 - BASILEA 34/120

LENTI & VILLASCO

OREFICERIA - GIOIELLERIA - CREAZIONI PROPRIE

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

1164 AL

FIERE - Vicenza: gennaio/giugno stand 627 - settembre stand 312/313 - Milano: aprile stand 861 - Valenza: ottobre stand 134

Foto Lamasio per O.V.
NOVARESE
& SANNAZZARO
SAS
FABBRICA GIOIELLERIA
15048 VALENZA
ITALY
VIALE DANTE, 10
TEL. 0131 - 91150
320 AL
Fiere
Vicenza - stand 418
Valenza - stand 455-460
Basilea - stand 17/356
Macef - Milano
Gold Italia - Milano

OREFICERIA B GIOIELLERIA
B. MARTELLI in BOLGEO
15048 VALENZA
Via Bologna, 12 - Telefono (0131) 94745 - 970242

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

00184 Roma - Piazza S. Giovanni in Laterano, 18
Tel. 06/777 652 - 751 706 - Telex 614317 TORRI I
15048 Valenza Po (AL) - Via Casalbeam, 26
Tel. 0131/95 07 75
Laboratorio
15048 Valenza Po (AL) - Via Ghislaria 4
Tel. 0131/95 37 95

Passerà alla Fiera di Basilea - Milano -
Birmingham - Valencia - Vicenza - al SIR di Napoli
al GMT di Esenar o all'incontro nazionale dei C.E.

2561 AL

EUGENIO TORRI & C SPA

CREAZIONI GIOIELLERIE OREFICERIE

VALENZA PO ROMA

RICCI ADELIO

Preziosi
15048 Valenza
Via Martiri di Cefalonia, 28
Tel. (0131) 91.101

Mostra Gioiello Valenzano
stand 456/459

St. Photochrom - Valenza

Lepidor

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

OREFICERIA - GIOIELLERIA

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

Mostra del Gioiello Valenzano
8-12 Ottobre 83 Stand 407

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

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

COBRILL

International

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

Fileri
GIOIELLI
ROMA - VALENZA
ROMA - VIA DELL'ARTE, 85 Tel. 06/5917411-5914986
VALENZA - VIA CIRCONVALLAZIONE OVEST, 18 Tel.: 0131/955114
Presenti al Tour del Gioiello Inn - Roma

UN PRESTIGIOSO APPUNTAMENTO A NAPOLI

25-26-27-28-29 MAGGIO 1984

SIR

17° SALONE
INTERNAZIONALE
DEL REGALO

11° SALONE
DELL'OROLOGERIA,
GIOIELLERIA,
OREFICERIA
ARGENTERIA

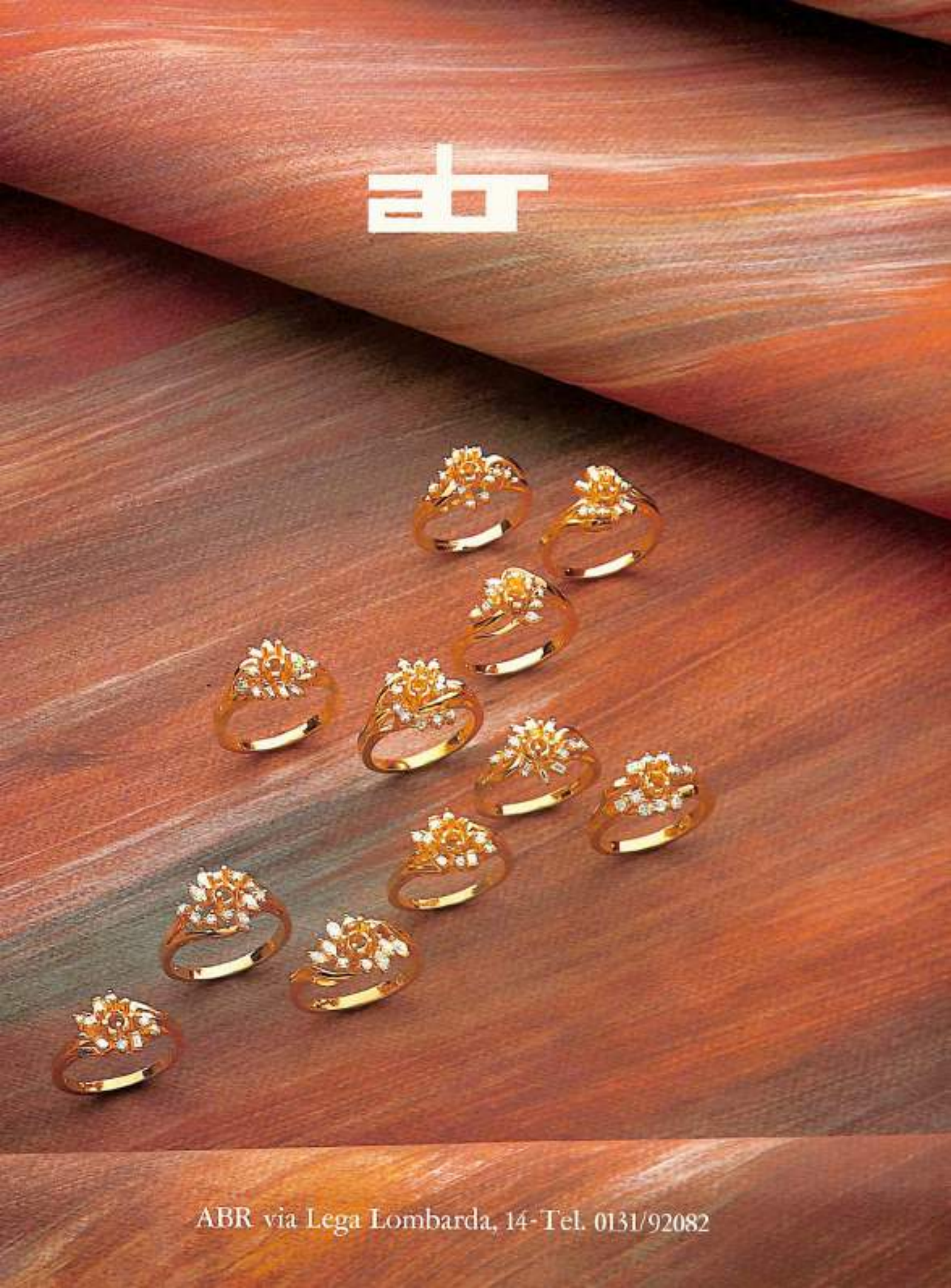
SIOGO

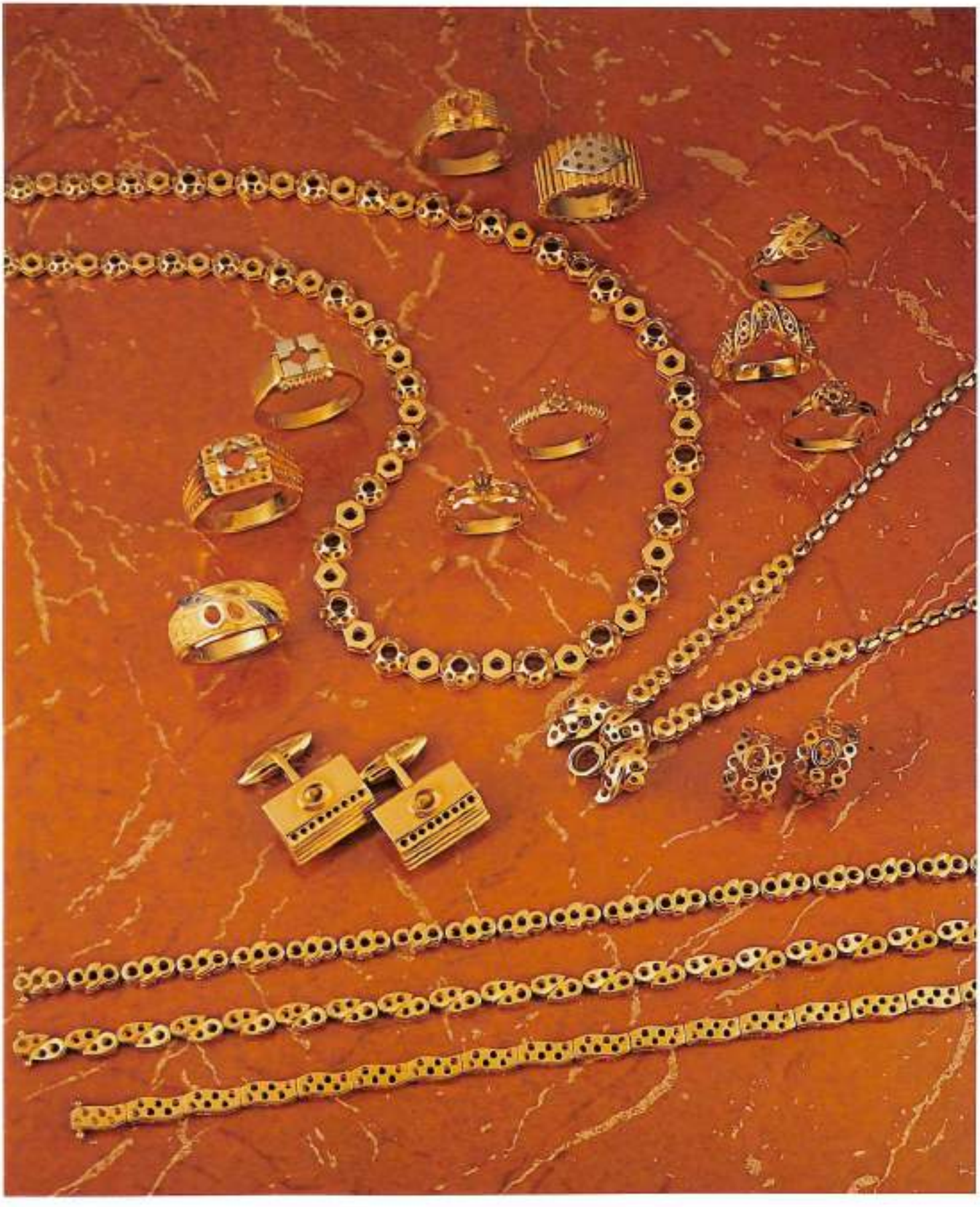
Organizzazione:
ENTE AUTONOMO MOSTRA D'OLTREMARE
E DEL LAVORO ITALIANO NEL MONDO

LANARC - Libera Associazione Napoletana Agenti
e Rappresentanti di Commercio

Per informazioni rivolgersi a:
Mostra d'Oltremare - 80125 NAPOLI - P.le Tecchio, 52 - Tel. 614922/616842
Telex 722244 ENTAMO I

MARIO RUGGIERO
Import-Export
perle coltivate - coralli - cammei
15048 Valenza - Via Canonico Zuffi, 10 - Tel. (0131) 94.769 - 977.388 - Cable RUMA Valenza


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



ITALGOLD

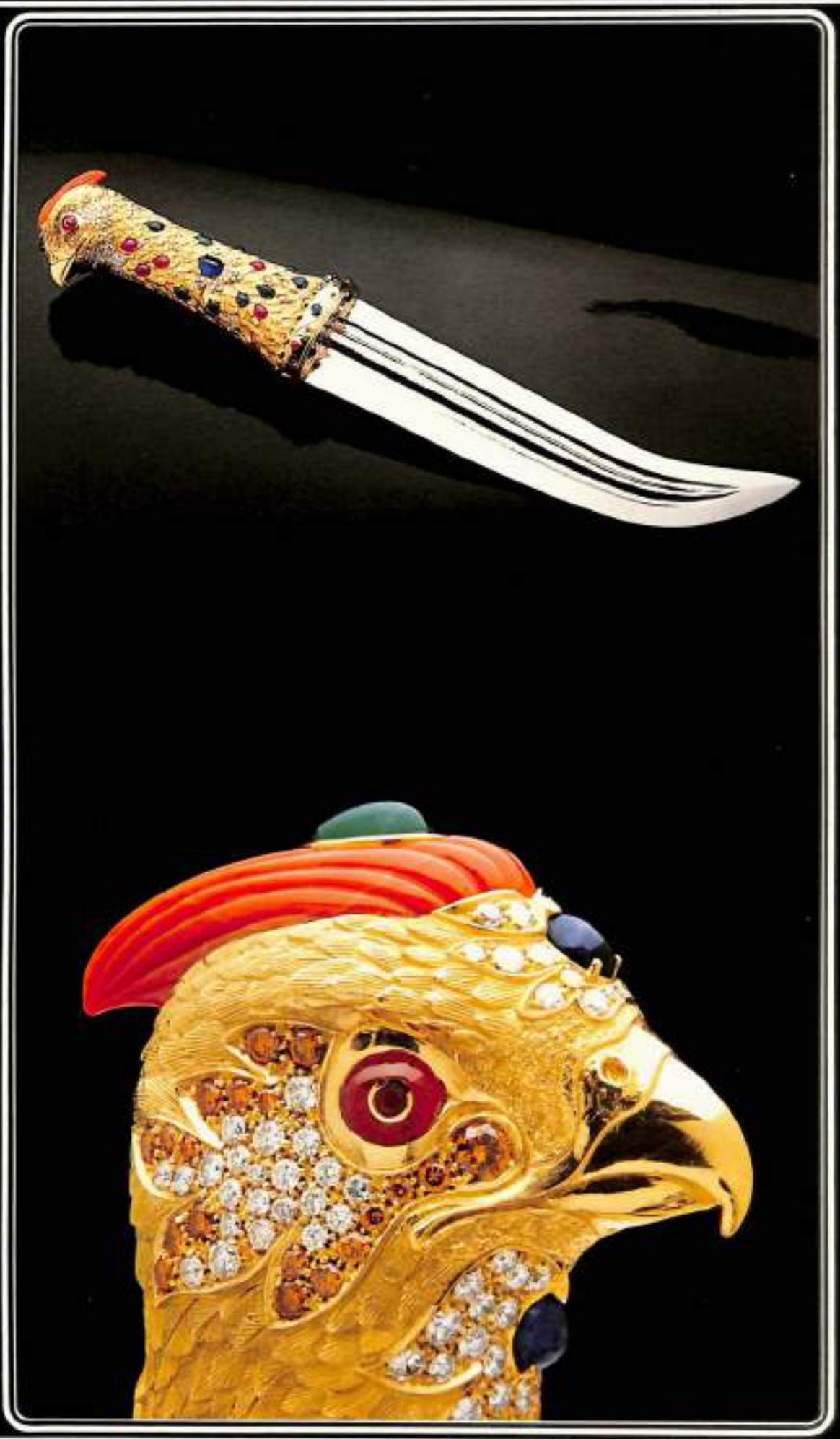
SALE OFFICE - MILANO - PIAZZA VELASCA, 5 - Tel. 02/804585

HEAD OFFICE - VALENZA PO - VIA C. ZUFFI, 7 - Tel. 0131/94797

FACTORY - VALENZA PO - VICOLO VARESE, 2 - Tel. 0131/91145

la natura preziosa

pezzo unico
della linea "natura"
realizzato in Valenza da
RCM gioielli



RCM
gioielli

1792 AL

L'ORAFO valenzano

Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana - Pubblicazione bimestrale
Nr. 2/84 aprile/maggio

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

Autorizzazione del Trib. di Alessandria nr. 134

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

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

Copie singole: L. 5.000 (le copie sono vendute solo nelle edicole di Valenza).

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

Spedizione in abbonamento postale gruppo IV Pubblicità inferiore al 70%

Grafica: Visual due
Vittorio Prina, Massimo Castiglioni

Fotocomposizioni: Linotipia Colombo - Milano

Impianti litografici: Plus Color Milano

Stampa: Grafica Comense

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana.

In copertina:
Perfettamente in linea con le attuali tendenze della gioielleria, allusiva ad un recente passato, un collier di vago sapore anni '30. Diamanti, onice e uno splendido zaffiro padparadscha.
Foto: U. Zacché.

EDITORIALE	Pag.	**1**
PROFESSIONE GIOIELLIERE	»	**83**
PRIMA MOSTRA DI PRIMAVERA		
Prima	»	**84**
Durante	»	**84**
Poi	»	**85**
Le luci della ribalta	»	**88**
I marziani	»	**92**
COLLABORARE DI PIÙ	»	**94**
AUMENTO DEI FIDI	»	**95**
ADAMO, EVA E LE MELE D'ORO - Rosanna Comi	»	**96**
Sheherazade	»	**97**
Per lui solamente	»	**104**
Vanguard or revival	»	**110**
UN MESTIERE DI MODA - Nicoletta Branzi	»	**114**
L'OSCURA FUSIONE DI UN BRONZO - Nino D'Antonio	»	**120**
I DALÌ D'ORO	»	**126**
UN TEATRO QUASI SOCIALE - Franco Contamessa	»	**130**
L'OPINIONE DEGLI ALTRI - Roberto Capezzuoli	»	**132**
I MERCATI FINANZIARI	»	**133**

APPUNTAMENTO A VALENZA

6-10 OTT

7ª MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
6° CONCORSO "GIOIELLO INEDITO"

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA - Piazza Don Minzoni, 1
15048 Valenza - Tel. (0131) 91.851-953.221

1ª MOSTRA GIOIELLO MODA

PROFESSIONE GIOIELLIERE

Come tutte le "prime", questa edizione di *Gioiello-Moda* era attesa con impazienza e curiosità e non solo da espositori, visitatori e dalla stampa.

Verifiche e riscontri lasciavano in ansia anche l'Associazione Orafa Valenzana, promotrice di questa Mostra dalla formula insolita e dai contorni ancora non del tutto ben delineati.

L'Associazione aveva soppesato a lungo questa impegnativa decisione coinvolgendo tutti gli Associati nella disamina di ogni problema evidente o emergente, nella valutazione di conseguenze positive o negative, nella consapevole, cosciente certezza di dare il via a qualcosa di nuovo che avrebbe innestato un processo inarrestabile e irreversibile. *Gioiello-Moda*, infatti, non è solo una Mostra: è un concetto.

La gioielleria, questo è il significato di *Gioiello-Moda* deve uscire dall'isolamento in cui ancora oggi si trova e le cui cause – dobbiamo ammetterlo – vanno spesso cercate nel nostro troppo individualistico modo di operare. Troppo a lungo si sono sfruttati filoni facili da seguire e immediatamente remunerativi, senza investire alcuno sforzo – né finanziario né creativo – nella ricerca di alternative, nella lungimirante pianificazione di un futuro dal quale la gioielleria potesse poi raccogliere meritati frutti.

Salvo poche eccezioni, punte trainanti di tutta la gioielleria italiana, si è preferito restare su posizioni sicure, collaudate, anzichè affrontare nuove strade, proporre idee innovative e tentare con ogni sforzo di seguirle.

Strade nuove non solo nel disegno di nuovi oggetti ma anche nel modo di produrli, di presentarli, di venderli.

Con il peso dei suoi circa 700 Associati, molti dei quali considerati tra i migliori gioiellieri del mondo – e chiedendo loro impegni anche finanziari non certo irrilevanti, l'Associazione Orafa Valenzana ha inteso, con *Gioiello-Moda*, accelerare i tempi di quegli improrogabili cambiamenti che oggi la professione di gioielliere esige.

Gioiello-Moda è un concetto, ripetiamo. La gioielleria deve sentirsi partecipe di quanto interviene a modificare stagione dopo stagione il gusto e le aspirazione del consumatore, il suo mutevole rapporto col gioiello.

Gioiello-Moda vuol dire calarsi, o almeno tentare di farlo, nella realtà che ci circonda, viverla ricordando che un gioiello è uno dei componenti del vissuto di una persona, così come lo sono un abito o un profumo: mutevoli.

Assecondare il mercato anzichè precederlo porta inevitabilmente all'appiattimento e alla saturazione. È il momento di osare, producendo oggetti per il gusto di oggi, aggiornandosi continuamente sui trend moda, intendendo qui per moda uno stile di vita, non solo colori e lunghezze.

Pagine di pubblicità appariranno prossimamente sui settimanali destinati alle consumatrici, un film – di cui parliamo in altre pagine – sarà diffuso da canali della televisione e raggiungerà milioni di consumatori con il fascino dei nostri gioielli ma è però al dettagliante che con tutte queste azioni l'Associazione Orafa Valenzana ha inteso principalmente rivolgersi.

Il consumatore è pronto a recepire oggetti dal disegno meno tradizionale e nelle vetrine di Valenza questi oggetti ci sono: mancano più "coraggiose" scelte da parte del dettagliante ed è a questo insostituibile tramite, appunto, che l'Associazione lancia il suo appello alla fiducia nel prodotto valenzano.

Like all "première", this first edition of Fashion/Jewelry *was awaited with impatience and curiosity by the exhibitors, visitors and press. Preliminary enquiries left the Valenza Goldsmiths' Association rather anxious about its role as the promoter of a show with an unusual formula and an as-yet poorly defined structure.*

The Association had deliberated for a long time over this important decision, involving all its members in the examination of every apparent or emerging problem, in the evaluation of positive and negative consequences, certain that they were initiating an unstoppable and irreversable process.

Fashion/Jewelry *is not just an exhibition: it's an idea. The meaning of* Fahion/Jewelry *is that jewelry must break out of the isolation in which it finds itself today: the cause, we must admit, is often to be found in our overly individualistic way of working.*

For too long we have exploited directions that are easily followed and show a quick profit, without investing any effort, financial or creative, in the search for alternatives, in the far-sighted planning of a future from which the jewelry manufacturers could derive their merited recompense.

With a few exceptions, key elements for all Italian jewelry, we have preferred to remain on safe, well-tested ground rather than take new approaches, propose new ideas and seek to follow them whatever the cost: new appro-

segue a pag. 87

1° MOSTRA GIOIELLO MODA

GIORNO DOPO GIORNO

Si è svolta in Valenza dal 3 al 7 Marzo la prima Mostra Gioiello-Moda, edizione primaverile della Mostra del Gioiello Valenzano che ormai da sette anni si svolge, sempre in Valenza, nel mese di ottobre.
L'Associazione Orafa Valenzana, che realizza queste mostre autofinanziate dagli espositori associati, ha legato la Mostra di primavera ad una campagna pubblicitaria e promozionale volta al rilancio del prodotto valenzano sia presso il dettagliante che verso il consumatore finale. La strategia scelta quest'anno per la comunicazione è quella dell'abbinamento del gioiello con la moda dell'abbigliamento.
The first Fashion/Jewelry exhibition was held at Valenza from the 3rd to the 7th of March. This was a spring edition of the Valenza Jewelry Exhibition that has been held at Valenza for the past six years.
The Valenza Goldsmiths' Association created the exhibition, financed by the associated exhibitors, and combined it with a publicity and promotional campaign aimed at consolidating the Valenza product with both retailers and end consumers.

PRIMA

Quando legerete queste note "Valenza Gioiello-Moda" apparterrà già al passato, ma sarebbe errato considerarla alla stregua di certi avvenimenti da dimenticare in fretta perchè scaduti o privi di interesse. No, essa è e deve rappresentare un ponte verso il futuro, il primo momento di un modo nuovo di intendere l'artigianato del gioiello.

Già la vigilia di una fiera tutta nuova, da scoprire, da ammirare, aveva fatto comprendere a quella parte del mondo economico valenzano che le dà vita, che avrebbe costituito un banco di prova, un motivo per interrogarsi, specchiarsi.

L'ennesima prova del nove, insomma, per una categoria che in tempi di recessione ha saputo scuotersi e con autofinanziamento darsi la sede di una Mostra con la quale dare immediata concretezza a sogni rimasti inevasi per lungo tempo.

Chi rammenta il primo timido tentativo nel "Palazzetto dello Sport" e le successive sofferte edizioni sotto i teloni tensostatici, può comprendere ed apprezzare appieno il salto qualitativo concretatosi nell'ottobre scorso con la "6° Mostra del Gioiello Valenzano".

Purtroppo, la concomitanza di tanti fattori avversi aveva prolungato l'equivoco, lasciando che la precarietà, l'avventura e la mancanza di servizi adeguati continuassero ad essere i primi nemici di una rassegna che, nata tardi, doveva bruciare le tappe per inserirsi e trovare il suo spazio.

Il fatto che già in precedenza lo spazio espositivo necessitasse di un ampliamento va considerato come un miracolo del "made in Valenza" che riesce non solo a sopravvivere ma anche ad espandersi.

Quando, superati tutti gli ostacoli e le opposizioni, si decide di dare il via alla costruzione della struttura in metallo e alluminio di piazza Giovanni XXIII, si posero automaticamente le basi per un rilancio dell'oreficeria valenzana, difficile per il momento particolarmente delicato, ma possibile.

Innanzi tutto sono stati resi adeguati sia lo spazio espositivo (ancora migliorabile con piccoli ritocchi) sia i servizi mentre dal punto di vista sicurezza si è fatto un altro notevole passo avanti: ora chi espone sa di poter contare su un'organizzazione valida e supercollaudata e su servizi d'ordine minuziosi. Identiche le considerazioni degli operatori che raggiungono Valenza; mancano ancora le infrastrutture esterne, alberghi in particolare, in grado di estendere all'intera città i benefici della rassegna e ci auguriamo che si ponga mano al più presto a questo problema che non è sicuramente di sola pertinenza della categoria.

Ma torniamo al tema centrale: due fiere annuali, perché? Qualcuno sicuramente se lo chiederà e vediamo di rispondere all'interogativo.

La motivazione primaria che ha spinto l'Associazione Orafa a muoversi in questa direzione è l'opportunità, anzi la necessità di promuovere il gioiello valenzano.

I tempi sono mutati, produrre buoni gioielli non basta più

se non li si fa conoscere in modo adeguato e non solo in campo nazionale (che da tempo non è più in grado di assorbire l'intera produzione).

L'intento dell'A.O.V. è di legare il mondo della moda e degli stilisti alle proposte dei suoi associati in modo da condizionare ancor di più le tendenze del consumatore.

"Gli orafi valenzani sono in grado di governare ed anticipare i gusti del fruitore finale delle loro creazioni – ha detto recentemente il presidente dell'Associazione Orafa, Stefano Verità – Si tratta soltanto di mettere assieme un adeguato supporto di conoscenza e promozione che crei sui mercati nazionale e internazionale un'immagine di assoluta attualità".

In questo senso è stato prodotto uno sforzo mai tentato in precedenza e pensiamo inedito anche per le associazioni del settore, volto a trasmettere al consumatore finale questa nuova più moderna immagine dell'oro di Valenza.

Tutte le riviste di categoria, le maggiori testate di attualità e informazione, i settimanali femminili e di moda, sono stati utilizzati per annunci di pubblicità intesa a far comprendere la nuova realtà valenzana. Un filmato, con gli ultimi gioielli dei maestri orafi valenzani, è stato girato in febbraio con la consulenza di esperte della stampa femminile per essere utilizzato, come vedremo più avanti, sia per la proiezione continua su grande schermo nella hall della mostra, sia per una successiva programmazione in TV.

"L'Associazione Orafa – per citare nuovamente il Presidente dell'A.O.V. – con Valenza "Gioiello-Moda" non vuole rivoluzionare nè reinventare uno stile, un mercato e tantomeno proporre nuove linee agli orafi valenzani, perché essi sono in grado di recepire da soli i cambiamenti in atto in fatto di gusto e di costume, ma solo svolgere un insostituibile ruolo in difesa di una immagine e di un marchio di qualità.

L'obiettivo finale resta quello di far giungere a Valenza un numero sempre maggiore di dettaglianti e, con l'occasione, presentare quelle creazioni in grado di attirare il consumatore finale".

Valenza Gioiello-Moda si è quindi aperta all'insegna della promozione per assicurare nuove aperture, più vasti orizzonti.

Primo appuntamento del nuovo modo di operare, voluto dal Presidente e dal Consiglio Direttivo, ha rappresentato una nuova sfida dell'artigianato valenzano all'incerto andamento del mercato.

DURANTE

Chi ha raggiunto Valenza avrà certamente rilevato l'immagine ordinata che regnava tutt'intorno e gli spazi – delimitati con precisione quasi svizzera – che rendevano scorrevole il traffico da e per la Fiera e i parcheggi.

Alcuni ritocchi hanno migliorato la facciata, gli accessi e soprattutto la reception dove gli operatori potevano espletare con la massima celerità le modalità della loro registrazione. Quest'anno l'operazione richiedeva raddoppiata attenzione poichè agli operatori – e soltanto a loro – erano riservate deliziose sorprese: un foulard in omaggio e la partecipazione a un sorteggio giornaliero di abiti di alta moda.

Le maggiori novità erano comunque concentrate nella hall, cuore della Mostra, che ospitava le Hostess dell'ufficio informazioni, banche, dogana, agenzia viaggi, agenzia investigativa: organizzazioni pronte ad espletare i rispettivi servizi. A buon diritto, anche l'Istituto Gemmologico Italiano era presente con uno stand d'informazione.

Tra le sorprese della Mostra Valenzana di primavera – Gioiello-Moda – una tra le più gradite è sicuramente stata quella del regalo-moda.

Un foulard in prezioso crêpe-de-chine a tutti gli operatori registrati alla reception, unitamente al diritto di partecipare al quotidiano sorteggio di tre abiti scelti tra le collezioni di famosi stilisti.

I fortunati vincitori e vincitrici sono:

Menestrina - Trento
Trevisan M.G. - Venezia
Gianni Errani - Ravenna
Lino Bertocchi - Bologna
Mario Castanan - Milano
Salvatore Mazzotta - Lecce
Bruno De Simone - Torino
Gold in Stile - Brindisi
Gioielleria Rabino - Cuneo
Gioielleria Boattini - Ravenna
Angela Tana - Bari
R.A. Salerno - Monopoli
Giuseppe Prinetto - Torino
F.E. Brahami - Tlemcen

Ai sorteggiati, i nostri complimenti.

1° MOSTRA GIOIELLO MODA

POI

Il gigante si riposa: dopo aver ospitato per la seconda volta una manifestazione fieristica ha chiuso i suoi mille occhi facendo tornare la quiete là dove ferveva quella frenetica attività che, per cinque giorni, ha costituito il cuore pulsante di una città da sempre in attesa di un destino più consono ai meriti dei suoi artigiani.

Diciamo subito che se da un lato i risultati sono superiori al previsto dall'altro rispecchiano la realtà del momento, privo di spinta commerciale ma preludio a interessanti proiezioni future.

Il riscontro è stato positivo: gli operatori accorsi nella "città dell'oro" sono risultati ben 1.472 dato significativo trattandosi di una prima edizione.

Gli stranieri sono 118 e se si considera la concomitanza con il carnevale se ne può dedurre che il dato è tutt'altro che deludente.

I numeri e i dati statistici hanno un valore fine a se stesso se a questi non si accompagna la qualità, è stato detto a fine manifestazione e, secondo parecchi espositori, la qualità degli operatori presenti è stata molto buona anche se il contingente periodo che interessa il settore può aver offerto risultati economici ridotti.

Sui risultati economici cala sempre il velo della riservatezza ma le osservazioni sono sostanzialmente giuste: da una simile manifestazione era importante trarre soprattutto il maggior rilievo possibile in campo promozionale, gli affari non erano che il corollario.

Tutti sono comunque concordi nel ritenere "Valenza Gioiello-Moda" una manifestazione da proseguire.

Immagini della struttura in alluminio ed elementi industrializzati inaugurata l'ottobre scorso.
In essa vengono ospitate le due Mostre di Valenza indirizzate ai Dettaglianti e ai Compratori esteri (marzo e ottobre).
Nella vasta hall i visitatori erano accolti da un grande schermo sul quale veniva proiettato il film-tema della mostra stessa: Gioiello-Moda.
Mostra di Valenza, momento di incontri, scambi di idee, proposte.
Buccellati, Presidente della Federazione Nazionale Dettaglianti Orafi si intrattiene con i colleghi Ferrarassa, Balducci, Mercatili.

Pictures of the aluminium and pre-fabricated building opened last October.
Visitors were welcomed to the vast hall by a large screen on which was showing the theme film of the exhibition Fashion/Jewelry.
The Valenza Exhibition: meetings, exchanges of ideas and proposals.
Buccellati, President of the National Federation of Jewelry Retailers, is talking with his colleagues Ferrarassa, Balducci and Mercatili.

segue da pag. 83

cies not only in the design of new objects but also in the techniques for producing, presenting and selling them.

With the weight of its nearly 700 members, many of them considered to be among the best jewellers in the world, and asking for considerable financial commitments, the Valenza Goldsmiths' Association has tried, with Fashion/Jewelry, *to speed up those inevitable changes that the jewelry profession needs to make.*

We repeat that Fashion/Jewelry *is an idea. Jewellers must start to actively partecipate in those forces that act to change season after season the taste and aspirations of the consumer and her fickle relationship with jewelry.*

Fashion/Jewelry *means plunging into, or at least trying to, the reality that surrounds us and becoming a part of it, remembering that a piece of jewelry is one of the components of the life style of an individual and like the others, clothes or perfume for example, it is changeable.*

To follow the market instead of leading it inevitably leads to banality and saturation.

The time has come to be bold and dare to produce objects that satisfy modern taste and that are constantly up-dated in response to the evolution of fashion – and by fashion we mean life style, not just the colour or lenght of a garment.

Page of advertising will appear shortly in women's weekly magazines. A film, which is described on another page, will be broadcast by the television channels and will take the charm of our jewelry to millions of consumers.

But the Valenza Goldsmiths' Association is addressing mainly the retailer with all this activity.

The consumer is ready to accept objects of a more modern design, as fashion styling continues to confirm, and the objects can be found in the show-cases at Valenza.

What is needed most, however, is a "corageous" choice by the retailer, and the Association appeals to that indispensable partner to show his faith in the Valenza product.

R.C.

1ª MOSTRA GIOIELLO MODA

LE LUCI DELLA RIBALTA

Uno degli strumenti promozionali previsti dalla campagna di rilancio del prodotto valenzano è un filmato, proiettato in anteprima a Valenza durante lo svolgimento della Mostra Gioiello-Moda.
Manifesto obiettivo dell'operazione, peraltro pienamente raggiunto, era quello di suggerire possibili accostamenti tra gioielli valenzani e abiti scelti tra le collezioni primavera-estate 1984, quelli che proprio ora vediamo per le strade di ogni città.
Alla sua realizzazione hanno concorso redattrici di moda di indiscutibile professionalità, libere di scegliere a propria discrezione gli abiti da abbinarsi ai gioielli prodotti a Valenza e da loro stesse liberamente selezionati.
Nessun intervento, quindi, da parte di esponenti dell'Associazione per lasciare autonomia in quello che possiamo definire un confronto tra due mode.
I risultati – che tutti i visitatori della Mostra hanno potuto personalmente riscontrare visionando il film – non sono stati sorprendenti, anzi, non hanno che sottolineato quanto dalle pagine della nostra rivista da tempo proponiamo.
Le scelte delle redattrici di moda coincidono con le tipologie, i disegni, i colori che le vetrine della Mostra esponevano con dovizia di quantità e qualità: gioielli di linea tradizionale quando realizzati con gemme classiche di una certa caratura; gemme fini coloratissime per accessoriare abiti per ogni occasione; gioielli in oro e vistosissimo metallo nero, soprattutto quelli dal disegno più ardito e spesso ritenuti invendibili (però, però... se piacciono a queste opinion leader sicuramente piaceranno anche alle loro lettrici!).
Leggere tra le righe di questo film potrebbe essere un utile momento di apprendimento per gioiellieri, soprattutto per i dettaglienti che talvolta ritengono troppo d'avanguardia – e quindi rifiutano – oggetti che invece come questo film evidenzia hanno un elevato indice di gradimento da parte di chi tra le novità ci vive veramente e con competenza.
Il consumatore non accetta certe linee, spesso sentiamo affermare, ma ci siamo mai chiesti di quali fonti di aggiornamento sulla gioielleria dispone oggi il consumatore? A parte le vetrine dei gioiellieri di ogni città e pochissimi annunci di pubblicità, peraltro genericamente impostati sulle materie prime (oro e diamanti) anzichè sul prodotto restano solo le aste televisive!
Oltre ai noti danni economici e morali che provocano al nostro settore a loro debito noi ascriviamo quindi una terza, gravissima responsabilità: la diseducazione del gusto!
Dal piccolo schermo vengono proposti, magnificati a migliaia, milioni di famiglie dei vecchi fondi di valigia che nessun dettagliante oggi si sognerebbe mai di acquistare.
Ma il consumatore che non si è mai avvicinato ad una gioielleria (e i motivi che lo tengono lontano come tutti sappiamo sono moltissimi) neppure sa che cosa è un gioiello, che cosa è attuale, quali e quante sono le gemme tra cui poter scegliere ed è quindi disposto a trovare piacevoli e desiderabili gli oggetti di cattivo gusto e fuori moda che in televisione gli vengono proposti come gioielli di pregio!
Il miagolante, logorrotico presentatore imbottisce il candido spettatore-preda di equivoche o equivocabili informazioni pseudo tecniche e molto abilmente lo conduce a considerare l'affare piuttosto che il gioiello in sé.
Il telespettatore effettuerebbe i suoi acquisti così supinamente – e

Nelle foto di queste pagine: fotogrammi tratti dal film realizzato per conto dell'Associazione Orafa Valenzana e che verrà diffuso da canali televisivi italiani ed esteri. Con una serie di piacevoli sequenze il film racconta storie che potrebbero essere quelle di chiunque. Persone che scelgono abiti e gioielli da indossare esprimendo la propria personalità.

THE LIME LIGHT

stupidamente – se la gioielleria lo avvicinasse con campagne promozionali serie, veramente informative, oneste? Noi pensiamo di no.
Quando l'informazione finalmente raggiungerà sistematicamente e persuasivamente il consumatore facendogli conoscere cos'è veramente un gioiello le sorprese, ne siamo certi, saranno enormi: come risulterà vero e possibile quanto oggi sembra mera utopia!

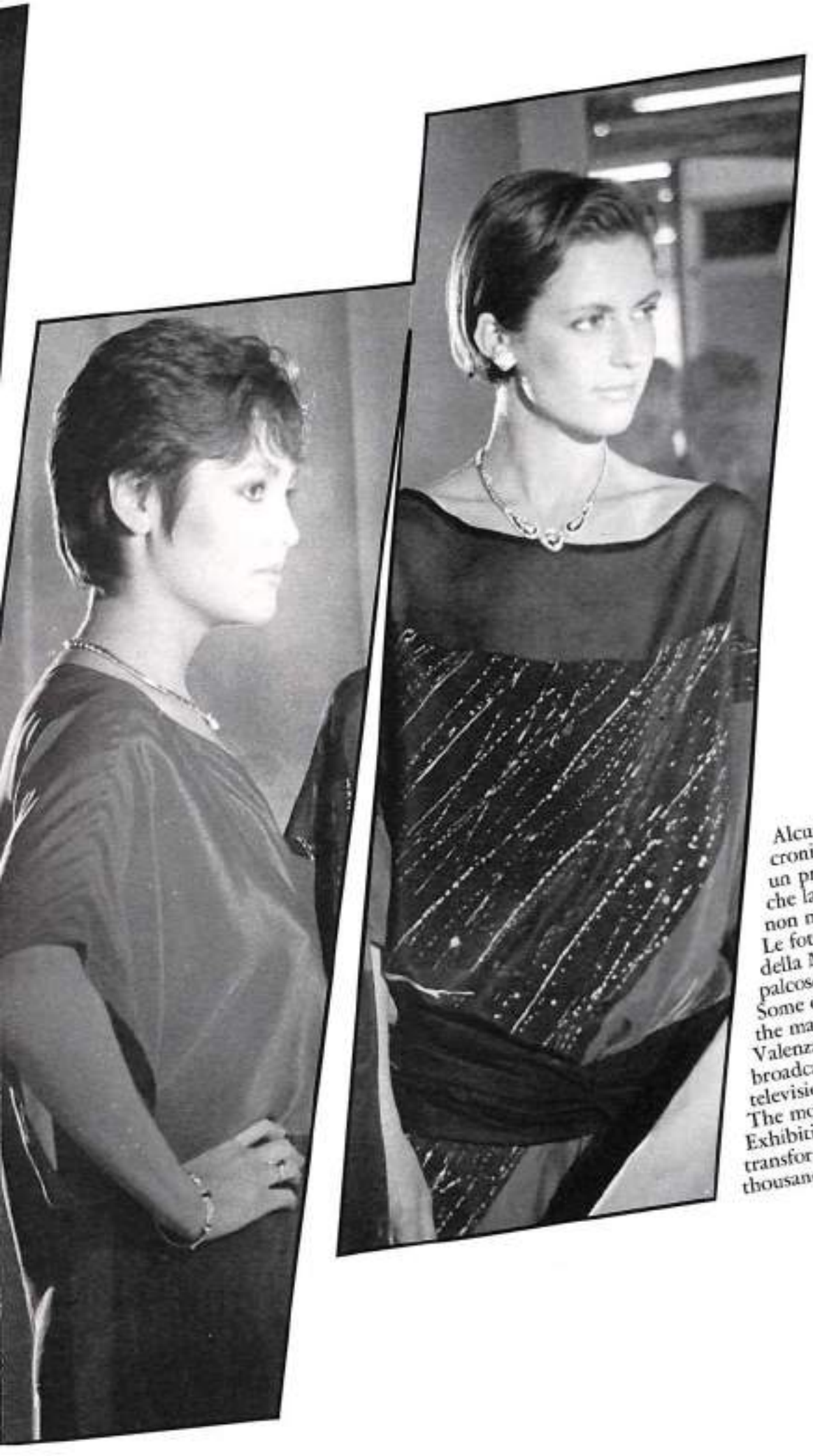
One of the promotional techniques planned as part of the campaign to relaunch Valenza products is a film that was premiered in Valenza during the Fashion/Jewelry Exhibition. The clear objective of the operation, fully fulfilled, was to suggest possible combinations of Valenza jewelry with clothes chosen from the Spring/Summer 1984 collection – those that one can see appearing right now in the streets of our towns. It was produced in collaboration with expert fashion journalists. They were allowed a completely free hand in the choice of both the clothes to be worn and the Valenza jewelry to complement them. No control was exercised by the Association so as to allow complete, unbiased freedom of judgement by the experts in the preparation of this marriage between two kinds of fashion. Visitors to the exhibition could see for themselves from the film that the results were not surprising, for they served to confirm the position that our magazine has always maintained. The choices made by the experts coincided with the types, designs and colours that the show-cases of the exhibition displayed in such abundance and quality: jewelry of a traditional type created with good-sized classic stones; fine highly-coloured gems to complement clothes for any occasion; pieces in gold and spectacular black metal, especially those with the more daring designs that are often considered unsaleable (but if the experts liked them, surely their readers will too!). It is interesting to see that the experts made no clear distinction between jewelry for day-wear and that currently considered suitable for the evening. Diamonds and classic gems were chosen freely for both the day and for more formal occasions. The choices made, in fact, appear to show that it is the design that is imprtant, with a predilition for geometric and abstract forms.
To read between the lines of this film could be a useful educational experience for jewellers, especially for the retailers, who sometimes reject as too avant-garde objects that are, in fact, highly favoured by the very experts who live and work in the world of new fashions, as is shown by the film.

Pictures taken from the film made for the Valenza Goldsmiths' Association. The film will be broadcast by Italian and foreign t.v. channels. In a series of attractive vignettes it presents scenes that almost anyone can identify with: people choose clothes and jewelry to wear as an expression of their individuality.

1ª MOSTRA GIOIELLO MODA

I MARZIANI

Un grande veicolo si arresta all'ingresso della Mostra.
Le porte si spalancano e sotto sguardi curiosi e stupiti si svolge l'insolito spettacolo.
Giovanotti con lunghe barbe e capelli un po' scomposti (è la loro divisa) si caricano sulle spalle cavalletti, lampade, centinaia di metri di cavi elettrici, spingono carrelli, telecamere e decine di altri elementi che, piano piano, escono dal grande veicolo e invadono l'atrio della Mostra.
La notizia vola rapida tra gli stand: c'è la Televisione, e Valenza vive il suo quarto d'ora di celebrità.
L'interesse dei presenti – quasi tutti uomini – è subito catturato dalle protagoniste, loro, le bellissime: le fotomodelle.
Ed ecco scene irreali di tessuti danzanti nella Hall della Mostra trasformata in palcoscenico, di belle in abiti bellissimi che posano per offrire alle telecamere i bagliori di splendidi gioielli che vengono tolti dalle vetrine, contesi quasi ai visitatori che si trovano negli stand.
Tutto intorno si forma una siepe fatta di visitatori e di espositori, che si raccolgono intorno a questi "marziani" che si muovono con disinvoltura tra attrezzature precariamente installate, che si danno ordini e si rispondono in un gergo incomprensibile, professionisti che nemmeno si accorgono di non essere soli.
E Valenza, con le sue fatiche, le sue speranze, i suoi investimenti è finalmente là, sotto i potenti riflettori e i milioni di occhi che la macchina-televisione le farà incontrare.



Alcune immagini fissate dal cronista durante la realizzazione di un programma dedicato a Valenza che la televisione trasmetterà tra non molto nella fascia serale. Le fotomodelle posano nella hall della Mostra trasformata in palcoscenico dalle mille luci.
Some of the shots selected during the making of a program on Valenza. The program will be broadcast nation-wide by Italian television in the evening period. The models are posing in the Exhibition Hall, which has been transformed into a stage by the thousand lights.

SICUREZZA NEI NEGOZI

COLLABORARE DI PIÙ

Più volte dalle colonne della nostra Rivista abbiamo invitato gli amici-dettaglianti a maggiore prudenza nei contatti con i fornitori e all'adozione di indispensabili misure di sicurezza.

L'argomento della sicurezza affrontato durante una intensa giornata di lavori nel convegno organizzato dalla Associazione Orafa Valenzana, ha messo una volta di più in luce la gravità della situazione venuta a determinarsi con l'aumento della criminalità ai danni degli orafi.

In questo incontro, esperti dei vari settori inerenti la prevenzione del crimine hanno portato il loro contributo di conoscenze e di esperienze maturate su una casistica purtroppo troppo elevata.

Così abbiamo ascoltato i tecnici in materia assicurativa, quelli in materia di casseforti, allarmi e molti altri.

La massa degli argomenti che sono stati portati, e non poteva essere che così dato che con questa giornata di lavori si è inteso affrontare tutti insieme i problemi della prevenzione e della assicurazione, ha lasciato troppo poco spazio a ciò che riguarda il rapporto dettaglio-viaggiatore. In effetti si tratta di un problema che investe l'esigenza di una maggiore responsabilizzazione da parte di entrambe le categorie.

Se da una parte il viaggiatore deve imparare a non eccedere, con la merce che trasporta gli importi assicurati riducendo le quantità e i valori di merci trasportate, dall'altra anche i dettaglianti devono capire che non è più possibile continuare a lavorare senza misure preventive e cioè le protezioni di vario tipo e una assicurazione congrua rispetto ai capitali di rischio.

Ci pare che il momento più pericoloso è quando alle merci esposte nei locali del dettaglio si aggiungono quelle dei viaggiatori e rappresentanti in visita d'affari. In questo caso, se non vi sono adeguate protezioni nell'ambiente, il rischio è doppio.

D'altro canto si tratta di un servizio, quello dei rappresentanti-viaggiatori, che è insostituibile, e questo si è tanto più evidenziato quanto più si è tentato con mostre e fiere di sostituire le tradizionali visite nei punti vendita.

Le mostre potranno riuscire ad alleggerire i rischi di merci trasportate quotidianamente, potranno consentire una diminuzione dei giorni-viaggio e dei valori-campionario dei rappresentati-viaggiatori, ma non eliminare il loro capillare intervento, tradizionale quanto si vuole, ma tutt'ora essenziale.

Pertanto, se si riconosce l'importanza del lavoro dei rappresentanti orafi è giusto chiedere ai dettaglianti, al cui servizio questi operano, una più stretta collaborazione.

Il dettagliante deve maggiormente responsabilizzarsi per quanto riguarda in primo luogo la copertura assicurativa: essa deve coprire non solo in tutto o in parte le proprie merci giacenti nel punto vendita, ma deve tutelare anche quelle che i rappresentanti orafi spesso lasciano in tentata vendita, i tradizionali "sospesi".

Può persino succedere che le conseguenze di una rapina, gravissime per carenza di adeguata copertura assicurativa da parte del dettagliante, debbano talvolta essere sopportate anche dal fornitore al quale si chiede poi di sostenere con merce a credito chi è stato sfortunatamente oggetto di rapina.

È la parola *sfortunatamente* che ormai non ha più senso. È tale il margine di rischio, che la fortuna di avere una buona assicurazione deve coprire la sfortuna di essere rapinati.

Questo significa esser responsabili verso di sé e verso gli altri, significa non coinvolgere altri a rispondere di carenze e di responsabilità anche proprie.

È inoltre necessario che in tutti i punti vendita, piccoli e grandi, siano adottati i sistemi di sicurezza più elementari: doppia porta antiproiettile, allarmi a sirena, centralina collegata con le forze dell'ordine.

Occorre che il rappresentante non si trovi con la schiena girata verso la porta che dà sulla strada, in piedi, con la valigia dei preziosi in terra ed i rotoli aperti sul banco di vendita.

Eppure succede ancora questo, come se non fosse vero che un negozio su tre, o forse su due, è stato oggetto di rapine.

I dettaglianti devono creare uno spazio per la loro sicurezza e per quella degli altri, per accogliere fuori da sguardi pericolosamente indiscreti i loro fornitori. Inutile gridare come Cicerone "Oh tempora, oh mores!" piangere sulle proprie disgrazie, prendersela con questo e con quello.

Occorre investire nella sicurezza. Se per vendere un gioiello occorrono un banco su cui presentarlo, o una vetri-

na, o un espositore, ebbene occorrono anche un impianto d'allarme, una cassaforte, una centralina, una sirena, una assicurazione.

Il tutto sul medesimo piano, perché sono egualmente "ferri del mestiere".

Concludendo: il convegno della AOV non deve rimanere fine a se stesso. I vari argomenti trattati devono essere ripresi ed approfonditi uno per uno.

Quello dei rapporti rappresentanti - viaggiatori - dettaglianti è di estrema importanza nel contesto generale, per cui dovrà esser oggetto di dibattiti, di scambi di opinioni, di conoscenze sempre più stretti fra le due categorie, evidentemente essenziali l'una all'altra e per ciò legate all'esigenza di una comune politica nei riguardi della sicurezza e della prevenzione.

CONSORZIO GARANZIA CREDITO

AUMENTO DEI FIDI

Conferma del proprio insostituibile ruolo con un aumento di fidi ai soci per 400 milioni nel solo 1983; nuova crescita delle ditte associate; aumento del fondo rischi, istituito a difesa di eventuali insolvenze; modernizzazione delle operazioni contabili e fondazione di una banca dati tesa alla preventiva conoscenza dei potenziali clienti: queste le principali risultanze dell'assemblea annuale del Consorzio Garanzia Credito della Piccola Impresa e dell'Artigianato Orafo, Argentiero ed Affini, svoltosi nel febbraio scorso presso il Centro Comunale di Cultura.

È toccato al nuovo presidente Pier Angelo Panelli svolgere la relazione più significativa che ha radiografato l'ultimo esercizio del Consorzio, facendo il punto sulla situazione attuale.

Malgrado una innegabile crisi, presente non soltanto nel settore orafo ma nell'economia in genere, l'aumento dei fidi accordati ai soci ha fatto salire il capitale affidato da 4 miliardi 150 milioni, a 4 miliardi 550 milioni.

Al 31 dicembre 1983, risultano iscritte 281 ditte con un saldo attivo di nove unità rispetto allo scorso anno; scarse le posizioni debitorie, comunque largamente coperte dal fondo rischi che passa da 157.745.524 lire del 31 dicembre 1982 a 203.052.267 lire di fine '83.

"Si sta discutendo – ha rivelato il presidente del Consiglio Direttivo – la sua trasformazione in Bot o Cct per aumentarne la redditività, sperando che non venga introdotta alcuna tassazione per tale forma di sottoscrizione pubblica".

"Un aspetto curioso di certi affidamenti – ha continuato Panelli – è rappresentato dall'inutilizzazione per lunghi periodi, il che lascia credere che, a volte, non siano addirittura indispensabili". Sulla questione della S.O.I.P.A., la società che dovrà occuparsi della costruzione del Palazzo degli Affari, il presidente ha spiegato che, in ossequio alla deliberazione del 9 novembre 1982, sono state richieste 100.000 lire pro capite ai soci, ma sinora la somma raccolta ammonta soltanto a 25.500.000 lire: gli inadempienti verranno sollecitati un'ultima volta, quindi si procederà secondo statuto.

Panelli ha poi ricordato la firma della nuova convenzione con la Cassa di Risparmio di Alessandria e l'Istituto Bancario S. Paolo di Torino che ha consentito di portare il limite di affidamento in favore di ciascun socio a 40 milioni, ad un tasso privilegiato che oscilla da un minimo del 17,75% ad un massimo del 19%, a seconda delle diverse forme.

Da questo aggiornamento di capitali il presidente è quindi passato ad una significativa innovazione che consentirà uno svolgimento delle operazioni contabili e l'introduzione di un nuovo importante servizio per i soci: l'acquisto di un computer Olivetti M 30.

Verranno memorizzati nel calcolatore tutti i dati che sarà possibile ottenere nei confronti degli operatori del settore orafo-argentiero, in particolare di quelli che hanno tradito la fiducia dei valenzani.

"Saranno proprio i soci a contribuire all'istituzione di questa utilissima Banca Dati, fornendoci tutte le informazioni occorrenti – ha spiegato Panelli – e in un futuro molto prossimo ciascuno potrà attingere informazioni riservate destinate ad evitare truffe e mancati pagamenti".

Adamo, Eva e le mele d'oro

Il serpente tentatore di oggi non è tenero con i gioiellieri.
Comprati una macchina nuova, sembra suggeringli; il tuo Hi-Fi è superato, gli sussurra; goditi la libertà di una costosissima vacanza in un'isola remota, lo consiglia.
A tentarlo, lusingarlo, a spingerlo verso una bella mela d'oro sono rimasti soltanto i gioiellieri, fortunatamente appoggiati da grandi organizzazioni quali Intergold e De Beers che vorrebbero vedere l'uomo di oggi più disponibile a indossare e mostrare su di sé scintillanti bagliori.
Tutti ci siamo accorti delle imponenti campagne promozionali finalizzate a questo scopo; tutti tranne lui, l'Adamo di oggi che è ancora restio a manifestare un concreto interesse verso i pur splendidi gioielli a lui destinati, come quelli che appaiono nelle pagine seguenti.
Forse è solo questione di tempo.
Fortunatamente per noi, Eva è sempre sensibile al fascino dei gioielli.
Incurante di altre tentazioni è sempre al gioiello che chiede complicità per esaltare bellezza e fascino. Ed è certamente anche per questo manifesto interesse, per questa fedeltà di sempre che il gioielliere tende a concentrare sulla gioielleria femminile tutto il suo impegno e la sua fantasia.
Le attuali campagne pubblicitarie intese a modificare l'atteggiamento dell'uomo verso il gioiello sono sottilmente e abilmente dirette alla donna, la sua compagna. Perciò, Eva amatissima, tentalo tu con una bella mela d'oro... magari valenzana!

Photos: Siniza Blazina
Gowns: Basile
Jewels by: Effe-Vi, RCM, Lani, Nia, Carlo Barberis.

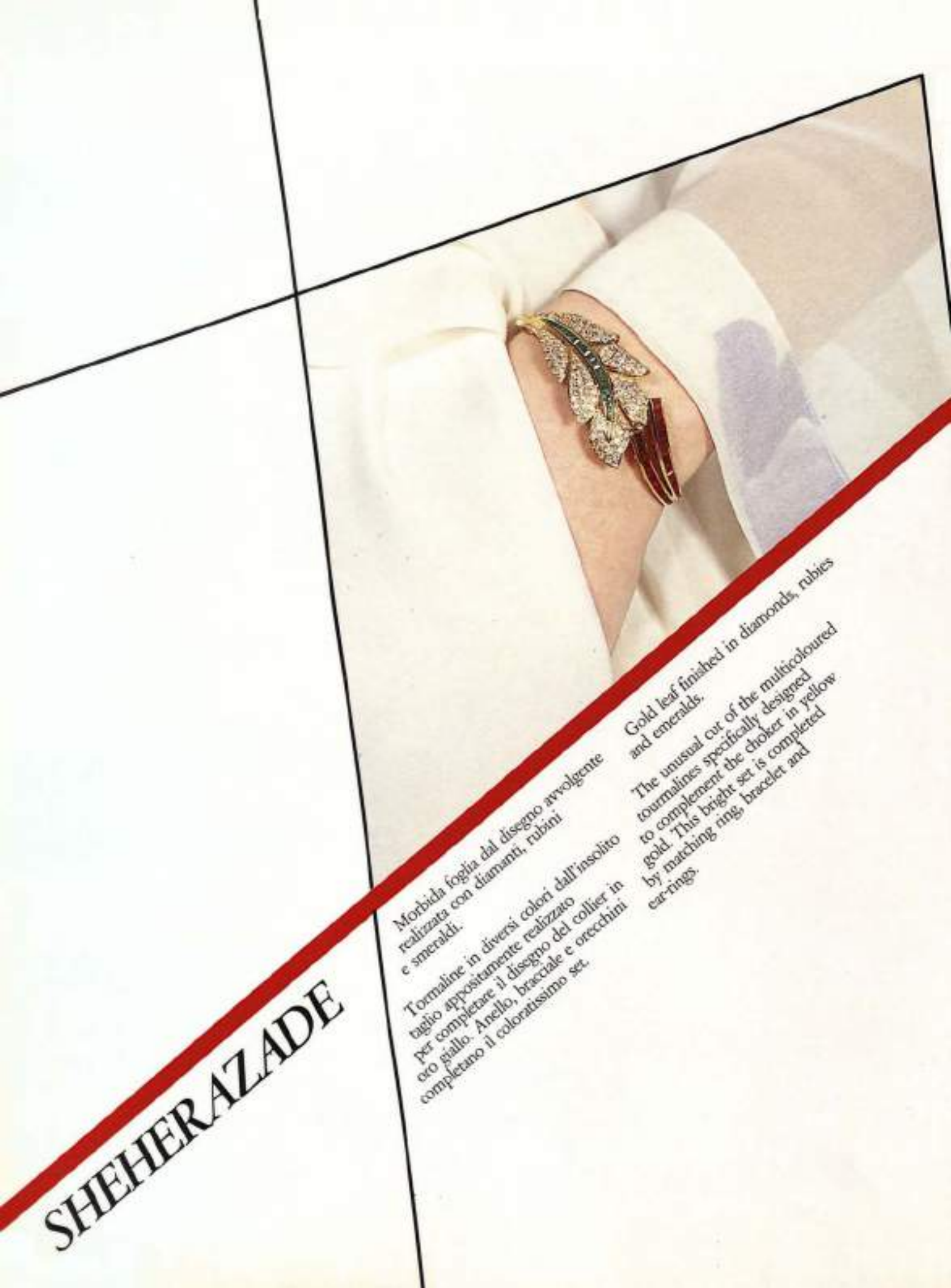
Today's serpent of temptation is not kind to jewellers.
Buy a new car, he seems to suggest; your hi-fi is obsolete, he whicspears; enjoy the freedom of an expensive holiday on a faraway island, he advises.
To tempt Adam, flatter him and push him towards the golden apple there remain only the jewellers, luckily backed-up by big Organizations such as Intergold and De Beers who would like to see the man of today readier to wear and show off sparkling jewels.
We are all aware of the big publicity campaigns with this objective; everybody except him, the modern Adam who is still reticent about showing any interest in the splendid jewelry designed for him such as those which appear in the following pages.
Perhaps it is just a matter of time!
Luckily for us, Eve is always sensitive to the fascination of jewelry. Ignoring other temptations, she turns to jewelry to enhance her beauty and mystique.
And it is certainly due to this interest, this fidelity, that the jeweller tends to concentrate his efforts and fantasy on ladies jewelry. The current publicity campaigns with the objective of changing men's attitudes to jewelry, are subtly aimed at Eve, his partner.
Therefore, beloved Eve, why dont' you empt Adam with a golden apple... made in Valenza?

Originale interpretazione del tema-cuore ottenuta con ametista e brillanti, agganciata a sfere in cristallo di rocca.
The original interpretation in amethyst and diamonds of the heart-theme.

SHEHERAZADE

Quattordici rubini di uguale peso e colore, tagliati a cuore e racchiusi in cornici di diamanti che si succedono in un superbo collier da mille e una notte.

Fourteen heart-shaped rubies of the same weight and colour framed in diamonds make a superb choker of a thousand one nights.



SHEHERAZADE

Morbida foglia dal disegno avvolgente realizzata con diamanti, rubini e smeraldi.

Tormaline in diversi colori dall'insolito taglio appositamente realizzato per completare il disegno del collier in oro giallo. Anello, bracciale e orecchini completano il coloratissimo set.

Gold leaf finished in diamonds, rubies and emeralds.

The unusual cut of the multicoloured tourmalines specifically designed to complement the choker in yellow gold. This bright set is completed by matching ring, bracelet and ear-rings.

SHEHERAZADE

Luminose perle naturali intercalate da grani di smeraldo e anellini di diamanti e rubini. Completano il sontuoso collier orecchini e bracciale realizzati con oltre 100 carati di smeraldi.

Brilliant natural pearls spaced by rings of rubies, diamonds and emerald beads. This set is completed by ear-rings and bracelets with more than 100 carats of emeralds.

PER LUI SOLAMENTE

Oggetti dal disegno essenziale, funzionali, utili. Quando si avvicina al gioiello, l'uomo quasi sempre fissa le sue scelte cercando inconsci alibi: oro, sì, ma per portachiavi, portasoldi, fermacravatte, una fibbia per cintura, tutti oggetti di quotidiana utilità.
Se l'oro è bicolore, ad esempio giallo e grigio come questi, meglio ancora.
Ma poi, come resistere al fascino di un bracciale in oro e acciaio, al piacere di tenere nel taschino uno splendido portapillole chiuso da un rubino, o un portasoldi con diamanti?

George, my sweetheart,
I have stolen your golden pen but
it is so beautiful so inviting.
I love you.
Roxana.

GOLD FOR TWO

Chi ha detto che questi oggetti sono
solo maschili?
Una penna tutta d'oro, un accendino dal disegno
morbido, piacevole al tatto
stuzzicano anche l'interesse di una
donna raffinata.
Firmare un assegno, accendere una
sigaretta diventano momenti "sociali" con una
punta di piacere in più.

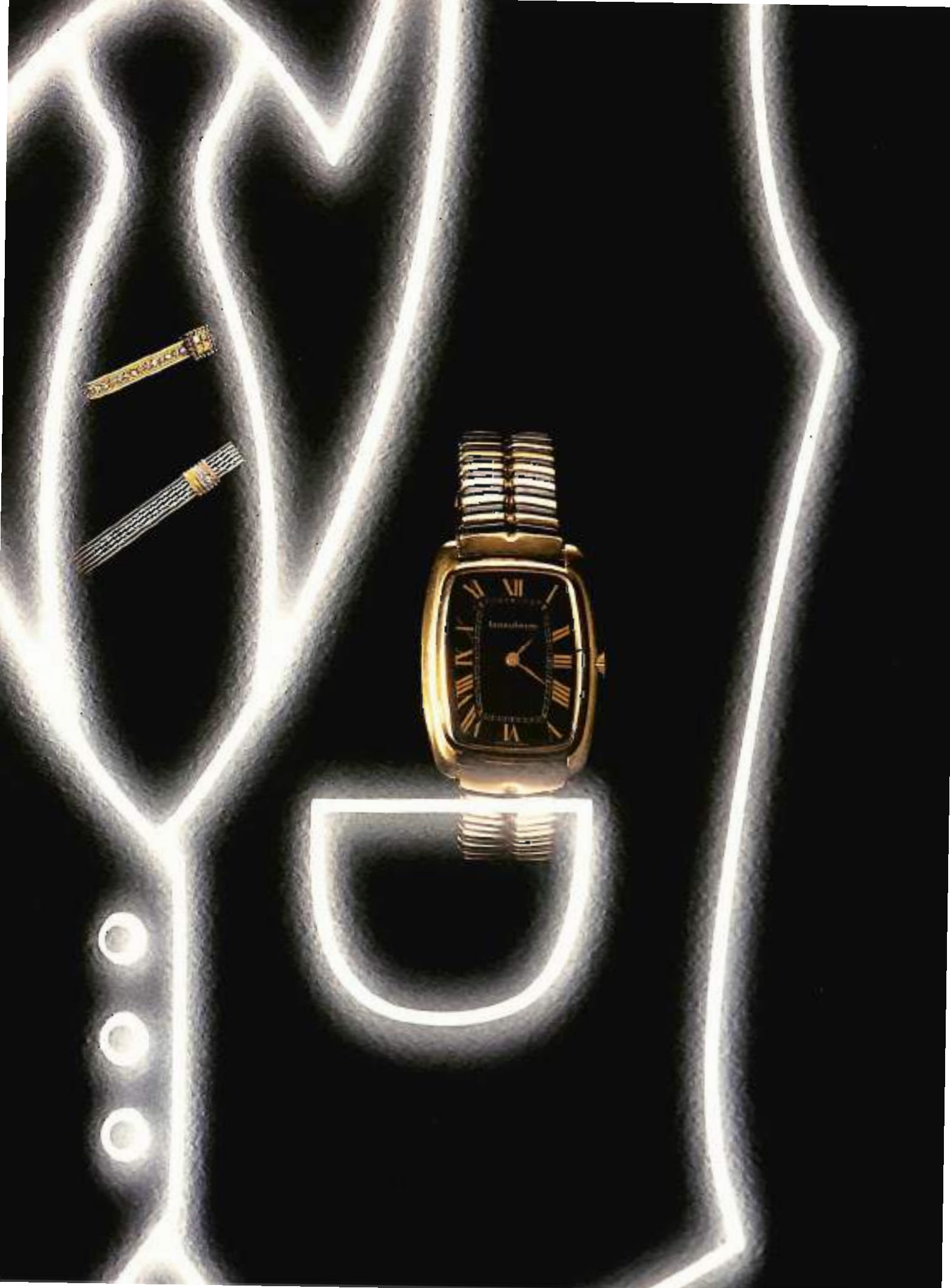


FOTO: ALDO POGGI
LE ORE
DEL SUCCESSO
Smalti, diamanti, oro giallo e grigio, metallo brunito, rubini; rieccoci all'oggetto funzionale, destinato all'uomo che ama i particolari ricercati.
Jewels by Barberis & Prati, R.C.M., Rossignoli, Tinelli, Verdi Elfe-Vi, Dea, Zucchelli.

Nero, filo conduttore che porta
a sorprendenti conclusioni.
Gioiello pensato oggi per la donna
di domani...
Black, the key which opens the door
to different interpretation of a piece
of jewelry.
Jewel designed today for the woman
of tomorrow...

Schematico alternarsi di linee verticali
in oro giallo e metallo nero, illuminate
al centro da brillanti piccoli e discreti
che fanno di questo gioiello un oggetto
anche da giorno.
Stripes of yellow gold alternate with
black metal high lighted in the centre
by small diamonds. A jewel also
suitable for day use.

Graffiante presenza del nero alleggerito
da una miriade di piccoli cerchi scavati
nel metallo. Un diamante giallino
incastonato nel geometrico disegno,
ed ecco un superbo esempio di
gioielleria moderna.
Still in black the modern design
for necklace, bracelet and ring.
In the centre a yellow diamond
set in gold.

VANGUARD...

...OR REVIVAL?

...o successi di ieri rivisitati per rinverdire e riproporre uno stile, l'art déco, tra i più gradevoli nella storia della gioielleria.

...or the triumphs of yesterday to revive the art déco style, one of the most pleasant in the history of jewelry.

Tutto si fa più morbido: gli smalti neri sono chiamati a comporre un disegno figurativo o un'astratta forma geometrica. Oro giallo e brillanti ne definiscono i contorni.

Figures or abstract geometric forms are obtained by artistic use of black enamels and diamonds.

Jewels by Effe-Vi, Pierangelo Panelli, Gianni Bavastro

UN MESTIERE DI MODA

Nicoletta Bronzi

Il fascino del restauro non solo di opere d'arte ma anche di oggetti del vivere quotidiano. La sponsorizzazione culturale. Il contributo della tecnologia.

A cicli alterni assistiamo alla nascita di professioni "di moda": oggi, ad esempio, non c'è ragazzo che non si veda proiettato in un futuro fatto di informatica, computers, microprocessori.

Negli anni '70 è esplosa la moda del restauro dei dipinti.

La ragione forse va cercata nell'alluvione di Firenze del 1966, quando frotte di studenti e volontari, gli "angeli del fango", si riversarono sulla culla dell'arte pronti al salvataggio di libri, quadri, sculture e monumenti. Molti giovani vennero così in contatto con una professione che sembrava fatta apposta per rispondere proprio a quelle necessità di manualità e creatività che in quel periodo reclamavano energicamente.

Quasi contemporaneamente un altro fatto ha contribuito a rafforzare questa tendenza, l'affermarsi di una posizione culturale "neo medievale" che ha riproposto con forza il tema della conservazione dei beni culturali ad ogni livello, dalle opere d'arte agli oggetti che fanno parte del vivere quotidiano.

Naturalmente le cose grandiose hanno sempre più fascino e più attrattive di quelle piccole, così ancora oggi quando un giovane pensa di dedicarsi al restauro, il suo riferimento è costituito da quadri, tavole e affreschi antichi.

I maggiori centri, a livello internazionale, che si occupano della formazione professionale dei futuri restauratori sono quelli di Roma e di Firenze, esistono poi Istituti regionali (in Lombardia a Botticino vicino a Brescia) e naturalmente, come in tutte le professioni di tipo artigianale, l'apprendistato presso laboratori già affermati.

Lo ricettività di posti di lavoro nel

1

2

3

Foto 1 e 2 - Risulta evidente l'intervento di restauro sul dipinto di Giovanni del Biondo, che un precedente restauro aveva completamente snaturato.

Foto 3 e 4 - In queste immagini si documenta il ritorno allo stato originale di un'opera della bottega di Giotto, la Madonna col Bambino proveniente dalla chiesa di Santa Maria a Ricorboli (Firenze). Nel 1629 era stato eseguito un restauro che ne aveva alterato i tratti, l'intervento di restauro del 1967 ha riportato in luce la struttura pittorica originale, tagliando via le parti inferiori irrimediabilmente danneggiate e indicando però con precisioni le reali dimensioni dell'opera.

4

settore non è comunque molto vasta, mentre sarebbero necessari specialisti di restauro di reperti catalogati come "arti minori": arazzi, sculture, ricami, ceramiche, ecc.

A frenare le possibilità di assunzione di nuovi addetti, è sopraggiunto anche il recente taglio dello Stato per quanto riguarda le spese previste per il recupero delle opere d'arte, quadri o monumenti che siano.

I restauratori, che lamentano il fatto di non essere ancora riconosciuti come categoria professionale, lavorano per la maggior parte dei casi dietro richieste delle Sovrintendenze alle Belle Arti, che attualmente hanno a disposizione cifre irrisorie del tutto inadeguate alle esigenze reali.

LA SPONSORIZZAZIONE CULTURALE

Per superare questo impasse, l'unica scappatoia è quella della cosiddetta sponsorizzazione culturale, favorita peraltro da una legge recente che prevede uno sgravio fiscale nei confronti dei contribuenti, privati o società, che finanziano manifestazioni culturali. Ce ne siamo accorti tutti, penso, visto che da un po' di tempo vediamo che le più grosse mostre, spettacoli, restauri sono accompagnati dal marchio di una o più aziende.

Ma non si deve pensare che per sponsorizzare un restauro occorra necessariamente un investimento di centinaia di milioni; in realtà, ci è stato detto, non tutti gli interventi sono di dimensioni mastodontiche, ed anzi è ben accettato anche il più piccolo contributo (per intendersi anche poche centinaia di migliaia di lire).

5

6

Basta rivolgersi alle Sovrintendenze locali per accordarsi sul tipo di intervento desiderato; dopo aver ottenuto l'approvazione del Ministero si potrà passare alla realizzazione del restauro con il relativo attestato per lo sgravio fiscale.

IL MESTIERE

Quando si pensa al lavoro del restauratore, immaginiamo grandi laboratori luminosi in cui, nel silenzio assoluto, si lavora per mesi al cavalletto, tra l'odore acre di vernici e solventi. Paola Zanolini, giovane ma già affermata restauratrice, si arrabbia quando in un salotto qualche signora le invidia la possibilità di compiere un lavoro così romantico.

"Certo, dice, si lavora al cavalletto, ma anche sui ponteggi in Chiese non riscaldate, per pulire affreschi di dimensioni enormi".

E mentre parla stira due tele, con il pensiero preso dal problema di trovare una betoniera in affitto in cui poter impastare la pasta di legno necessaria per pulire gli affreschi della Chiesa di S. Maurizio a Milano.

Come in altri settori che abbiamo preso in considerazione, anche nel caso di restauro di quadri e affreschi le tecniche operative sono tecniche tradizionali.

Foto 5, 6, 7 e 8 - Fasi successive dell'intervento di restauro su un trittico di Mariotto di Nardo. Eliminate le parti totalmente false, si sono sostituite con semplificazioni volumetriche che pur differenziandosi dalle parti originali, fanno meglio comprendere la struttura complessiva originale.

9

La tecnologia più avanzata, le scoperte dell'industria chimica, si sono rivelate utili soprattutto dal punto di vista dell'analisi dei pezzi da restaurare. Oggi è possibile vedere se una tela o una tavola hanno subito interventi successivi, in quale epoca e con quali materiali.

Così come nel caso degli affreschi è possibile rilevare con esattezza la natura dell'intonaco, e questo è importantissimo per la scelta dell'intervento da effettuare e dei materiali da usare.

Certo, rispetto a qualche decennio fa, oggi esiste una gamma molto vasta di prodotti chimici adatti a risolvere tutte le esigenze, ma il metodo di lavoro in sè è più o meno lo stesso di sempre.

Quello che è cambiato, dall'800 ad oggi, è semmai la concezione stessa di restauro. Nel secolo scorso restaurare un quadro significava non solo pulirlo, ma anche "abbellirlo", completarlo nelle parti deteriorate o del tutto scomparse.

Dall'ultimo dopoguerra, invece, è invalso l'uso del restauro come "ritorno all'origine", per riportare cioè l'opera al suo stato iniziale, togliendo tutte le manomissioni successive e lasciando vuoti gli spazi perduti.

Successivamente si è rivalutato l'aspetto "storico" dell'opera, considerando importanti per la sua comprensione anche certi passaggi o trasformazioni subite nel tempo.

Oggi esistono tendenze diverse a seconda della sensibilità e dell'orientamento dei vari esperti li responsabili delle Sovrintendenze alle Belle Arti. Certo, nessuno si sogna di ricostruire grandi lacune, ma a volte c'è chi ritiene legittimo completare piccoli particolari per rendere più efficace la lettura dell'opera.

10

Tecniche diverse esistono anche per quanto riguarda il modo di trattare gli spazi che sono andati perduti secondo due "scuole" che derivano dai due centri di Roma e Firenze.

Nel primo caso la "toppa" viene lasciata in colore neutro, nel secondo viene trattata con una sovrapposizione di colori che ne smorzano il contrasto con la parte dipinta.

A Roma e a Firenze fanno capo un po' tutti i laboratori, per scambi di esperienze e aggiornamento su nuovi metodi di analisi o nuovi prodotti da usare, perché se è vero che le linee di intervento sulle opere vengono decise dalle Sovrintendenze, è anche vero che l'apporto personale del singolo restauratore o del laboratorio sono fondamentali; e oltre alla conoscenza tecnica, di "mestiere", data dalla lunga esperienza, è importantissima la sensibilità di chi lavora su una materia così preziosa.

Per essere un bravo restauratore occorre insomma una certa "vocazione" come ha tenuto a ribadire Guido Fiume, che da anni si dedica a questa professione coadiuvato dalla moglie, conosciuta tra i cavalletti dell'Accademia di Brera, non diciamo quanti anni fa, ma abbastanza credo da poter definire la loro "una lunga unione dedicata all'amore per il restauro".

Foto 9 - Il momento emozionante del ritrovamento del Cristo in Pietà nella Cattedrale di Santa Reparata a Firenze, sopra a cui fu costruito il Duomo di Santa Maria del Fiore.

Foto 10 - Affresco dopo il restauro (particolare).

L'OSCURA NASCITA DI UNA STATUA DI BRONZO

Nino D'Antonio

Un antico primato di Napoli.
Una fonderia di Posillipo riproduce modelli ricavati da originali esistenti nei vari musei.
Le fusioni "per caduta" e l'opera di cesello.
Fusione di sculture contemporanee e la statuaria sacra.

L'aria è acre e sa di bruciato, di zolfo, di terra appena scavata.

Il centauro enorme giganteggia al centro della grotta, tra il giallo marcito del tufo.

L'uomo, piccolo, vi gira intorno con la fiamma, bruciando qua e là nitrato di rame. Il bronzo reagisce, si colora di fuoco, s'apre al verde pompeiano che la mano continua a spennellare.

Le grotte di Posillipo: massi di tufo enormi, ciclopici, che segnano l'andamento della celebre collina che ha dato il nome ad una famosa scuola di pittura e ispirato tante celebri canzoni. Le grotte a mare sono il feudo dei pescatori (un tempo anche di Raffaele La Capria: ricordate Ferito a morte?); quelle a monte servono d'inverno da ricovero ai gozzi, o ospitano piccoli cantieri.

È un ambiente fermo nel tempo, fra caverne che s'inseguono come in un labirinto, contorte, altissime, dove il cielo, lontano, s'affaccia fra le spaccature della roccia.

Qui, dove le voci fanno subito eco e il tufo si sfalda sotto la mano, opera una tra le più importanti fonderie del Mezzogiorno, tra le poche senza dubbio in condizioni di realizzare opere di particolare livello artistico.

E questo primato le viene, in particolare, da due elementi che poi sono determinanti in questo tipo di lavoro: il rispetto sacrosanto del mestiere sotto tutti gli aspetti, in ogni particolare (da noi fare statue – mi dice un cesellatore – è come andare indietro di parecchi secoli) e la disponibilità di una straordinaria manodopera che oggi è il vero capitale dell'azienda.

Intanto qui non esistono tempi di lavorazione. L'orologio non si concilia con questo tipo di lavoro.

L'arte non ha mai sopportato scadenze e nessuno può dire un quanto tempo viene fuso, raspinato e cesellato un pezzo.

La patinatura del centauro, ad

esempio, dura tre giorni. Paziente e meticolosa. E non si sa quando finisce. Il pezzo fa coppia con un altro già spedito ad un museo del Nevada ed il colore deve risultare identico.

Pesa oltre tre quintali ed è stato ricavato dall'originale esistente al Museo Capitolino di Roma.

Fondere pezzi del genere è un'impresa. E non solo per le eccezionali proporzioni della statua. La fusione per caduta conserva tutte le incognite di un tempo perché è rimasta quella di un tempo.

Dall'antichità greco-romana alla storica fusione del Perseo (per la quale Cellini mandò a fuoco la casa) la tecnica non è cambiata.

È empirica, primitiva, magica, mi dice Attilio De Luca, un artista che passa dalla fusione alla modellatura di un pezzo con estrema disinvoltura.

Soprattutto magica. Non esistono infatti regole, criteri, strumenti ai quali chiedere appoggio. Tutto è nelle valutazioni di chi fonde, nella sua capacità di stabilire a colpo d'occhio la tenuta della buca, e poi la temperatura del metallo, la velocità con cui scorre attraverso le mandate, il suo progressivo raffreddamento.

Basta trascurare un dettaglio e la fusione si trasforma in un fallimento. Un mestiere senza regole e senza macchine, fatto di sensibilità e di ansie, di incognite e di magia non poteva che trovare il suo terreno più fertile a Napoli, dove le fusioni hanno precedenti illustri nei reperti di Ercolano e di Pompei, e dove la presenza di un museo archeologico che è tra i primi del mondo ha offerto sempre un'eccezionale materia da riprodurre.

Con questo entroterra di civiltà l'arte di far statue di bronzo, di riprodurre lucerne e candelieri, coppe votive e fauni danzanti si è venuta via via affinando. E questo grazie a certi caratteri temperamentali dei

Il processo di fusione prende l'avvio da un modello in cera, a sua volta ricavato da un originale di argilla o di gesso. Se l'originale (vale a dire l'opera modellata dallo scultore) è di notevole proporzioni, la cera viene sezionata in più parti. L'importante, in ogni caso, è il ritocco, che viene curato personalmente dall'autore. Sulla cera devono infatti essere presenti tutti i particolari dell'originale.

Foto 1 - Sul positivo in cera si applicano una serie di tubicini, anch'essi di cera, detti "mandate". I tubi vengono disposti in maniera da convergere tutti in un medesimo punto, attraverso il quale verrà poi fatto colare il metallo.

Foto 2 - La cera, stretta nel suo traliccio di tubi, rivestita di materiale refrattario sino a darle la forma di un grosso pane. Successivamente sarà messa in forno, dove la cera si scioglie.

napoletani nei quali la componente artistica, quanto mai viva, li ha spinti da sempre verso quelle forme di arte minore nelle quali si sono rivelati eccezionali maestri.

Basti pensare all'intaglio del legno in epoca barocca, alle porcellane settecentesche di Capodimonte, ai pastori del Sammartino.

L'arte di fondere, raspinare e cesellare un pezzo rientra perciò nell'alveo di questa tradizione, nel clima di fervore creativo che ha sempre caratterizzato l'artigianato artistico napoletano.

Se in una piazza di Londra o di Vienna, di Leningrado o di Chicago vi capita di ammirare un gruppo, una fontana, una statua di bronzo e siete abbastanza curiosi e pazienti da ricercare il nome del fonditore scoprirete che nella maggior parte dei casi si tratta di un pezzo fatto a Napoli.

Solo cinquant'anni fa la città vantava infatti oltre dieci fonderie (senza contare le piccole manifatture) accreditate in tutto il mondo.

I musei consentivano di ricavare i modelli dagli originali, e questo faceva affluire richieste da tutti i paesi, specie da quelli del continente americano privi di un'antica civiltà alle spalle.

Riproduzioni perfettissime, tali da ingannare anche un occhio esperto, sapientemente invecchiate di millenni attraverso mille accorgimenti che li rendevano anche nel colore in tutto simili all'originale.

La patina scavi, ad esempio, permetteva di realizzare il Fauno con otre, con l'identica azione di corrosione e di morsura che i secoli avevano condotto sull'opera lungamente sepolta.

Poi, dopo la splendida fioritura dell'Ottocento verista (e pensiamo a Gemito, a D'Orsi, a Cifariello) che accredita ulteriormente la fama e la perizia delle fonderie napoletane,

Foto 3 e 4 - La forma, opportunamente raffreddata, viene sotterrata in modo che non abbia possibilità di cedere sotto la pressione del metallo fuso, durante l'operazione di collaggio.

questa grande tradizione comincia a disperdersi.

Per quei fenomeni spesso inspiegabili, ma che non sono estranei ad un nuovo modo di intedere la casa e ad una minore disponibilità a viverla, questo straordinario patrimonio di manodopera si va a mano a mano assottigliando.

Numerose fonderie chiudono, altre si riducono a piccole manifatture non più in grado di realizzare opere di particolari dimensioni. Qualcuno però avverte il pericolo ed interviene.

Prima che maestri artigiani così difficili a formarsi siano assorbiti da attività affini o si trasferiscano in altri centri recluta tutta la manodopera disponibile richiamando anche quelli che già si sono indirizzati verso altri settori.

Progressivamente, e con costanza, la fonderia di Posillipo recupera tutti i raspinatori ed i cesellatori che avevano con il loro lavoro qualificato le manifatture napoletane.

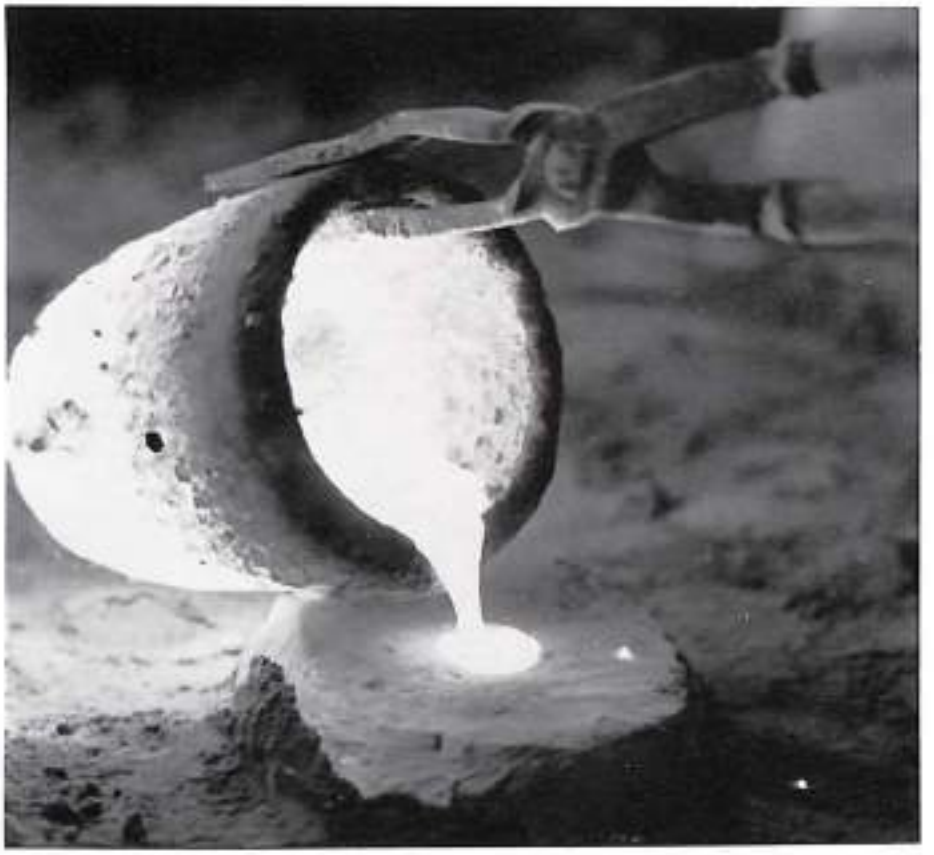
Più che un'impresa a scopo commerciale è un'operazione culturale, perché affianco ai maestri si raccoglie un gruppo di giovani apprendisti ai quali trasmettere l'eredità del mestiere.

Il punto di forza di questo primo nucleo è il clan dei fratelli De Luca, che operano nelle grotte di Posillipo. È una famiglia di fonditori che ha realizzato in oltre due secoli di attività opere senza confronti.

Don Vincenzo De Luca, fra l'altro, ebbe un affettuoso sodalizio con Gemito e firmò il famoso leone di Piazza della Borsa a Napoli.

Sotto la spinta del nipote Attilio negli anni cinquanta, la seconda campagna acquisti: quella relativa al recupero dei modelli ricavati dagli originali esistenti nei vari musei.

La fonderia di Posillipo ha oggi il più grosso patrimonio di calchi, ma continua ad operare perché forme preziosissime (i musei, ripeto, non



concedono più autorizzazioni a riprodurre! non vadano perdute. E spesso, sulla scorta dei ricordi degli stessi dipendenti, i De Luca ripercorrono a ritroso l'iter che ha portato una forma da una fonderia all'altra quando non è finita tra il ciarpame di un rigattiere.

Oggi, per fortuna, la grande eredità del passato è in salvo. I modelli da un lato e la manodopera dall'altro permettono di realizzare con la perfezione di un tempo qualunque opera. E la città ha recuperato il suo antico prestigio in questo campo, come provano le continue richieste da parte di istituzioni culturali e di privati per la fusione di opere che vanno dalla statuaria romana a Verrocchio a Donatello a Gemito.

Anche nell'area dell'arte contemporanea, Napoli ha ritrovato il suo posto, e numerosi sono gli scultori, non soltanto meridionali, che preferiscono fondere qui i loro pezzi.

"A parte la bravura di questi artigiani", mi ha detto lo scultore Mario Giovannetti di Bologna, "è la straordinaria intesa che si stabilisce a garantire degli esiti perfetti.

Qui la tua opera diventa la loro, e anche quando ti dichiari soddisfatto loro continuano a lavorare per darti di più". Ma quali sono i punti qualificanti di un bronzo realizzato a Napoli? A parte la qualità della fusione, due requisiti emergono a prima vista: l'opera di cesello e la patina. E sul paziente lavoro di bulino sarà bene spendere qualche parola.

Cesellare un pezzo, specie se si tratta della riproduzione di un'opera d'arte, è sempre un'operazione piena di incognite. Intanto chi opera non è l'esecutore distaccato di un modello: il cesellatore è in ogni caso un artista, magari non dotato di una compiuta espressione creativa, ma pur sempre in grado di interpretare e rendere il pezzo a suo modo. Direi, anzi, che più bravo è il cesellatore e più cresce il rischio di un suo

Foto 5 - Avvenuta la fusione, si rompe la forma e il pezzo arriva al banco. Comincia a questo punto l'operazione di raspinatura, destinata ad eliminare tutte le incrostazioni di superficie e, successivamente, quella di cesello. Siamo alla fase più delicata e squisitamente artistica della riproduzione di una scultura: quella che esalta la bellezza di un pezzo e ne sottolinea la particolare fattura.

intervento, con la fatale conseguenza di allontanare sempre più il pezzo dall'originale.

Ed è un rischio superabile solo attraverso un lungo e severo autocontrollo, rinsaldato giorno dopo giorno dalla confidenza con i capolavori del passato, perché la tentazione fa capolino ad ogni segno lasciato dal bulino, e proprio per quei particolari che sono, poi, la spia per una lettura psicologica dell'opera: il taglio della bocca, l'inclinazione dello sguardo, la piega di una ruga. Ottenere che il cesellatore rispetti rigorosamente tutto questo è quasi un miracolo, e a Napoli hanno imparato a compierlo.

Anche la patina è un processo pieno di insidie. Per ottenere certi esiti, bisogna operare alla maniera antica vale a dire con gli ingredienti e la tecnica di un tempo.

E il fatto che i coloranti erano una volta tutti ricavati dalla polvere di determinate pietre complica non poco le cose.

Cercare queste pietre, oggi non più reperibili in loco, e preparare con esse le tinte da bruciare al nitrato di rame, è un mestiere che non ha più molti seguaci.

Eppure, a livello di restauro, la fedeltà a queste tecniche è pregiudiziale per una sicura conservazione dell'opera. Educati ad un distacco e ad una impersonalità quasi nordica, questi maghi del bronzo d'arte sembrano non avere più niente di napoletano.

Almeno così mi preparavo a credere, sino a quando non si è diffuso nell'aria l'aroma insistente del caffè, insieme ad un filo di voce: lo te vurria vasà...

Foto 6 - La patinatura è l'ultima fase di lavorazione. A fuoco viene fissata la "tinta", che può essere bronzo scuro, detto "cinquecento fiorentino", o verde. Quest'ultima si usa quasi esclusivamente per pezzi i cui originali provengono da scavi archeologici.

I DALI' D'ORO

Nicoletta Branzi

Oreficeria come mezzo di alta espressione artistica. Spunti dalla vita di tutti i giorni, dalla simbologia sacra e dalla mitologia. Intreccio di miti e simboli attuali e antichissimi.

È innegabile la differenza del grande pubblico nei confronti della cosiddetta oreficeria moderna.

Una differenza che probabilmente ha radici profonde ma che andrebbe sradicata e riportata sul piano di una legittima scelta di gusto personale e di valore di ogni singolo artista.

Così come i grandi artisti del passato, i contemporanei mettono nelle loro opere esperienza, gusto, creatività, genio, ma naturalmente i temi su cui lavorano sono temi attuali, come attuali sono le forme e i segni.

Il caso di Salvador Dalì potrebbe essere preso proprio come emblema di questa situazione, dato che nella sua produzione sono presenti costantemente passato e presente, legati da una grande passione per la ricerca del "bello".

Ne è testimonianza la mostra che si è tenuta recentemente a Firenze presso l'Istituto e Museo di Storia della Scienza: "I Dalì d'oro".

Per Dalì l'oreficeria e la gioielleria rappresentano un mezzo di alta espressione artistica e non un'arte minore, anzi, tiene a precisare che il valore dei più famosi pezzi della gioielleria di tutti i tempi va di gran lunga al di là di quello rappresentato dai materiali preziosi con cui si realizza.

I suoi pezzi di gioielleria possono essere oggetti d'uso o semplicemente ornamenti da ammirare, la cui vitalità esiste proprio nel momento in cui sono guardati e goduti dal pubblico.

Nei "5 Poliedri Segreti", esposti a Firenze, Dalì riprende un tema antico quanto l'uomo: il desiderio di riuscire a scomporre i segreti della natura riducendoli a forme geometriche pure.

Ogni poliedro rappresenta uno degli elementi fondamentali della natura: il cubo è l'immagine della terra, l'ottaedro il simbolo dell'aria, l'icosaedro la fluidità dell'acqua e il tetraedro l'eleganza del fuoco.

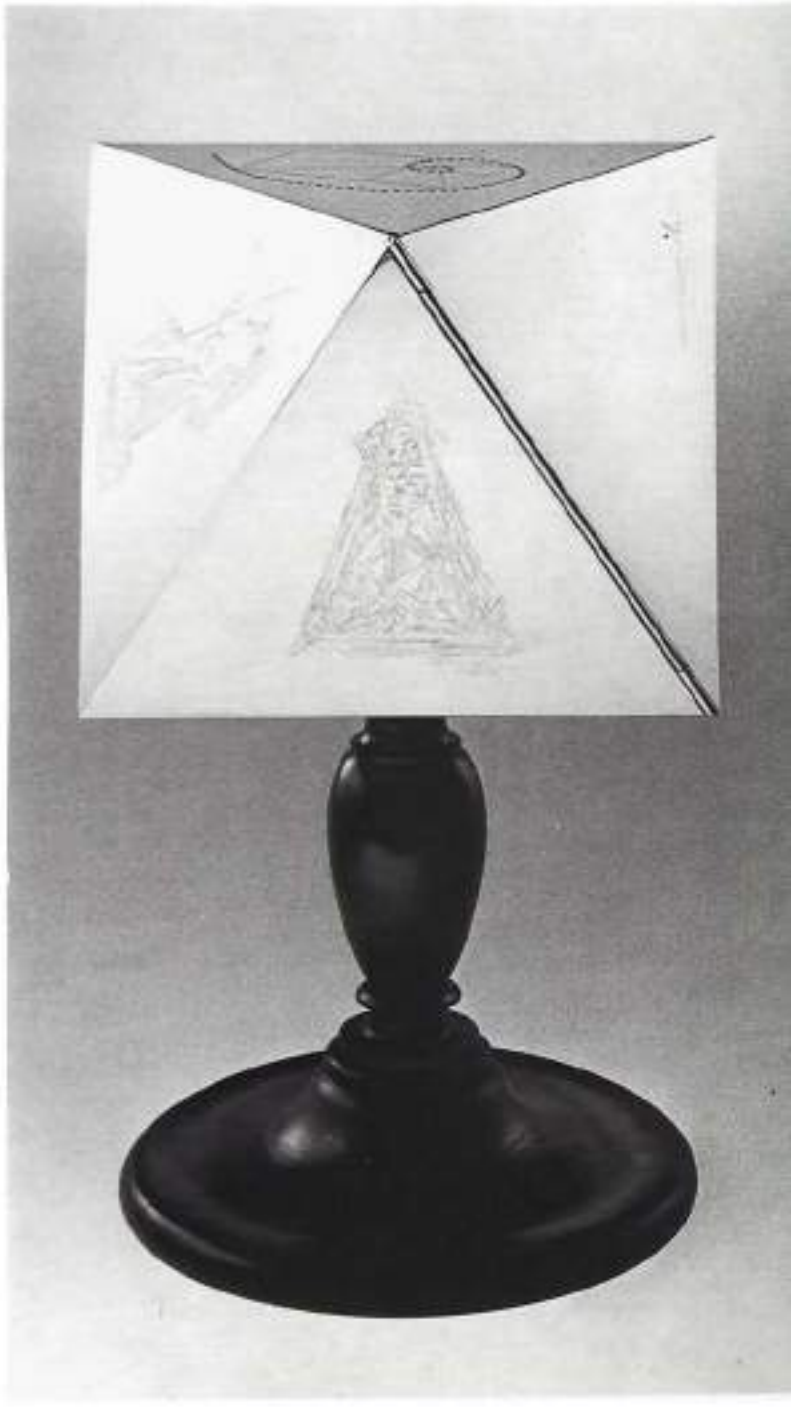
Il quinto solido, il dodecaedro, rappresenta il tramite e il risultato dell'unione degli altri quattro.

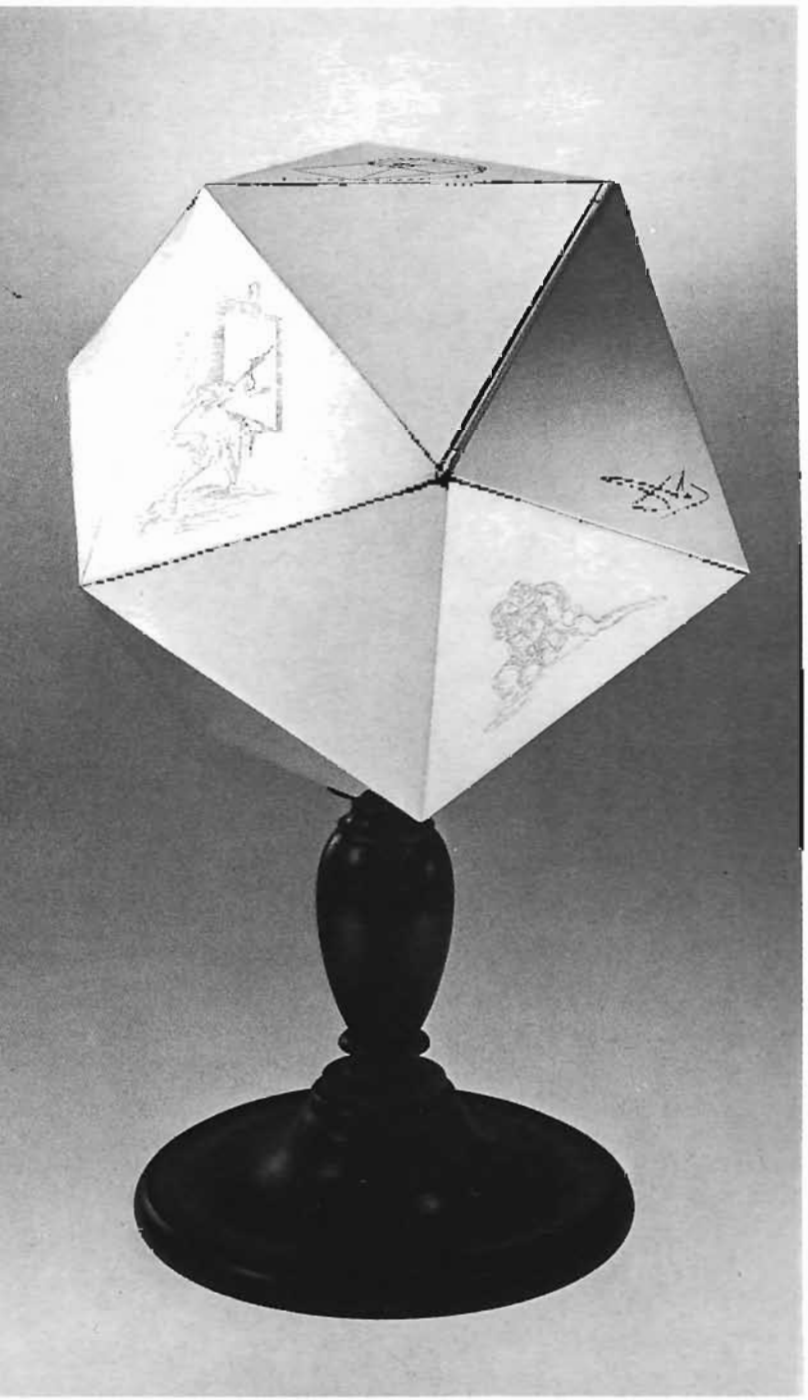
Sulle facce dei solidi sono incise immagini riprese dagli studi di Leonardo.

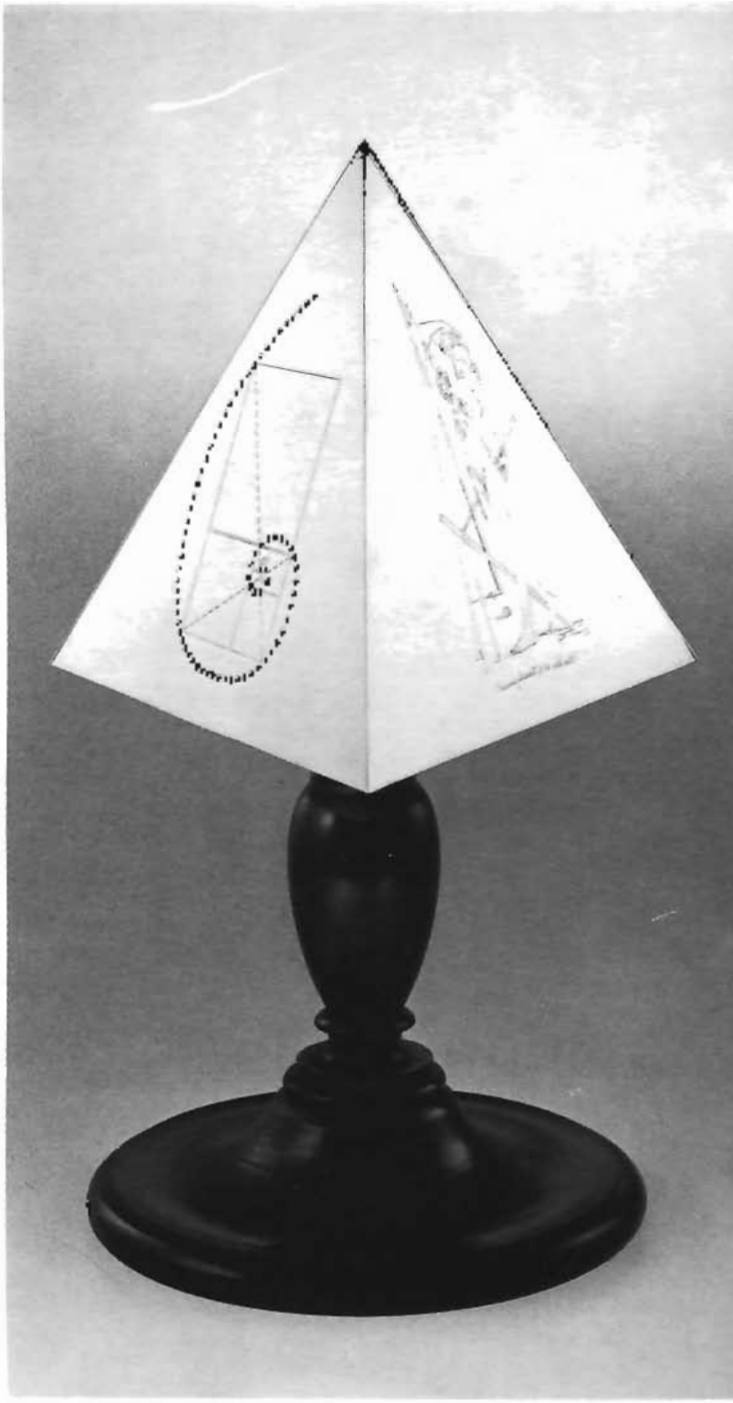
1 - Nel motivo di Esculapio il serpente è arrestato da un enigmantico uovo, perfetto nella sua forma.

2 - Una seconda interpretazione del Caduceo: coppa in diaspro multicolore nella quale si specchia l'oro del serpente.

3/4 - Riprodotti in oggetti tridimensionali i cinque poliedri regolari che Leonardo da Vinci disegnò per il monaco-matematico Luca Pacioli e da questi inseriti nella sua opera "De divina proportione".
Cubo: immagine della terra.
Ottaedro: simbolo dell'aria.







5 - 6 - 7 - Dalì esalta i poliedri regolari simbolici dei quattro elementi. In questa riproduzione: icosaedro, fluidità dell'acqua; tetraedro, eleganza del fuoco; dodecaedro, la perfezione.

8 - Portaritratto in oro su base di ametista.

Un altro prodotto famoso dell'oreficeria dell'artista spagnolo è costituito dai "Dalì d'oro", monete con incisa l'effige di Dalì e della moglie Gala, realizzati in quattro diverse misure. Collezionate da amatori come medaglie o monete, sono state utilizzate da Dalì per comporre pezzi ornamentali figurati che prendono spunto dalla vita di tutti i giorni come dalla simbologia sacra o dalla mitologia.

L'ultimo tema presentato nella mostra fiorentina dedicata all'artista, riguarda due interpretazioni della verga di Esculapio, il Caduceo: un serpente che si arrampica su un tronco di albero. Anche in questo caso i due oggetti sono il risultato di un fitto intreccio di miti e simboli antichissimi.

Per Dalì infatti, la ricerca artistica negli oggetti preziosi deve riallacciarsi alla tradizione rinascimentale collegando intimamente però le interpretazioni antiche con le più attuali.

UN TEATRO QUASI SOCIALE

Franco Cantamessa

Affannosa ricerca di finanziamenti. Area e materiali barattati con ghiacciaie e ammazzatoio per il macello. Dalle sfarzose luci dell'opera alla dimessa "luce rossa" dei nostri giorni.

Il Teatro Sociale di Valenza, in stile neoclassico, ma eretto nell'800, presenta una sua storia per molti aspetti interessante.

Esso ha sede ove prima sorgeva la chiesa di San Francesco, in stile gotico, sorta a sua volta su una precedente chiesa romanica.

San Francesco prese fuoco nel 1842 e ben poco si salvò, se non parte delle mura perimetrali.

La chiesa di San Francesco occupava l'area dell'attuale piazza Verdi, mentre ove ora si trova il Teatro Sociale v'erano la sagrestia e l'educandato.

Sette anni dopo l'incendio il Sindaco di allora, Cav. Alessandro Cassolo, mise all'asta il terreno e relative rovine per la edificazione di case di abitazione. La chiesa si trovava proprio in prossimità di corso Garibaldi, la "contrà granda".

Poiché l'asta andò a vuoto (la crisi della edilizia non è un fenomeno solo di oggi!) si cominciò a pensare di erigere un teatro "intendendo con questo soddisfare ad un desiderio venuto ragionevolmente a manifestarsi fra questa popolazione, siccome corrispondente alle esigenze dei tempi di progrediente civilizzazione" (dai verbali delle sedute di Consiglio).

Si riteneva di rientrare delle spese con l'utile ricavato dalla vendita dei palchi (o logge). Nel 1854 il comune tentò di contrarre un prestito con la Cassa Depositi e prestiti, ma il Ministero allora in carica "dicea per allora non potersi promuovere per la Sovrana attenzione". (Già allora la Cassa dei Comuni era molto parca!).

Il Consiglio allora deliberava "di cedere gratuita l'area e materiali a chiunque vi avesse aspirato, con l'obbligo di loro riedificazione mediante costruzione di un fabbricato civile, Teatro, Ridotto, con Piazzale e Portici, chiedendo in contropartita tre palchi per sé, le ghiacciaie e l'ammazzatoio per l'adiacente Macello".

Era un po' troppo: anche questa volta nessuno si presentò all'appello, ma il Comune non desistette.

Furono sollecitate le più abbienti famiglie valenzane a fondare una società per l'erezione del Teatro e con questa il Comune iniziò le trattative.

Il Comune cedeva l'area ad un canone d'affitto puramente nominale, e chiedeva per sé due "logge", di cui

una in primo ordine. Erano i tempi in cui andava diffondendosi l'amore per la musica lirica ed ogni città tendeva ad avere un teatro: questione di prestigio ma anche di irredentismo, dal momento che fu attraverso l'opera lirica che il Risorgimento italiano potè mietere maggiori proseliti.

Persino nelle chiese gli organi sonavano musiche profane tratte dalle più famose arie d'opera. Quello di Valenza, infatti, coevo del Teatro Sociale, presenta una struttura armonica propriamente adatta a quei tipi di musica, con registri come "la banda turca" i "campanelli" "la grancassa" eccetera.

Sorsero come è naturale numerose questioni fra Comune e Società del Teatro. Fu discussa l'altezza delle finestre sul muro di conta prospicente il Macello, la ricostruzione in altro luogo di un pozzo che veniva a trovarsi su quel confine, la ricostruzione in altro luogo delle pubbliche latrine per le stesse ragioni, il numero dei palchi del Comune, la precisa posizione della facciata del Teatro sulla "Contrada Grande".

Finalmente si approvò la edificazione in Consiglio Comunale, con la seguente motivazione: "Per essere dotato il paese di un monumento che traducendo in atto uno dei più vivi desideri della generalità degli abitanti, rispondesse ai bisogni dei tempi e stesse a nuovo decoro e lustro del paese, dotando la città di uno stabilimento che le progredienti civili costumanze del secolo riconoscono non pur utili, ma necessarie in simili centri di popolazione".

Il 23 Novembre 1856, Vittorio Emanuele II, Re di Sardegna, di Cipro, di Gerusalemme, eccetera, eccetera, dichiarava con proprio decreto, controfirmato da Urbano Rattazzi, il "nulla osta" alla costruzione. Il regolamento del Teatro, approvato nel '23 dalla assemblea dei palchettisti, è interessante per verificare quali funzioni erano svolte nell'ambito di quella istituzione.

La Direzione stabiliva le epoche delle stagioni teatrali, la manutenzione dell'edificio, poteva conceder l'uso del Teatro per accademie, recite, balli di società, riunioni di cittadini, banchi di beneficenza eccetera. Per le conferenze politiche la domanda doveva essere accompagnata dalla firma della metà più uno dei soci palchettisti.

Vi era poi una disciplina per gli impresari, per il Maestro di Musica, "su cui cadrà sempre la responsabilità ed il biasimo se, per difetto di prove sufficienti, uno spettacolo fosse andato in scena senza la dovuta precisione e convenienza".

Anche per gli attori la disciplina era ferrea: "è vietato a gli attori portare o farsi portare commestibili alle prove o rappresentazioni, di uscire dal teatro prima del finire delle medesime, e parimenti di scendere dal palcoscenico nel tempo delle rappresentazioni in cui sono impegnati".

Inoltre "essi non possono introdurre sul palcoscenico e nei camerini, alcuna persona che non sia impiegata nel Teatro, e l'articolo successivo è ancora più chiaro: "è pure proibito agli uomini di introdursi nei camerini delle donne e viceversa".

Ed ancora "è proibito in Palcoscenico l'uso dello scaldapiedi o di altra cosa contenente fuoco, ed è proibito di fumare, stare in crocchio, cantare, fischiare o disturbare altrimenti chi recita canta o prova, di fare atti di approvazione o disapprovazione e di lasciarsi vedere dal pubblico fra le quinte durante le rappresentazioni.

Questi Valenzani dovevano essere ben indisciplinati per dover regolamentare in maniera così curiosa!

All'Orchestra ed ai suoi componenti era "espressamente proibito di abbandonare durante il corso dello spettacolo o delle prove il posto loro assegnato in orchestra.

Meno male che con ogni probabilità non fu mai eseguita la "Sinfonia degli addii" di Haydn, ove gli orchestrali usano abbandonare il loro posto con il loro strumento al termine della partitura, fino a che ne restano in scena due o tre.

Erano inoltre previsti un medico chirurgo, inservienti vari, bollettinai, portieri, che "non lascieranno entrare in Teatro cani ed altri animali dietro gli attori, inservienti e spettatori", un custode, un macchinista.

È davvero un peccato che tanta tradizione sia andata dispersa.

Il Teatro Sociale necessita di energici restauri, ed anche il suo utilizzo è ridotto ai 5 spettacoli teatrali l'anno del Centro Comunale di Cultura, peraltro in netto calo di abbonamenti.

Nel teatro Sociale funziona anche l'unico cinema di Valenza aperto al pubblico per sei giorni la settimana a "luce rossa". (È forse per risparmiare sulla energia elettrica?).

Valenza Città Dormitorio: potrebbe essere un buon titolo per un'opera da presentarsi al Teatro Sociale!

L'OPINIONE DEGLI ESPERTI

Roberto Capezzuoli

L'andamento del dollaro sul mercato dei cambi e l'evoluzione dei tassi d'interesse continueranno ad avere una influenza dominante sui prezzi dell'oro anche nel 1984. La predizione, forse priva di fantasia ma non certo di realismo, è comune a tutte le analisi e a tutti i rapporti riguardanti l'oro che sono stati pubblicati nei primi due mesi dell'anno. Ma fra i vari commenti vi sono altri punti di contatto che, sia pure basati su semplici previsioni, assumono un particolare interesse.

Uno di questi punti è la sostanziale stabilità delle quotazioni che dovrebbe caratterizzare l'anno in corso.

Secondo la Rudolf Wolff, una delle più note case di mediazione di Londra, i prezzi dell'oro rimarranno compresi tra i 350 e i 450 dollari per oncia troy, con oscillazioni derivanti dai due elementi sopra citati (l'andamento del dollaro e dei tassi d'interesse), ma meno sensibili di quanto sia avvenuto in passato.

L'assunto della Wolff si basa su argomenti decisamente plausibili: i prezzi non caleranno sotto i 350 $ perché le Banche centrali, presso cui sono ammassate notevoli quantità di metallo giallo, hanno tutto l'interesse a difendere il valore delle riserve auree, mentre l'incognita dovuta alle vendite dell'Unione Sovietica influirà poco sui corsi, anche perché il miglioramento verificato nei raccolti agricoli russi imporrà un minor import di cereali e, quindi, un inferiore fabbisogno di valuta estera (che tradizionalmente Mosca ricava appunto con la vendita di metalli preziosi).

A ciò si aggiunge il fatto che l'oro, a quotazioni inferiori ai 400 dollari, rappresenta ancora un bene d'investimento indubbiamente attraente e non insensibile alle tensioni politiche internazionali (come è stato confermato in febbraio dai rincari concomitanti con l'aggravarsi della situazione di crisi nel Medio Oriente).

Altrettanto improbabile però è un rilancio oltre quota 450 $. La Wolff ritiene che il ruolo di difesa contro l'inflazione e quello di bene-rifugio di fronte alle tensioni internazionali siano destinati ad attenuarsi nel caso di rincari superiori, anche perché molti piccoli investitori appaiono tuttora scoraggiati dal rapido ribasso accusato dall'oro in sintonia con il calo dei prezzi del petrolio (febbraio 1983).

In questo quadro soltanto l'aggravarsi della situazione debitoria dei Paesi del Terzo Mondo potrebbe spingere a massicci investimenti nel campo dei metalli preziosi.

Sia pure con argomenti lievemente più tecnici, il parere è condiviso anche dalla tedesca Degussa e dalla britannica Sharps e Pixley, che prevedono per il metallo giallo un 1984 all'insegna di una lenta e cauta ripresa.

Una previsione che, se verrà confermata dai fatti, dovrebbe avvantaggiare gli utilizzatori, in grado di pianificare gli acquisti e di elaborare listini di prezzi meno oscillanti, favorendo così le vendite.

D'altra parte uno degli altri punti focali del 1984 dovrebbe essere lo sviluppo delle richieste da parte dell'industria e dell'artigianato.

I sintomi di un aumento della domanda in questi settori sono già avvertibili e ad esse l'Intergold attribuisce un'importanza tutt'altro che trascurabile.

Il consumo industriale occidentale dovrebbe salire dalle 890 tonnellate del 1983 alle 1050 di quest'anno, grazie al fatto che i tassi d'interesse non paiono destinati a salire (quindi il costo del denaro non sarà così alto da frenare le inziative imprenditoriali) e grazie al fatto che la ripresa economica statunitense promette di rilanciare i consumi del settore oreficeria e gioielleria. Sempre secondo la Intergold, nel 1983 le vendite negli Usa sono salite del 12-15% e quelle europee sono calate quasi del 20%.

Il 1984 dovrebbe far recuperare al vecchio continente il tempo perduto; di qui la stima di consumi per l'oreficeria a 850 tonnellate, contro le 700 tonnellate dello scorso anno. Inoltre lo sviluppo dei mercati a termine in Estremo Oriente e la cautela tradizionalmente dimostrata da Mosca nelle vendite di oro dovrebbero contribuire a sostenere le quotazioni. Come si vede, tutte le previsioni paiono improntate a un cauto ottimismo.

Un ottimismo che traspare anche dai commenti di Alberto Quadrio Curzio, uno dei più autorevoli studiosi del mercato dell'oro, che in diverse pubblicazioni italiane analizza positivamente sia lo sviluppo dei prezzi nel 1983 che le prospettive per l'anno in corso.

Nel 1983 infatti le quotazioni hanno dimostrato un'eccezionale "tenuta", alla luce delle violente impennate del dollaro (valuta in cui è espresso il prezzo dell'oro), e nonostante altri elementi potenzialmente "ribassisti", come il contenimento dell'inflazione, il ribasso dei prezzi del petrolio, lo stato di "assuefazione" nei confronti delle crisi internazionali.

Secondo Quadrio Curzio quindi l'oro brilla ancora, grazie a un'offerta rigidamente sotto controllo, a una discreta domanda per la gioielleria e a un timido ritorno dei piccoli investitori.

La conclusione ("Mondo Economico", 28 dicembre 1983) è che a un forte rilancio dei corsi manca solo il massiccio ritorno della speculazione.

Ma la spinta in tale direzione potrebbe venire da un cedimento del dollaro sul mercato dei cambi o da un aggravarsi delle crisi finanziarie nei Paesi in via di sviluppo.

DAI MERCATI FINANZIARI

IN LUSSEMBURGO LE CONTRATTAZIONI SULL'ORO ESENTI DA IVA

Lussemburgo - Le transazioni sull'oro in Lussemburgo continueranno ad essere esenti da IVA sintanto che i paesi della CEE non si accorderanno su una armonizzazione delle imposizioni in materia. Lo ha reso noto il primo ministro lussemburghese, Pierre Werner, nel corso di una conferenza sull'oro alla quale è intervenuto anche Samuel Montagu. Secondo Samuel Montagu i recenti tentativi americani di regolamentare i mercati a termini delle materie prime sono falliti e l'obiettivo di arrivare ad una maggior trasparenza del mercato, attuato dalla Commissione per gli scambi a termine, si è rivelato inaccettabile per gli operatori in buona fede. Le nuove norme USA, anzi, potrebbero spingere gli operatori verso mercati dell'oro con regolamenti meno severi, quali Londra, Hong Kong, Singapore, Australia e Brasile.

SALITE DEL 28% LE VENDITE DI KRUGERRAND

Johannesburg - Nei primi undici mesi del 1983 le vendite di krugerrand sono ammontate complessivamente a 3,28 milioni di once di oro con un incremento del 28% rispetto ai 2.565.800 once di oro di tutto il 1982.

Nello scorso mese di novembre, secondo quanto riferisce la Intergold, le vendite di krugerrand sono ammontate a 351.719 once di oro lievemente inferiori alle vendite del precedente mese di ottobre che sono state di 378.693 once, ma sensibilmente superiori alle 262.462 once del novembre '82.

LE VENDITE DI KRUGERRAND IN GIAPPONE E AD HONG KONG

Hong Kong - Le vendite nette di krugerrand sul mercato di Hong Kong sono ammontate nei primi dieci mesi del 1983 a 104.320 once contro 102.767 once del corrispondente periodo del 1982. Lo ha detto il presidente esecutivo della Intergold per l'Estremo Oriente, Hood, aggiungendo che in ottobre con vendite di krugerrand per 30.533 once ci si è avvicinati al record del novembre 1981 quando sono state vendute 33.932 once.

In Giappone le vendite di krugerrand hanno denunciato, invece, un sensibile calo, ammontando nei primi dieci mesi dell'83 a 71.059 once contro 144.053 once dell'intero 1982.

Sul mercato giapponese il krugerrand non riesce a competere con i lingotti sia per ragioni fiscali sia per la preferenza mostrata dai giapponesi per il platino.

IN CRESCITA L'EXPORT ISRAELIANO DI DIAMANTI

Tel Aviv - Le esportazioni israeliane di diamanti nel corso del 1983 sono aumentate dell'11%, superando in valore il miliardo di dollari. Tale miglioramento è dovuto esclusivamente ai maggiori acquisti di pietre preziose da parte del mercato statunitense che assorbe il 43% dell'export israeliano. Nel 1982 le esportazioni israeliane di diamanti avevano toccato i 900 milioni di dollari mentre il record è stato stabilito nel 1980 con 1,4 miliardi di dollari.

PER ARGENTO E PLATINO NUOVO MERCATO A TERMINE A TOKYO

Tokyo - Con i primi mesi del 1984 avranno inizio le contrattazioni a termine dell'argento e del platino al "Tokyo Gold Exchange".

Argento e platino saranno quotati in yen per grammi e verranno trattati in lotti minimi rispettivamente di 10 kg e di 500 grammi.

IN BELGIO È AUMENTATO IL FATTURATO SUI DIAMANTI

Anversa - Il settore dei diamanti in Belgio ha registrato lo scorso anno un giro di affari di 311 miliardi di franchi, circa 10 mila miliardi di lire, con un incremento del 14% rispetto all'anno precedente. Lo rende noto il Consiglio superiore del diamante di Anversa, secondo il quale le esportazioni di pietre tagliate sono aumentate lo scorso anno del 10,4% in peso e del 12,4% in valore per raggiungere gli 84 miliardi di franchi.

VERRÀ PRODOTTO PIÙ ORO NEL 1984

Londra - La produzione mondiale di oro nel corso del 1984 dovrebbe essere di 46,21 milioni di once contro i 44,52 milioni prodotti nel 1983. La stima è del "Gold Institute", il quale precisa che nel prossimo anno la produzione aurifera dovrebbe aumentare ulteriormente a 48,6 milioni di once e raggiungere nel 1986 i 49,53 milioni di once.

Il maggior incremento dovrebbe segnarlo il Brasile la cui produzione nel 1986 dovrebbe raggiungere i 2,6 milioni di once contro 1,42 milioni dello scorso anno. In aumento anche la produzione cinese che dovrebbe passare da 1,83 milioni di once dell'83 a 2,15 milioni dell'86.

Più contenuto l'incremento della produzione aurifera sovietica che dai 9,1 milioni di once del 1983 dovrebbe salire nel 1986 a 9,61 milioni.

TURCHIA FISSA IL PREZZO DELL'ORO PER IL 1984

Ankara - La Banca Centrale Turca ha reso noto che il prezzo ufficiale dell'oro per il 1984 sarà di 13,62 dollari al grammo (prezzo compratore) e di 14,96 dollari (prezzo venditore) contro 11,23/12,067 dollari dell'83.

IN AUMENTO SINO AL 1990 LA PRODUZIONE SUDAFRICANA DI ORO

Pretoria - La produzione aurifera sudafricana dovrebbe aumentare da qui al 1990 da 680 a 720 tonnellate per poi scendere intorno alle 570 tonn. entro la fine del secolo. In particolare nel 2005 la produzione di oro in Sudafrica dovrebbe attestarsi a sole 400 tonn. Tali previsioni sono state avanzate dal vice presidente della Camera delle Miniere nel corso di una conferenza sui metalli preziosi.

Tali previsioni non tengono, però, conto della entrata in funzione di nuove miniere e partono dal presupposto che il prezzo del metallo rimanga stazionario intorno ai 370 dollari per oncia.

Tenendo conto dell'entrata in produzione di nuove miniere l'esperto sudafricano ha aggiunto che entro il 2000 la produzione aurifera del suo paese potrebbe essere di 670 tonn. mentre nel 2005 dovrebbe attestarsi intorno alle 560 tonn. Tuttavia ha concluso il vice presidente della Camera delle Miniere la realtà porta a collocarsi a metà delle due ipotesi.

NUOVA MINIERA DI ARGENTO NEL MAINE

Pembroke - La "Scintilore Exploration Ltd." ha reso noto che i sondaggi effettuati nella zona di Big Hill (Maine) hanno dato esito positivo confermando la presenza di argento, stimata in 2,56/4,57 once per short tons e di zinco e piombo.

IN USA UN PROGETTO PER MONETE D'ARGENTO

Washington - Il Tesoro USA sta studiando la possibilità di commercializzare monete coniate con argento degli stocks governativi. Un gruppo di esperti ha preparato lo studio per il Tesoro dopo che il senatore James McClure aveva presentato una proposta per utilizzare 105 milioni di once di argento del surplus della scorta federale per la coniazione di monete di argento.

A LONDRA INIZIATE LE CONTRATTAZIONI SU NUOVA MONETA DI PLATINO

Londra - Agli inizi dello scorso mese di novembre sono iniziate a Londra le contrattazioni su una nuova moneta di platino, "the noble", il cui ruolo sarà pari a quello del krugerrand per le monete d'oro. Il lancio della moneta è stato deciso da un accordo di cooperazione tra il Governo dell'Isola di Man, dove "the noble" ha corso legale, e la ditta londinese Ayrton Metals alla quale spetta l'esclusiva della commercializzazione mondiale. Il valore di 500 o più monete avrà un premio del 3-4% sul prezzo del platino sul mercato libero, mentre per quantitativi inferiori il premio raggiungerà un massimo del 6%.

MIGLIORA L'ATTIVITÀ SUI DIAMANTI AD ANVERSA

Anversa - Le esportazioni di diamanti del Belgio sono ammontate lo scorso anno a 135 miliardi di franchi contro i 121 miliardi dell'82, mentre le importazioni sono ammontate a 122 miliardi di franchi contro i 110 miliardi dell'82.

Nonostante questo lieve aumento dell'attività il mercato diamantifero, secondo gli esperti di Anversa, permane caratterizzato da un aumento delle vendite da parte dell'India mentre sembrano flettere le offerte da parte dell'Unione Sovietica e di Israele.

IMPORTAZIONI GIAPPONESI DI METALLI PREZIOSI

Tokyo - Nel corso del 1983 il Giappone ha importato 104,41 tonn. di oro (escluse le monete), sensibilmente inferiore al quantitativo (139,76 tonn.) importato un anno prima.

Sono diminuite anche le importazioni di argento che nel 1983 sono ammontate a 422.450 kg. contro i 517.604 kg; del 1982.

Con l'inizio del nuovo anno sono invece aumentate le importazioni di platino che hanno toccato i 3.023 kg. contro i 2.551 kg. del precedente mese di dicembre.

NEL NORD DAKOTA NUOVE PROSPEZIONI PER GIACIMENTO AURIFERO

New York - La "Viable Resource Inc." e la "St. Joe American Corp." hanno raggiunto un accordo per la continuazione delle prospezioni che un'altra società aveva iniziato un paio d'anni fa in una proprietà della "Viable".

La stessa "Viable" ha reso noto che nella zona è stata accertata la presenza di argento ed oro in quantità, almeno per quanto riguarda l'oro, sfruttabili.

IN INGHILTERRA PER EVITARE FRODI L'IVA ANCHE SUL ROTTAME D'ORO

Londra - A partire dallo scorso mese di febbraio i raffinatori britannici di rottame aureo hanno adottato, su richiesta del governo, lo speciale schema Iva già in vigore dal novembre scorso sull'oro bullion e sulle monete d'oro. Il provvedimento è stato deciso per evitare possibilità di frodi, in quanto autorizza l'acquirente a pagare direttamente l'Iva all'ufficio delle imposte anzichè al venditore.

ORO IN RIALZO NEI PROSSIMI MESI SECONDO GLI ESPERTI

Londra - I prezzi dell'oro potrebbero salire di circa il 10% nei prossimi mesi, favoriti dal riaccendersi di fenomeni inflazionistici negli Stati Uniti e dal possibile ribasso del dollaro. I recenti rialzi, però, sono dovuti quasi esclusivamente a fattori tecnici, secondo Mathis Cabiallavetta, esperto della "Unione di Banche Svizzere", poiché è ancora carente la domanda di investimento.

Secondo il capo economista della Camera delle Miniere sudafricana a sostenere il rialzo dei prezzi dell'oro nei prossimi mesi sarà soprattutto la richiesta da parte dell'industria e della gioielleria.

Secondo la Intergold la domanda di oro nel corso del 1984 dovrebbe raggiungere le 1.050 tonn. contro le 890 dello scorso anno e le 1.090 del 1982.

Dal canto suo il ministro delle finanze del Sudafrica, Horwood, ha chiesto nuovamente che l'oro venga reintegrato ufficialmente nel sistema monetario internazionale, poichè i diritti speciali di prelievo non sostituiscono una valida alternativa.

Secondo Horwood le banche centrali potrebbero convertire parte delle loro riserve auree in "ecu" depositando l'oro presso il Fondo Monetario per operazioni "swap" a breve. A sua volta l'ecu potrebbe essere usato come strumento di compensazione.

LA CINA POTREBBE RADDOPPIARE LA PRODUZIONE AURIFERA CON TECNICHE MODERNE

Pechino - La Cina potrebbe raddoppiare la sua produzione aurifera entro il 1990, qualora adottasse sistemi estrattivi più efficienti, invece di quelli semi artigianali attualmente in uso.

Esperti del settore calcolano che attualmente la Cina produca 45 tonnellate di oro all'anno, collocandosi all'ottavo posto tra i produttori mondiali, ma con tecniche più sofisticate potrebbe inserirsi al quarto o quinto posto.

Solo una minima parte del paese, osservano gli stessi esperti, è stata oggetto di prospezione minerarie condotte con tecnologie moderne. Ma in questo settore, a differenza di altri, le difficoltà sono soprattutto di natura politica poichè il Governo di Pechino non vuole controlli stranieri sulle ricchezze naturali.

SE NON CONOSCETE I NOSTRI PROGRAMMI SULLA QUALITA', COME FATE A VENDERE LA QUALITA'?

De Beers
Il nome dei diamanti.

DE BEERS

1984 L'ANNO DELLA QUALITA'.

4C

Tutto ciò che riguarda la Qualità dei diamanti da quest'anno diventa fondamentale per la vostra professione. Perché i vostri clienti la cercheranno, la chiederanno, la esigeranno. Per questo vi regaliamo un libro sulla Qualità. Perché contiene tutte le informazioni, tutti i nostri programmi, tutte le operazioni, tutto il materiale promozionale che metteremo a vostra disposizione: insomma, tutto ciò che renderà l'anno della Qualità del diamante un anno di Qualità per il vostro lavoro.

Un diamante è per sempre.

Per ricevere il libro "1984 L'Anno della Qualità" compilare e spedire al Centro Promozione del Diamante - Via Durini, 28 20122 Milano

Nome e Cognome o ragione sociale della Gioielleria

_____

Indirizzo_____

Città_____

Telefono_____

ART LINE

di Ceva & C. snc

Fabbrica Gioielleria

Via Martiri di Lero, 9
Tel. (0131) 94275
15048 Valenza
1131 AL

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

15048 Valenza - Viale B. Cellini, 28 - Tel. 0131/953261

Balduzzi & Gulmini

chiusure per collane

FABBRICA OREFICERIA

creazione propria

BARBIERATO SEVERINO

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

GIUSEPPE BENEFICO

BRILLANTI
PIETRE PREZIOSE
CORALLI

MILANO
Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA
Viale Dante, 10 - Tel. 93.092

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

Fabbrica Oreficeria e Gioielleria

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

CATTAI F.lli

ORAFI GIOIELLIERI

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

2286 AL

MARCO E RENZO CEVA GIOIELLIERI

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

Marchio 328 AL

COVA GIANCARLO & C. S.N.C.

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Via Prevignano, 41 - San Salvatore Monferrato (AL) - Tel. (0131) 33354
1396 AL

CANTAMESSA FRANCO & C.

PRODUZIONE GIOIELLERIA E COMMERCIO PREZIOSI
VIA GIUSTO CALVI, 18 - TEL. 0131/92243 - VALENZA - 408 AL

DITTA ESPOSITRICE ALLA MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO - STAND 515

effe pi GIOELLI

fabbrica gioielleria-oreficeria
di ELIO PERON

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

ESSEBI di Siligardi Alberto

Fabbrica Oreficeria

Piazza Gramsci, 7 - Tel. 0131/93431 - 15048 Valenza - 2000 AL

FRACCHIA & ALLIORI
GIOIELLERIA

Lavorazione anelli con pietre fini

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

Marchio 945 AL

Fabbrica Gioielleria - Oreficeria

MARIO LENTI
15048 VALENZA
Via Mario Nebbia, 20
Telefono (0131) 91.082
483 AL

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

ERMES MORAGLIO

LABORATORIO OREFICERIA - LAVORAZIONE PROPRIA

15048 VALENZA - Via B. Cellini, 63 - Tel. (0131) 91228

1983 AL

B. TINO & VITO PANZARASA

DAL 1945
OREFICERIA E GIOIELLERIA
della migliore produzione valenzana

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

gian carlo piccio

OREFICERIA GIOIELLERIA

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

AL 1317

RACCONE & STROCCO

chiusure per collane e bracciali

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

SISTO DINO

FABBRICANTE
GIOIELLIERE
EXPORT

CREAZIONI FANTASIA

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

EUGENIO TORRI s.p.a.

CREAZIONI GIOIELLERIE OREFICERIE

piazza s. giovanni in laterano, 18 - roma - tel. (06) 777652-775738

filiale: viale galimberti, 26 - valenza - tel. (0131) 953775
laboratorio: via rossini, 4 - valenza - tel. (0131) 953795

2561 AL - n. export m 709102 - telex n. 614317 torri i

VALENTINI & FERRARI

OREFICERIA GIOIELLERIA

15048 VALENZA - VIA GALVANI 6 - TEL. 0131 93105

MARCHIO 1247 AL

VALENZORO

di Bellotto & Ferrante

artigiani
orafi gioiellieri

Viale Vicenza, 9 Tel. 0131.91820
15048 Valenza

2108 AL

VALORAFA

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

VARONA GUIDO

FABBRICA OREFICERIA

ANELLI BATTUTI
CON PIETRE SINTETICHE E FINI

MONTATURE

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

*La nostra esperienza
in questo settore
ci pone all'avanguardia
nel mercato assicurativo
e di questo
ne fanno fede
le maggiori
Associazioni orafe italiane
delle quali
siamo gli assicuratori
di fiducia.
Tutto questo
ci permette
di affrontare qualsiasi
natura di rischio
e di coprirlo
adeguatamente
mantenendo i premi
estremamente
concorrenziali.*

ibro INSURANCE s.r.l.

IL
PROFESSIONISTA
DELLE
ASSICURAZIONI

Centro Commerciale PACTO
SPALTO MARENGO (AL)
TEL. (0131) 323091 (4 linee)

30171 MESTRE (VE)
VIA ROSA, 44 (P.ZA SICILIA)
TEL. 041 - 984678/958113/987317

20133 MILANO
VIA ZANELLA, 51
TEL. 02 - 729341

TELEX
215039 IBRO AL - I

CF

1821

Fratelli Ceriana s.p.a. Banca

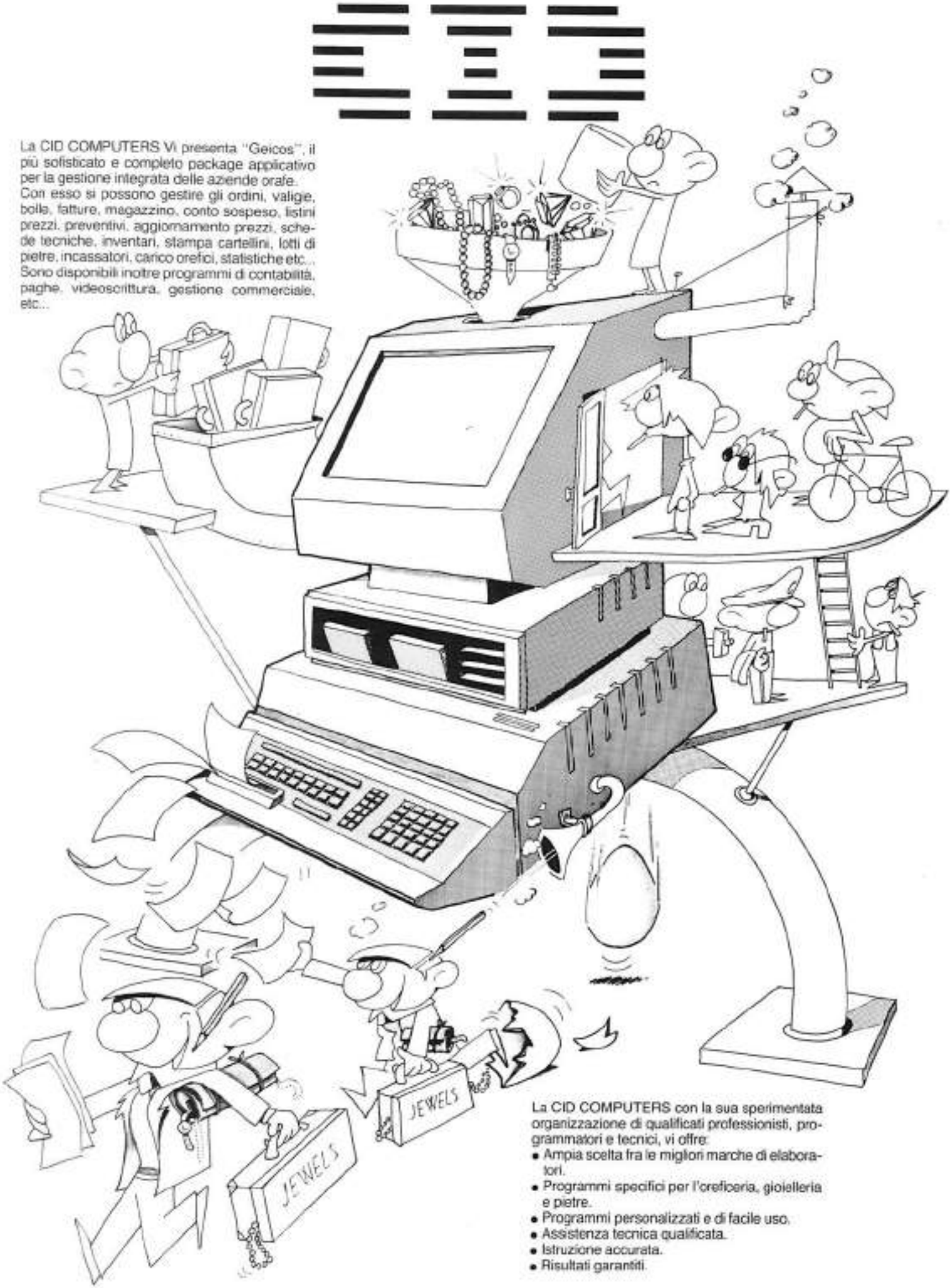
Art. Director MAURIZIO SERFON

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

MADE IN VALENZA

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

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



La CID COMPUTERS Vi presenta "Geicos", il più sofisticato e completo package applicativo per la gestione integrata delle aziende orafe.
Con esso si possono gestire gli ordini, valige, bolle, fatture, magazzino, conto sospeso, listini prezzi, preventivi, aggiornamento prezzi, schede tecniche, inventari, stampa cartellini, lotti di pietre, incassatori, carico orefici, statistiche etc...
Sono disponibili inoltre programmi di contabilità, paghe, videoscrittura, gestione commerciale, etc...

La CID COMPUTERS con la sua sperimentata organizzazione di qualificati professionisti, programmatori e tecnici, vi offre:

- Ampia scelta fra le migliori marche di elaboratori.
- Programmi specifici per l'oreficeria, gioielleria e pietre.
- Programmi personalizzati e di facile uso.
- Assistenza tecnica qualificata.
- Istruzione accurata.
- Risultati garantiti.

CID COMPUTERS: Via Tolstoi, 17 - Tel. 0131/344418 – P.zza Marconi, 38 - Tel. 0131/42978 – 15100 ALESSANDRIA

BARBERO & RICCI

OREFICERIA - GIOIELLERIA - EXPORT

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

Basilea: Halle 13 stand 415 - Vicenza (gennaio/giugno): stand 257

Valenza (marzo/ottobre): stand 536

ditta Scorcione felice
di Vitale licio

pietre preziose

15048 VALENZA - VIALE B. CELLINI, 42/44 - TEL. 0131/91201

15048 Valenza Po
viale Galimberti, 26
(condominio Arpino)
T. 0131/953864-953865

di Lunghi Luigi & C.

Banca Popolare di Novara

AL 31 DICEMBRE 1981

Capitale	L. 18.837.815.500
Riserve e Fondi Patrimoniali	L. 568.192.764.624
Fondo Rischi su Crediti	L. 56.327.869.860

Mezzi Amministrati oltre 11.487 miliardi

371 Sportelli e 94 Esattorie

Uffici di Rappresentanza a Bruxelles, Caracas, Francoforte sul Meno, Londra, Madrid, New York, Parigi e Zurigo.
Ufficio di Mandato a Mosca.

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

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

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

J&G insurance

RAPPRESENTANZA GENERALE PER L'ITALIA
S.W. TAYLOR & CO. LLOYD'S BROKER

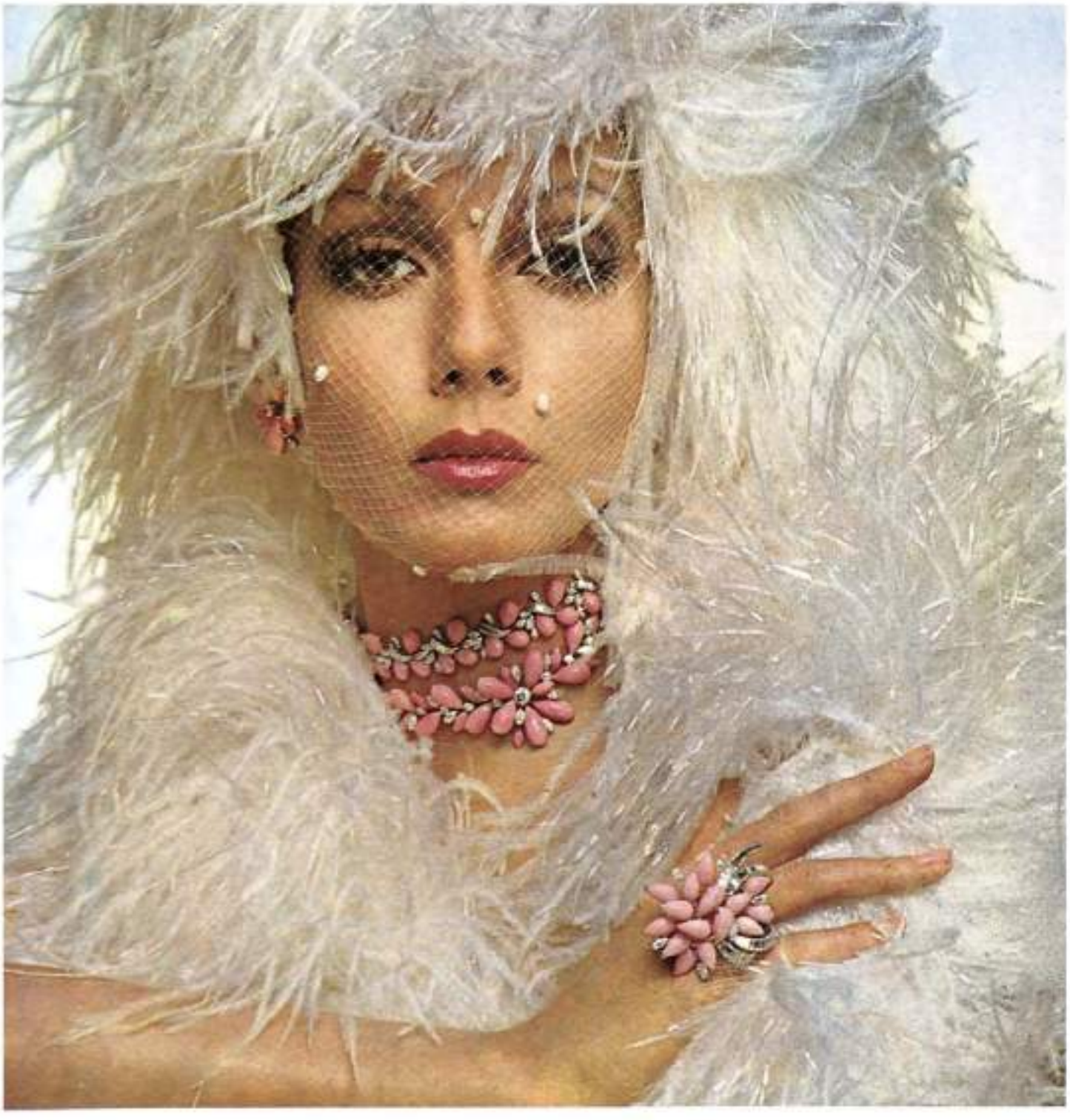
JEWELLERS AND GENERAL INSURANCE S.R.L.

La J. & G. In. s.r.l. è lieta di annunciare
a tutti i **Soci della "Associazione Orafa Valenzana"**,
l'apertura dei suoi nuovi uffici in Valenza,
Corso Matteotti n. 74 - Tel. 0131/954506,
e si augura di poter offrire in tal modo agli Associati
un servizio sempre migliore,
nello spirito di reciproca collaborazione che sempre
ha contraddistinto il nostro rapporto, in conformità
ai principi della esistente **Convenzione Assicurativa**
tra la J. & G. In. s.r.l.
e la "Associazione Orafa Valenzana".

IL SIG. REMO MARCOMINI È A DISPOSIZIONE DI TUTTI GLI ASSOCIATI PER L'ASSISTENZA ASSICURATIVA

Sede - Viale Mazzini 144 - 00195 ROMA - (06) 3595940-315498 - Telex 721466 JEGIN I
Filiale - Corso Matteotti 74 - 15048 VALENZA - (0131) 954506

BIEMME snc laboratorio gioielleria oreficeria via F.lli Rosselli, 10/a 15048 Valenza Tel. 0131 94852



Giuseppe
Benefico
brillanti, pietre preziose, coralli
Viale Dante, 10 - Tel. 92326 - Valenza

VALENZA HA CIRCA 1.200 AZIENDE ORAFE
700 SONO ASSICURATE CON NOI
UNA RAGIONE CI SARÀ!

GOGGI
ASSICURAZIONI

ASSICURAZIONI SU:

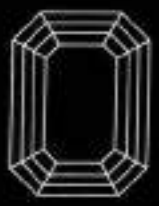
FURTI
RAPINE
MOSTRE
SPEDIZIONI
PORTAVALORI
ECC...

SENZA NESSUN SCOPERTO O FRANCHIGIA
E SENZA LIMITI DI COPERTURA

UFFICI:
ALESSANDRIA - P.za TURATI 5 - TEL. 56238 - 41772
VALENZA - P.za GRAMSCI 15 - TEL. 952767
TELEX 211848

KIMBERLEY GROUP

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



PINO & MORTARA
s.n.c.
VALENZA

diamanti e pietre preziose

viale Dante, 24
tel. 93.592 - 93.478
telex 21051

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

LUIGI TORRA

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

St. Photochron - Valenza

Leva Santino

PRODUZIONE MONTATURE
EXPORT IN TUTTO IL MONDO
CATALOGO CON PIÙ DI 1000 MODELLI COLLEZIONE 83-84

O.V. - Inviatemi gratuitamente il vostro nuovo catalogo 83-84

Ditta

Indirizzo

15048 VALENZA - VIA CAMURATI, 12 - TEL. 0131-93118

GIORGIO TESTERA

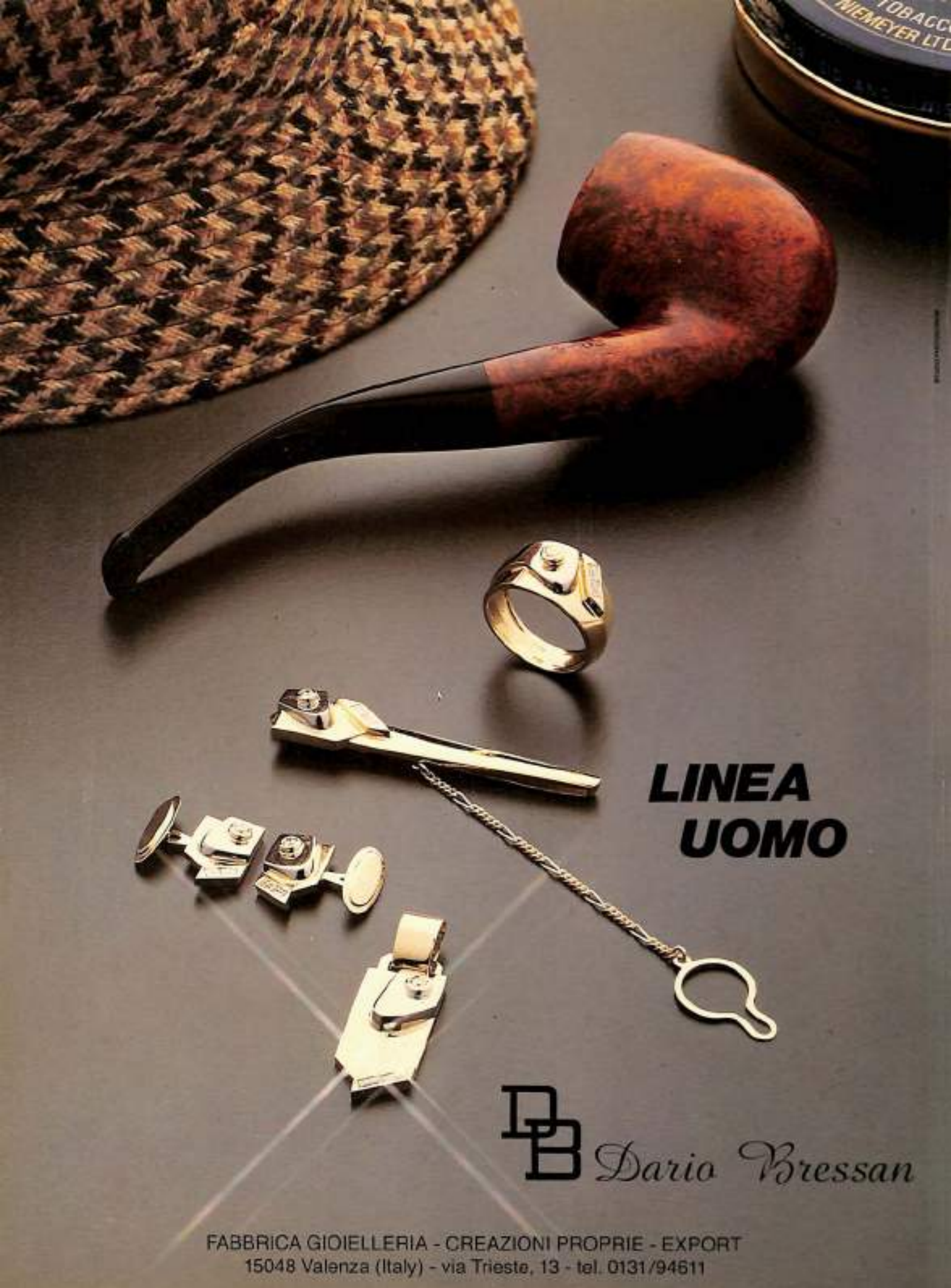
15048 Valenza – Via XX Settembre, 16B – Tel. (0131) 94029

MOSTRA GIOIELLO VALENZANO - MARZO/OTTOBRE 1984 - STAND 565

Export Orafi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

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

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


LINEA
UOMO
DB Dario Bressan
FABBRICA GIOIELLERIA - CREAZIONI PROPRIE - EXPORT
15048 Valenza (Italy) - via Trieste, 13 - tel. 0131/94611