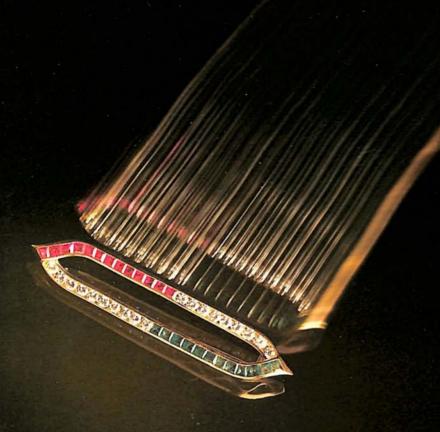
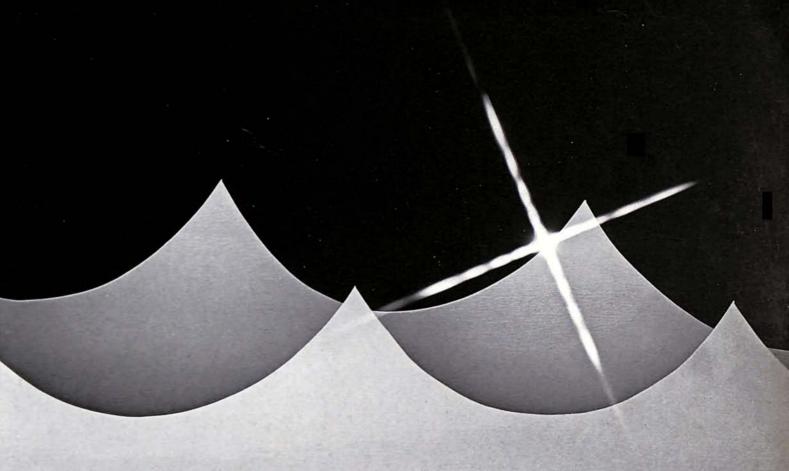
ORGANO UFFICIALE DELPASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA - PUEBL. BIM. 2/81 - SPED. ABB. POSTALE GRUPPO IV/70 - PIAZZA DON MINZONI 1 - 5048 VALENZA





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

Appuntamento a Valenza 10-14 Ottobre 1981



4º Mostra del Gioiello Valenzano

CARLO BARBERIS & C.
15048 Valenza
V.le B. Cellini, 57
Tel. (0131) 91611
39 AL







ARATA

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



pietro costa chiavaro

Casa fondata nel 1890

Catania - Via Puccini, 30 - Tel. (095) 327.144 Valenza - Via Vercelli, 33 - Tel. (0131) 952.276 12 CT







VERDI G. & C.

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





RAITERI & CARRERO

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



CASTAGNONE & LANZA artigiani gioiellieri Viale Manzoni, 33 - 15048 VALENZA - Tel. (0131) 92673





ellepi GIOIELLI LIVIO PINATO Circonvallazione Ovest, 24 - Tel. (0131) 97.73.39 - 15048 VALENZA









ROBERTO LEGNAZZI 15048 VALENZA - Via Melgara, 27 - Tel. (0131) 975.339





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



LEVA GIOVANNI
Fabbrica Gioielleria - 15048 Valenza - V.Ie della Repubblica, 5 - Tel. (0131) 94621-96191









Fabbrica Gioielleria Oreficeria 15048 Valenza Via Mario Nebbia, 55 Tel. (0131) 92777 AL 1838





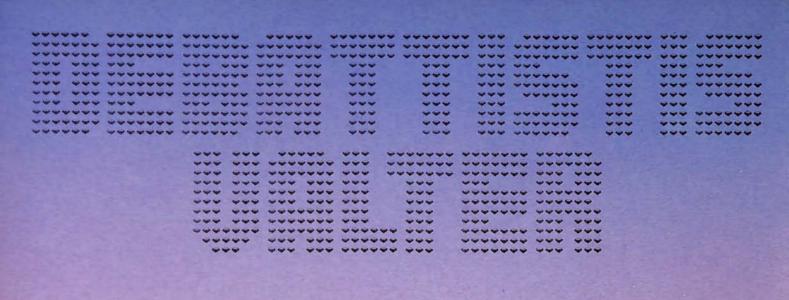
TERZANO F.IIi GIOIELLIERI IN VALENZA

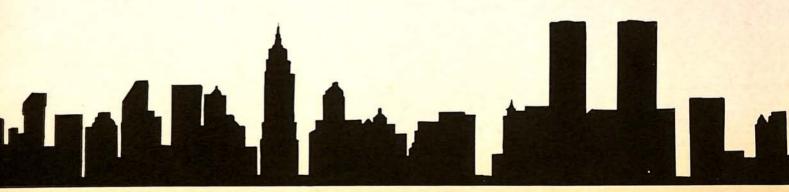


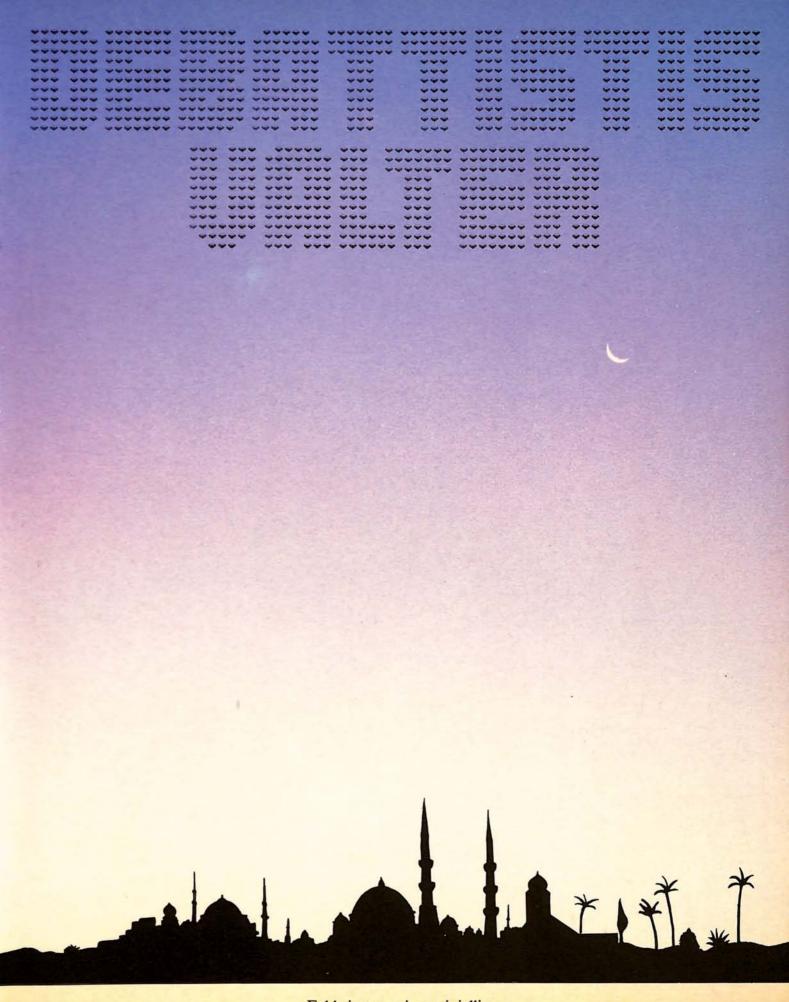
GASTALDELLO F.lli

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





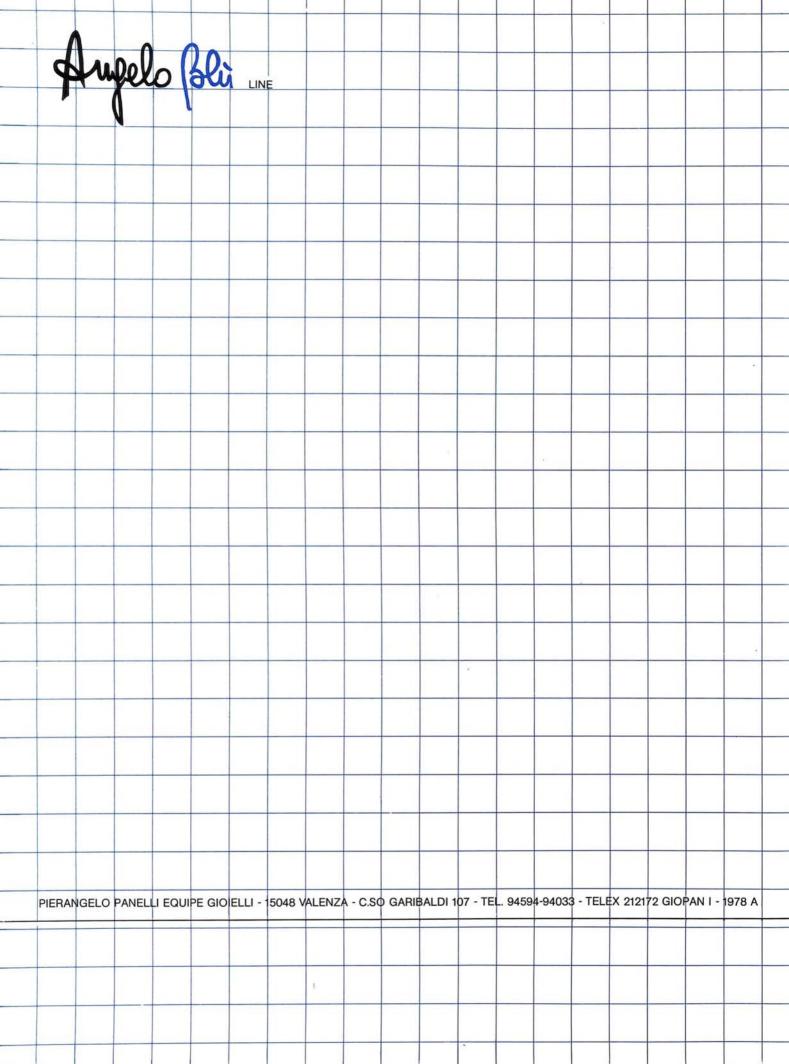


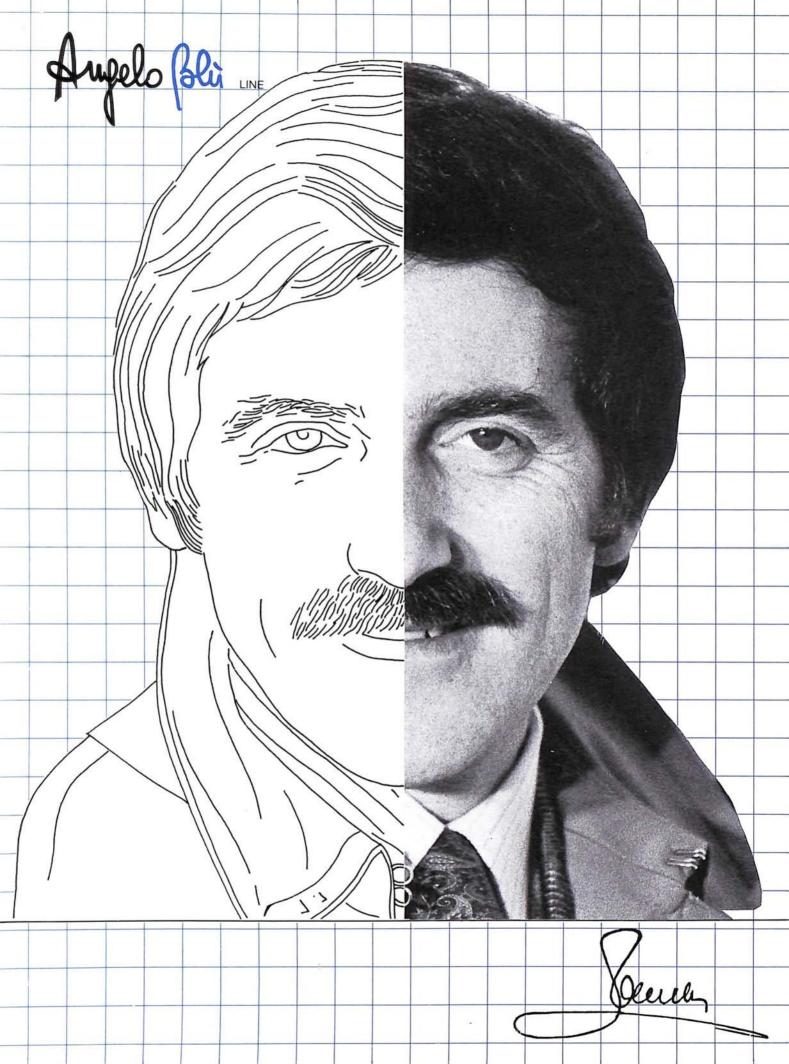


Fabbrica creazione gioielli Viale Benvenuto Cellini 77 - 15048 Valenza - Italy Stand's Vicenza 166/167 - Milano 27/010/011 - Basel 17/358











59ª fiera di milano campionaria internazionale 14–23 aprile 1981 settore oreficeria pad. 27 post. 575 577 579



11m810V

GIOIELLERIE MOROSETTI di Carlo Moro distribuzione esclusiva creazioni VENDORAFA corso Garibaldi 102 15048 Valenza Po (AL) tel (0131) 91269

59ª fiera di milano campionaria internazionale 14–23 aprile 1981 settore oreficeria pad. 27 post. 575 577 579

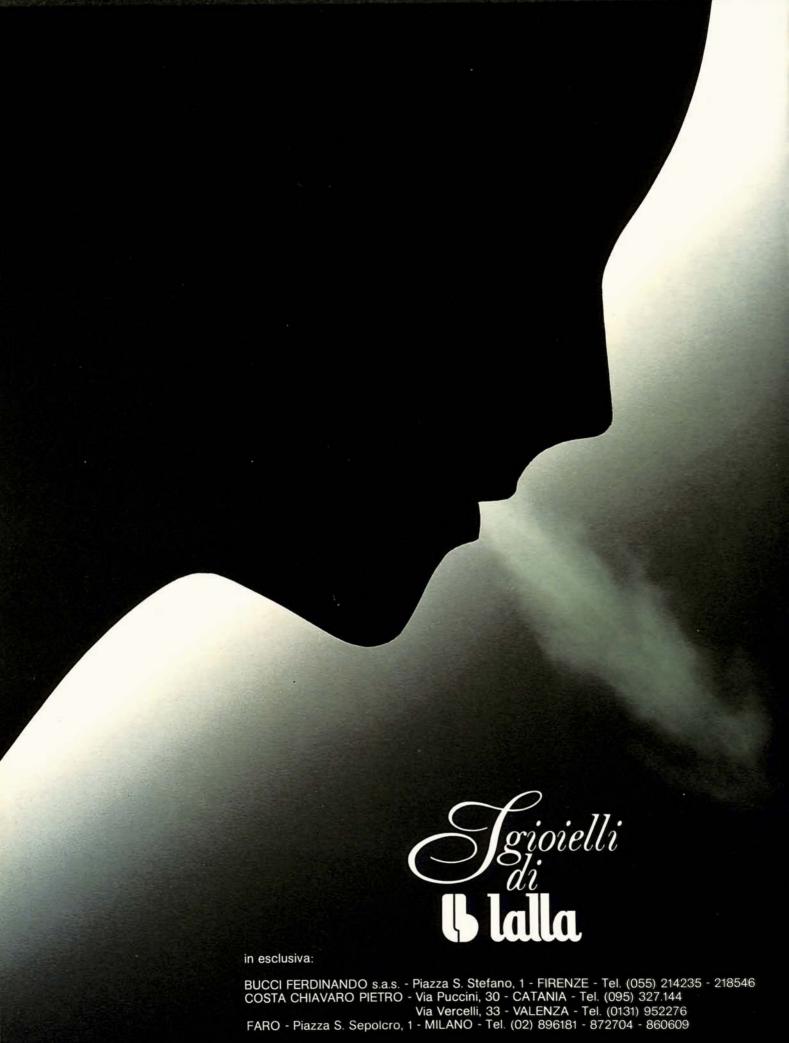
mostra europea dell'orologeria e della gioielleria basilea – svizzera 25 aprile – 5 maggio 1981 pad. 17 stand 366







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





FABBRICA OREFICERIA Viale Dante, 4 - Tel. (0131) 91731 - 953136 .15048 VALENZA - ITALY 1995 AL Fiera di Milano stand 809 - Fiera di Vicenza stand 662



alberto busatto Creazioni esclusive 1894 AL

15048 Valenza - Via XXIX aprile 30 Tel. (0131) 94.547 -





@889/\@9NN

NORESE SERGIO
OREFICERIA - GIOIELLERIA
15048 Valenza - Via Pajetta, 31 - Tel. (0131) 92312

FIERA CAMPIONARIA MILANO - PAD. 27 STAND 001 MODELLI DEPOSITATI





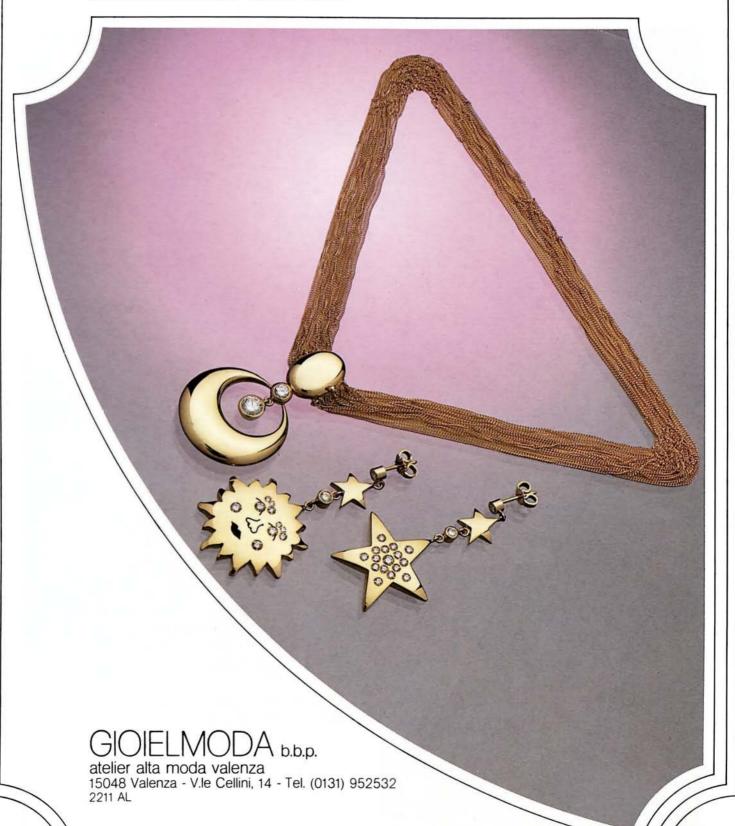
antonio dini

OREFICERIA GIOIELLERIA 15048 VALENZA - V.LE VICENZA, 4E (INT. 1) - TEL. (0131) 93240 presso i più grandi gioiellieri

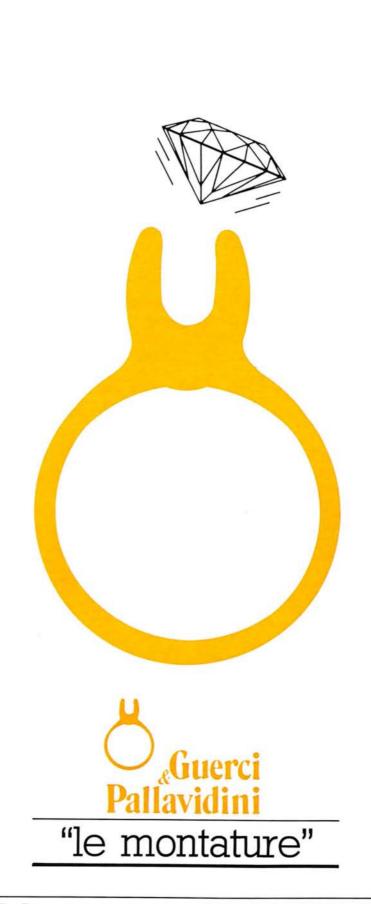
BOLOGNA: Veronesi Ferdinando - BOLOGNA: Longhi & Corrado

BENEVENTO: Girolamo Enzo

CASERTA: De Nicola Raffaele - CASTELLAMMARE DI STABIA: De Meo Azzarino PIACENZA: Della Lucia Enrico - ROMA: Climo Jewellers SALERNO: Galdi Antonio - PARMA: Usberti.







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

Diamanti "81:

Piú aggressivo. La De Beers ha aumentato quest'anno i propri investimenti per i programmi di marketing italiani di oltre il 30% confermando cosí la propria fiducia nella vitalità di un mercato e di una categoria orafa che si sono dimostrati in grado di affrontare in maniera vivace e costruttiva le inevitabili situazioni contingenti di un settore in piena fase evolutiva.

Piú efficace. All'insegna della cooperazione a tutti i livelli, dai fabbricanti ai grossisti, ai dettaglianti, le attività De Beers hanno dimostrato di poter raggiungere degli obbiettivi di vendita e di comunicazione che si sono rivelati degli altrettanti

successi. Un lavoro di stretta collaborazione e di coordinamento che è destinato ad acquistare nel tempo un'efficacia e un'incisività sempre piú determinante.

Piú innovativo. La ricerca di nuove opportunità di mercato costituirà uno dei punti chiave delle attività del 1981. Nuove opportunità in termini di prodotto, piuttosto che di tipologia del consumatore, o di motivazioni di acquisto. Un'esplorazione costante basata su effettive verifiche e ricerche, che permetterà un'allargamento e un aggiornamento del mercato in linea, o addirittura in anticipo rispetto alle nuove tendenze dei consumi.



De Beers

un anno piú...

Pubblicità

Piú impatto. Il successo delle precedenti campagne ha spinto la De Beers a incrementare notevolmente lo sforzo pubblicitario per il 1981 e ad essere presente per la prima volta sulle testate a maggiore diffusione con doppie pagine a colori, oltre alle pagine singole, in collaborazione con importanti produttori.

Promozione

Piú collaborazione. Il 1981 sarà un anno all'insegna della piú intensa collaborazione. Il Centro Promozione del Diamante sarà presente alle piú importanti fiere di settore per portare a conoscenza di tutti ciò che l'esperienza ci ha insegnato e per risolvere insieme le molteplici esigenze del gioielliere in tema di pubblicità, promozione e formazione professionale.

Pubbliche relazioni

Piú diffusione. Il Centro d'Informazione Diamanti offre alla stampa generica e di categoria tutte le notizie, gli aggiornamenti e le curiosità relativi alle nuove produzioni di gioielleria, allo scopo di promuovere indirettamente, tramite articoli redazionali, la vendita di gioielleria con diamanti.





ORSTIL

di Stanchi e Fontanella 15048 Valenza Via Morosetti, 24 Tel. (0131) 94975 1921 AL

V.le della Repubblica, 54 Tel. (0131) 953261 15048 Valenza









15048 Valenza - Viale Padova, 9 - Tel. (0131) 94296 1965 AL

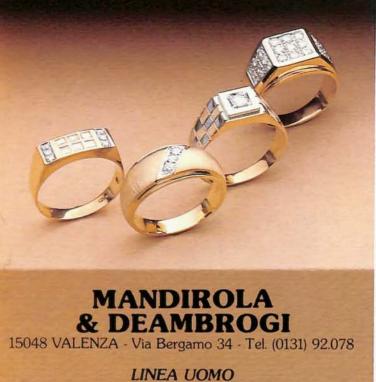


PERRI & FAVARETTO

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



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



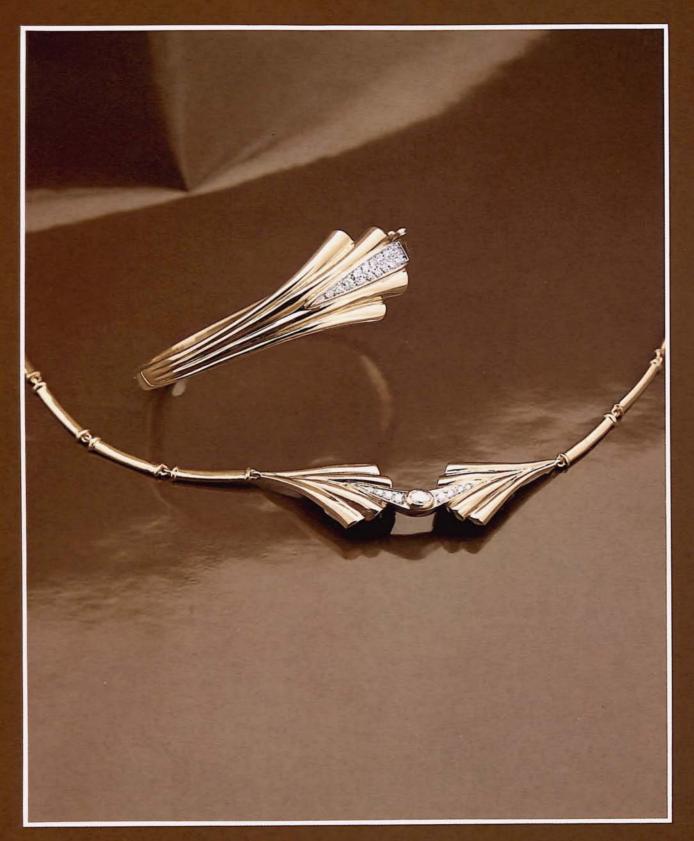






15048 VALENZA - Via Ariosto 8 Tel. (0131) 93.444 - 1031 AL





Taverna & C.

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



... perchè.... si vendono come le caramelle.....









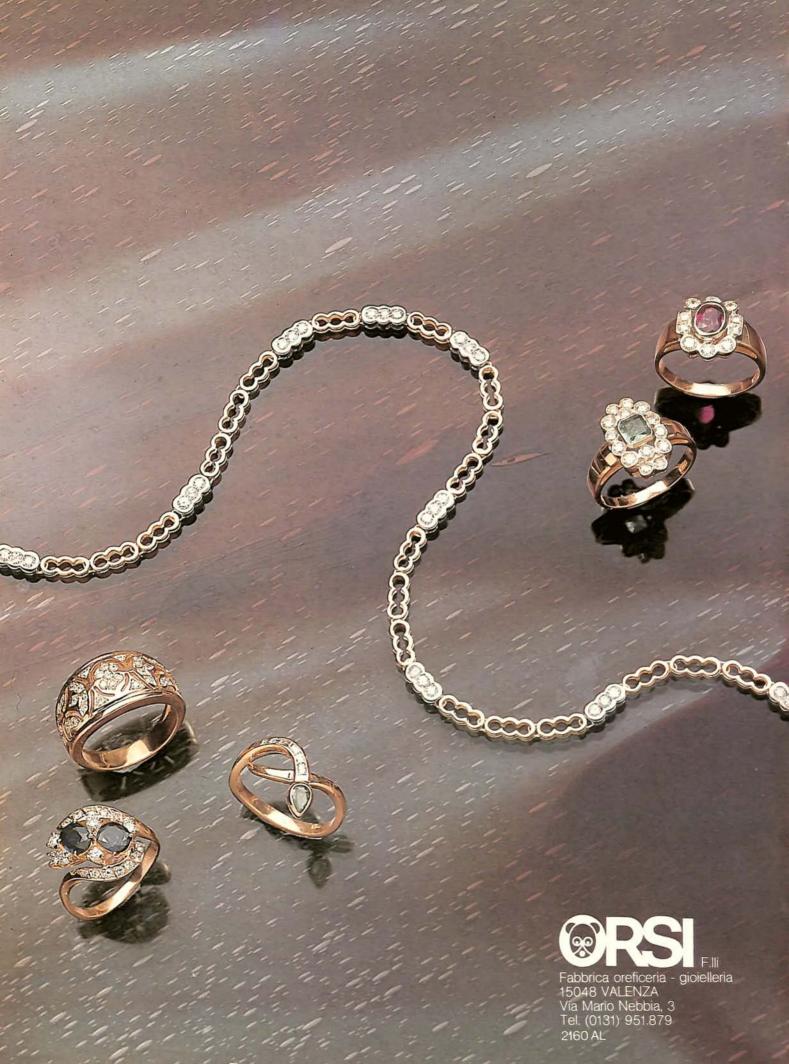




FREZZA & RICCI

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





Pioniera del nuovo e dell'originale, la Doria F.lli è sempre all'avanguardia per soddisfare con serietà d'intenti la propria estesa clientela che sa, a sua volta, di poter contare su di un nome impegnato.



FRATELLI DORIA









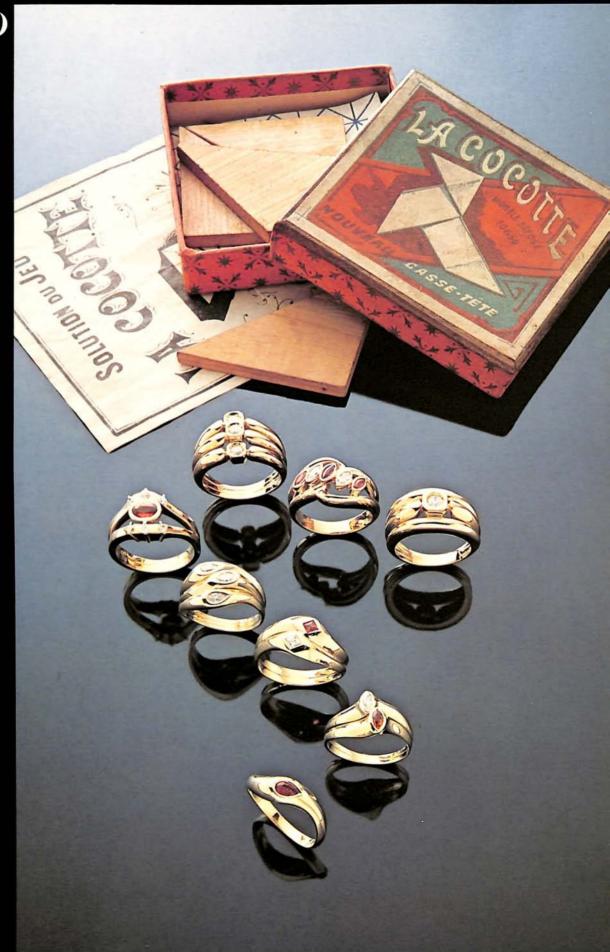
F.B.L.

Fattore & Barberis
fabbrica oreficeria e gioielleria
15048 Valenza - V.le della Repubblica, 35 - Tel. (0131) 975304
2318 AL





Leo Pizzo



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



eugenio torri & C.

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







Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana - Pubblicazione bimestrale Nr. 2/81 aprile/maggio



Commissione stampa: P. Vaglio Laurin

(Presidente)

U. Bajardi

F. Cantamessa

G. Verdi

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

Direzione, Redazione, Pubblicità, Ammi-

nistrazione: Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza -Tel. (0131) 91.851

Abbonamenti:

Italia: L 36.000

Europa: L. 42.000

Altri Paesi (via aerea): L. 60.000

Dettaglianti e grossisti: omaggio

Copie singole (solo nelle edicole di Valenza) L. 5.000.

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

Impaginazione: Gianni Comolli - Oriano Stancari dello Studio CP2

Fotocomposizioni: Linotipia Colombo-Milano Impianti litografici: Plus Color Milano Stampa: Arti grafiche Pirovano Milano



In copertina:

Importante collier realizzato con brillanti e piccoli smeraldi. Foto: U. Zacchè.

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA Relazione del Presidente Staurino sulla gestione 1980	Pag.	66
COM'ERAVAMO di Rosanna Comi		68
Quando il destino vuole	>	70
In fabbrica a 9 anni	3	72
SURREALE	ъ	74
CHIUDERE IN BELLEZZA		78
SPRING FLOWERS	30	80
6000 ANNI DI GLITTICA	3	84
I MAGICI POTERI DELLE GEMME NELLA TRADIZIONE ANTICA di Franco Cantamessa	.ъ	88
ARTIGIANATO: VALENZA E GLI ALTRI		94
CONCORSO TRA GLI STUDENTI ISA	ъ	96
MADE IN ITALY	» J	102
DAI MERCATI FINANZIARI INTERNAZIONALI	» J	104
PRODUZIONI A CONFRONTO	ъ	108
CHIAMATE VALENZA 3131!	»]	110

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

Gestione 1980:

RELAZIONE DEL PRESIDENTE PAOLO STAURINO

Ci troviamo a distanza di un anno dalla precedente assemblea quando l'oro aveva superato le 20.000 lire e temevamo fortemente per il nostro lavoro.

Mi ricordo la circolare che abbiamo inviato agli Associati nella quale dicevamo di non cedere perché il nostro prodotto sarebbe stato il meno danneggiato dalla "bufera oro" e di puntare invece sull'ulteriore miglioramento della modellazione.

È stato un anno che ha messo a dure prove le nostre strutture, almeno fino a settembre allorché il lavoro è ripreso in modo soddisfacente permettendoci di recuperare il calo della primavera. Verso fine anno la domanda ha dato segni di rallentamento ma poi la diminuzione del prezzo dell'oro ha favorito la vendita dell'oreficeria e dell'oreficeria fine, tendenza avvertita anche nella recente Fiera di Vicenza.

Non siamo comunque ancora in un periodo di rilancio.

Lavorare e vendere diventa sempre più difficile anche se possiamo dire che la produzione pur nelle difficoltà riesce a reggersi.

La nostra capacità di rinnovarci nella modellazione riesce tutt'ora a vincere le continue difficoltà che il mercato ci presenta. Le difficoltà maggiori sono attualmente per chi commercia soltanto sul mercato interno. Le vendite di fine anno sono state inferiori alle premesse di settembre, i pagamenti si sono allungati, le leggi ci costringono a sempre nuove registrazioni, le rapine alle valigie sono in conti-

nuo aumento, recando un danno evidente al nostro commercio.

Anche le 70 ditte che sono pronte ad iniziare le nuove fabbriche nella zona orafa sono un indice che Valenza è viva, ha delle energie da impiegare ed ha la volontà di andare avanti in questo lavoro che tutto sommato ci dà delle soddisfazioni perché è uno dei mestieri più belli che ci siano. Sono realtà frenanti per il nostro lavoro che richiedono da noi tutti un attento esame per prendere decisioni che costano, ma sono necessarie. In questa realtà l'A.O.V. opera in modo valido coi suoi mezzi, coi suoi limiti per difendere e promuovere il nostro lavoro; anch'io ho accettato la responsabilità di questi due anni convinto che le Associazioni di categoria (e la nostra è una Associazione con 670 iscritti dei quali 600 di Valenza con quote versate per 119 milioni), sono il luogo adatto per formarci una mentalità, per sentirci una forza; per cercare le linee valide da percorrere e la linea che l'A.O.V. percorre è quella di dare la possibilità all'artigiano di maturare da semplice fabbricante ad imprenditore intendendo come imprenditore la ditta che non solo lavora ma che guarda al mercato dandosi una organizzazione ed un comportamento commerciale.

Questa azione di promozione avviene specialmente con:

la Mostra del Gioiello Valenzano, con la Mostra Sociale che per la seconda volta invita grossisti di tutta Italia e con tutte quelle iniCon la nuova zona orafa e con la costruzione del Centro Commerciale queste manifestazioni valenzane riceveranno un altro impulso decisivo.

Siamo convinti che alla Mostra del Gioiello Valenzano debba affiancarsi una Mostra Permanente anche per il mercato interno per far diventare Valenza un punto di riferimento continuo ed importante per il mercato dei gioielli.

Quello che noi riteniamo sia importante, e l'abbiamo ribadito in tutti gli incontri che abbiamo avuto con altri Enti interessati, è che l'A.O.V. possa avere la propria sede nel costruendo Palazzo degli Affari e possa gestire direttamente o attraverso organizzazioni soggette al proprio controllo sia le prossime edizioni della Mostra del Gioiello Valenzano che la Mostra Permanente dell'oreficeria.

Evidentemente per fare questo bisognerà che la Società di Gestione del Palazzo degli Affari dia all'A.O.V. un mandato pieno, cui questa ritiene di avere diritto per l'importanza delle forze che rappresenta e per la fiducia che le è stata confermata anche di recente dalle ditte espositrici della Mostra del Gioiello Valenzano, di cui 202 si sono già dichiarate disponibili a sottoscrivere per la costruenda area espositiva una prima tranche di oltre 2 miliardi di lire.

Naturalmente le modalità dell'inserimento dell'A.O.V. nell'area attrezzata orafa dovranno essere ulteriormente approfondite dal prossimo consiglio, che dovrà anche trovare il modo di armonizzare l'attività di eventuali nuovi organismi operativi con quella dell'Export Orafi MPO. La nostra è una associazione valida come dicevo in quanto ha un Consiglio che funziona in modo egregio con i Consiglieri presenti nei Consigli, alle riunioni ed impegnati nelle commissioni che eseguono le decisioni prese in Consiglio.

Il Vice Presidente Ricci, il Segretario Bajardi, i Presidenti delle Commissioni e tutti i consiglieri hanno dato un contributo costruttivo. L'ufficio dell'Associazione sotto la direzione del dr. Diarena sta assumendo una fisionomia diversa e migliorando continuamente la propria efficenza per mettersi in condizione di far fronte adeguatamente alle sempre crescenti incombenze che gli vengono affidate.

La Commissione Disciplinare (presidente Carnevale) ha svolto il suo compito di controllo, di suggerimento e di esame delle domande dei nuovi iscritti.
Il Gruppo Commercianti (presidente Ricci) seguendo le linee dell'Associazione, ha condiviso la necessità di una maggior collaborazione fra la produzione ed il commercio.

Il Gruppo Produttori (presidente Manca) ha curato specialmente le edizioni della Mostra Sociale adatte appunto a promuovere quell'emancipazione dell'artigiano che è il primo anello della realtà valenzana. Questa Mostra che è in fase di ulteriore

sviluppo ha rappresentato per lo stesso Manca, Cominetti e altri Consiglieri un motivo d'impiego notevole di cui sono testimonianza i risultati sempre più positivi che sono stati raggiunti.

E da ricordare infine l'opera svolta dai Consiglieri Milanese e Pasero nell'ambito dei rapporti con la Scuola Professionale della Regione Piemonte e del Sindacato dei lavoratori orafi, in base ai delicati incarichi loro affidati

La Commissione Finanziaria (presidente Illario) ha portato il bilancio sostanzialmente in pareggio, con un movimento che raggiunge i 668 milioni. Le quote associative ci assicurano un gettito di 119 milioni, cifra che ci permette di portare avanti in modo efficace i nostri programmi

La Commissione Stampa (presidente Vaglio Laurin) ha portato la rivista al livello odierno con 5.200 copie di base e con un bilancio in leggero attivo. Alle 5.200 copie di base ne aggiungiamo altre secondo il programma stabilito; per esempio: Fiere di Vicenza, di Milano, Monaco, Basilea per arrivare alle 9.000 copie per i numeri della Mostra del Gioiello Valenzano. Questi numeri in più li paga l'Associazione attingendo dalle quote degli Associati.

La Commissione Mostra del Gioiello Valenzano (presidente Staurino) ha curato la 3ª edizione della stessa. Edizione ben riuscita per i 1374 operatori che l'hanno visitata per l'impegno messo dalle ditte nell'esporre il

meglio della loro produzione. La 3º edizione ha già assunto un impatto commerciale che andrà sempre aumentando perché dietro la mostra c'è Valenza, ci sono i fabbricanti, c'è la nostra

capacità di lavorare.

La Commissione Tecnicoorganizzativa (Presidente Verità) ha predisposto un nuovo statuto ed un nuovo regolamento non ancora approvati ma ormai pronti ad essere varati. La stessa commissione sta inoltre promuovendo incontri con gli enti interessati al Centro Commer-

Gruppo Pietre Preziose. II consigliere Vaglio Laurin ha impostato e seguito un documento e interventi a vari livelli l'azione della nostra Associazione volta ad ottenere l'allineamento della aliquota italiana dell'IVA sulle pietre preziose a quella degli altri paesi Europei nostri concorrenti nel campo della produzione della gioielleria. Nel breve tempo a nostra disposizione non potevamo owiamente sperare di porre fine a una discriminazione che dura da tempo e che ha purtroppo delle remote ragioni politiche, ma quello che conta è che sia cominciato e che il problema sia ora salito alla ribalta di tutta la stampa di categoria e che se ne discuta in ogni Associazione del settore.

Da parte sua la Confedorafi, rinnovata in questi giorni nei suoi dirigenti, ha dato al problema da noi sollevato il primo posto tra quelli da porre sul tappeto nei suoi prossimo incontri con il governo.

67

COMERAWAMO



QUESTI VALENZANI!

È facile, fin troppo facile asserire genericamente la poliedricità di Valenza, le sue incoerenze, le sue antitesi per passare — subito dopo — a tesserne gli elogi, ad ammetterne i valori ed a riconoscerne l'importanza.

Ma perché Valenza è così?

Mi sarebbe stato facile aprire qualche libro e trovare risposte attendibili fatte di motivazioni storiche, economiche sociali.

Ma la storia di Valenza è così recente che ho voluto tentare di penetrarne dal vivo la realtà ricorrendo ai protagonisti, quelli che la storia Valenzana l'hanno vissuta in prima persona o ne hanno sentito il sapore dalle parole dei loro padri. Ed è stata un'esperienza avvincente in cui ad immagini un po' sfocate legate tra loro da eventi storici appresi sui banchi di scuola si sovrappongono tratti di viva e vivace attualità.

Così ho vissuto con loro alcuni momenti patetici o di allegro ricordo: dal "biciclin" di casa Melchiorre al velodromo che ha visto momenti di sportiva grandezza, alle feste mascherate di Carnevale, o a quelle di San Giacomo con mercato bovino ed equino in cui una stretta di mano era un contratto da rispettare. Allora il terreno costava L. 0,50 al metro quadrato per chi volesse costruirvi una fabbrica, ma la bicicletta costava 700

68





lire e la paga media giornaliera di un operaio era di 4 lire!

E gli orafi? Mi sembra che dalle sue origini Valenza non sia poi cambiata molto. Dalle parole riportate nelle pagine seguenti emergono momenti di strabiliante somiglianza con l'attuale assetto della gioielleria.

Forse sono cambiati gli uomini, e non solo i valenzani, e gli uomini hanno cambiato i tempi.

Ma poiché ogni cambiamento sottintende evoluzioni che sono intervenute a modificare situazioni, potrebbe essere interessante, per il lettore non valenzano, ascoltare queste voci che ci parlano di un passato molto recente e ci raccontano com'eravamo...

QUANDO IL DESTINO VUOLE

Una barca scivola silenziosa sull'acqua sotto una luce liquida di stelle e di luna.

Dalle rive echeggia l'urlo di qualche sparo e un uomo sdraiato sul fondo, nascosto sotto fascine di legna, segue il corso del suo destino. Sta fuggendo da Piacenza ove il suo patriottico, giovanile fervore l'ha posto in difficoltà presso gli austriaci, occupanti di turno.

Lungo le rive del fiume, finalmente, un approdo ospitale, Rivarone. Chi è quest'uomo e perché ci interessa la sua storia? È Andrea Melchiorre e, considerando le successive evoluzioni, Valenza deve conoscere questo personaggio.

È infatti nonno di quel Vincenzo Melchiorre che il 10 agosto 1873, l'atto notarile è conservato, costituisce in Valenza con Ceriana e Dallavalle una Società per la fabbricazione di oggetti di oreficeria.

A raccontarmi questa splendida storia è una persona che ha vissuto i tempi "epici" di Valenza, che con i genitori e i fratelli ha contribuito a determinare la storia di questa città: Ugo Melchiorre. Mi riceve nella sua casa di Alessandria, piena di ricordi, di documenti, di storia.

Ha novant'anni e resto colpita, oltre che dalla sua impressionante lucidità di mente, da una, oserei dire, aristocratica serenità che la sua persona esprime. Provo subito un istintivo, rispettoso affetto per questa persona così attaccata al suo mondo, ai suoi ricordi ma che sa parlarne con distacco critico, senza lasciarsi sopraffare, trasportare da loro, come sarebbe comprensibile

Si commuove solo quando parla di sua madre, la signora Angelina Rolandi, che a sua marito Vincenzo ha dedicato la sua vita, la sua intelligenza, il suo amore. E mi sembra di capire, mi sia concessa una nota di femminismo, che le donne hanno un po' segnato il destino di questa città. Angelina Rolandi aveva ventun anni quando andava sposa a Vincenzo Melchiorre: era vissuta per lunghi anni a Parigi, poi a Londra, poi a Firenze, allora capitale d'Italia con lo zio Camillo Bertuzzi, artista e orafo di fama internazionale.

Aveva vissuto l'emozione dei grandi e fastosi ricevimenti in palazzi fiabeschi con l'élite d'Europa.

Senza rimpianti, senza frustrazioni, dimentica il suo passato pieno di effervescenza e pone umilmente tutto il suo sapere (e la sua dote) al servizio di Vincenzo Melchiorre.

È fin troppo evidente come questa donna colta, intelligente, dotata di un vivo senso estetico possa aver dato un singolare impulso all'Azienda del marito.

Era Lei che riceveva i clienti, che li intratteneva parlando la loro lingua, che educava i figli ad un vivere senza confini. Ancora parlando di donne, c'è di più. Fu Anna Maria Piatti, la madre di Vincenzo, che per trattenere il figlio a Valenza, dopo anni di viaggi per apprendimento presso orafi di tutta Europa, vendette una vigna e offrì al figlio il ricavato, trasformato in marenghi: oro da lavorare.

Questa donna è da considerare determinante per la storia di Valenza: se Morosetti fu il pioniere in senso assoluto, è con Vincenzo Melchiorre che prende corpo quel processo di proliferazione che ha condotto Valenza a quanto essa è oggi.

È buffo rilevare come spesso avvenimenti che non ci riguardano o che ci sembrano lontanissimi, ci sono invece così sovrastanti e condizionanti. Quante volte possiamo dire, obiettivamente "Ho scelto"?

Così nella storia di Valenza. La vita di Vincenzo Melchiorre è piena di scelte condizionate, indipendenti dalla sua volontà. Era sua intenzione restare a Parigi, forse avrebbe aperto un laboratorio là... Ma Bismark dichiara guerra alla Francia e lui deve fuggire.

Vuole lavorare e vivere a Firenze o a Roma ma le condizioni sociali e storiche dell'Italia nel 1871 non gli consentono un soddisfacente inserimento in queste città martoriate dai fatti che tutti conoscono. Così torna a Valenza e dà vita alla Melchiorre & C.

Lasciamo a UGO MEL-CHIORRE l'affettuoso ricordo del padre Vincenzo.

Era appena ragazzo quando decise di non seguire il padre nel suo commercio di biada e granaglie per diventare orafo.

A quattordici anni, il 2 agosto 1860 come testimonia il suo libretto di lavoro, viene assunto da Vincenzo Morosetti in qualità di apprendista.

Chi era Vincenzo Morosetti? Un Valenzano che era stato in Brasile e in Argentina dove aveva imparato a fare l'orafo e che, spinto dalla nostalgia era tornato al suo paese d'origine impiantandovi la prima fabbrica di oreficeria

Prima di lui non c'erano orafi in Valenza?

Probabilmente qualche orafo c'era, così come in ogni cittadella fortificata c'era un fabbro, un falegname e così via.

Vincenzo Morosetti fu il primo in senso assoluto a non limitarsi a fare qualche oggetto su commissione ma a produrre, diciamo su scala industriale, e a vendere la sua produzione in Lomellina, fuori dai confini cittadini. Aveva cominciato con quattro, cinque operai, ampliando progressivamente la capacità produttiva e commerciale della sia Azienda.

Suo padre fu quindi apprendista presso la prima industria orafa Valenzana?

Si. C'era però in lui il desiderio di allargare le proprie esperienze e, aiutato dallo stesso Morosetti, si trasferì a Torino, città che aveva una grande tradizione orafa. Lavorò per diversi anni presso Twerenbold, l'orafo al quale il

Comune di Torino aveva commissionato un cofano d'oro per le nozze di Umberto I e Margherita: duecento chilogrammi d'oro e duecento grammi di pietre preziose.

Si spostò successivamente a Parigi, capitale delle arti e della gioielleria dove contava di rimanere

Doveva fare i conti con la Prussia che avendo dichiarato guerra alla Francia costrinse molti, come lui, a fuggire.

Andò a Firenze, poi a Roma, poi si trasferì definitivamente a Valenza, dove aprì la Melchiorre & C. Era il 1873.

Anche Lei lavorò nell'Azienda paterna?

Si, come tutti i miei fratelli del resto.

Mio padre però non mi ha mai messo al banco. Non voleva fare di noi degli operai, ma dei manager con cognizioni di oreficeria e, in questo senso, è stato molto lungimirante.

I compiti erano ben distribuiti tra noi cinque fratelli, e nostra sorella Bice teneva la corrispondenza in tre lingue.

A tavola, nostra madre ci invitava a "rapporto".

Era sempre Lei che dirigeva la conversazione e sceglieva gli argomenti vivacizzando il piacere di stare insieme. Parlavamo dunque spesso di lavoro e, sottolineando le proprie personali esperienze, ci si arricchiva l'un l'altro.

Come veniva venduta la produzione?

Gran parte della produzione veniva venduta nelle regioni meridionali, da Napoli in giù.

Cominciò mio padre: scendeva in albergo con due bauli pieni di

oggetti e invitava i clienti ad andarlo a visitare.

La produzione valenzana fu subito molto apprezzata e vincemmo la battaglia della concorrenza con i tedeschi, da tempo presenti su quel mercato. Li battemmo anche per i nostri prezzi più convenienti.

Venire da Phforzeim, allora già fiorente centro della gioielleria, implicava una struttura commerciale senz'altro più costosa della nostra.

Poi cominciammo a muoverci anche verso l'estero.

Com'era il rapporto con i vostri dipendenti?

Molto aperto, impostato sulla collaborazione più cordiale. Quando un operaio voleva mettersi per conto suo molto spesso l'aiutavamo, e non solo dandogli lavoro.

Le aziende continuavano a proliferare perché, oltre ai nostri ex dipendenti, c'erano anche quelli di Morosetti.

Avevamo in un certo senso diviso le nostre zone di vendita: noi facevano l'estero e le grandi città e loro le provincie, dato che richiedevano minori mezzi.

Per presentarci in maniera organizzata partecipavamo a mostre itineranti, facevamo cataloghi della nostra produzione.

Come mai, secondo Lei, Valenza ha potuto produrre questo fenomeno?

Perché se il genio è sporadico e nasce dove e quando vuole, l'attitudine è invece ereditaria.

Da orefici è molto probabile che nascano orefici, soprattutto se c'è una struttura favorevole. lo stesso sono nato orafo, sia da parte di padre che di madre.

Anche sua madre aveva tradizioni orafe?

Suo fratello, Luigi Rolandi aveva collaborato con Twerenbold alla realizzazione del famoso cofano d'oro e suo zio Camillo Bertuzzi è stato uno dei massimi orafi europei.

Tra i suoi contemporanei chi ricorda con maggiore ammirazione?

Potrei citarle decine di nomi, ma penso che una delle persone che maggiormente hanno contribuito a dare a Valenza la sua attuale rinomanza nel mondo è stata la famiglia Illario, Luigi in particolare.

Nessuna concorrenza tra le due ditte?

Mai, anche perché la produzione di Illario era superiore alla nostra. Noi attingevamo dalla campagna la nostra mano d'opera, cercando di formare degli orefici. Producevamo oggetti a nostra scelta, che poi vendevamo. Era una impostazione di carattere industriale.

Illario, invece, aveva impostato la sua attività su altri concetti. Disponeva inoltre di artigiani di bravura eccezionale avendo rilevato una delle più antiche fabbriche di Vienna con tutti i suoi operai, i suoi disegnatori.

A Illario venivano commissionati diademi, pezzi eccezionali che solo lui poteva fare.

Ho una grande ammirazione per Luigi Illario e non solo come orafo. È lui che ha dato impulso a Valenza, trascinando i suoi concittadini in Australia, negli Stati Uniti... Era molto generoso e ha pagato di tasca propria in parecchie occasioni.

Valenza deve essergli molto grata per quanto ha fatto.

IN FABBRICA A 9 ANNI

E com'erano gli operai d'allora? Da dove provenivano, come e su che cosa si formavano?

La gioielleria, oggi tradizione valenzana, era ai suoi albori, al suo primo formarsi, trascinata e spinta da pionieri che con la loro lungimirante intuizione stavano alterando — forse senza rendersene completamente conto — la struttura economica e sociale di questa città.

Parlare con uomini che oggi hanno 70 anni è come attraversare una galleria di freschi acquerelli dai toni allegri, anche se un po' confusi. Confusi, perché nessuno parla di sacrifici, di fatica. E di sacrifici e di fatica devono essercene stati perché un ragazzino che a nove anni entra in fabbrica a lavorare necessariamente lascia fuori un mondo fatto di gioco, di irresponsabilità. Forse il tempo ha cancellato tutto quanto c'è stato di negativo perché l'individuo onesto e sincero è spesso pago anche soltanto della consapevolezza di aver contribuito anche col suo lavoro e i sacrifici dimenticati a costruire qualcosa, e non soltanto per sè.

FRANCESCO DOGLIOT-

TI, ex sindaco di Valenza, qui residente dal 1911, sua data di nascita. Quando ha cominciato a lavorare?

Ho 70 anni e ho cominciato a lavorare quando ne avevo 9. Lavoravo nelle ore libere di scuola e tagliavo tomaie per 3 lire la settimana. Allora in Valenza esisteva, abbastanza fiorente, un settore calzaturiero. Fu mio padre a trovarmi il posto ma, dopo di allora, decisi sempre da solo.

A 10 anni andai alla Società Orafa Valenza per imparare a fare l'orafo, dove rimasi fino a 11 anni, poi passai da Pitetto, un validissimo cesellatore che proveniva da Torino.

A quell'età si è bambini: come poteva decidere da solo?

Bambini, sì, ma con un senso di responsabilità e una voglia di fare che probabilmente oggi non ci sono più.

Pensi che la decisione di andare da Pitetto la presi proprio a scuola. Avevo come compagno di banco Pietro Annaratone, che era suo nipote e che continuava a magnificarmi l'abilità di suo zio. Era in effetti a quei tempi—il non plus ultra dei cesellatori. Aveva solo 21 anni ma conosceva tutto del suo mestiere, i processi chimici, l'uso degli acidi. Era solo un po' chiuso e misantropo e— questo l'ho capito subito dopo—anche un po' geloso del suo mestiere.

L'azienda era questa: noi, ragazzini di 11 anni, frequentavamo la 5º elementare e nel tempo che avevamo libero sbozzavamo; lui, 21 anni, rifiniva i nostri lavori. Noi ragazzini allungavamo il collo per cercare di capire come la-

vorava, come muoveva gli stru-

menti. Quando non avevamo niente da fare, Pitetto attaccava un pezzo di carta su una portà, ci metteva in mano un pezzo di carbone tolto dalla stufa e ci metteva là a disegnare.

Quanto tempo è stato con Pitetto?

Tre anni. Pensi che a 14 anni guadagnavo 45 lire la settimana, la stessa paga di un contadino adulto.

Solo che ci sembrava di imparare poco, che Pitetto tirasse troppo alla lunga con l'insegnamento, magari anche un po' per gelosia professionale. Così, una sera, abbiamo deciso di cambiare. Ipso facto, siamo andati in fabbrica, abbiamo preso la nostra blusa da lavoro, gli attrezzi che ci eravamo fatti e ce ne siamo andati. Allora non c'erano gli otto giorni.

E dove andò?

Andai da Melchiorre, dove rimasi dal 1925 al 1934, anno in cui la fabbrica fu liquidata, poi da Illario, dove rimasi 37 anni.

Che ricordi ha di queste due fabbriche?

Molto, molto positivi, soprattutto sul piano umano. Pensi che pochi mesi fa ho perso mia moglie e Ugo Melchiorre, che non vedevo e sentivo da anni, saputolo, mi ha scritto una lettera piena di affetto e di sentimenti. Sono cose che commuovono. La famiglia Melchiorre ha dato un fortissimo impulso a Valenza: quasi tutti gli imprenditori valenzani si sono formati presso di loro. E con quanta lungimiranza hanno gestito la loro fabbrica. Nel '18 c'era grande crisi e non c'era lavoro per gli operai che tornavano dalla guerra. I Melchiorre avevano istituito una cassa di integrazione sui generis: per ben 7 mesi hanno pagato a tutti gli operai - una sessantina - mezza settimana di lavoro pur di trattenerli, in attesa di tempi migliori. L'accordo era che gli operai avrebbero poi restituito questa specie di prestito a 10 lire la settimana, ma in realtà non fu trattenuto niente a nessuno. Sono cose, queste, che pochi sanno. Certo, era una ditta economicamente molto florida. Pensi che guando l'Azienda fu liquidata e i Melchiorre decisero di investire in una azienda agricola, pagarono un terreno ben 4 milioni: una cifra astronomica per quei tempi.

Lei pensa che un giovane d'oggi potrebbe ripercorrere le sue stesse tappe?

Lo escludo nella maniera più assoluta. Lo escludo perché è l'impostazione stessa del lavoro, la posizione dell'uomo di fronte al lavoro che è cambiata.

Noi lavoravamo per emergere, per la volontà di affermarci con la nostra bravura... Pensi che quando qualcosa non ci riusciva bene io e i miei amici che lavoravano in altre fabbriche ci portavamo a casa di nascosto il lavoro. Ce lo guardavamo, lo discutevamo, ci davamo reciprocamente dei suggerimenti e, il giorno dopo, in fabbrica, eravamo orgogliosi, dico proprio orgogliosi del risultato che riuscivamo a conseguire.

Oggi la mentalità è diversa. Il guadagno non è più la conseguenza logica di un lavoro ben fatto ma unicamente il fine, che si deve raggiungere a qualunque prezzo.

E il processo in atto, e non solo a Valenza, mi sembra irreversibile. Alla parete una foto sbiadita che risale al 1910. Accucciato tra i garzoncini c'è un ragazzino di 11 anni, il padre di **DARIO ROTA**, col quale concludiamo la nostra escursione viva nella storia valenzana.

Cosa sa degli inizi di suo pa-

Mio padre ha cominciato, come tutti, con un lungo e duro apprendistato. De Rossi è stato il suo primo titolare. Poi, quando si è sentito maturo per farlo, si è messo in proprio.

Non ha fatto altro che seguire la prassi del valenzano-tipo che è un operaio che aspira a diventare imprenditore.

La struttura valenzana agevola enormemente queste aspirazioni: nessun altro settore lo consente con altrettanta facilità.

E questo non è un bene?

Non sempre, soprattutto per quanto concerne la creatività. Molto spesso si tratta — o si è trattato — di ottimi operai, ottimi esecutori intendo dire, che nella nuova fabbrica non hanno fatto altro che continuare a fare stavolta in proprio - gli stessi oggetti che prima facevano per un titolare. Oltre che un proliferare di aziende c'è stato, in molti casi, una proliferazione di oggetti senza originalità. Questo - ovviamente - non vale per tutti, ma è un fenomeno che si è rivelato molto palesemente ed è inutile nascondercelo.

Che differenza riscontra tra l'epoca di suo padre e la sua?

Prima di tutto, il tipo di preparazione. A quell'epoca un ragazzo

andava in fabbrica a fare dal vivo il suo tirocinio e familiarizzava con il materiale, gli strumenti, l'ambiente di lavoro.

Il laboratorio era la sua scuola. Avrà avuto le sue lacune ma sta di fatto che c'erano degli operai molto, molto bravi, in grado di interpretare e di eseguire un oggetto in modo incomparabile. Mi sembra invece che oggi si voglia fare dell'operaio un intelletuale. Quando un ragazzo ha studiato fino a 18 anni che voglia ha di andare, a quell'età, a fare l'apprendista orafo?

Al massimo cercherà di mettere a profitto quello che ha imparato per fare il commerciante.

È sintomatico osservare che ci sono moltissimi figli di orafi che continuano l'attività paterna ma è difficile trovare il "nipote di orafo". La terza generazione cede il passo, diventa — appunto — commerciante.

Come lei, in un certo senso. Proprio così, quello che dico vale anche per me. E su questa autocritica, che molti valenzani potrebbero far propria, concludiamo le nostre interviste.

Molti valenzani, abbiamo detto, ma non tutti.

Centinaia di laboratori che impiegano migliaia di orafi tengono altissima e viva la precipua attività della nostra cittadina:

produrre gioielli.

Fenomeni determinati dai diversi tempi in cui viviamo potranno ancora intervenire a mutare parecchie situazioni. E le possibilità offerte dall'introduzione di nuove tecnologie e attrezzature che aiutano il moderno orafo nel suo lavoro sono una componente che interferisce — a monte — anche sugli aspetti commerciali del prodotto valenzano e giustifica mutati atteggiamenti.

Le nuove leve si avvicinano al mondo del lavoro con un altro spirito — è vero — ma questo accade anche in tutti gli altri settori.

Una maggiore, più diffusa preparazione scolastica, e l'aumentata possibilità di arricchimento culturale, portano indubbiamente a posizioni estremamente diverse da quelle in cui i nostri predecessori — i capostipiti dell'oreficeria valenzana — si trovavano al momento del loro inserimento in una fabbrica.

E non tutti i cambiamenti sono negativi, anzi.

Bracciali rigidi con teste di animali: pantera arricchita da pietre di colore e testa di leone dalla lunga, movimentata criniera. *Bariggi*.

Da un atelier tradizionalmente impegnato nella costruzione di oggetti importanti, una proposta fresca e piacevole per l'utilizzo di tormaline rosa. Effe-Vi.

Foto: Ugo Zacché Servizio: Rosanna Comi

SURREALE

Finestre aperte sull'esistenza, in cui la logica del tempo e dello spazio viene messa in disparte per svelare la natura più privata, interna alle cose.

Quasi tutti i dipinti di Magritte, al quale questo servizio fotografico si ispira, rivelano questa originale invenzione poetica che tocca i vertici dell'assurdo con una sconcertante intensità e con una potente immaginazione.

Il surrealismo esprime, con il famoso pittore belga, il suo





Rapporto luce e colore particolarmente indovinato per un pendente realizzato con brillanti, rubini e smeraldi a navette. Parm.

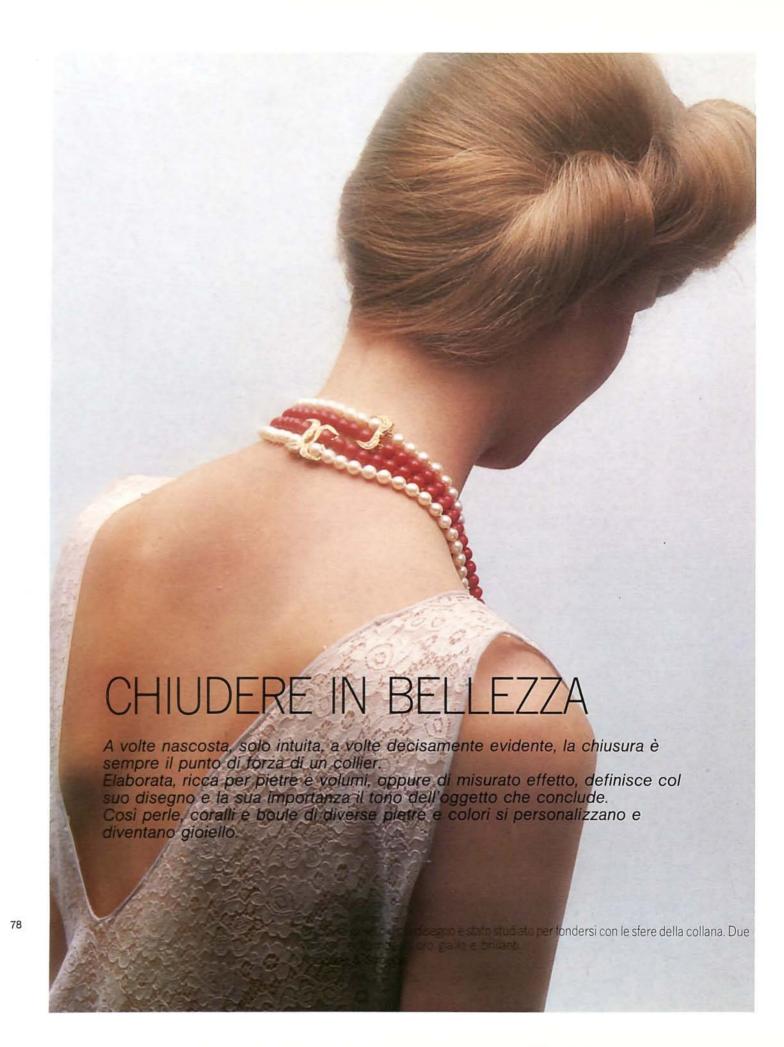
Oro giallo, bianco, rosso e pietre di diverso colore in un ricco pettine e in un pendente porta-ritratto. Costa Chiavaro.

fascino sottile fatto di un discreto equilibrio che inter-corre tra oggetti consueti ed elementi del tutto insoliti, utilizzati come qualcosa di riconoscibile e facenti parte del mondo reale, così come sembra all'uomo di conoscerlo. E in queste immagini, in cui

gioielli di oggi hanno sostitui-to elementi originali della poesia magrittiana, la fantasia si è fatta tanto viva da diventare concreta, di sorprendente realismo.





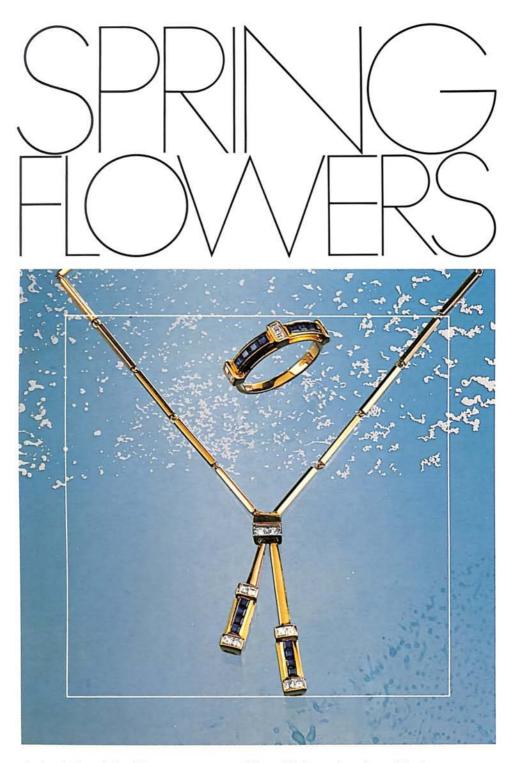








Colori rubati alla natura, ai suoi fiori di campo, ai suoi luminescenti tramonti primaverili.



Colori vivaci, fusi in accostamenti insoliti, legati nella calda lucentezza dell'oro.





Colori decisi per oggetti facili da indossare, felicemente concepiti per un uso quotidiano da vivere in schemi non convenzionali.

SPRINGS FLOVERS



Colori di primavera, evocatori di suggestive, naturali bellezze, trasformati in gioielli sollecitanti facili provocazioni.

6000 anni di glittica

L'intaglio delle pietre preziose, dai sumeri ai giorni nostri



Provenendo dal vicino oriente e precisamente dalla Mesopotamia verso il 4000 prima di Cristo, la glittica, cioè l'incisione delle pietre preziose assurse a dignità di arte già in tempi lontanissimi presso i Sumeri, i Semiti e gli Assiri.

Il Sigillo in pietra portato in origine al collo come segno d'identità personale oltrechè per essere utilizzato a suggellare solennemente atti di una certa importanza diventa col passare del tempo sempre più ricco ed elaborato.

All'inizio vengono impiegati materiali teneri con durezza massima 6 e vengono utilizzate per l'intaglio punte di ferro indurito intrise di polvere di smeriglio e corindone su di un trapano ad archetto.

Sono testimonianza caratteristica di questo periodo oltre ai cilindri incisi, gli scarabei che gli egiziani realizzano unendo la tecnica dell'intaglio in rilievo a quella dell'incisione.

L'arte dell'intaglio in pietra visse un'inattesa fioritura nell'epoca Micenea (Creta) verso il 2000 a.C. grazie all'impiego delle ruote di ferro e alla avvenuta scoperta del diamante. Risultato: la possibilità di tagliare le pietre come pure di eseguire profili più accurati, pose fine a 2000 anni di motivi rigidamente stilizzati a tutto vantaggio di una più libera espressività anatomica. A seguito del crollo della civiltà micenea le conoscenze acquisite in fatto di ruote di ferro e di uso del diamante andarono poi disperse per riapparire soltanto in epoca classica in Gre-

Nel periodo arcaico della civiltà greca cioè dall'800 al 500 a.C. si ritrovano nuovamente incisioni stilizzate di vario genere ma per lo più sotto forma di sigilli.

Comunque il periodo di maggiore splendore della glittica si avrà in epoca classica verso il 400 a.C. grazie soprattutto ai lavori di Desameno di Chio.

Risalgono al periodo ellenistico e particolarmente al tempo di Alessandro Magno, che tra l'altro ebbe ad incoraggiare personalmente questa arte, i cammei ricavati da agate a più colori

Testa incisa su agata stratificata del Brasile. Colori bianco-blu naturali.

stratificati, segno evidente che questo tipo di pietra era particolarmente apprezzata. La civiltà romana del terzo e quinto secolo dopo Cristo riprese il filone classico delle incisioni in pietra e ne arricchì la gamma con la raffigurazione di personaggi importanti quali uomini politici, poeti, etc. Alla fine della civiltà classi-

Alla fine della civiltà classica corrisponde anche la decadenza della glittica.

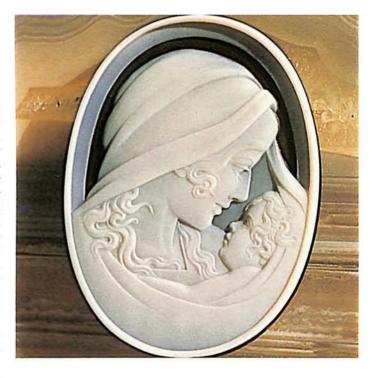
Il rinato interesse per tutto quanto sapeva di antico, riportò nel periodo rinascimentale, specialmente nel tardo rinascimento, l'attenzione sui monili ed i cammei rimasti fra le poche testimonianze capaci ancora di tramandarci il palpito umano delle antiche civiltà. Incisori e modellatori si buttarono alla loro ricerca, spinti non tanto dal desiderio di copiarli quanto di farne rivivere i motivi di ispirazione nelle proprie crea-

A questo periodo d'oro della glittica che copre grosso modo la prima metà del Cinquecento, risalgono i lavori di Matteo del Nassaro, che va in Francia a lavorare per Francesco I, Valerio Belli, Giovanni Bernardi, Alessandro Cesati ed altri, ma soprattutto di Giovanni delle Corniole e Domenico dei Cammei.

Si deve ai mecenati dell'epoca, tra i quali primeggiavano i Medici di Firenze, se è stato possibile tramandarci capolavori come la "Tazza Farnese". E fu ancora grazie a loro che potè svilupparsi una scuola di artisti dell'intaglio del livello dei Fontana e dei Fratelli Sarachi, che trovarono la loro massima espressione nella esecuzione di vasi finemente incisi ricavati da blocchi di cristallo di rocca, lapislazzuli, agata e diaspro.

Larga parte di questi capolavori sono oggi custoditi gelosamente nel Museo degli Argenti di Firenze, come pure nei musei di Monaco, Vienna e altrove.

Un aiuto notevole alla scoperta e allo studio organico delle testimonianze che ci restano della produzione di quel periodo ci viene offerto dal libro di E. Kries sullo sviluppo della glittica durante il Rinascimento Italiano, pubblicato nel 1929.



Cammeo classico Madre e Bambino su agata stratificata del Brasile, Colori blu-bianco naturali.



Nè va dimenticato il contributo che ha dato alla glittica la Famiglia Pichler.

Il mecenatismo ha una ripresa a livello di privati nel diciottesimo secolo e tra gli appassionati del tempo si ricorda lo stesso Goethe. Dopo di che subentra all'esecuzione dei pezzi singoli a puro scopo artistico, quella di emblemi, monogrammi, insegne di corporazioni, ma soprattutto degli stemmi araldici, commissionati dai membri della nobiltà di tutta Europa desiderosi di affermare attraverso questi simboli la dignità del proprio rango.

A fianco della Famiglia Pichler che è stata già menzionata, vanno ricordati i nomi di Natter, Hecker e Barnabè.

Nel più recente passato Parigi è andata via via sempre più assumendo una posizione di primo piano nel campo della glittica.

Si può dire anzi che i lavori di G. Le Maire oltre ad essere tra quanto di meglio ci offre la glittica contemporanea, rappresentano un punto di riferimento fondamentale per comprendere il resto della produzione europea degli ultimi tempi. Giovani di Idar Oberstein dopo aver fatto la loro prima conoscenza della glittica negli "ateliers" parigini e avere riportato in patria l'esperienza acquisita in Francia, vennero a creare a loro volta in Idar una vera e propria "enclave" di cultori

di questa arte.

In questo modo all'inizio di questo secolo è venuto a crearsi a Idar un nuovo centro caratteristico per la sua peculiarità e versatilità, fornito dal 1920 di una scuola professionale dove viene curato il lavoro di approfondimento e di ricerca delle varie tecniche di lavorazione. È stato proprio in questo periodo che August Rudolf Wild che insegnava in quella scuola portò la tecnica dell'incisione su pietra ad un livello senza precedenti. Nello stesso tempo alcuni intagliatori presero ad occuparsi anche della riproduzione di figure di animali secondo lo stile reso celebre da Fabergè, venen-do a completare l'intera gamma di questo tipo di lavorazione.



Notizie tratte da scritti di Erwin Pauly a cura di P. Vaglio Laurin

I magici poteri delle gemme nella tradizione antica

L'attrattiva che da sempre le pietre preziose hanno avuto sugli uomini, è dimostrata dalla famosa leggenda della pietra filosofale, in grado di trasformare in oro qualsiasi metallo.

Fin dai tempi antichi, infatti, gli uomini attribuirono grandi poteri alle gemme, che, insieme ad altre sostanze, erano spesso usate nella composizione di speciali e misteriosi filtri magici.

Le dissertazioni intorno ai poteri delle gemme, hanno origine nelle antiche civiltà d'oriente, e si diffusero in Europa intorno al XII sec. Ma già nella Naturalis Historia di Plinio, una vera e propria enciclopedia ante litteram, che vide la luce nel 77 d.c., è dedicato ampio spazio alle pietre preziose ed ai loro magici poteri.

Un testo di grande efficacia, è quello di Marbodo, Vescovo di Rennes (1096). usato fino alla fine del sec. XVI come un classico delle scuole di farmacia, per le moltissime indicazioni circa le virtù terapeutiche delle gemme. Se ne deduce che i gioielli, naturali sedi delle gemme, oltre che per la loro bellezza e per giustificare l'appartenenza ad un determinato ceto sociale, erano indossati proprio in relazione agli arcani poteri delle pietre incastonate.

Nel '500, studiosi come il Dolce ed il Lomazzo, mettono in rilievo la grande importanza del colore stesso delle gemme, in relazione ai loro poteri. Secondo questi trattatisti, le pietre preziose assumono il loro potere direttamente dalle stelle. Le gemme sarebbero infatti generate direttamente dagli astri e se i simboli delle costellazioni vengono incisi su di esse, queste aumentano le loro virtù. Fra i primi intagliatori vengono ricordati i popoli semiti, i quali, nella solitudine del deserto, trasferirono le loro conoscenze astronomiche ed astrologiche sulle gemme, come abbiamo visto, per una specifica funzione.

Il diamante sarebbe formato da Saturno, lo zaffiro da Giove, lo smeraldo da Mercurio, l'elettrio da Giove, il berillo da Venere, il topazio dal Sole, il diaspro da Marte, l'agata dalla Luna, l'elitropia da Marte e Saturno, lo zircone giacinto ed il rubino dal Sole, ecc.

I simboli di questi astri erano spesso incisi sulle gemme con il preciso scopo di aumentarne il potere magico, taumaturgico ed apotro-

paico.

Il rametto di corallo che si può spesso notare nell'iconografia rinascimentale (citiamo ad esempio quello che pende dal collo di Gesù Bambino nella Madonna di Senigallia di Pietro della riflette Francesca) usanza propria dell'epoca in cui l'artista operò: i bimbi indossavano una collanina con pendente un rametto di rosso corallo in quanto si credeva che questo avesse la proprietà di allontanare gli spiriti maligni, i cattivi sogni, oltre a giovare alla sa-



Carlo Crivelli. Madonna col bambino. Ancona Pinacoteca Comunale.

Un filo di candide perle fermato da un rubino cabochon orna il capo della Madonna, mentre le vesti e l'aureola sono anch'essi adorne delle stesse pietre. Le perle sono simbolo di purezza mentre il rubino allude al sangue mistico di Cristo.

lute dello stomaco e del cuore. Ma numerosi rametti di corallo sono stati trovati anche nelle tombe neolitiche, a giustificare come queste credenze si perdano nella antichità più remota. Curioso è quanto Plinio scrive a proposito della origine del corallo. Riferendosi alle credenze degli antichi greci, racconta che Perseo avrebbe posto la testa tagliata di Gorgone su una bianca conchiglia ed il sangue, sgorgando dal collo reciso, si sarebbe pietrificato dando origine, appunto, al rosso corallo. Se gli occhi della Medusa e della Gorgone producevano la morte, il sangue della Gorgone, solidificato, combatterebbe i poteri malefici. Nella Naturalis Historia si legge infatti che l'unico rimedio contro il malocchio sarebbe l'oro, in quanto metallo incorruttibile, oppure il corallo appuntito in forma di rametto, in grado di infilzare e fugare gli influssi malefici, intagliato in forma di piccola

mano sempre con lo stesso scopo.

Il sovrapporsi della religione cattolica alle antiche credenze pagane, fa assurgere il corallo a simbolo del Sangue di Cristo, per cui il rosso rametto che molti bimbi indossavano per i suoi poteri magici, indossato da Gesù Bambino richiamava la Crocefissione.

Anche le perle, di cui si faceva grandissimo uso ornamentale nel Rinascimento, erano cariche di significati. La perla è simbolo di purezza e castità. Curioso è quanto ebbe a scrivere nel '500 Agostino Riccio nella sua Storia delle Pietre ove si deduce come le perle fossero l'ornamento principe delle spose: "Delle belle, et gratiose spose, poscia che soavemente con queste perle s'adornano i bei crini, così l'orecchie ed i candidi colli loro, oltre si le delicate braccia et se per sorte perdono una perla grossa, che è detta margarita in latino, mettono sotto sopra la casa

Domenico Ghirlandaio. Madonna col Bambino. Washington National Gallery.

Il manto della Madonna è fermato da una fibbia trattenuta da due coralli sferici con al centro un grande opale cabochon inserito fra quattro perle disposte a croce. Ciascuna di queste gemme possiede un preciso significato religioso: l'opale significa comunione con il Divino.



per ritrovarla!" Che mettessero sotto sopra la casa per ritrovarla non ci stupisce, se pensiamo che si trattava di un ornamento certamente fra i più rari e costosi! La perla veniva usata anche per i suoi poteri terapeutici: sciolta nell'aceto fugava i mali (pare che la prima a sperimentare la nuova medicina fosse nientemeno che Cleopatra!) mentre nei casi disperati venivano somministrate al paziente perle tritate, come consigliavano i vari lapidari. Si narra che a Lorenzo il Magnifico, in punto di morte, fu somministrata una tale pozione, con risultati che lasciamo al lettore immaginare! Il sovrapporsi della religione cattolica alle credenze pagane elegge la perla a pietra della Modonna in quanto simbolo di purezza e castità.

Un discorso a sè merita il diamante, considerato la pietra datrice di luce e vita. La più preziosa delle gemme, secondo Plinio, può essere spezzata solo dal sangue del caprone, e da nient'altro. È simbolo di stabilità e di virtù, combatte i vizi e la pazzia.

Scrive Cecco d'Ascoli: "Per fuoco né per feltro lo diamante / si rompe, per potenza di Saturno. / Resiste sua natura al negromante. / Gli spiriti fuga, tossico e paura. / Riaccende amore se il disdegno è inturno. / E simil di cristallo sua figura. / A chi lo porta nel sinistro braccio / val contro gli inimici e leva sogni, / contro di brighe, mattezza ed impaccio. / Io taccio, per servir qui alle donne, / Natura occulta che pur abbisogni: / Non sii dolente se ciò si nasconne".

L'etimo deriva dal greco adamas (indomabile) per la sua durezza ed incorruttibilità. La polvere di diamante era ritenuta velenosissima: con questo pare fu procurata la morte al filosofo Paracelso, mentre Cellini accusa il suo peggior nemico, messer Durante, di aver tentato



Piero della Francesca. Ritratto di Beatrice Sforza. Firenze. Uffi-

Esempio di ornamenti d'uso profano. Le perle simboleggiano castità, il pendente, probabilmente di rubino, è simbolo di prosperità. Le perle erano indossate anche per il loro potere taumaturgico.

di assassinarlo con polvere di diamante mischiata al cibo.

E, francamente, non aveva tutti i torti a temere la polvere di diamante in quanto questa sarebbe l'equivalente delle lampadine tritate e servite nelle polpette dalle mogli stanche del proprio marito, come si narra nei più truci libri gialli.

In religione, il diamante per la sua incorruttibilità rappresenta la chiesa di Cristo. Il rubino, nel significato religioso, allude al sangue mistico di Cristo e contemporaneamente alla Carità. Non viene consumato dal fuoco e secondo il Dolce "leva i cattivi pensieri, accorda le liti tra gli amici, fa accrescimento ad ogni prosperità".

Il suo splendore, più forte delle tenebre, acquieta la lussuria e la tristezza d'animo, dà forza al corpo e prosperità.

Secondo Cecco d'Ascoli: "...toglie dal cuore sempre la tristezza / resiste a pesti-

lenza dell'aria, / ai nervi ed alle membra dà fortezza; / fuga veleno e gli umori adequa; / Umor che fosse di natura varia / persua virtù egli distrugge ed equa. / Dal sole in lui fa pinta tal virtute / che a nostra vita facesse salute/" Tradizionali doni agli sposi erano il rubino e lo smeraldo in quanto entrambi creduti di buon auspicio per la buona riuscita e la felicità del matrimonio. In particolare lo smeraldo aveva potere di conservare la bellezza del volto e la castità.

Sempre il Dolce, nel suo trattato "Le Diverse sorti delle Gemme" narra che la pietra si spezzerebbe nel momento in cui una vergine venisse violata, "È commoda questa pietra a coloro che amano la castità: perciocché non sostiene che una vergine sia violata, ma si spezza".

Nel significato religioso lo smeraldo è simbolo della fede e per questo motivo nell'iconografia rinascimentale è spesso ornamenPiero della Francesca. Madonna di Senigallia (particolare). Urbino - Galleria Nazionale delle Marche.

In questo famoso quadro si possono osservare i fili di perle indossati dagli angeli (simbolo di purezza) fra cui una grande "margarita" tenuta da una treccia d'oro nell'angelo di sinistra. Al collo di Gesù Bambino è appeso un filo di coralli (il sangue di Cristo) con un rametto di corallo pendente, trattenuto da un castone di oro.



to degli angeli.

Per gli antichi lapidari inoltre lo smeraldo favorirebbe le profezie: "Chi vuol divinar, seco lo porta" (Cecco d'Ascoli).

Lo zaffiro "toglie dal cuore l'invidia maligna" (Cecco d'Ascoli) e "genera pace e concordia, fa l'animo puro verso Dio, conferma l'anima nelle buone opere" (Alberto Magno).

Nel significato religioso è associato alla figura della Vergine, quale simbolo di castità e di pudicizia. Lo stesso suo colore richiama quello del manto della Madonna.

L'opale, sempre secondo il Dolce, rende più acuta la vista e costituisce un utile rimedio contro le malattie degli occhi, rende pure le persone che se ne adornano. Trasponendo queste credenze nel significato religioso, il rendere più acuta la vista apre la possibilità di vedere oltre le cose reali ed entrare in contatto con il Divino.

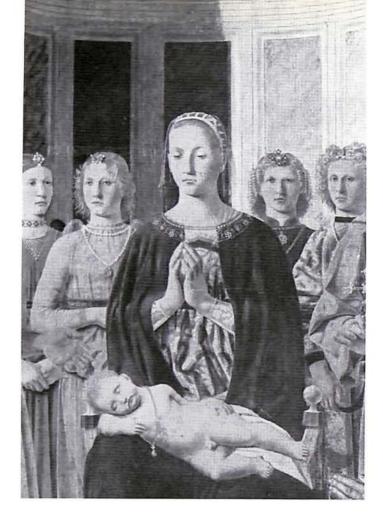
Si riteneva che il cristallo di rocca avesse origine dalla neve gelata per cui, negli antichi lapidari, questa pietra aveva virtù di togliere la sete.

"Tenuto in bocca limita la sete... alcuni lo stimano neve gelata ed indurata per lo spazio di 30 anni, e per la vecchiaia conversa in pietra..." (L. Dolce).

Alberto Magno sostiene, a ragione, che "se tu vuoi accendere il fuoco, piglia il cristallo e ponilo al circolo del sole cioè di rimpetto al sole e ponivi appresso alcuna cosa da bruciare e subito scaldando il lucido sole appiccierà il fuoco..."

Gemma molto ambita presso gli antichi romani, si narra che Nerone prima di morire infranse due coppe di cristallo di rocca che non poteva portare con sé. Nel significato religioso è simbolo di purezza e per la somiglianza alla trasparenza dell'acqua simboleggia il battesimo.

Se dunque consideriamo i



molteplici significati che assumevano le gemme nell'antichità, ci renderemo conto come, a differenza dei giorni nostri, il gioiello non possedeva semplicemente valori d'ornamento, come in genere si è portati a credere, ma era prima di tutto un talismano.

Ma, se le gemme possedevano tali misteriosi e potentissimi poteri era senz'altro cosa opportuna valorizzarle con preziose incastonature in gioielli d'oro, da tramandarsi di generazione in generazione.

E da notare che se i gioielli e le più preziose gemme erano appannaggio delle sole classi più abbienti, che facevano di questi un simbolo di prestigio e di potere, tuttavia anche i ceti più poveri, nei limiti delle loro possibilità economiche, nutrivano grande stima per i poteri delle gemme dando luogo ad una tradizione popolare di gioielli minori che perdurò fino al secolo scorso.

Purtroppo la stragrande

parte di gioielli antichi si è persa nei meandri del tempo.

Se il gioiello è anche tesaurizzazione il suo destino è di essere utilizzato nel momento del bisogno.

Moltissimi gioielli di pregevolissima arte furono fusi o dispersi durante guerre e pestilenze.

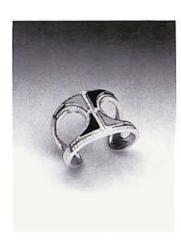
Ci restano tuttavia molte testimonianze che ci provengono dalla iconografia di tutti i tempi e particolarmente quella rinascimentale.

Se il gioiello per uso profano dunque è assai raro, è invece ancora conservato il grande bagaglio d'opere di gioielleria per uso religioso. La Chiesa, conservatrice per eccellenza, come ci ha tramandato nei secoli innumerevoli opere d'arte così ci ha consentito di poter ammirare splendidi capolavori di oreficeria ove le gemme, come abbiamo visto, hanno una importanza fondamentale.

Franco Cantamessa

Artigianato:

VALENZA E GLI ALTRI



Finalmente è arrivata anche a Valenza: dopo aver toccato i centri di Faenza, Gubbio, Volterra, la mostra dell'artigianato "MANUA-LITÀ" e giunta nella nostra Città ove ha potuto essere visitata per un intero mese al Centro Comunale di Cultura. La successiva tappa sarà Venezia, l'ultima delle città in programma.

Questa mostra ci ha offerto l'occasione di parlare a lungo, nelle colonne della nostra rivista, dei problemi estetici ed economici riguardanti l'artigianato. Ora che è giunto a Valenza ed abbiamo potuto con calma ammirare le molte opere esposte, esaminiamo meno in generale e più da vicino il nostro particolare artigianato in rapporto con quello degli altri centri.

Una delle funzioni di una mostra come questa è infatti quella di fare discutere, di fare meditare intorno a problemi che spesso, nella foga di produrre, sono ignorati. Eppure la rivalutazione dell'artigianato in Italia deve partire prima di tutto da una presa di coscienza degli operatori stessi, del loro in-

sostituibile valore, della tradizione culturale che tramandano, dell'altissima specializzazione, del gusto con il quale sanno creare nuove forme.

Bene ha fatto dunque l'assessorato all'artigianato del Comune di Valenza, presieduto dal collega orafo Alberto Siligardi a rendersi promotore anche verso gli altri centri di questa manifestazione che ha raggiunto nel corso di un anno un record davvero invidiabile. Ouasi 100.000 visitatori a tutt'oggi. Di essa si è occupata in varie riprese la stampa italiana e anche la Rai TV. Un groupage fra i magcentri produttori dell'artigianato in una mostra itinerante non era stato mai tentato e bisogna dire che l'idea ha avuto successo sia sul piano culturale sia sul piano promozionale.

Il sindaco di Valenza On. Lenti nel suo breve discorso d'inaugurazione ha affermato che occorreva dimostrare la ragione d'essere dell'artigianto la cui storia in Italia parte da molto lontano: fu l'epoca dei Comuni che vide l'artigianato affrancarsi dalla economia feudale.

Egli si poneva, in quella occasione, una serie di domande molto stimolanti. È giusto che Valenza, che ha un artigianato molto giovane rispetto agli altri centri che affondano le loro tradizioni nell'età dei Comuni. esponga insieme con questi? Essa si è sviluppata artigianalmente in tempi in cui molti consideravano l'artigianato memoria storica. Ma l'artigianto è in contrasto con l'evoluzione storica? O è un fenomeno necessario, oltre che ancora pos-

In questo momento l'artigianato, sul piano economico, garantisce più di altre attività l'occupazione. È dunque da incentivare o è da considerarsi fenomeno transitorio? Tutte domande che la Mostra solleva.

Le scelte degli Enti locali sono in direzione di una valorizzazione dell'artigianato, le regioni, i comuni intendono consolidare questo tipo di attività e nel medesimo tempo, anche attraverso mostre come questa – tale è stata la dichiarazione dell'assessore regionale Marchesotti – si propongono di approfondire i problemi ruotanti intorno all'artigianato, l'apprendistato, gli incentivi, i rapporti con l'ambiente, ecc.

Valenza, è vero, ha un artigianato giovane: il suo ufficiale anno di nascita è il 1848, quando, come si sa, Morosetti aperse bottega di ritorno dal Sud America. È questo anno di nascita un fattore da tenere presente in relazione a molte critiche che sono state sollevate circa il livello qualitativo delle opere d'oreficeria esposte. È stato lamentato che gli

E stato lamentato che gli orafi di Valenza si sono mostrati un po' freddi nel collaborare al successo di questa mostra.

Occorre subito dire che con ogni probabilità è loro sfuggito il significato culturale che ad essa si intendeva attribuire, non solo, ma hanno sottovalutato l'impatto promozionale di una mostra di questo tipo.

Fatto sta che viene lamentato che non è stata presentata la più significativa produzione Valenzana, e che in ogni caso le aziende partecipanti sono state poche. Per la manifestazione di Valenza, tuttavia, l'AOV ha consentito di esporre i gioielli segnalati nella Mostra del Gioiello Valenzano ed i progetti premiati dell'Istituto Statale d'arte, a seguito concorso bandito dall'AOV stessa.

Forse, ciò che ha un po' confuso le idee ai Valenzani è stata una inadeguata informazione circa il tipo di gioello che veniva richiesto. Si voleva presentare un prodotto che mettesse in luce la "manualità" artigianale, al di là dei criteri che riguardano la commercializzazione, oppure invece gioielli quali si possono riscontrare anche nelle vetrine dei

Bracciale rigido in alpacca dorata e plexiglas con zaffiri bianchi. Centro Formazione Professionale Regione Piemonte. negozi di tutta Italia? Si voleva presentare la ricerca d'avanguardia, oppure gioielli che richiamassero la tradizione del nostro artigianato?

Forse occorrevano due specifiche sezioni per mostrare entrambe le produzioni; forse si dovevano creare prima degli incentivi quali concorsi, premi, segnalazioni, in riferimento proprio alle esigenze di questa mostra.

Per quanto riguarda per esempio le ceramiche di Faenza, abbiamo potuto osservare che convivono tutte quante le tematiche, esposte per gruppi.

Vi è un artigianato che può essere assunto senz'altro come espressione artistica, legato a oggetti - sculture non aventi una precisa funzione di uso, un artigianato che si richiama alla storia delle ceramiche faentine, il cui nome - Fayence - stava ad indicare nell'Europa del '700 la migliore produzione, vi è un artigianato di ricerca formale che fa capo alle scuole ed alle aziende più proiettate verso una produzione di avanguardia, vi è infine una produzione "commerciale" che esemplifica quanto viene creato per il mercato.

Per Valenza ciò non è stato possibile, se non altro per l'esiguità delle opere presentate. Occorre sottolineare, tuttavia, che l'orafo di Valenza stenta a comprendere l'importanza di evidenziare il valore culturale della sua opera e le ragioni sono molteplici.

Forse lo abbiamo già accennato. Quello di Valenza è artigianato giovane. Non ha profonde radici storiche, manca una coscienza del significato culturale che questo può assumere. Esso iniziato nella metà dell'800 prima con una produzione legata ad usi e costumi locali, molto povera, non di gioielleria, e poi, quando sul finire del secolo è stato fatto il balzo qualitativo, questo è avvenuto per l'insegnamento di maestri che si erano specializzati all'estero, o presso la corte Sabauda o Papale e che, creato il laboratorio in Valenza, si sono dedicati inizialmente a prodotti sulla falsariga di quelli di altri centri ove invece la tradizione orafa era già radicata da secoli.

Perciò manca, fin dalle origini, un riferimento autoctono. E per questo motivo manca anche la consapevolezza culturale del nostro valere.

Tuttavia, questo fenomeno solo Valenzano, di una città quasi interamente di orafi, crea i presupposti, oggi, per la nascita di una nuova tradizione artigianale. Se ci è consentita l'iperbole, Valenza sta vivendo, nel sec. XX un suo rinascimento. È nata dal nulla una tradizione che s'è sviluppata moltissimo, ed è oggi, non ieri, che il gioiello Valenzano ha invaso tutti i mercati con una produzione caratteristica, inconfondibile, sia per fasce di prezzi che per stile. Ed è ora quindi che gli orafi prendano davvero coscienza di questo fatto, e che comprendano di esser riusciti ad inserirsi, buoni ultimi, nel grande filone della produzione artigianale italiana. È oggi, non ieri, che scoprono la necessità di aggregarsi, di pianificare il loro futuro, di inserirsi in forma attiva nella economia cittadina ed italiana, dando il loro apporto di capacità inventive, di fantasia, di temperamento tenace di fronte alle avversità.

Ecco, questa mostra dovrebbe servire anche a questo: il prodotto valenzano è avvicinato a quello di centri di più antiche tradizioni artigianali, valutato non per la sua preziosità, per le gemme che lo compongono, ma per il suo appartenere culturalmente ad una grande tradizione tutta italiana, contemporaneamente artistica storica ed economica. Se gli orafi comprenderanno tutto ciò, la partecipazione alla prossima edizione sarà certamente più sentita.



95

CONCORSO TRA GLI STUDENTI ISA

L'Associazione Orafa Valenzana ha indetto un concorso tra gli studenti dell'Istituto Statale d'Arte Benvenuto Cellini di Valenza. Il concorso prevedeva lo svolgimento in disegno di uno dei tre temi proposti:

— realizzazione in disegno di un girocollo con impiego di oro e un massimo di 50 piccoli brillanti e pietre preziose di colore;

 pendente con le stesse caratteristiche di materiale da impiegare;

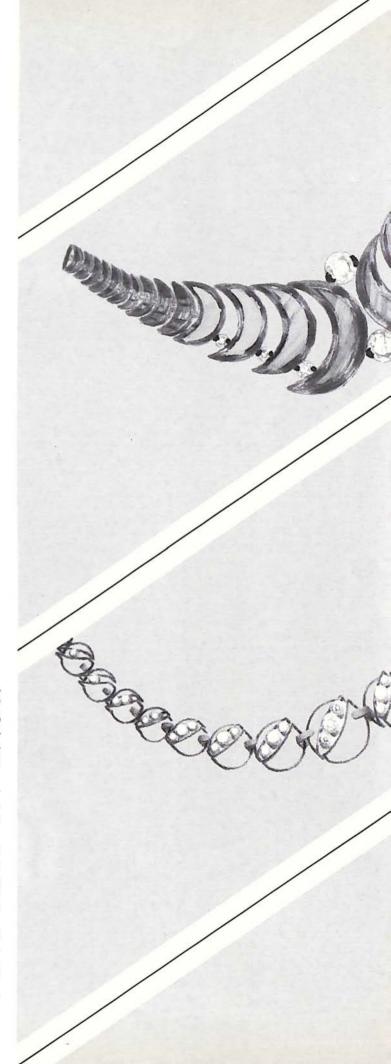
— anello con pietre preziose anche di caratura elevata.

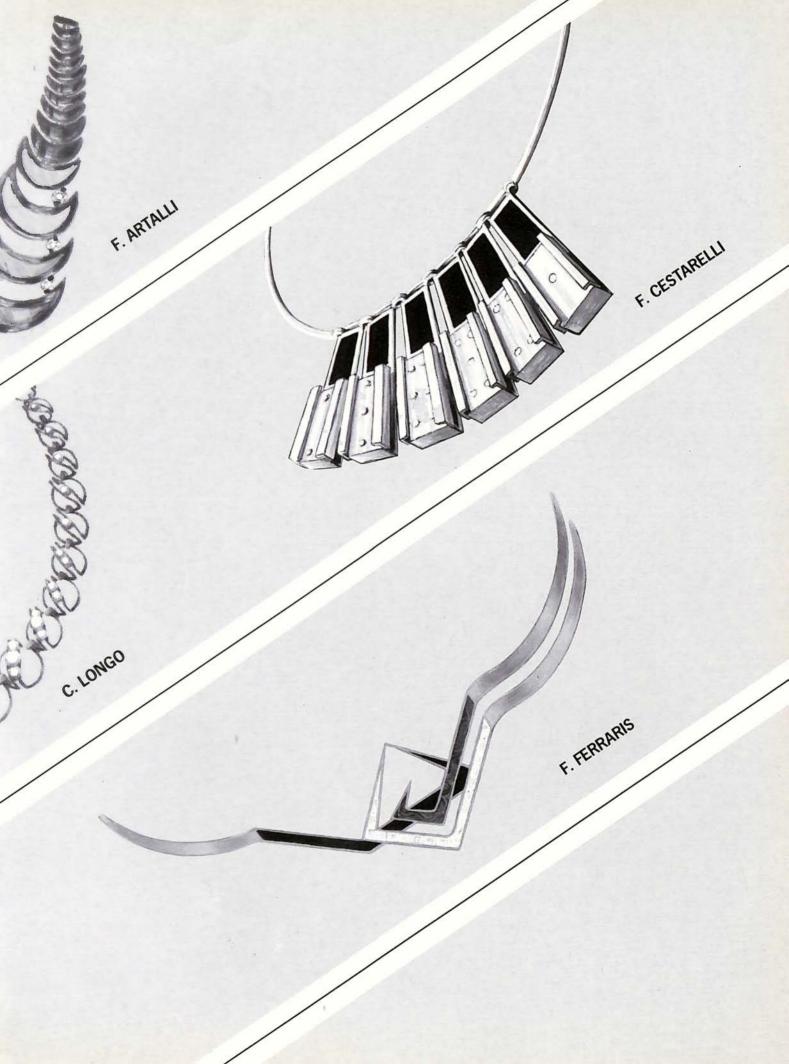
I disegni, con oggetti eseguiti a dimensioni reali, sono stati sottoposti alla Giuria del Concorso composta da Giorgio Manfredi, Roberto Boldi, Gianfranco Cagnina, Adele De Bernardi, Antonio Gió. Numerosissima la partecipazione degli studenti del 3,º 4º e 5º anno, tra i quali era stato indetto il concorso ma, così come prevedeva il bando, sono stati selezionati solo 24 disegni, suddivisi in due gruppi di classifica.

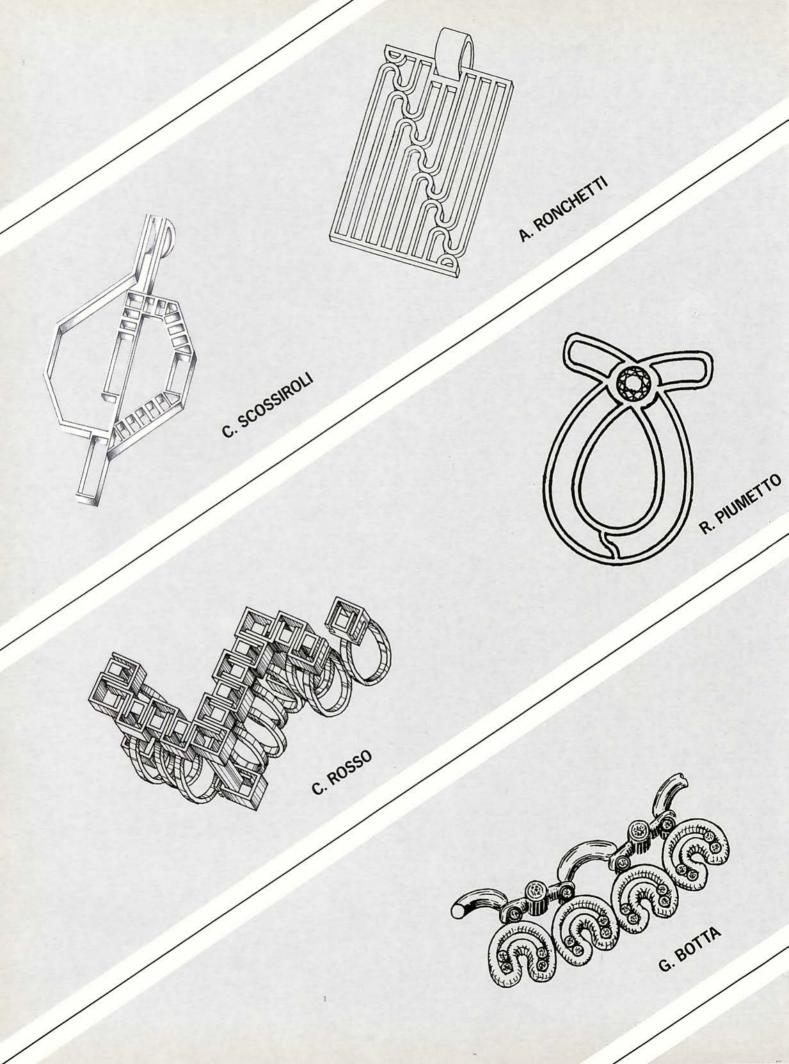
In questa e nelle pagine seguenti presentiamo i disegni degli allievi selezionati, la cui classifica è la seguente:

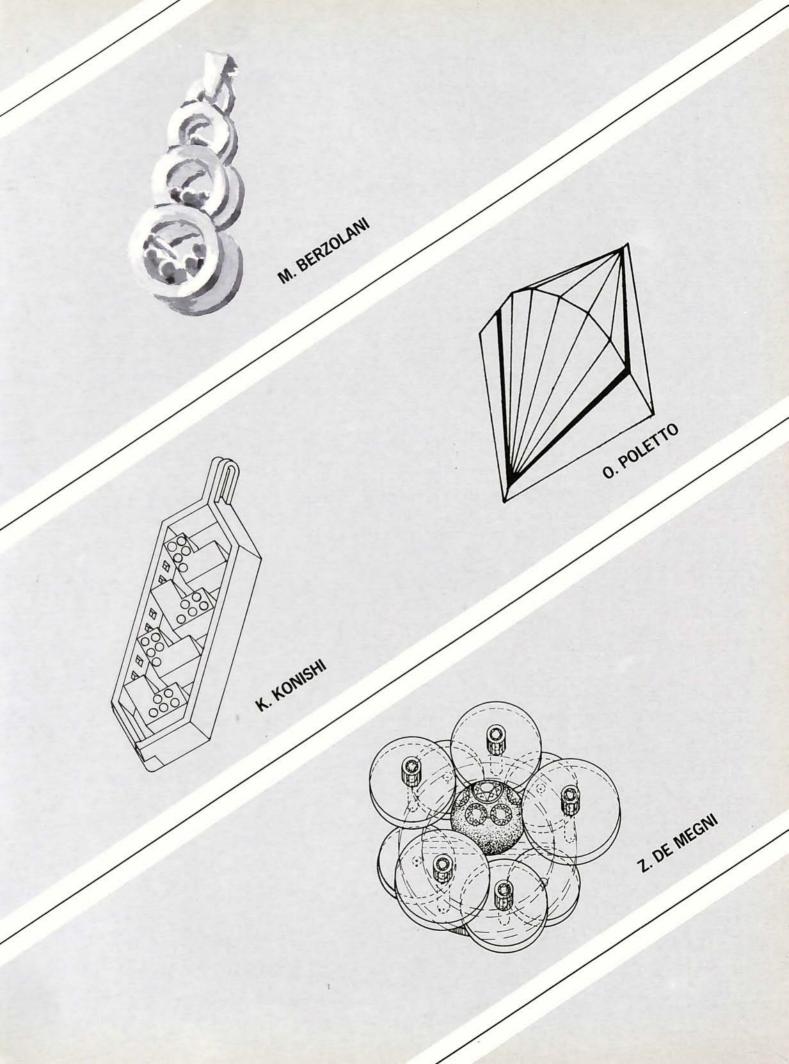
Primo gruppo di segnalati: O. Poletto, A Ronchetti, K. Konishi, M. Marceddu, F. Artalli, G. Botta, F. Cestarelli, F. Curletti, Z. De Megni, I. Leonardi, G. Persico, C. Scossiroli.

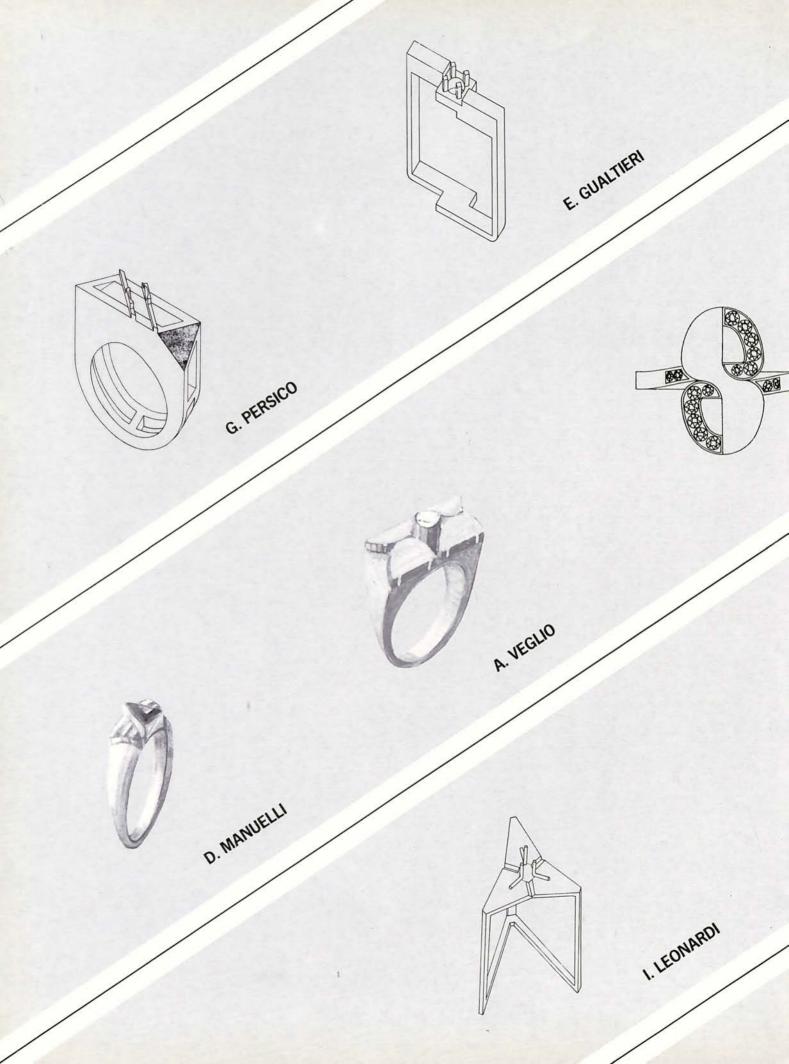
Secondo gruppo di selezionati: M. Berzolani, F. Bevilacqua, M. Fattore, F. Ferraris, E. Gualtieri, C. Longo, D. Manuelli, R. Piumetto, C. Rosso, G. Salviato, R. Stracquadanio, A. Veglio.

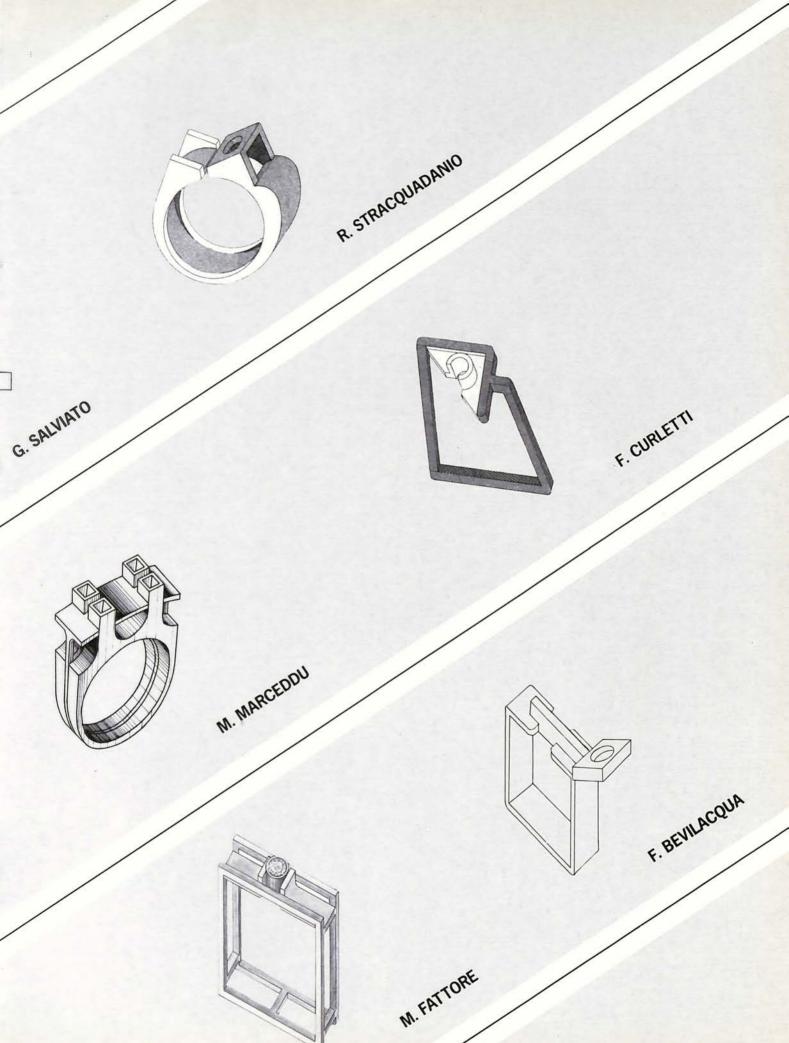














MADE IN ITALY

L'Istituto per il commercio Estero ha elaborato per il biennio 1981-1982 un progetto promozionale da realizzare in U.S.A., mercato che assorbe un terzo dell'esportazione italiana nel mondo.

L'ha annunciato nel corso di un convegno svoltosi a Vicenza durante la quarantesima Fiera dell'oreficeria e gioielleria, anticipando anche - per sommi capi - i risultati di un'inchiesta realizzata ad hoc.

In base ai dati riferiti è interessante rilevare come il 20% del mercato U.S.A. è coperto dalle importazioni e come il 70% di questo mercato è coperto dalle importazioni dall'Italia.

Tradotte in cifre, queste percentuali evidenziano un'esportazione italiana verso gli Stati Uniti di circa 560 milioni di dollari nel 1979. Cifra che, considerando le fortissime contrazioni registrate nel 1980 sono purtroppo al momento attuale suscettibili di forti modifiche in ribasso.

Il progetto promozionale, stando agli studi condotti, dovrebbe però far aumentare - nell'arco di due anni - un 5% delle importazioni dall'Italia: auguriamocelo.

La ricerca di mercato - indispensabile per conoscere il mercato che si deve aggredire fornisce elementi di valutazione circa il gusto del consumato-

re medio americano, le sue preferenze, la sua possibilità finanziaria, la sua conoscenza del prodotto italiano.

Riscontrato un forte interesse per tutto quanto è prodotto e disegnato in Italia, è proprio sul "made in Italy" che l'ICE intende

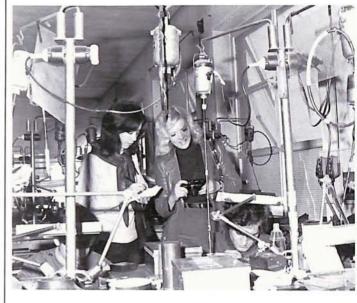






Una delle prime operazioni informative dell'ICE sul Made in Italy è stata la realizzazione di un depliant a colori, inserito nelle principali riviste di categoria statunitensi.

Ci è gradito rilevare che per la presentazione della gioielleria è stato utilizzato parecchio materiale fornito dalla nostra rivista.









sviluppare la sua campagna promozionale che comprende, oltre alla pubblicità sulle principali riviste di categoria, numerose altre attività collaterali.

Il piano prevede infatti la costituzione di una organizzazione commerciale per la distribuzione di tutti gli articoli di gioielleria e un ufficio di studi e ricerche sull'andamento del mercato in USA per segnalare i trend relativi a disegno, tipologie, metalli e pietre.

Questo è stato uno dei punti più discussi nel dibattito che è seguito soprattutto da parte dei gioiellieri valenzani.

Infatti può essere interessante per un produttore aretino o vicentino sapere che il mercato è disponibile per catene a 14 cara-

ti invece che a 18 carati; questa informazione gli sarà di indubbia utilità: ma per i valenzani? Valenza ha un potenziale produttivo impostato su una tipologia di oggetti identificata come "valenzana" ed è su un certo genere di modellazione che Valenza deve spingere la sua esportazione. Del resto una campagna pubblicitaria ben condotta sul "Made in Italy" dovrebbe proprio avvicinare il consumatore americano al nostro prodotto e ad apprezzarlo proprio per le sue caratteristiche di disegno italiano.

L'impegno assunto dall'ICE è di notevole portata e ci auguriamo vivamente — nell'interesse di tutta la categoria orafa — che il consistente budget stanziato per questa operazione veda risultati positivi per tutti.

Su invito dell'ICE, un gruppo di giornalisti appartenenti alle principali riviste settoriali U.S.A. ha realizzato una serie di incontri e di visite presso i più importanti centri di produzione italiana.

L'operazione, che si inquadra nel programma delle azioni promozionali previste dall'ICE per una migliore conoscenza del prodotto orafo italiano, ha naturalmente inserito Valenza in questo giro conoscitivo e alcune Aziende hanno ospitato e introdotto i giornalisti alle tecniche artigianali proprie della nostra città.

Del gruppo, rappresentativo della più qualificata stampa d'oltremare, facevano parte Nancy Pier Sindt (National Jeweler), Bill Allison (Modern Jeweler Magazine), Doris Nixon (Bridal National Service), Eileen Farrel (Pacific Goldsmith) e Nathan Winkles (Jewelers Circular Keystone).

La realtà valenzana "impressive", a detta dei visitatori, ha fortemente colpito gli esponenti della stampa americana e, ce lo auguriamo vivamente, possa il loro interesse essere proficuamente trasmesso ai lettori delle loro riviste.







DAI MERCATI FINANZIARI INTERNAZIONALI

REAGAN L'ORO E IL DOLLARO

Esattamente un anno fa, nel gennaio del 1980, la quotazione dell'oro sfiorava gli 850 dollari l'oncia. Da allora è iniziata una discesa che, seppure frenata da momentanei sussulti, non sembra essersi ancora arrestata. Alla fine del 1980 il prezzo dell'oro sembrava aver raggiunto una certa stabilità intorno ai 600 dollari l'oncia.

Ancora una volta le ragioni profonde di questo movimento vanno ricercate negli spostamenti di masse monetarie da un investimento all'altro: dall'oro al dollaro.

Non è molto tempo, infatti, che il dollaro sembrava "bruciare" le mani di chi lo possedeva, al punto che i paesi produttori di petrolio pensavano di legare il prezzo del greggio ad un paniere di monete forti, come il marco ed il franco svizzero. Ma nell'arco di poche settimane il dollaro ha registrato una brusca impennata ed è diventato nuovamente una valuta forte e ricercata su tutte le piazze internazionali. La forte tensione che ha caratterizzato i tassi di interesse negli Stati Uniti ha contribuito a convogliare verso il dollaro masse monetarie consistenti, soprattutto se si tiene presente che le autorità monetarie degli Stati Uniti non sembrano disposte, come già avvenuto nella scorsa primavera, ad allentare tanto facilmente la stretta creditizia.

Ma a rilanciare il dollaro hanno contribuito anche la maggior fiducia nella economia americana con l'insediamento di Reagan alla presidenza e, soprattutto, l'aumento dei prezzi del petrolio. I recenti aumenti decisi dai paesi produttori sembrano favorire più che mai Stati Uniti ed Inghilterra, le cui valute diventano così delle "petro-valute".

Gli elevati tassi di interesse sul dollaro hanno reso particolarmente onerosi gli acquisti speculativi, la liberazione degli americani da parte dell'Iran ha appianato uno dei punti di maggior tensione sul piano internazionale, mentre la situazione in Polonia, seppure ancora fluida, non sembra destinata ad aggravarsi. Ma è indubbio che a livello psicologico abbia influito anche l'ingresso di Reagan alla Casa Bianca: un dollaro di nuovo richiesto significa un'America più potente. un'America più sicura di sè e dei suoi mezzi, un'America capace di dominare ancora la scena internazionale. Il rialzo del dollaro potrebbe essere solo un fatto contingente, o se si vuole un aspetto della campagna pubblicitaria a favore del nuovo presidente, ma non si deve sottovalutare il fatto che questo rialzo potrebbe anche essere un momento di profonde modificazioni dell'economia degli Stati Uniti. Modificazioni avvertibili nei movimenti della bilancia commerciale, il cui deficit si è sensibilmente ridotto nel corso del 1980, e della bilancia dei pagamenti che si è chiusa con un saldo positivo destinato ad aumentare sensibilmente nel corso dell'anno.

IN GIAPPONE RINVIATA LA CREAZIONE DI UN MERCATO PRIVATO DELL'ORO

Tokyo - Orafi e orologiai giapponesi contavano di poter avviare, con l'inizio del 1981, un mercato privato dell'oro a Tokyo. Il progetto è stato però rinviato per consentire a tutte le parti interessate di valutare le prospettive di una simile realizzazione. L'associazione degli operatori in metalli preziosi vorrebbe infatti poter contare anche sull'appoggio delle case commerciali. Il mercato di Tokvo, una volta avviato. dovrebbe trattare oro sia sul disponibile che a termine con scadenze fino a sei mesi e con prezzi basati sul Comex di New York. Tuttavia i maggiori importatori giapponesi di oro hanno manifestato un certo scetticismo sulla realizzazione di un simile mercato, dato che il quantitativo di metallo disponibile presso i membri dell'associazione è piuttosto esiguo.

DIMINUITA LA PRODUZIONE MONDIALE DI ARGENTO

New York - La produzione mondiale di argento nel corso del 1980 è stata di 340 milioni di once contro 344,6 milioni del 1979. Sensibile è stata la riduzione della produzione statunitense che, a causa degli scioperi che hanno interessato il settore, è ammontata a 32 milioni di once contro i 38 milioni dell'anno precedente.

Il Messico ha invece prodotto 50 milioni di once (contro i 49,3 milioni del 1979), il Perù ha prodotto 40 milioni di once (43,4 milioni) ed il Canadà 40 milioni (contro 38,1 milioni).

PRESTITO OBBLIGAZIONARIO LEGATO ALL'ORO

Londra - Nelle prossime settimane con ogni probabilità verrà emesso dalla Refinement International, società che opera nei metalli preziosi e controllata dalla statunitense Refinement International Co., un prestito obbligazionario legato all'oro.

Il prestito, della durata di 15 anni, sarà costituito da 10.000 obbligazioni, ognuna della quali corrispondente a 10 once di oro. Gli interessi ed il rimborso del capitale potranno essere pagati in oro solo per un quantitativo minimo di 10 obbligazioni possedute, altrimenti verranno pagati in base al prezzo medio dell'oro sul mercato. Il tasso di interesse non è stato ancora fissato ma dovrebbe aggirarsi intorno al 3-4%.

E previsto che i titoli siano richiamabili a partire dal febbraio del 1986 oppure nel caso in cui il prezzo medio dell'oro superasse i 2.000 dollari l'oncia per un periodo di 60 giorni.

DIMINUITE LE VENDITE DI KRUGERRAND NEL 1980

Citta del Capo - Il Sud Africa ha venduto nel corso del 1980 monete d'oro (krugerrand) per complessive 3,14 milioni di once contro 4,94 milioni del 1979. In particolare sono state vendute monete del peso di un'oncia per complessive 2,85 milioni di once contro le 4,94 milioni di once del 1979.

La diminuzione delle vendite secondo la Intergold è stata provocata dall'aumento del prezzo dell'oro. Gli investitori hanno infatti preferito acquistare krugerrand di minor peso in particolare quelle da un quarto di oncia, delle quali sono state venduti 94,706 pezzi contro i 42.514 di un anno prima, e quelle da un decimo di oncia, delle quali sono stati venduti 414.189 pezzi contro 88.775 del 1979.

CAUSA MALATTIA

Vendesi negozio oreficeriagioielleria nuova struttura di negozio, porte corazzate, cristalli antirapina, impianti allarmi moderni, via radio, telefono, collegati con servizio polizia, ottima clientela italiana ed estera, in località a 4 Km. dalla Svizzera.

TELEFONARE AL (0131) 92091 DALLE ORE 10 ALLE ORE 12.

GHANA: ECCEZIONALI I GIACIMENTI AURIFERI

Accra - II Ghana ha un potenziale produttivo di oro superiore a quello del Sud Africa. A tale conclusione è pervenuta una apposita commissione governativa che ha censito tutti i terreni auriferi finora conosciuti nel paese. Il potenziale del Ghana è stato valutato intorno ai 2 miliardi di once di terreno aurifero.

La commissione che ha condotto gli accertamenti sulle possibilità minerarie del Ghana ha anche redatto un piano per lo sviluppo e lo sfruttamento di questi giacimenti. Il Ghana che nel 1960 produceva 900.000 once di oro ha visto scendere la sua produzione agli attuali livelli di 400.000 once e questo perché non esistono condizioni economiche e finanziarie tali da permettere investimenti stranieri nel paese.

Per lo sfruttamento di queste risorse il governo di Accra si è dichiarato disposto a fornire speciali incentivi alla realizzazione di miniere d'oro (sono stati indicati 14 giacimenti sfruttabili commercialmente) per promuovere un'afflusso di investimenti esteri. Se tali progetti dovessero essere realizzati la produzione di oro del Ghana potrebbe raggiungere entro la fine del secolo i 2 milioni di once all'anno.

DIMINUITA LA PRODUZIONE MONDIALE DI ORO

New York - La produzione mondiale di oro nel 1980 è stata stimata in poco più di 38 milioni di once contro una produzione di 39 milioni di once del 1979. Il maggior produttore è stato ancora il Sud Africa con 21,5 milioni di once contro i 22.6 milioni dell'anno precedente. Le riserve mondiali di oro, secondo le stime dell'Ufficio USA delle miniere, sono state valutate in 2 miliardi di once di cui circa la metà in possesso del Sud Africa. L'Unione Sovietica possiede invece circa 300.000 once e gli Stati Uniti 250.000 circa.

PER UN RITORNO AL SISTEMA "GOLD STANDARD"

Washington - Il ritorno al sistema "gold standard" con la fissazione del valore del dollaro legata ad una predeterminata quantità di oro è stata auspicata dal senatore statunitense Jesse Helms, il quale ritiene che affidando, in tal modo, al mercato la determinazione del rapporto dollaro/oro si possa prevenire e combattereil fenomeno inflazionistico.

A questo proposito il senatore Jesse Helms ha presentato un apposito disegno di legge per la reintroduzione del sistema "gold standard". La Riserva Federale, secondo quanto previsto da questo progetto, dopo un periodo di transizione di sei mesi dovrà essere pronta ad acquistare o vendere oro al prezzo medio di mercato degli ultimi cinque giorni di attività del periodo transitorio.

SUD AFRICA: MEDAGLIE D'ORO DA 1 KG.

Johannesburg - II Sud Africa ha recentemente prodotto 100 medaglioni d'oro da 1 Kg. ciascuno, pari cioè a 32.151 once.

Questi medaglioni, denominati "Kruger kilo" sono stati posti in vendita al prezzo di 30.000 rand ciascuno e successivamente il loro prezzo dipenderà dalle quotazioni dell'oro sui mercati mondiali.

A NEW YORK SCAMBI RECORD SULL'ORO

New York - Al Comex (Commidity Exchange) di New York i contratti stipulati sull'oro nel 1980 hanno raggiunto livelli da primato. Secondo fonti del mercato, infatti, i contratti sull'oro sono stati 8.001.410 contro il precedente record stabilito nel 1979 con 6.541.893 contratti.

DAL MONDO DEI DIAMANTI

Londra - La DE BEERS, la multinazionale sudafricana che controlla circa l'80% della produzione mondiale di diamanti grezzi, ha deciso di ricorrere allo stoccaggio, per la prima volta dal 1974, nel tentativo di sostenere i prezzi sul mercato dei diamanti. Neppure il diamante, quindi, sembra uscire indenne dalla recessione che sta interessando tutti i maggiori paesi industrializzati. Il rallentamento dell'attività produttiva, accompagnato pressochè dovunque da un sensibile rincaro del costo del denaro, ha momentaneamente arrestato l'ascesa delle quotazioni di questa pietra che recentemente hanno denunciato un andamento riflessivo.

La De Beers si serve della controllata "Central Selling Organisation" per smerciare i diamanti sulle principali piazze internazionali. Questa società, infatti, raggruppa una decina di volte all'anno una scelta clientela alla quale presenta le partite di diamanti che intende porre in vendita. Ultimamente, però, nel corso di questi incontri la quantità di pietre poste in vendita è apparsa molto ridotta. La "Central Selling Organisation" ha infatti deciso di ritirare dal mercato le eccedenze per evitare che influissero negativamente sui prezzi. Non si tratta di una prassi inconsueta, in quanto la De Beers nel corso degli ultimi cinquant'anni è ricorsa più volte ad un simile accorgimento soprattutto in periodi di crisi e quando l'Unione Sovietica ha posto in vendita diamanti lavorati facendo così accrescere in modo abnorme la disponibilità del mer-

Vi è però da rilevare che mentre per le pietre piccole e per quelle non lavorate si registrano eccedenze per la pietra da "investimento" il mercato continua a "tirare". Si tratta di pietre scelte che rappresentano soltanto l'1% della produzione complessiva mondiale e sulle quali gli investitori puntano per un sicuro apprezzamento soprattutto in periodi di inflazione.

Il tipico diamante da investimento da un carato "D" colour e assolutamente puro, veniva stimato in gennaio intorno ai 54 mila dollari sul mercato di New York, quotazione che era già stata toccata la scorsa estate, mentre nel marzo del 1980 la quotazione si aggirava intorno ai 64 mila dollari, contro i 31 mila dell'inizio del 1979 e gli 11 mila di due anni fa. Tale flessione rappresenta solo una riduzione dei margini di profitto dell'intermediazione.

Rimane comunque da ricordare che gli sporadici assestamenti di prezzo che si sono avuti di recente sulle piazze d'origine dei diamanti non hanno influito minimamente sul mercato italiano in quanto sono state ampiamente controbilanciate dal contemporaneo vertiginoso aumento del cambio del dollaro, che è la moneta base delle quotazioni sia del greggio che del tagliato.

DALLA SVIZZERA MENO INFORMAZIONI SUI MOVIMENTI DI ORO

Zurigo - Nei prossimi mesi le dogane elvetiche ridurranno sensibilmente le loro pubblicazioni statistiche mensili circa i movimenti di oro da e per la Svizzera. Questo dopo le energiche proteste di molte banche della Confederazione che hanno ritenuto tali statistiche non attendibili e fuorvianti.

È molto probabile, invece, che le banche elvetiche vogliano mantenere una certa "privacy" su questo particolare traffico.

Nel 1980 l'Italia ha importato dalla Svizzera 77,5 tonnellate di oro per un valore di 2,5 miliardi di franchi svizzeri.

Complessivamente la Svizzera nel 1980 ha importato oro per 628,6 tonnellate per un valore di 18,5 miliardi di franchi, mentre ha esportato 551,7 tonnellate di oro per un controvalore di 17,6 miliardi di franchi.

FABBRICA PRODUTTRICE GIOIELLI ALTA MODA

CERCA

Rappresentante per zone da destinarsi.

Richiedonsi referenze primarie, introduzione nel campo orafo - orologeria di marca. Fare offerte dettagliate indicando posti già occupati e referenze a:

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

Ispirazione marinara: pendente a forma di barca a vela in oro giallo e brillanti.



Luciano Arati

PRODUZIONI A CONFRONTO



Collier e anello realizzati con ametiste, oro giallo e brillanti.



Corallo rosa, oro giallo e brillanti nella parure anello, orecchini, collier.

AL J.A. SHOW DI NEW YORK

La Mostra organizzata a Nuova York dalla Retailer Jewelers of America convoglia nelle sale dell'Hilton e del Sheraton Centre una nutrita partecipazione di produttori di gioielleria, oreficeria e argenteria d'Italia, Francia, Germania, Inghilterra, Israele e Hong Kong. Con la timida partecipazione di Grecia e Spagna in questa edizione primaverile la Mostra ha offerto agli operatori americani un panorama abbastanza vario e completo di quanto si produce nel mondo dei preziosi.

L'Italia era presente con un gruppo collettivo di trentuno ditte sponsorizzate dall'ICE e dalla Federazione Nazionale Fabbricanti Argentieri e con altre quindici aziende che partecipavano individualmente.

Se però si considera che del gruppo collettivo faceva parte l'Export Orafi di Valenza che notoriamente presenta collezioni di decine di associati, la presenza italiana acquisisce ancora maggior peso. I visitatori sono stati come al solito moltissimi, attenti, puntigliosi e con la consueta predisposizione a frazionare gli acquisti in tante piccole commissioni scegliendo uno o due pezzi per ogni collezione oppure ordinando solo piccoli quantitativi delle oreficario niù correnti.

cerie più correnti. Con questa edizione primaverile la Mostra ha cambiato il suo nome da R.J.A. SHOW (Retailers Jewellers of America) in J.A. SHOW (Jewellers of America) anche per consentire l'ingresso alla Mostra ai grossisti che finora erano categoricamente esclusi. L'innovazione che avrebbe potuto rappresentare un grosso vantaggio per i fabbricanti italiani ha fatto sentire solo in parte i suoi benefici effetti sia perché la severità dei controlli all'ingresso ha scoraggiato l'afflusso di questo particolare tipo di operatore sia perché nei dieci giorni precedenti lo show la maggior parte dei campionari e delle collezioni erano state offerte in visione a gran parte degli uffici acquisti

delle case grossiste dell'area nuovayorchese.

La Mostra, che si è svolta in un periodo particolarmente favorevole, con il prezzo dei metalli preziosi in discesa e con il dollaro che superava i minimi storici su tutte le piazze europee, ha comunque soddisfatto solo in parte le aspettative degli espositori europei e di quelli italiani in particolare, premiando tuttavia particolari tipi di produzione e castigandone altri.

Premesso che la maggior parte delle ditte espositrici, dai grossi nomi della gioielleria italiana e francese, ai più quotati produttori di oreficeria e catename, si erano adeguati come modellistica, come scelta delle pietre e dei colori e come carature dei metalli, alle esigenze del gusto americano si è potuto rilevare che per determinati articoli di ottima qualità, ma contenuti in una fascia di prezzi medio bassa, le difficoltà di piazzamento sono state molto maggiori.

Evidentemente il dettagliante americano, per l'oreficeria di tipo economico, fino ad un certo livello di prezzo, attinge al mercato nazionale mentre in queste mostre internazionali ricerca l'oggetto originale, anche costoso, per un ben definito tipo di clientela.

Un esempio tipico di questa tendenza ci è offerto dall'"hollow gold", l'oro a canna vuota. Le principali industrie orafe americane si stanno orientando verso questo particolare tipo di oreficeria ma finora riescono a produrre, con un ottimo standard di qualità, solo catene fino a una certa dimensione. È chiaro che fino a quel punto per i produttori europei sarà estremamente difficile inserirsi con successo in questo tipo di mercato. Però è provato che due collezioni italiane di oreficeria a canna vuota, in 14 e 18 carati, con una modellistica piacevole e di effetto ma che richiede particolari accorgimenti tecnici in fase produttiva, hanno ottenuto presso gli operatori americani un reale succes-

Con l'inaugurazione avvenuta il 12 febbraio scorso del nuovo Centro Commerciale Italiano al 499 di Park Avenue, gli espositori italiani avranno, a cominciare dal prossimo luglio, l'opportuni-



Cuori trafitti in questa parure leggera ma di effetto.

tà di organizzare un pre-show nei due giorni immediatamente precedenti la Mostra, a beneficio dei grossisti e degli espositori americani al J.A. Show che sono tutti potenziali compratori di oreficeria, gioielleria e argenteria italiana.

Sarà questo un nuovo strumento a disposizione di quegli operatori che intendono affermarsi sul duro, immenso ed affascinante mercato americano dei preziosi.

Molte delle tecniche di approccio al mercato americano dei nostri operatori vanno riviste. Il gioielliere americano crede nelle statistiche, nelle ricerche di mercato, nella pubblicità. Si serve di questi strumenti per programmare gli acquisti e per promuovere le vendite. Bisogna conoscere queste sue esigenze, assecondarlo nei suoi programmi e assisterlo nelle scelte. Magari proponendogli i gioielli per il giorno di San Valentino o per le altre decine di ricorrenze create dal consumismo, almeno tre mesi prima e consegnargli la merce con un ragionato anticipo o nel rispetto dei tempi pattuiti.

Il mercato americano chiede oggi più che mai all'operatore italiano, oltre alla tradizionale creatività, una solida preparazione, una perfetta organizzazione e la massima serietà.



Orecchino a forma di cuore con pavè di brillanti.

Queste immagini riassumono le tendenze della gioielleria americana, chiaramente orientata verso un genere romantico. Gli oggetti sono di Van Cleef & Arpels, Henry Harteveldt, M. & J. Savitt, David Webb.

Pare che il consumatore del nostro prodotto artigianale orafo si fidi un po' poco di noi.

Almeno questa è stata la nostra impressione in relazione al tenore delle domande che sono pervenute ai rappresentanti della AOV e del settore lavorativo della nostra Città, nel corso della trasmissione svoltasi sul secondo programma lo scorso dicembre, il 3131, articolatasi in diretta lungo una intera giornata.

La trasmissione è indubbiamente servita per fare meglio conoscere il particolare ambiente che ci appartiene, e, speriamo, per rassicurare i molti ascoltatori, ma soprattutto le ascoltatrici, in procinto di operare le loro scelte per i regali Natalizi.

Penetrati con i microfoni nella fabbrica d'oreficeria della Ditta Pasero Acuto Pasino, gli intervistatori, fra cui il noto collega Torrini che da Roma coordinava i vari interventi con abilità e competenza, hanno messo in luce le varie fasi del lavoro dell'orafo, soprattutto, la sua alta specializzazione nel creare manufatti ove l'intervento della macchina può senz'altro definirsi "complemen-

Ma, veniamo alle domande che sono state poste dagli ascoltato-

Una signora si mostrava un po' scettica circa la valutazione di alcuni suoi gioielli nel momento in cui avesse deciso di rivenderli. Le risposte sono state date da Torrini e Staurino, tendenti a rassicurare l'ascoltatrice circa il valore intrinseco del gioiello che è pur sempre notevolmente incidente nel globale.

L'orafo Torrini ha aggiunto che un gioiello di pregevole fattura, specie dopo che siano trascorsi molti anni, acquista un valore artistico che ben difficilmente l'orafo competente ignorerebbe,

per cui anche il così detto "valore aggiunto", in questo caso dovrebbe mantenersi.

Il tiro si è poi successivamente spostato sulla scarsa fiducia accordata dal consumatore al negoziante sia per quanto riguarda i prezzi che per quanto riguarda le valutazioni dell'oro vecchio. Agli interlocutori è stato giustamente risposto che innanzitutto l'oro vecchio ha un valore che gli deriva dal un calcolo matemati-

co, ove le variabili sono costituite dal prezzo dell'oro fino e, naturalmente, dal titolo, mentre il calo deve tener conto della lavorazione per l'affinazione e dello sfrido.

Per quanto riguarda i prezzi, ci siamo sentiti dire che dal prezzo di costo alla produzione al prezzo al consumo esiste un divario altissimo.

Giustamente ha fatto notare il Presidente Staurino che senz'altro esiste un ricarico aziendale ai vari passaggi, come per ogni altro tipo di merce. D'altro canto qualsiasi prodotto, ed anche l'oro lavorato, nel momento in cui questo deve essere commercializzato, deve necessariamente subire dei costi.

Il discorso si è successivamente imperniato sull'entità del "trend" valenzano e sulla zona orafa (Assessore Bosco), sulle scuole orafe (Rag. Saio), sull'aliquota IVA che penalizza Valenza con un tasso al di sopra del livello medio di quelli della comunità europea (inutile qui dilungarci su un argomento che è stato più volte trattato anche su queste pagine) cui è seguita una precisa e documentata dichiarazione del consigliere Vaglio-Laurin che si spera non si sia dispersa nell'etere!

Successivamente è stato fatto cenno alla storia della nostra città ed alle realizzazioni infrastrutturali della AOV (Mostra Permanente ed Export Orafi (relatore. chi scrive queste note) e nell'ambito di altre domande aggirantesi intorno all'argomento già accennato della "fiducia" si è giustamente sottolineato che l'oro lavorato contiene un marchio di fabbrica ed un punzone di titolo.

Oltre al marchio di stato, Valenza possiede un suo marchio: la famosa "V" stilizzata su un campo dai bordi frastagliati, a richiamare la lastra di oro grezzo che serve a meglio qualificare la tipica produzione Valenzana. Il collega Raccone ha inserito in una trasmissione seguita probabilmente da milioni di ascoltatori questa informazione, che riguarda una delle più note realizzazione della AOV.

Insomma, c'è stato tutto il tempo di svolgere un costruttivo colloquio con il consumatore finale del nostro prodotto, in un momento particolarmente indicato, trattandosi del periodo in cui "maturano" le scelte per i regali. Poichè noi Valenzani siamo solitamente... molto modesti, ci pare di poter dire di essercela cavata piuttosto bene, facendo emergere l'immagine di una città artigianale laboriosa e soprattutto seria, competente e ricca di fermenti innovativi anche nel campo delle infrastrutture economiche di tipo associativo.

Ma poiché la parola immagine è solitamente usata dai tecnici dei "media" indipendentemente dalla realtà sottostante, diremo di più: si è trattato dunque di una immagine non costruita ad arte, ma rispondente al vero.

Certamente al pubblico, grazie alla immediatezza della trasmissione in diretta, tutto ciò non sarà sfuggito!

110



orafo e gioielliere in Valenza

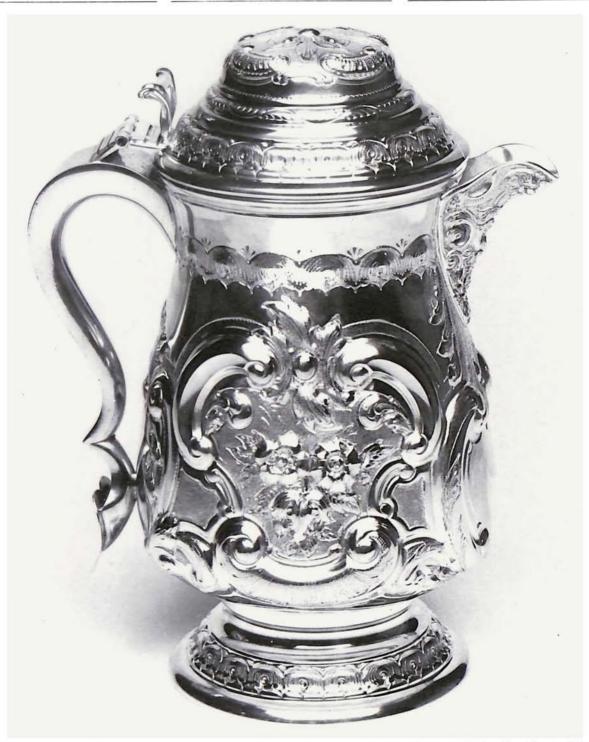
ARGENTERIE ARTISTICHE POSATERIE

I.M.A. - GUERCI & C.

CASA FONDATA NEL 1920

- ARGENTERIE ARTISTICHE
- CESELLI E SBALZI
- VASELLAME PER TAVOLA
- SERVIZI CAFFÈ
- CANDELABRI COFANETTI
- CENTRI TAVOLA

- JATTES VASI ANFORE
- CRISTALLERIE E PORCELLANE ESTERE
- POSATERIE

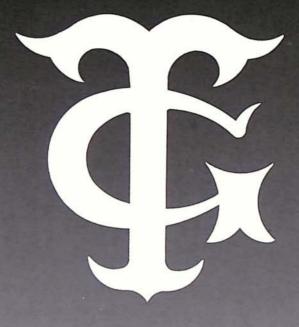


Alessandria - Via Donatello, 1 - (spalto Borgoglio) - Tel. 43243 - Telegr. IMA - Cas. Post. 27

Marchio 23 AL

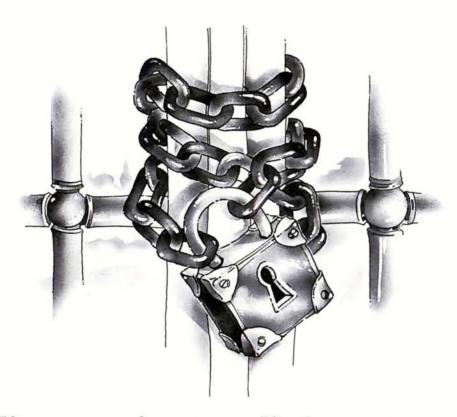
MOSTRA PERMANENTE DI MILANO Via Paolo da Cannobio, 11 - Tel. 875527

VISITATE LA NOSTRA ESPOSIZIONE PRESSO IL NOSTRO RECAPITO DI MILANO

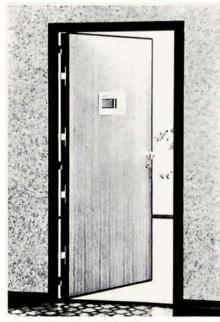


GIORGIO TESTERA

LA SICUREZZA E' UN AFFARE SERIO



non scegliere un sistema di sicurezza qualsiasi!



porta corazzata antipallottola

Conforti, una delle aziende leader nel settore della sicurezza, propone diversi sistemi su misura.

I nostri prodotti maggiormente utilizzati nel campo della sicurezza passiva sono: porte corazzate per appartamento, anche nel modello antipallottola, casseforti, armadi blindati e atermici ecc.

Nel campo della sicurezza attiva è stato messo a punto un impianto d'allarme progettato per consentire la massima affidabilità unita ad una flessibilità in grado di adeguare l'impianto alle esigenze di ogni singolo utente.



impianto d'allarme



Ufficio Vendite di Valenza Po: Via F. Cavallotti, 1 - tel (0131) 977778 Ufficio Vendite di Torino: Via A. Vespucci 55/c - Tel. (011) 598802

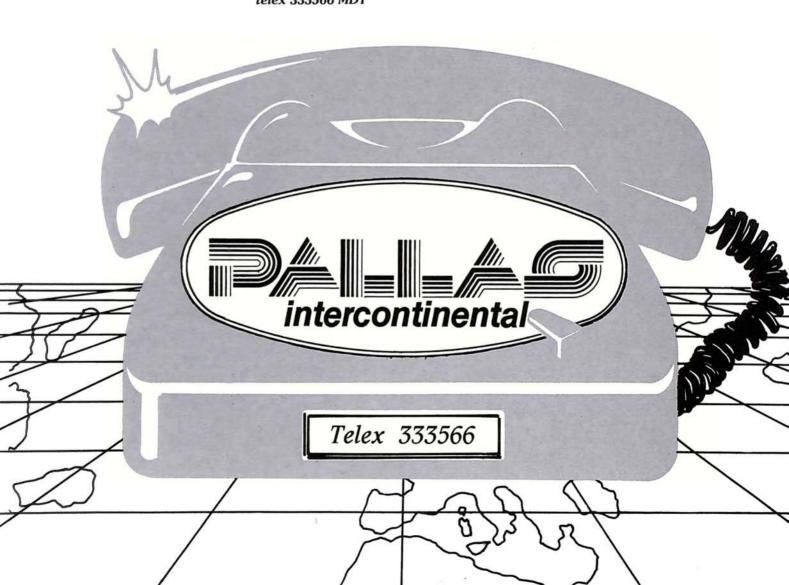
A DYNAMIC FIRM CATERING TO FOREIGN JEWELLERS OPERATING IN ITALY.

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

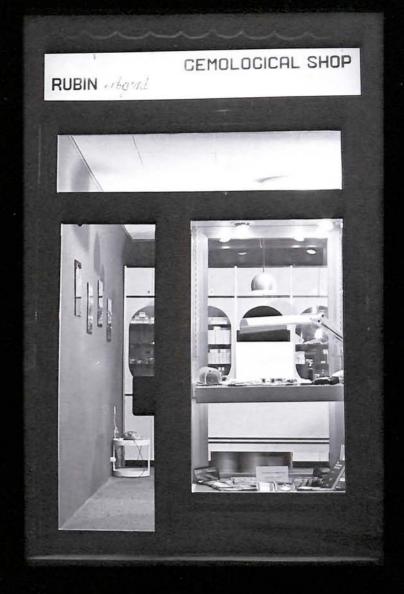


PALLAS S.a.S. di Juliette Pallas & C.

MILANO via Fratelli Gabba, 5 tel. 02/87.77.26 - 87.50.60 telex 333566 MDT VALENZA via Mazzini, 40 tel. 0131/97.76.08 - 97.76.27



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



Gemological Shop

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





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







Società cooperativa a responsabilità limitata Fondata nel 1871 Sede sociale e centrale in Novara

mezzi amministrati oltre 5.200 miliardi

UFFICI DI RAPPRESENTANZA: A BRUXELLES, CARACAS, FRANCOFORTE sul Meno, LONDRA, NEW YORK, PARIGI E ZURIGO. UFFICIO DI MANDATO A MOSCA. RECAPITO A MADRID. Tutte Ie operazioni di Banca

Banca agente per il commercio dei cambi AL 31 DICEMBRE 1979:

CAPITALE L. 12.456.167.000
RISERVE E FONDI L. 240.330.421.634
RACCOLTA OLTRE 7.500 MILIARDI

357 SPORTELLI 92 ESATTORIE

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, "leasing" e servizi di organizzazione aziendale e controllo di gestione tramite gli istituti speciali nei quali è partecipante

Succursale di VALENZA via Lega Lombarda, 5/7 - Tel. 92754-5-6 Agenzia di BASSIGNANA via della Vittoria, 5 - Tel. 96129

Fratelli CERIANA s.p.a.

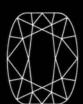
BANCA fondata nel 1821



TORINO

VALENZA



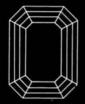




VALENZA (ITALIA) - Viale Dante 24 Tel. (0131) 93592 - 93478 - telex 21051

KIMBERLEY DIAMONDS INC.

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











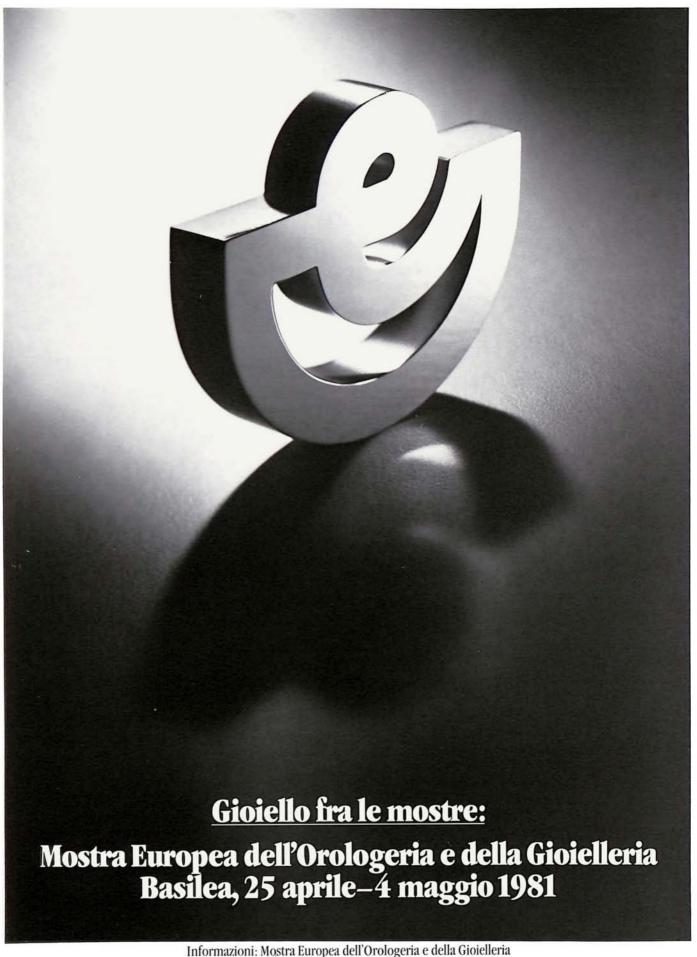
diamanti e pietre preziose

viale Dante, 24 tel. 93.592 - 93.478 telex 21051

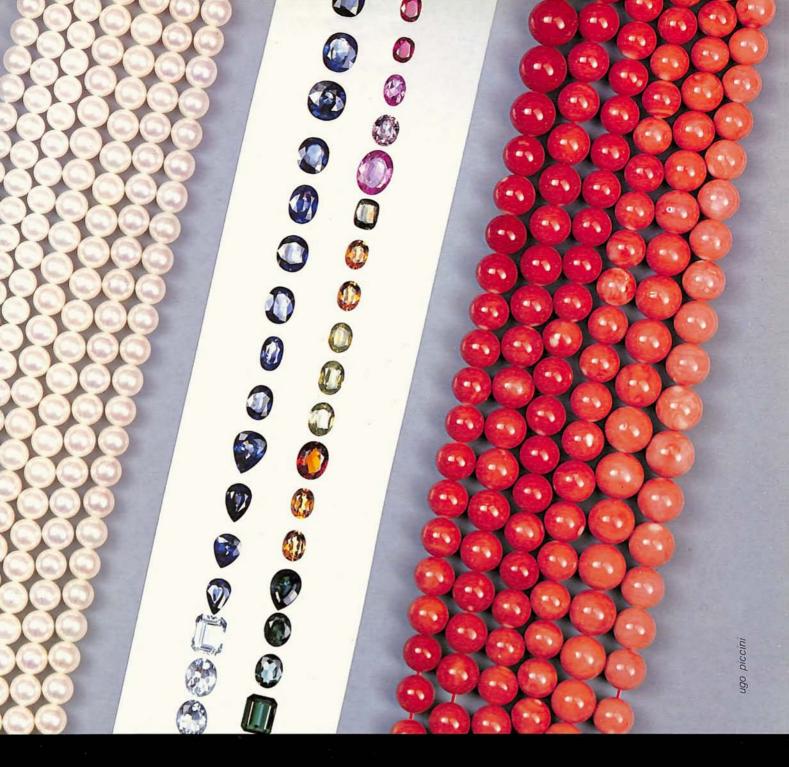




i nostri diamanti sono una scelta accurata in tutti i tagli sia classici che tantasia

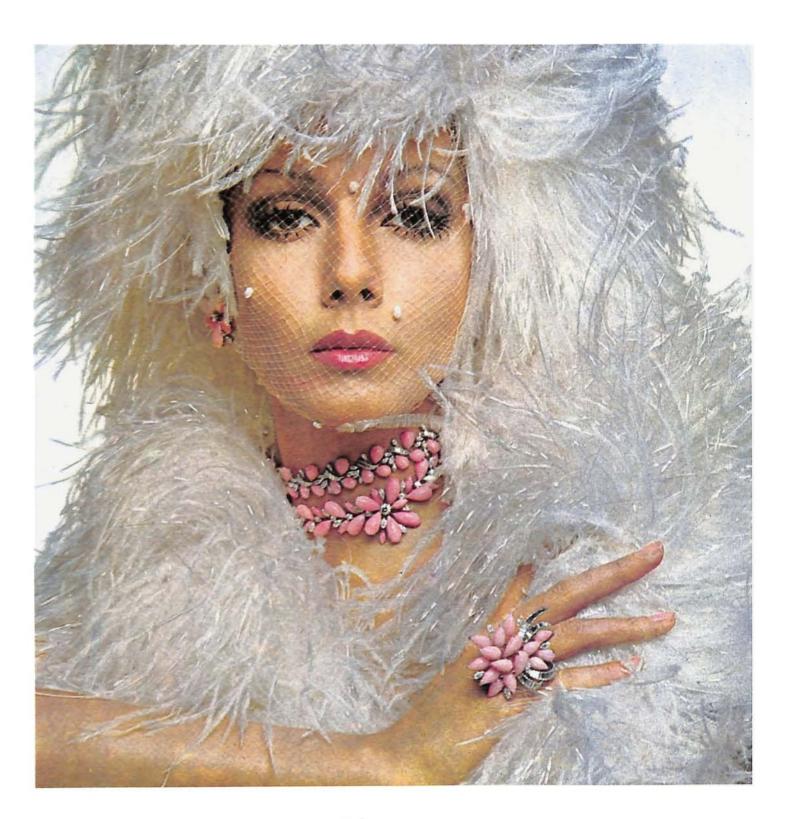


Informazioni: Mostra Europea dell'Orologeria e della Gioielleria Casella postale, CH-4021 Basilea/Svizzera



tutte le pietre le perle i coralli

15048 Valenza Po - via Solferino, 39 - telefono (0131) 91260 20123 Milano - via Falcone, 7 - telefono (02) 803437 - 867290



Giuseppe Benefico

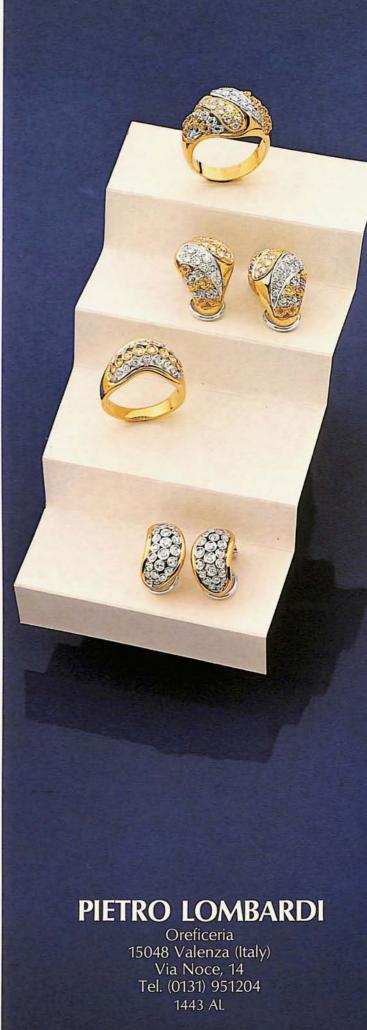
brillanti, pietre preziose, coralli Viale Dante, 10 - Tel. 93.092 - Valenza













PANELLI & CANU

Fabbrica Oreficeria Gioielleria Export 15048 Valenza (Italy) - Via Faiteria, 10 - Tel. (0131) 94591 Lavorazione brevettata 1761 AL







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







LEVA SANTINO - fabbrica oreficeria - via Camurati, 12 - 15048 VALENZA - tel. 0131-93118

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

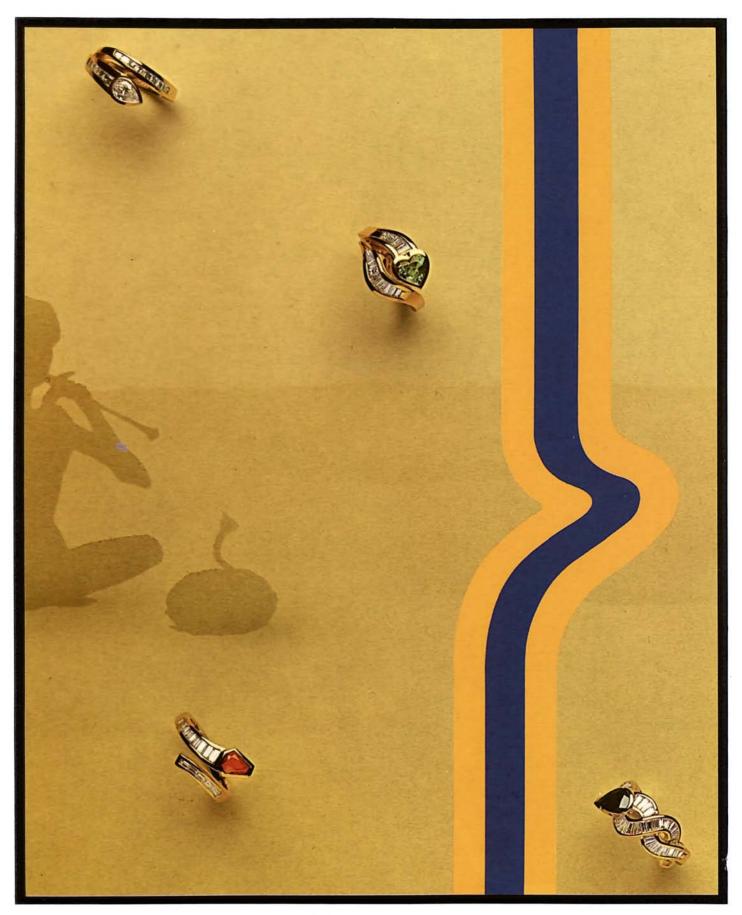


Mario Villa. Il filo diretto sulle quotazioni dell'oro e dell'argento.

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









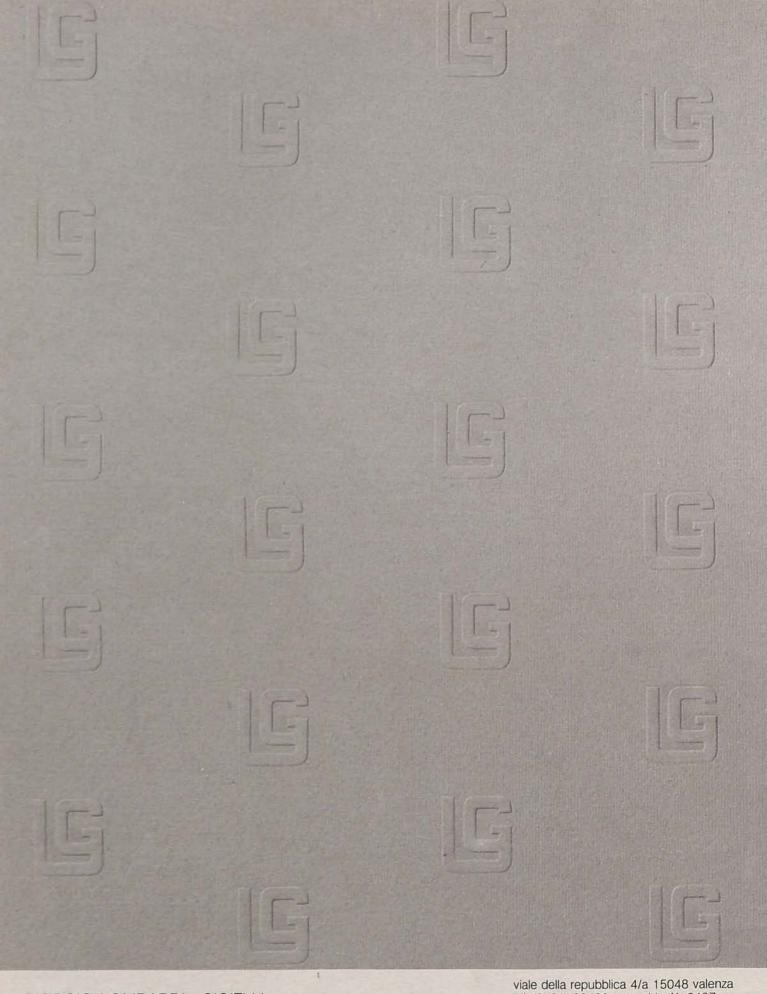


The Bost State of Set Tolige Bold Set of gold of the state of the stat

ASORA Valenta Donda AS



GIOIELLI DI QUALITA E PRESTIGIO



Gioielli Arianna Valenza



Paracco Alessio OREFICERIA GIOIELLERIA

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

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

FABBRICA OREFICERIA

SI ESEGUONO LAVORI SU DISEGNO

creazione propria

BARBIERATO SEVERINO

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



SPEDIZIONI INTERNAZIONALI
SPEDIZIONI INTERNAZIONALI
TERRESTRI
ARREE · MARITTIME · TERRESTRI
AFRICI: Aereoporto Milano Linate
UFFICI: Aereoporto Milano Malpensa · Tel. 868002
Tel. 718441 · Telex Malpensa · Tel. 868002
Aereoporto Milano Malpensa · Tel. 868002

AGENTE IA IA:
DICHIARANTE
DICHIARANTE
DOGANALE.
DOGANALE.
DOGANALE.
DOGANALE.
DOGANALE.
SERVIZIO CON:
CAMION BLINDATI
CAMION BLINDATI
CAMION BLINDATI
CAMION BLINDATI
SPERIZION VALORI.
SPECIALIZZATO IN:
SPECIALI

UFFICI COMMERCIALI
APRIL BROS - 3405 Francis Lewis
Boulevard Flushing - N.Y. 11358
Tel. (212) 3584700-3
Tel. (212) 3584700-1
Telex 230125 ATB UR
Telex 230125 ATB UR
UFFICI OPERATIVI
UFFICI OPERATIVI
UFFICI OPERATIVI
UFFICI OPERATIVI
TREVISO
CARPI
TREVISO
CARACAS
PORLAMAR

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

CANADA 1,8% 1,8% 1,2% 2,6% 2,6% 2,6% AUSTRALIA AUSTRALIA

BEGANI ARZANI

gioielleria

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

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

GIUSEPPE BENEFICO

BRILLANTI
PIETRE PREZIOSE
CORALLI

MILANO
Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417

VALENZA

Viale Dante, 10 - Tel. 93,092

BERISONZI & DEMARTINI

OREFICERIA GIOIELLERIA FABBRICA LAVORAZIONE PROPRIA

Fiera VICENZA: Gennaio-Giugno - stand n. 688

Fiera MILANO: Aprile - stand n. 27/411

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO



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



oreficeria - gioielleria - argenteria

Fratelli BIANDRATE

EXPORT

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

Alfredo Boschetto

anelli - boccole - spille cammeo - ciondoli **CREAZIONI PROPRIE**

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

Buzio, Massaro & C. s.n.c. Fabbrica Oreficeria e Gioielleria 15048 VALENZA (ITALIA) VIALE B. CELLINI, 61 - TEL. (0131) 92689 1817 AL





FRANCO CANTAMESSA & C.

Produzione e commercio Preziosi

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

CATTAI F.IIi

ORAFI GIOIELLIERI

15048 Valenza Via Cavour, 21 Tel. (0131) 952683 2286 AL

angelo cervari

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

872 AL

MARCO CARLO RENZO CEVA

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

Marchio 328 AL

CORRAO S.N.C. FABBRICA GIOIELLERIA

1912 AL

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

doria f.lli

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

DUCCO F.LLI

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

ERMA.

s.n.c.

laboratorio di gioielleria

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

F.A.G.

Fabbricanti - Artigiani - Gioielleria



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

FRACCHIA & ALLIORI

GIOIELLERIA

Lavorazione anelli con pietre fini

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



DIAMANTI - GIOIELLI

V.le Dante, 11 - Tel. uff. (0131) 953733/4 - lab. (0131) 94959 - 953246 - 15048 Valenza 2461 AL

1354 AL

LEVA GIOVANNI

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA

Import - Export

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



Via Trento Tel. 91338/92649 VALENZA

Marchio 160 AL

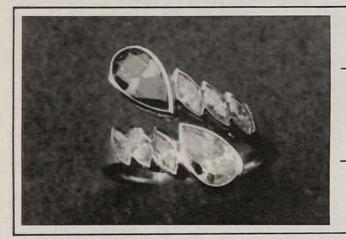


MAIORANA & CABRINO s.n.c.

Gioielleria

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

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



MANCA

Gioielli

VALENZA

Via Mario Nebbia, 7 Tel. (0131) 94112

1258 AL

GIUSEPPE MASINI

gioielleria - oreficeria

CREAZIONI PROPRIE

15048 Valenza - via del Castagnone, 68 - tel. (0131) 94418 91190 20122 Milano - via Paolo da Cannobio, 10 - tel. (02) 800592

paser Cutosino
paser Cutosino
15048 Valenza
15048 Valenza
ORAFI
marchio 2076 AL
marchio 2076 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

P.G.P.

di Pagella Galdiolo Pancot

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

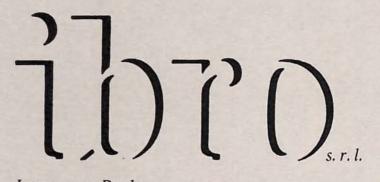
gian carlo piccio gioielliere

VIA P. PAIETTA, 15 - TEL. 93423 - 15048 VALENZA AL 1317

MO PONZONE F.IIi s.n.c.

al negozio direttamente il gioiello nuovo

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



Insurance Brokers Consulenza Assicurativa e Finanziaria

Assicuratore di fiducia delle seguenti Associazioni:

Associazione Orafa Valenzana Associazione Orafa Piemontese Federazione Nazionale Grossisti Federazione Nazionale Dettaglianti.

via Cavour, 5 tel. 0131 - 2357 15100 - Alessandria P.zza Donatori di Sangue, 16 tel. 041 - 984678 30171 Mestre - Venezia



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

Dirce Repossi GIOIELLIERE

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



Seven Gold s.n.c.

Gioielleria Oreficeria

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

SISTO DINO

FABBRICANTE GIOIELLIERE FXPORT

CREAZIONI FANTASIA

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



FRATELLI TERZANO



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



EUGENIO TORRI & C. s.r.l.

GIOIELLERIE - OREFICERIE - CREAZIONI

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

VALENTINI & FERRARI

OREFICERIA GIOIELLERIA



15048 VALENZA-VIA GALVANI 6-TEL. 0131 93105

MARCHIO 1247 AL



VALORAFA

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

ENZO VARONA

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

VARONA GUIDO

FABBRICA OREFICERIA

ANELLI BATTUTI CON PIETRE SINTETICHE E FINI

MONTATURE

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

Valenza export

gioielleria oreficeria

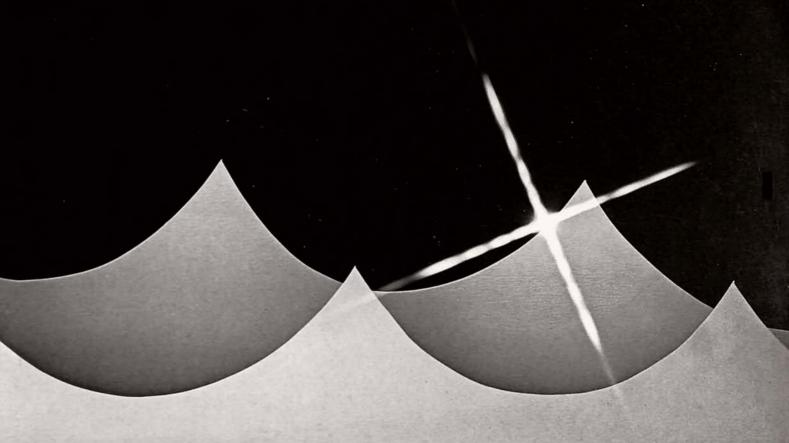
Viale Santuario, 50 tel. 91321 VALENZA PO

Zeppa Franco OREFICERIA GIOIELLERIA

Laboratorio e uffici:

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

Appuntamento a Valenza 10-14 Ottobre 1981

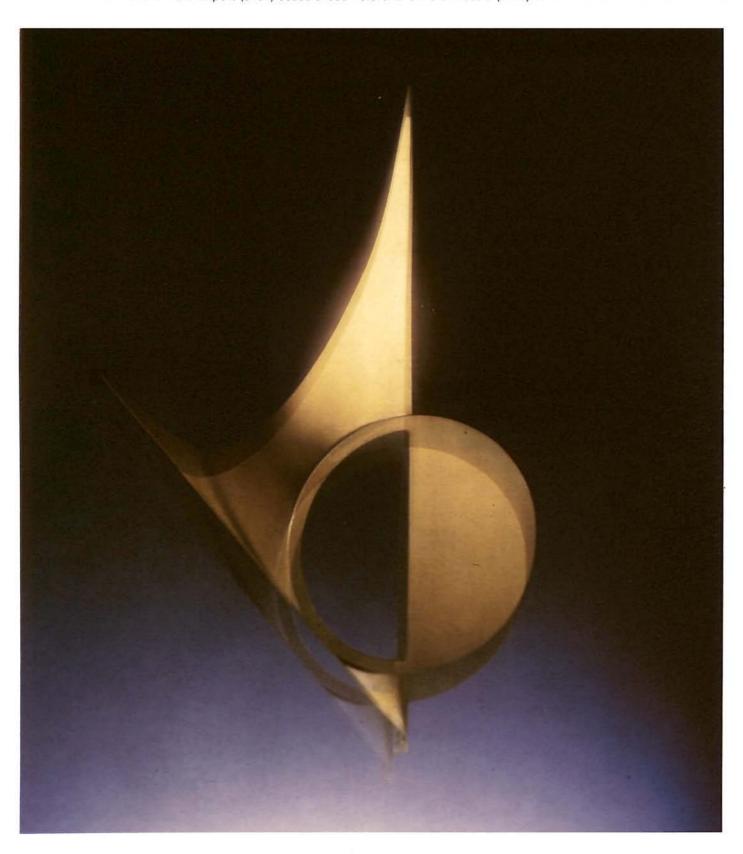


4º Mostra del Gioiello Valenzano



Export Orafi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

15048 Valenza (Italy) Via Mazzini, 11 Piazza Don Minzoni, 1 Telegr. Exportorafi-Valenza Telefono Ufficio Export (0131) 93395/94593 Telefono Ufficio Mostra (0131) 92184/975290 Telex 210106 Exoraf



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

