

Valenza

gioelli

Abb. post. 45% - Art. 2 comma 20 b
Legge 662/96 - Finale di Alessandria



DITELO
COL
colore

INEDITI
INTRECCI
DI **gemme**
E **oro**
bianco



VALENZA GIOIELLI



Mostra di gioielleria e oreficeria riservata agli operatori del settore

Valenza:
il valore
della tradizione
nelle mani del futuro

3-7 Ottobre 1998

Gli appuntamenti con la vetrina privilegiata della creatività valenzana



BIBIGI'

Gioia e Mistero



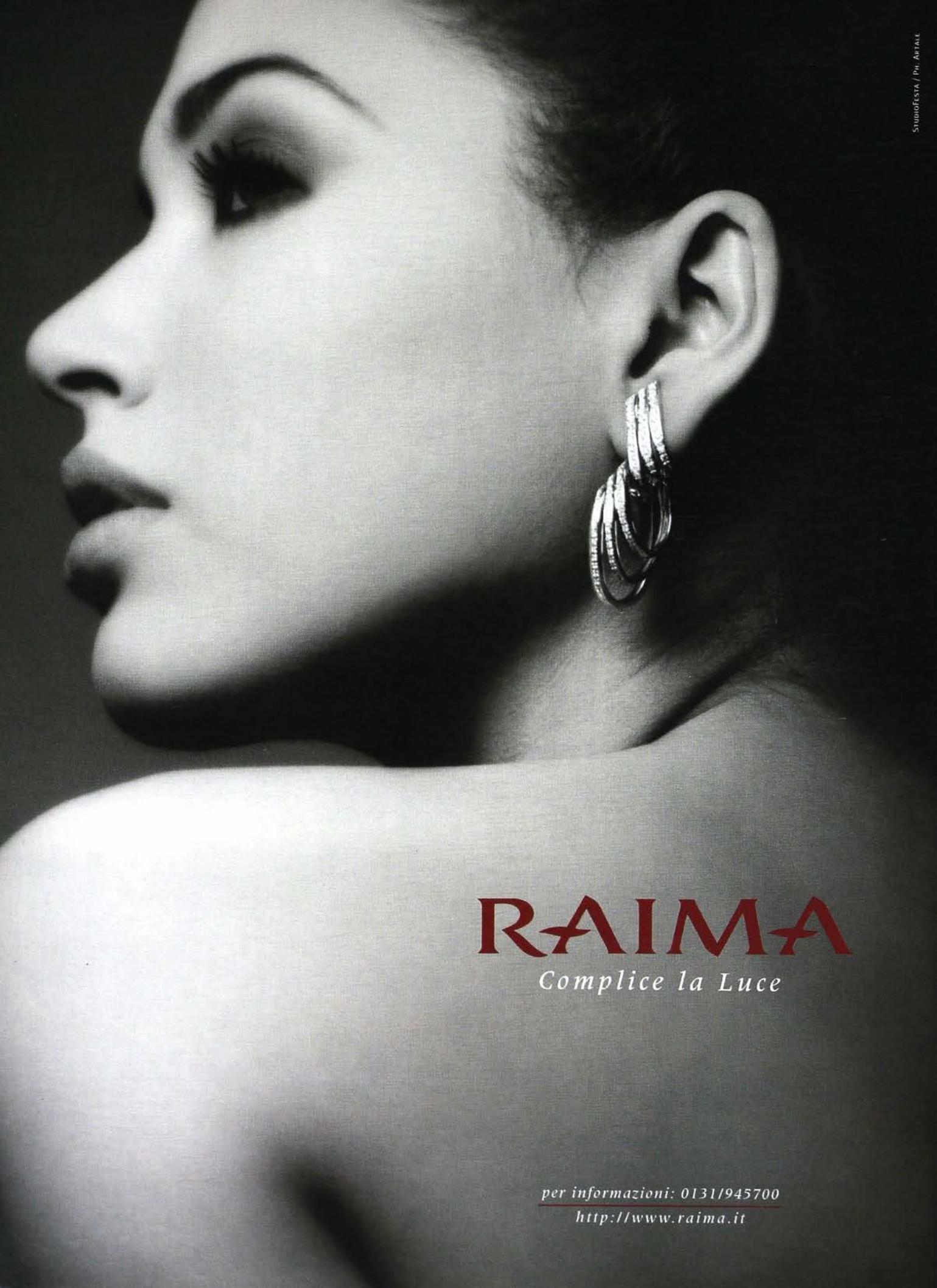
BIBIGI'

via del Pratone 10 - 15046 San Salvatore Monferrato (AL) Italia, tel 0131-237012 fax 0131-237955
Tokyo (J) 03-54561551, Valencia (E) 96-3615195, New York distributore esclusivo U.S.A.: G.I.G. 212-7500054

Presenti a:

Vicenza
Macef
Basilea
Santa Cruz de la Sierra
Valenza
Roma
Bari
Tokyo
Osaka
New York
Las Vegas
Couture (Miami)





RAIMA
Complice la Luce

per informazioni: 0131/945700
<http://www.raima.it>



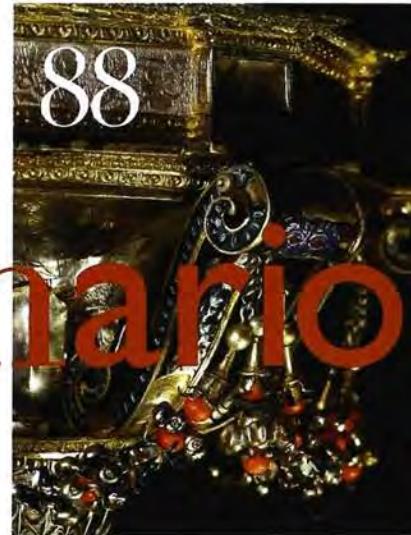
Taverna & C.

15048 VALENZA PO (Italy) Viale Repubblica, 3 - Tel. 0131 - 924340 - Fax 0131 - 947011
We exhibit at: VICENZA - VALENZA - BASEL



48

Sommario



88



62

42 I fatti e l'occasione
Alla Mostra di Valenza, tra gioielli e convegni

48 Magia del colore
Sull'onda del colore, i gioielli della nuova stagione

58 Pietre vive
Pietre massive: dal cuore della terra alle nostre vetrine

62 Gemme e idee
Tradizione e tecnologia in taglieria

68 Sul filo della coerenza *di Rosanna Comi*
Nell'era della superspecializzazione, alcuni dettaglianti-gemmologi raccontano la loro diversità

74 Nodi e snodi
Interpretazioni up-to-date del gioiello più classico, la catena



58



Crisoprasio e lapislazzuli: il colore come filo conduttore per bracciali disegnati da oro bianco e diamanti. **BIBIGI'**

Foto Luisa Milani

DITELO
COL
colore
INEDIMI
INTRECCI
DI
gemme
E
oro
bianco

80

Gli anni '90 di Nino D'Antonio
I temi ricorrenti nella gioielleria di questo decennio e il tessuto sociale nel quale si sono sviluppati

84

Sarà splendore di Mirella Casei
Vero e falso in passerella

88

L'oro e la porpora
Una splendida collezione di arredi sacri e oggetti liturgici



I gioielli presentati in questo numero, salvo diverse descrizioni, sono tutti "Made in Valenza". I nomi dei rispettivi produttori sono pubblicati sull'ultima pagina di questa Rivista. The jewels presented in this issue, with certain exceptions, were all "Made in Valenza". You will find them referred to on the last page of this Magazine.

Le foto di questa pubblicazione non possono essere riprodotte in alcuna forma senza autorizzazione scritta dell'editore.

Crisoprasio e lapislazzuli: il colore come filo conduttore per bracciali disegnati da oro bianco e diamanti. **BIBIGI'**

Foto Luisa Milani

Valenza Gioielli
Periodico trimestrale
dell'Associazione Orafa Valenzana
Fascicolo 2/98
1° giugno 1998

Direttore Responsabile
Rosanna Comi

Addetto Stampa
Bruno Guarona

Art direction e Grafica
Studio Chiarpei

Corrispondente per l'estero
Claude Mazloum

Traduzioni
Virginia Shuey

Pubblicità
Salvina Gandini

Editore
AOV Service Srl

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

Redazione
20145 Milano - Via Rotondi, 2
Tel. (02) 469.54.39
Fax (02) 468.068

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

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

Distribuzione
In omaggio a dettaglianti e grossisti italiani ed esteri, a rotazione.

Impianti litografici
Plus Color
New Graphic Contact

Stampa
Nava Web Spa

Autorizzazione del Tribunale
di Alessandria n. 134 del 30.1.1962.
Associato all'Unione Stampa
Periodica Italiana.





FACON 18.5



SERVIZIO CLIENTI
Tel. 0131 - 924 038 Fax 0131 - 946 727



TO WORK TO SERVE



SERVIZIO CLIENTI
Tel. 0131 - 924 038 Fax 0131 - 946 727

Fiere: VALENZA - VICENZA - HONG KONG

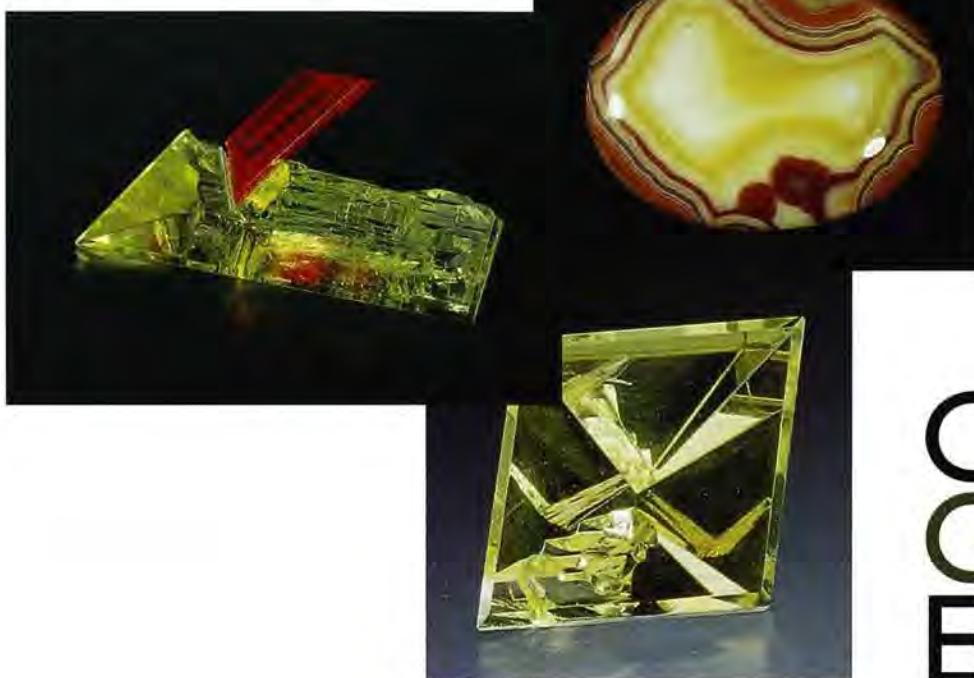


SERVIZIO CLIENTI

Tel. 0131 - 924 038 Fax 0131 - 946 727



SERVIZIO CLIENTI
Tel. 0131 - 924 038 Fax 0131 - 946 727



CHE GEMMA E'?

IL SOUK DELL'ORO

Chi appartiene alla generazione precedente ancora ricorda lo splendore del souk di Beyrouth, unico al mondo per dimensioni e attività. Trecento laboratori e gioiellerie accendevano l'uno accanto all'altro migliaia di fuochi, accogliendo con lo stesso calore sia l'autoctono che il turista. "Più che una successione di vetrine - ricorda Antoine Moughanni, Presidente del Sindacato dei gioiellieri libanesi - il souk degli orafi sembrava appartenere tutto a una stessa famiglia".

Oggi, come un tempo, il Libano intende proporsi come accesso privilegiato alla gioielleria per tutti i Paesi che gli gravitano intorno e per favorire un ritorno di interesse lo Stato ha persino ridotto dal 20 al 4% le tasse doganali.

Ecco dunque che dal 1° al 5 luglio a Beyrouth avrà luogo una Fiera internazionale che non avrà nulla da invidiare a quelle già da tempo inserite nel calendario internazionale. Anzi, promettono gli organizzatori, ci sarà anche qualcosa in più. Un esplicito desiderio di riafferma-

zione, dunque, più che giustificato dalla storia di questo paese che a lungo fu il simbolo stesso della civiltà. Dal punto di vista storico, il Libano è infatti un riconosciuto pilastro della civiltà nell'antichità. A fasi alterne questa terra è stata invasa e abitata da tutti i popoli del mondo antico: basti pensare che il più grande tempio dell'Impero Romano si trova proprio in questo paese, a Baalbeck, e che persiani, greci, bizantini, egiziani, arabi e crociati vi hanno più volte transitato, sempre lasciando tracce del loro passaggio.

Oggi il Libano sta uscendo da una prova spaventosa che ha fortemente ridotto le sue possibilità sia in ambito culturale che commerciale, ma in poco tempo e grazie all'ambizione dei suoi abitanti questo Paese sta riguadagnando la sua iniziale posizione di leader nel Medio Oriente.

Una Mostra anche come mezzo per accelerare una rapida e positiva ricostruzione dunque, e per quanti si recheranno a visitarla, anche un'occasione per visitare luoghi e territori consacrati dalla Storia. ■

Un simpatico quanto pertinente quiz attendeva a Monaco i visitatori di Inhorgenta, allettati da una serie di simpatici eventi organizzati da Progem per conto dei suoi Associati in Idar-Oberstein, circa 200 unità comprendenti sia taglierie che aziende service-oriented.

Oltre 1.000 visitatori si sono cimentati nel gioco, tentando di indovinare il tipo di gemma e il suo peso. Ma una gemma ancora più affascinante era quella che costituiva il filo conduttore di una promozione attivata per attrarre l'interesse di visitatori e stampa professionale sulle gemme di Idar e la Mostra nella quale tutto l'apparato produttivo locale si manifesta nella sua qualificata solidità. Per ammirare tutte insieme le novità di Intergem bisognerà infatti attendere la prossima edizione, prevista in Idar-Oberstein dal 2 al 5 ottobre: un appuntamento con le gemme più belle e più rare del mondo e i loro inimitabili interpreti. ■

Luisa Pallavidini & C.
Perle e pietre preziose

Viale Manzoni, 42
15048 VALENZA
Tel. 0131/ 924074
Fax 0131/ 946784

I nuovi "solitaire"

Fabbrica Oreficeria
PIACENTINI
di Mauro Piacentini & C. snc



Via Dosso, 5 - 27020 Sartirana (PV) - Tel. e Fax 0384-800778



Fiere: Macef - Valenza



P.Q.Q.P

2076 AL

Pasero - Acuto - Pasino
ORAFI

Via G. Carducci, 17 - 15048 Valenza (AL) - Tel. 0131-941108 Fax 0131-946970

Basel Fair Halle 223/533 - Valenza stand 468/471 - Vicenza G/1809

International Patent 1996/1997

Design by Staurino Fratelli - Valenza - Servizio Clienti: 0131•943137 - fax 0131•952908

SUNFLOWER
COLLECTION
pad.F - stand 2434



CHALKS LINE®

pad.F - stand 2434

TENERISSIMO



Battesimi, prime comunioni, cresime, ma anche anniversari, promozioni, premi a vario titolo: le occasioni per regalare a un bimbo un piccolo gioiello sono infinite.

Più difficile, semmai, è la scelta dell'oggetto, allontanarsi cioè dai tanti déjà vu che finiscono col rimanere per lunghi anni in un cassetto, ripescati e magari avviati alla fusione quando – ormai grande – l'ex bambino decide di acquistare qualcosa che gli piaccia veramente.

Come dargli torto? Madrine e padrini, zii e parenti finiscono

infatti spesso col cadere sulla solita, anonima catenina, senza storia e senz'altro richiamo che quello dell'oro: più che al bébé il regalo sembra indirizzato ai genitori, che infatti subito glielo sottraggono considerandolo un tesoro non da indossare ma da conservare.

A rendere giustizia ai bambini è scesa in campo la Sidra, che ha prodotto una serie di mini-gioielli che con il garbo dei soggetti e la tenerezza dei colori, prevalentemente dovuti a smalti, sta rinnovando la moda in ambito infantile.

Le bambine non dovranno più rubare le collanine della Barbie, perché ormai ci sono quelle fatte apposta per loro, coordinate con braccialettini e piccoli anelli deliziosamente invitanti.

Pensati per decorare morbidi e teneri braccini, i baby-gioielli sono costruiti per sembrare giocattoli, così il bambino li sentirà suoi, li indosserà per imitare i grandi o i suoi eroi della TV, vorrà tenerli con sé perché i colori lo attraggono.

Madrine, padrini, zii e parenti saranno sicuramente felici di vedere i loro regali finalmente indossati, inteneriti da abbracci deliziosamente tintinnanti.

E, una volta acquisita l'idea di regalare ai bambini gioielli da usare veramente, perché non cominciare subito, quando ancora le braccia della mamma sono il suo unico nido? Che gioiello offrirgli? La cosa più importante dopo il cibo, un succhietto.

“Il primo ciuccio non si scorda mai” è il divertente slogan col quale la Sidra accompagna l'indispensabile compagno dei primissimi mesi di vita; funzionalità e bagliore del primo oro: quale migliore augurio per un bébé tanto amat?



Gioielli per bambini, dalla collezione BABY di SIDRA



Le
primo Cuod
Molti p/peccato

Baby

SIDRA[®]
ITALY

for

"BABY GOLD" - oro 18 Kt
Succhietto - Pacifier

Brevetto Internazionale - Patent Pending
Prodotto conforme art. 1 Legge 18.2.83 N. 46

SIDRA - Italy
International Baby - Jewellery Program
Tel. 049 - 609222 Fax 049 - 8641011

gemme

Guinness a Basilea

Un record – che non ha alcuna omologazione e che abbiamo “scoperto” noi a Basilea – è un opale stellato che sembra essere il primo del genere.

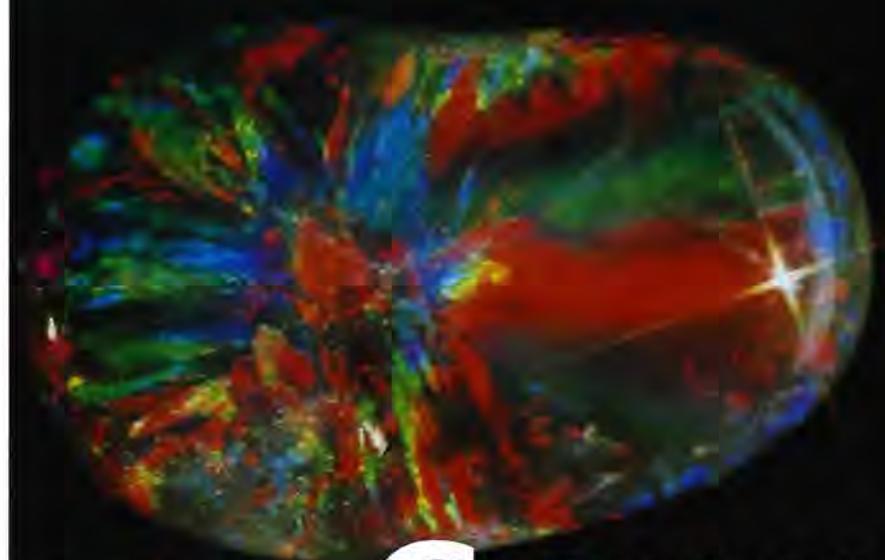
La storia del suo ritrovamento è raccontata da Andrew Cody, proprietario della miniera. “Una mattina, l’ingresso della miniera risultò ostruito da una massa di detriti che nella notte erano caduti dal soffitto. Furono rimossi ma nessuno pensò di cercarvi degli eventuali grezzi perché risaputamente non si trattava di materiale di qualche interesse e tutto restò lì per mesi. Per scrupolo, furono raccolti dei sassi per un successivo controllo e, infilati in un sacchetto, rimasero per qualche mese appesi al bordo di un camion a subire inauditi scossoni.”

All’apertura del sacchetto tutti però ammutolirono: sbattendo l’uno contro l’altro alcuni sassi avevano perso lo strato grigio che li avvolgeva, rivelando stupendi colori. Subito portati in laboratorio per completare lo sbozzo, ne uscirono opali dai colori squillanti e uno di essi mostrava un asterismo naturale a cinque raggi”.

“Supernova” è il nome che gli affibbiarono a Lightening Ridge dove fu trovato: una stella tra tanti altri bellissimi opali trovati nella stessa occasione.

Ancora a Lightening Ridge e ancora per caso. Questa volta è la storia di un singolo minatore, Tom, che per aiutarsi a sbloccare una ruota posteriore del suo camion raccoglie un ciottolo qualsiasi. Con una serie di balzi in avanti e retromarce, il vecchio camion passa e ripassa più volte sul ciottolo, spezzandolo in due.

Naturalmente Tom non si accorge di aver schiacciato un magnifico opale: se ne ne rende conto solo il giorno dopo quando, cercando un altro sasso per la stessa operazione, ritrova quello usato il giorno prima. Dal quel pezzetto di roccia sono poi stati ricavati degli straordinari opali, uno dei quali fu in seguito venduto per 350.000 dollari: oggi ancora nessuno sa da che miniera possa essere uscito quel favoloso sasso. ■



a cura di Carlo Beltrame

Gemme da Guinness

Nell’edizione 1998 del “Guinness Book of Records”, il celeberrimo libro dei primati edito dalla Guinness Publishing di Londra, editrice appartenente al gruppo che produce una delle birre più famose nel mondo, ci sono oltre 300 pagine dedicate ad una lunga e curiosa collezione di primati. Ci soffermiamo a cogliere alcuni interessanti spigolature dalle pagine dedicate alle gemme e ai metalli preziosi.

Il diamante più costoso del mondo è un diamante a forma di pera di 100,10 carati, il “D-Flawless”. Fu venduto da Sotheby’s a Ginevra il 17 maggio 1995 per 16.548.750 dollari, ad Ahmed Fitaihi, uno sceicco che se lo procurò per la sua catena di gioiellerie nell’Arabia Saudita. Il prezzo più alto pagato per un diamante grezzo è quello di 5,8 milioni di sterline, per una pietra di 255,10 carati rinvenuta in Guinea. L’acquirente fu, nel marzo 1989, la William Goldberg Diamond Corporation in partnership con la Chow Tai Fook Jewellery di Hong Kong. Il diamante più grande fu il celebre Cullinan, scoperto il 26 gennaio 1905 vicino a Pretoria nella Premier Diamond Mine. Pesava 3.106 carati e venne poi tagliato in 106 diamanti.

Il più grande diamante grezzo ancora esistente è un cristallo di 1.462 carati e si trova a Londra presso la De Beers. Il più grande diamante tagliato del mondo è il “Golden Jubilee” che pesa 545,67 carati. È stato ricavato da un grezzo di 775,50

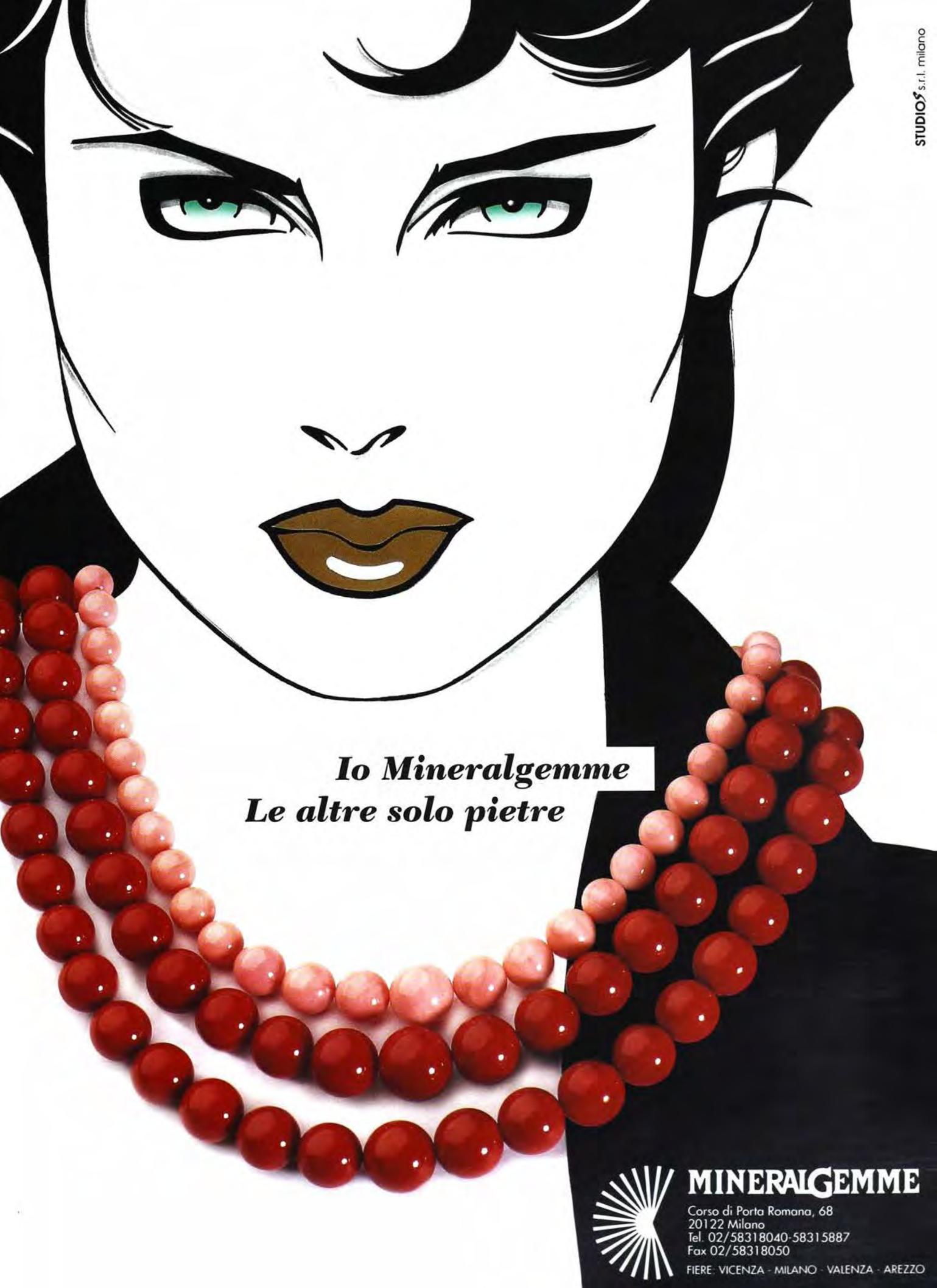
carati per essere montato nello scettro del re di Thailandia per il suo Giubileo. Il prezzo record per un rubino è di 227.300 dollari a carato, pagato alla Sotheby’s a New York per un anello che montava una gemma di 15,97 carati.

Il più grande rubino del mondo, 6.465 carati, si chiama “Eminent Star”. Si ritiene che sia di origine indiana ed appartiene a Kailash Rawat di Eminent Gems Inc di New York.

Il più alto prezzo per uno smeraldo è di 2.126.646 dollari, pagati per una gemma di 19,77 carati montata su un anello con diamanti di Cartier. Il più grande zaffiro del mondo – 9.719,50 carati, venne tagliato a Londra nel novembre 1989. Si chiama “The Lon Star” ed è proprietà di Harold Roper. Il più grande opale bianco, del peso di 26.350 carati, fu rinvenuto nel luglio 1989 nel Jupiter Field a Coober Pedy in Australia. Il suo nome è “Jupiter Five” e fa parte di una collezione privata.

Ed ecco alcuni record che riguardano oro e platino. La più grande massa d’oro ad oggi rinvenuta, battezzata Holtermann, è stata trovata nel 1989 a Moliagul, nello stato australiano di Victoria. Pesava 235,14 kg e conteneva 82,11 kg di oro puro. La più grande pepita di platino venne scoperta nel 1843 in Russia negli Urali: pesava 9.635 grammi. La più grande pepita di platino tuttora esistente è invece il “Gigante degli Urali”: pesa 7.860 grammi e si trova al Cremlino. ■





*Io Mineralgemme
Le altre solo pietre*



MINERALGEMME

Corso di Porta Romana, 68
20122 Milano
Tel. 02/58318040-58315887
Fax 02/58318050

FIERE: VICENZA - MILANO - VALENZA - AREZZO

Valenza **DD** Gioielli Valenza **DD** Gioielli Valenza **DD** Gioielli



Servizio Clienti: + 390 131 941731

Valenza **DD** Gioielli Valenza **DD** Gioielli Valenza **DD** Gioielli

ulenzena DD Gicielli Valenza DD Gicielli Valenza DD Giciell



ulenzena DD Gicielli Valenza DD Gicielli Valenza DD Giciell

International Award

Sono già celebri i 25 gioielli con diamanti che la De Beers ha selezionato per l'edizione 1998 del suo Diamond International Award, un concorso che avendo per filo conduttore unicamente un grande impegno di diamanti lascia ad ogni designer una totale libertà di ispirazione.

I gioielli che ne risultano sono sempre sontuose celebrazioni dei cristalli più venduti nel mondo, un'esplosione di luci raccolte in forme che per la loro esuberanza sono spesso avulse dal mercato reale, opere che hanno principalmente lo scopo più che evidente di stupire, produrre emozioni, catturare attenzione e non certo di proporsi al consumo.

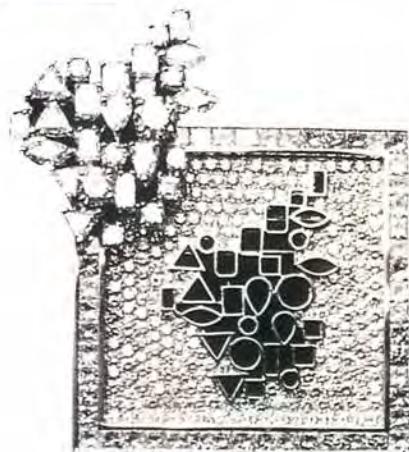
Anche quest'anno, dunque, non è mancata una serie di opere strabiliante nelle quali è manifesta quasi una voglia di strafare, e non sempre con risultati piacevoli, come evidenziano alcune realizzazioni indiane (quattro finalisti), taiwanesi o filippine che se raffrontate con il gusto europeo, hanno almeno per ora ben poco da dire.

Dall'est in generale, in termini di creatività un solido messaggio viene solo dal Giappone, con l'originale gioiello da decolleté di Kazuko Utsumi.

Un Award, a giudicare dagli oggetti premiati, un po' sotto tono rispetto i precedenti, quando Italia, Francia, Austria ma anche Usa e Australia mettevano in gara le loro menti migliori. È un peccato che questa passerella così brillante e che ha per spettatore il mondo intero abbia perso una delle sue implicite valenze e cioè il ruolo di cogliere e amplificare le tendenze internazionali.



Bracciale di Albarosa Vescovo per Casa Damiani; anello di Antonio Gié per N.I.A.; spilla di Luciano Sanvito.



I bellissimi

Tra i più votati, quattro italiani.

Ma il commercio è commercio e anche all'India, con i suoi 850.000 tagliatori, bisogna pur riconoscere qualcosa.

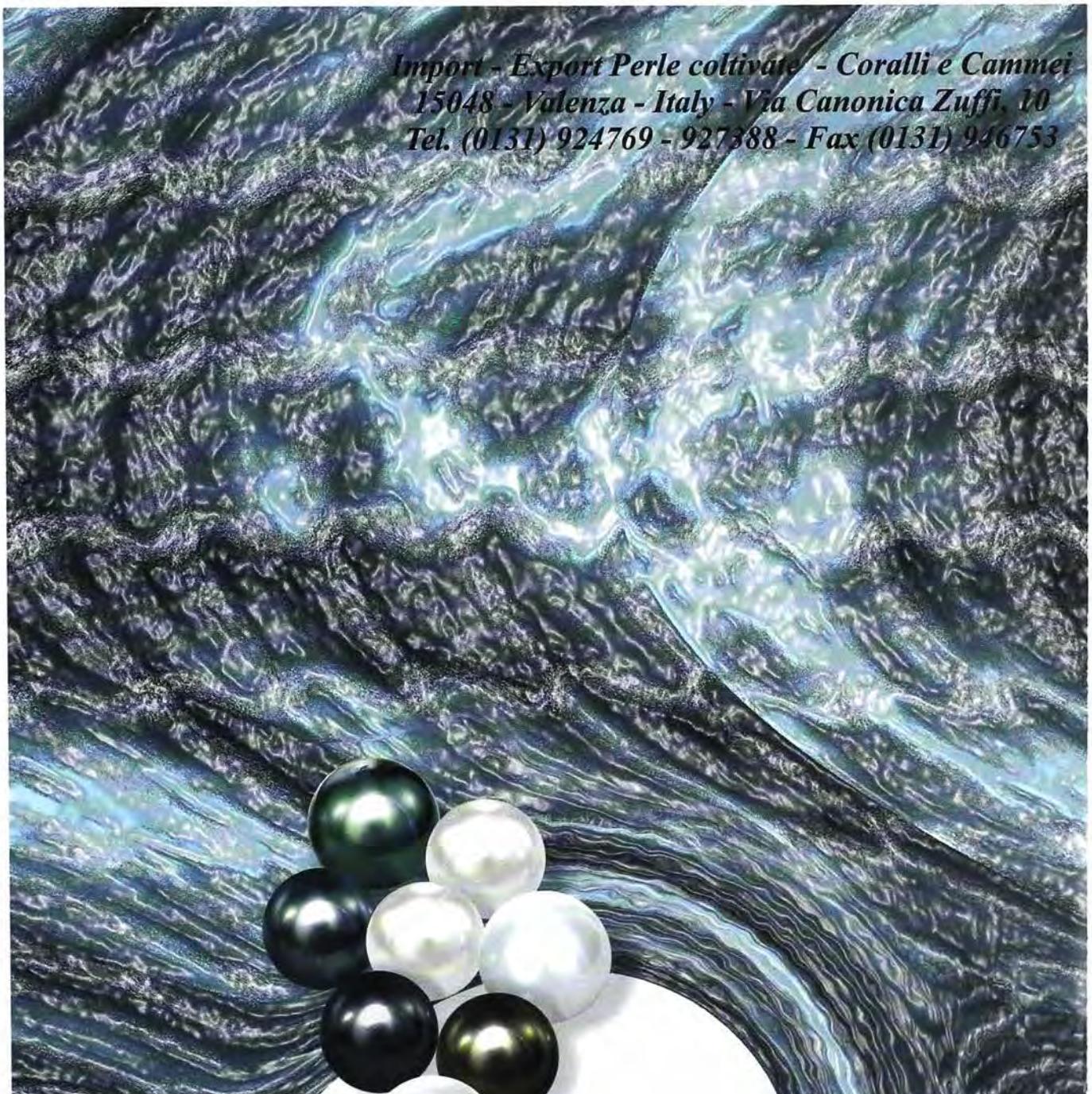
Citiamo volentieri la canadese Annik Lucier per una grande piuma da usare come spilla o pendente e lo svizzero Oliver Pasetto per un bracciale di bell'architettura e veniamo all'Italia che, campanilismo a parte, ha messo in vetrina performances obiettivamente buone: una bella trovata di Luciano Sanvito con spilla geometrica decorata con un motivo che si ripete in positivo e negativo; Lukas Wiemann con un anello con diamanti che si alternano ad inserti di onice dalle stesse forme.

Naturalmente, non sono mancati i soliti valenzani di successo: Antonio Gié della New Italian Art con un anello in oro bianco con due superfici gemelle disposte obliquamente e Albarosa Vescovo che per Casa Damiani ha progettato un bracciale nel quale oro giallo e baguette si sposano formando un tessuto di incantevole effetto.

Oggetti ricchi in materia come vuole il concorso e fortemente innovativi ma pensati anche in funzione di una possibile fruizione e presso i gioiellieri stanno infatti riscuotendo più che concreti consensi. ■

Mario Ruggiero Pearls s.n.c.

Import - Export Perle coltivate - Coralli e Cammei
15048 - Valenza - Italy - Via Canonica Zuffi, 10
Tel. (0131) 924769 - 927388 - Fax (0131) 946753



*Gemme...
oltre le parole*

Dario Bressan & C. snc

Fabbrica gioielleria 1650 AL

15048 Valenza - Via Trieste, 13

Tel. 0131/924611-946196 - Fax 0131/953068

Fiere: Valenza - Vicenza



I portasterline

Modelli brevettati

Riconferme in collegio

In attesa che venga presentata l'annunciata proposta di legge per l'istituzione di un albo nazionale dei gemmologi, a colmare questa lacuna da qualche anno provvede il Collegio Italiano dei gemmologi, un'istituzione che raggruppa buona parte di coloro che in Italia si interessano a questa disciplina ed hanno i titoli per dedicarvisi.

Presidente del Collegio è Rinaldo Cusi, che è stato recentemente riconfermato per il triennio 1998-2000. Con le nuove elezioni il Consiglio Direttivo si presenta così composto: Rinaldo Cusi, presidente - Carlo Ferrari, vice presidente - Paola Emma Vaccari, Segretario - Gianfranco Saccucci, Tesoriere - Riccardo Pietro Visentin, Relatore - Anna Bossi, Vincenzo De Michele, Gualtiero Manzini e Loredana Proserpi, Consiglieri.

Collegio dei Revisori: Fabio Cielo, Regina Bet D'Angelo, Francesco Vecchiato; Collegio dei Probiviri: Livia Balocchi, Giorgio Palloni, Giliola Mangiagalli.

FEDERBANCHI

Chiamato ad eleggere un nuovo Presidente, in sostituzione di Giampaolo Bartoli recentemente scomparso, il Consiglio Direttivo della Federbanchi ha ritenuto opportuno, per onorare la sua memoria, lasciare vacante il ruolo da lui occupato. Sarà dunque un Vice Presidente Vicario a rappresentare la Federazione Nazionale Banchi Metalli Preziosi fino alla fine del triennio 1997/1999, e precisamente Giorgio Villa, che già in passato ne fu Presidente.

Il quarantatreenne Vice Presidente Vicario è figlio di Mario Villa che è stato per molti anni una delle figure di spicco del mondo orafo e argentiero. Buon conoscitore del settore, è attualmente alla conduzione della Banco Villa Metalli Preziosi di Milano e ricopre la carica di Presidente della categoria Banchi nell'Associazione Orafa Lombarda.

NUOVO VERTICE ALLA LOMBARDA

La scomparsa di Giampaolo Bartoli, che oltre a quella di Federbanchi copriva anche la presidenza della Associazione Orafa Lombarda ha lasciato un vuoto anche in questa Istituzione, benché giunto alla naturale scadenza del suo mandato. Il nuovo Consiglio Generale dell'AOL ha collocato alla presidenza Angelo Vai, che nel precedente triennio di attività aveva assunto la carica di economo.

Trentanovenne, imprenditore milanese Vai è titolare dell'omonima azienda operante nell'ambito della produzione di oreficeria. Al neo-eletto le nostre congratulazioni e un cordiale augurio di buon lavoro.

Riconferme in AOV

Su proposta del Presidente AOV Lorenzo Terzano, al vertice della AOV Service Srl, braccio operativo della Associazione, è stato riconfermato per un altro triennio il Dr. Daniele Api. Vice Presidente Dr. Gianluigi Cerutti.

Alla AOV Service Srl è demandata l'attuazione dei programmi definiti in seno all'Associazione Orafa Valenzana, tese a fornire ai propri associati dei servizi differenziati ai quali gli stessi possono accedere secondo le proprie esigenze. Le sue attività coprono un vasto raggio operativo e quelle più consolidate sono le Mostre realizzate a Valenza, l'Editoria, i Servizi agli associati, le Fiere e manifestazioni esterne. Il programma tracciato dal neo-presidente per il triennio 1998-2000 prevede l'incremento di queste attività ma soprattutto un rilancio nell'ambito editoriale.



Congresso '98

Si è svolto a Roma nel maggio scorso l'annuale Congresso della Federgrossisti. La partecipazione è stata larghissima, come di consueto, ma in quest'edizione ha costituito un ulteriore richiamo anche il Convegno sulla "Globalizzazione dei mercati: liberalizzazione e internazionalizzazione del commercio". All'analisi, le opportunità e rischi per l'ingrosso orafo argentiero.

Tra i relatori Il Prof. Domenico Tosato dell'Università "La Sapienza" di Roma e numerosi esponenti della politica e del commercio.

Gaetano Cavalieri,
Presidente Federgrossisti
Sotto: Daniele Api,
riconfermato Presidente
della AOV Service





Anello con smeraldo di Limodoro e con turchese grezza di Agalma, Milano.

"Bottega" d'oggi

Creare non basta, se poi non si riesce ad emergere, a farsi vedere.

Per un gruppo di giovani questa opportunità ha un nome "Agalma", etichetta con la quale si propone un punto vendita un po' particolare di cui è titolare Carlo Giovanelli.

Rilevato un piccolo negozio di oreficeria in una viuzza un po' defilata benché nel centro milanese, subito l'idea di conferirgli una nuova personalità, a costo di dover sostituire l'intera clientela.

Cosa che puntualmente avviene. Lo stimolo a considerare i "creativi" con occhio diverso parte dalla moglie - Limodoro - che già da tempo disegna oggetti molto particolari; è il primo passo dietro il quale si sviluppa tutta una serie di interessi che vedono al centro orafi-autori giovani, dalla personalità un po' particolare, che realizzano oggetti concettualmente nuovi e, soprattutto, hanno il gusto per sperimentare non solo forme ma anche materie insolite. ■



Foto da premio

Un nudo di donna sulla nostra rivista? Che c'entra? Moltissimo, visto che è opera di Sandro Sciacca, un fotografo che da anni collabora con la nostra rivista. Specialista in still-life, su ogni nostro fascicolo appare almeno un suo servizio, così come sue sono molte pagine di pubblicità di semplice presentazione dei prodotti o vere e proprie campagne di immagine, anche se sono pubblicate a firma VG TEAM: il "marchio" di un gruppo di creativi di cui fanno parte fotografi, art director e copy writer fortemente specializzati nella produzione di immagini per la gioielleria.

Oltre che di gioielli, Sandro Sciacca realizza servizi fotografici per le più importanti riviste di arredamento e ormai non si contano le copertine scelte tra i suoi lavori.

Il suo tempo libero, poco, è totalmente assorbito dalla ricerca, dallo studio di luci, tecniche di stampa, elaborazioni per trovare sempre nuove e personalissime forme espressive; recentemente, la sua esplorazione si è addentrata nel campo del nudo femminile, scrutato con occhi disincantati, senza nulla concedere all'ovietà suggerita dal soggetto, anzi esaminandolo in modo crudo, insolito.

Le sue interpretazioni sono state dapprima oggetto di una personale fotografica, un'esposizione di gigantografie che hanno messo bene a fuoco il suo stile così personale, ma hanno polarizzato anche l'interesse di alcuni critici, col risultato di essere insigniti di un inaspettato premio.

Gli è stato infatti conferito il premio 1998 della Associazione Fotografi Italiani Professionisti per la sezione "Nudo". Congratulazione al nostro collaboratore. ■

"Nudo di donna" nell'interpretazione del nostro fotografo Sandro Sciacca



EMMETI



M.T. - EMMETI SpA

SEDE: 20122 MILANO - VIA PAOLO DA CANNOBIO, 2

TEL. 02/86464911 - FAX 02/801110

FILIALE: 15048 VALENZA - CIRCONV. OVEST COINOR LOTTO 14/Bb

TEL. 0131/941302 - FAX 0131/943241

FIERE: BASILEA - VALENZA - VICENZA

Un sorprendente esperimento è già in corso in Inghilterra e precisamente a Manchester dove da qualche mese nelle vetrine di un gioielliere-pilota insieme ad altri sono disponibili anche diamanti "firmati". De Beers, naturalmente.

Perché? Ovvio - rispondono i responsabili del famoso Cartello - per offrire garanzie al consumatore, perché venga cautelato dal diffondersi di diamanti sintetici, da trattamenti, riempimenti, irraggiamenti eccetera eccetera. Il tutto avviene con discrezione, aggiungono, perché il marchio De Beers - che diventerà così sinonimo di qualità accertata - è riprodotto sulla tavola senza che questo influisca sulla qualità del prodotto, non è visibile a occhio nudo e neppure alla lente. A questo risultato sono giunti i suoi tecnici con un procedimento che è stato brevettato; per decodificare marchio e numero progressivo occorrerà un semplice ma speciale apparecchio, esso pure protetto da brevetto.

A caldo, la notizia può persino produrre un'impressione favorevole, apportatrice come sembra di chiarezza e pulizia. Ma esaminata con distacco, soprattutto se nell'ottica di un commerciante, non sfuggono particolari a dir poco discutibili, sui quali



invitiamo a riflettere anche i nostri lettori. Intanto, dal marchio sarebbero esclusi i diamanti inferiori ai 30 centesimi mentre tutti gli altri, una volta tagliati, dovrebbero ritornare alla De Beers per ricevere il prezioso "imprimatur" e va da sè che tra i compratori che partecipano alle "sight" già può avvenire una prima discriminazione. Ma ce ne

Diamanti cifrati

Ovvero, te li dò io i diamanti

Francesco Roberto

sono altre e non meno gravi grazie alle quali commercianti di diamanti, produttori di gioielleria e dettiglanti potranno ricevere qualche duro colpo. Ad esempio:

- Che valore avranno i diamanti transitati dai canali De Beers in tempi antecedenti l'introduzione del marchio?

- Dalla CSO (braccio tecnico della De Beers) passa circa il 70% dei diamanti estratti nel mondo e una congrua parte del rimanente - De Beers consenziente - è commercializzata direttamente dai paesi estrattori: una quantità destinata a crescere visto che il Cartello ha messo in atto la clausola che gli consente di non ritirare tutto il prodotto estratto. Verrebbe così a presentarsi l'anomala possibilità che un produttore in regime di monopolio possa mettersi in concorrenza con qualche paese suo partner, ed è quindi presumibile che sul mercato possa venire a formarsi un insidioso gap tra prodotto firmato e non.

- Dopo le sight, e il conseguente avvio alle taglierie dei lotti acquistati, i sightholders potranno dunque rispedire alla De Beers tutta le merce sopra i 30 centesimi per l'impressione del logo: come potrà l'Organizzazione distinguere i diamanti "freschi" - e cioè di recente acquisto - da quelli appartenenti a precedenti stock, magari mal tagliati, pieni di inclusioni, riempimenti, e tutti i difetti non dichiarati dai quali vorrebbe tanto difendere i consumatori? Considerazioni che legittimano il sospetto che qualcuno, che dispone di canali agevolati, possa conseguire privilegi a scapito di tutti gli altri operatori.

- Il consumatore, al quale sarà ovviamente indirizzata una forte campagna promozionale, non si sentirà psicologicamente defraudato per aver acquistato, magari solo pochi mesi prima, un prodotto anonimo? Come reagirà?

- Sul piano degli approvvigionamenti, dovremo forse adeguarci alla nascita di due mercati paralleli ed affrontare dunque il drammatico evento di avere due stock, uno con e l'altro senza logo?

E si potrebbe continuare con decine di altri interrogativi, tutti altrettanto allarmanti. A quanto risulta, purtroppo, tutto questo potrà davvero verificarsi poiché - vista con

gli occhi della De Beers - è la situazione stessa a richiederlo considerato il preoccupante calo della domanda, le troppe minerie in attività e altre ragioni che forse la pongono nell'impossibilità di mantenere ancora a lungo il monopolio. Perciò l'Organizzazione - che a suo tempo si è proposta come garante di tutti i molteplici e differenziati interessi di quanti si trovano nella pipe-line del diamante - sta evidentemente riprogrammando la sua struttura nell'obiettivo di trasformarsi in Commerciale, ed è a tutti evidente come, con questo colpo magistrale, potrebbe raccogliere tutto quanto per anni ha investito nella diffusione del suo marchio.

Infatti, se il consumatore ignora completamente la CSO, per contro ha fortemente memorizzato il nome De Beers: dunque, se questa appone il suo marchio su dei diamanti, garantendoli, perché non acquistare proprio quelli? Chi sono gli altri produttori, di che qualità sono i loro diamanti... lo dimostrino.

Difficilmente qualcun altro potrà raggiungere la notorietà di questa Casa che, oltre tutto, a business sa aggiungere business. Non va infatti trascurato il fatto che marchio e numero progressivo incisi sulla tavola potranno essere letti, come già abbiamo detto, solo con uno speciale strumento che la stessa De Beers ha coperto con brevetto e non è difficile immaginare quante centinaia di migliaia di questo "indispensabile" aggaggio a tempo debito potranno agevolmente essere collocate presso gli operatori di tutto il mondo.

Devo ammettere che come commerciante di diamanti sono piuttosto perplesso circa quanto sta accadendo: forse farei bene, valutando il tutto, a cambiare attività. In termini di diamanti, il futuro sembra proprio tutto della De Beers e vorrei tanto essere un suo azionista!

Invitiamo i lettori a un dibattito su questo tema, telefonando o scrivendo alla redazione i loro commenti.

Valenza Gioielli:

Tel. 02.4695439 - Fax 02.468068

FANTASTICO!

ARREDIAMO IL TUO NEGOZIO OGGI E PUOI
PAGARLO IN 4 ANNI SENZA INTERESSI

(La promozione è valida sino al 30 settembre 1998)

LE VETRINE
CHE CATTURANO
L'ATTENZIONE
E TI FANNO
VENDERE



RUSSO S.R.L. VIA BRENTA, 15 - 10147 TORINO - TEL. 011-21.65.850 - 21.56.61 - 29.62.51 - FAX 011-21.40.86
CODICE FISCALE E PARTITA IVA 06322850014 - C.C.I.A.A. R.D. N. 778064

ARREDAMENTI PER NEGOZI DI SUCCESSO



VUOI ARREDARE IL TUO NEGOZIO?
PUOI PAGARLO IN 4 ANNI SENZA
INTERESSI! TELEFONA SUBITO!
(La promozione è valida sino al 30 settembre 1998)



RUSSO S.R.L. VIA BRENTA, 15 - 10147 TORINO - TEL. 011-21.65.830 - 21.56.61 - 29.62.31 - FAX 011-21.40.86
CODICE FISCALE E PARTITA IVA 06322850014 - C.C.I.A.A. R.D. N. 778664

ARREDAMENTI PER NEGOZI DI SUCCESSO



ARREDIAMO IL TUO NEGOZIO OGGI
E PUOI PAGARLO IN 4 ANNI
SENZA INTERESSI!

(La promozione è valida sino al 30 settembre 1998)



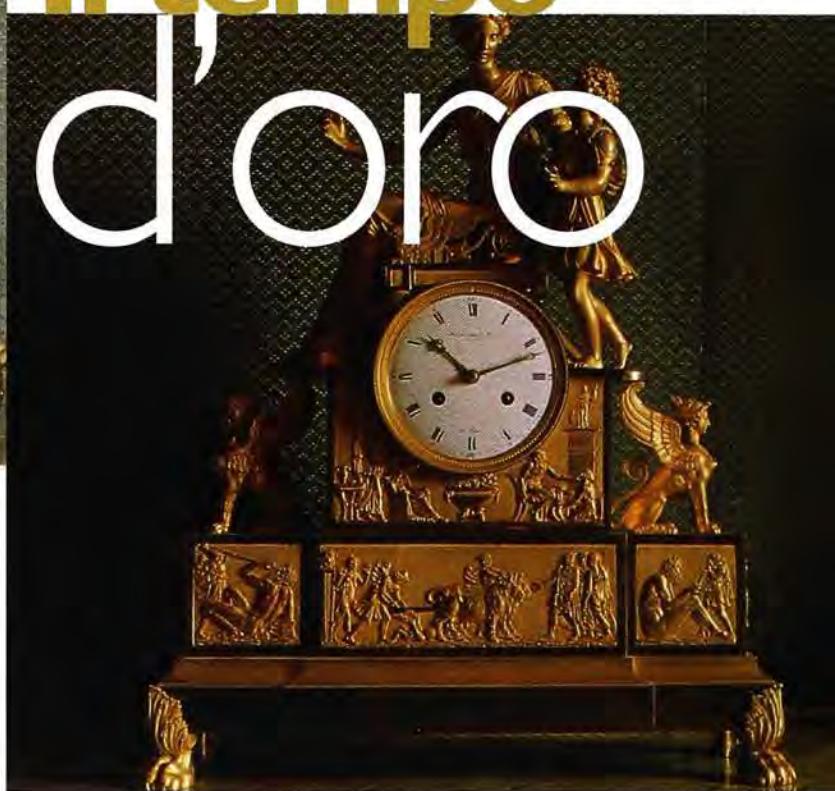
RUSSO S.R.L. VIA BRENTA, 15 - 10147 TORINO - TEL. 011-21.65.850 - 21.56.61 - 29.62.41 - FAX 011-21.40.86
CODICE FISCALE E PARTITA IVA 06522850014 - C.C.I.A.A. R.D.N. 778064

ARREDAMENTI PER NEGOZI DI SUCCESSO



Pendola altare con figure in antimonio dorato e brunito di soggetto religioso e dipinti policromi su porcellana inseriti in finestrelle nell'altare. Napoleone III, fine sec. XIX
Accanto: Pendola in bronzo dorato a mercurio, primo decennio sec. XIX, firmata "Armingaud L.né à Paris", Stile Impero.

Il tempo d'oro



Pendole alla Villa Reale di Monza, nella residenza di Umberto I e Margherita.

Nella seconda metà del 700, a Milano il potere degli Asburgo si concretizza anche con la presenza di Ferdinando, figlio dell'illuminata imperatrice Maria Teresa d'Austria. Tra i suoi progetti, quello di ridisegnare e riqualificare gli spazi della città e il perno del nuovo assetto urbano sarà costituito da un Palazzo di città e da una dimora di campagna, e per quest'ultima la scelta cade sulla vicina Monza per il suo ricco parco.

Il progetto viene affidato al Piermarini e l'immensa villa è pronta in tre anni.

Con la proclamazione del Regno d'Italia Milano decade dal ruolo di capitale e la villa diventa veramente luogo di villeggiatura, molto amato dai Savoia e soprattutto da Umberto I e Margherita che qui risie-

dono molto spesso. È proprio a Monza che Umberto viene ucciso nel 1900 e da allora in questa Villa di sapore Asburgico il tempo sembra essersi arrestato.

Grazie all'Amministrazione locale e alla Soprintendenza Beni Ambientali ed Architettonici di Milano, il grande edificio sta ora rinascendo a nuova vita, con modificata fruizione, e tra le più recenti proposte ha trovato realizzazione una Mostra di orologi da mensola e pendole restaurate ed esposte proprio in alcune delle sale abitate dai Sovrani, riportate al fasto dell'epoca.

Sono oggetti di manifattura italiana e francese, di rara fattura, in gran parte di stile impero, in bronzo cesellato e dorato che per l'occasione hanno subito accurati interventi di restauro.

Milizia
impiega quattordici
essenze pregiate,
interni in velluto o in pura seta
per i nuovi modelli
delle collezioni
Antica Grecia
e Star di Hollywood.



Graffio editing Roma



MILIZIA by PRAD s.r.l.
via Ischia, 31
74028 Sava (Ta)
tel 099/9726705
fax 099/9726593

MILIZIA
fine italian style



I suoi primi cinquant'anni

Israele celebra uno dei suoi più importanti anniversari. Anche dai diamanti una spinta al futuro.

L'industria dei diamanti, in Israele, ha inizio quando lo Stato ancora non è nato e ha una data precisa: 1936. È infatti in quell'anno che due ebrei romeni aprono un laboratorio poco lontano da Tel Aviv. Hanno appreso il mestiere ad Anversa e sulla loro scia altri colleghi lasciano Belgio e Olanda per installarsi su questo territorio.

Le aziende, nate con pochi mezzi e caratterizzate da un forte pionierismo, incontrano il successo proprio nel corso della seconda guerra mondiale; ad assorbire le loro gemme sono gli USA ai quali dalla sconquassata Europa questi rifornimenti non arrivano più. Al termine della guerra Amsterdam – benché con scarso successo – ma soprattutto Anversa si muovono per riconquistare le precedenti posizioni e, per queste ed altre ragioni, per i laboratori che nel frattempo sono fioriti a Ramat Gan e Netanya i tempi si fanno duri. Volitività e determinazione non fanno però difetto agli israeliani, che con caparbia lotta sopravviv-

enza e il futuro. Per ritagliarsi uno spazio puntano subito sulla competitività e vengono attivate rudimentali catene di montaggio per razionalizzare i costi della mano d'opera, obiettivo che non perderanno mai di vista.

Ma per decollare l'industria del diamante ha bisogno di ingenti capitali per l'acquisto di materia prima nonché serie politiche di supporto; al loro fianco si schierano le Banche e il Governo del giovane Stato che crede in questa attività e in essa individua sia interessanti sbocchi per l'esportazione che un programmatore assorbimento di mano d'opera, che continuamente qui si riversa da ogni parte del mondo. Grazie a questi appoggi ed al concreto sostegno di tanti ebrei americani e europei che da sempre controllano gran parte del mercato dei diamanti, il successo non tarda a rifarsi vivo e Israele riprende la sua corsa verso il successo. Contrariamente all'India, dove l'industria del diamante poggia principalmente sulla quantità della mano d'opera disponibile e del suo bassissimo costo, Israele ha puntato sulla tecnologia esplorando e mettendo a punto attrezzature che offrono un prodotto perfetto a prezzi competitivi, scelte che il tempo ha poi ampiamente avallato.

Anche l'Industria del diamante si inserirà quindi nei programmi celebrativi ed ha programmato una "Israel Diamond Jubilee Week" per il prossimo giugno, che contempla – tra i risvolti commerciali – anche speciali occasioni che i buyers potranno cogliere sia in Borsa che alla speciale Asta di diamanti di ogni genere e qualità.

Purtroppo, il Giubileo è celebrato in un momento tutt'altro che roseo per i diamanti in generale e quindi anche per l'industria israeliana che ultimamente nell'export ha registrato cifre non proprio incoraggianti.

Al riguardo è molto significativa l'analisi del mercato esposta a Basilea dal Presidente dell'Israel Diamond Exchange Itzhak Forem: "Nei recenti anni sono andate mutando le condizioni del mercato. I gioiellieri, soprattutto negli Stati Uniti sono riusciti ad ottenere dai loro fornitori crediti a lungo termine e consegnate a titolo di sospeso; di conseguenza, una parte sempre maggiore del nostro prodotto non costituisce una vendita reale ma piuttosto uno spostamento di merce da noi al gioielliere. Inoltre, poiché il finanziamento di questi scambi cade totalmente sulle spalle degli esportatori, i gioiellieri sono portati a sovradianzionare il loro stock visto che i costi di giacenza vengono in larga misura coperti dai diamantai dei centri di taglio.

Va quindi da sé che la domanda degli ultimi anni non può considerarsi realistica ma questa è comunque stata una delle ragioni per cui nel centro di taglio si è verificata una sovrapproduzione.

C'era richiesta di merce, ma ci è voluto un po' a capire che c'era uno squilibrio tra le forniture e la domanda effettiva.

Perciò sovrapproduzione, crediti a lungo termine, resa di merci ai centri di taglio sommati all'elevato prezzo del grezzo in rapporto al tagliato che ne deriva, hanno contribuito a creare una continua erosione sul profitto dei diamantai."

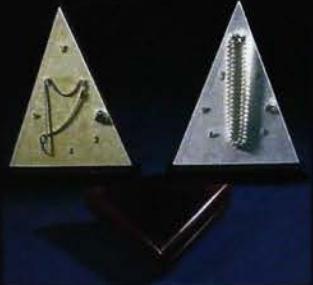
"Lucky Star": diamante tagliato a stella Lili Diamonds.

Milizia
realizza espositori da vetrina
dal disegno innovativo
ed astucci
di ogni forma e dimensione
per migliorare
la presentazione
dei vostri gioielli



Graffio editing Roma

MILIZIA by PRAD s.r.l.
via Ischia, 31
74028 Sava (Ta)
tel 099/9726705
fax 099/9726593



MILIZIA
fine italian style



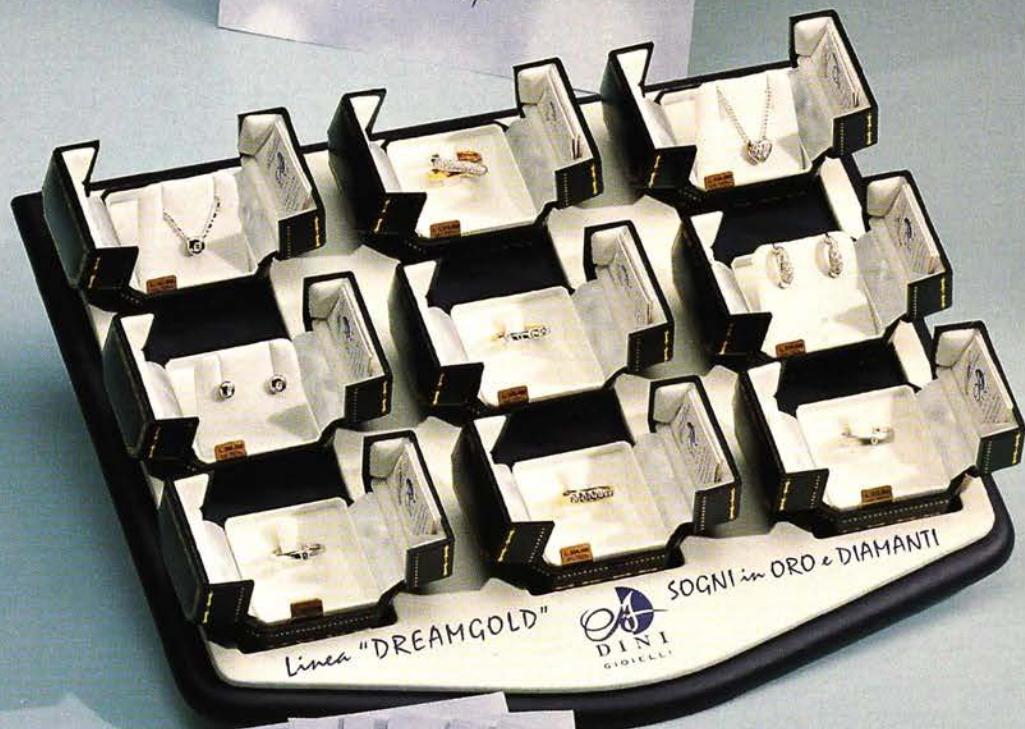
Prima di guardare altrove scopri
cosa ti offre DREAMGOLD



DINI
GIOIELLI

Informati qui

sogni in oro e diamanti.

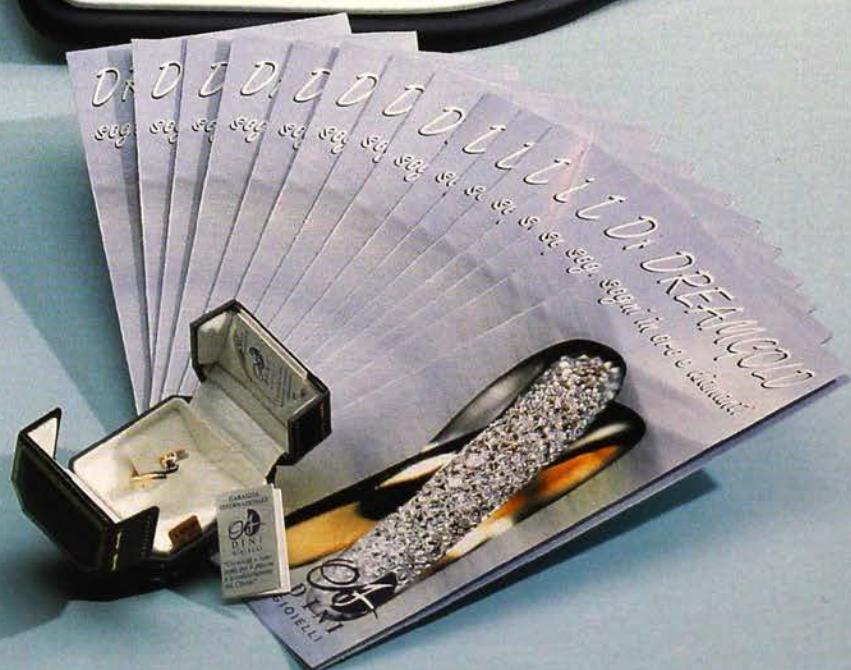


DINI GIOIELLI

AL 1989

Via San Giovanni, 1
15048 Valenza
Tel. 0131-943240
Fax 0131-953614

Valenza - Vicenza



Gruppo  **GI.VAL.** Valenza
gioielli



£. 468.000



£. 568.000



£. 538.000

ORO 750‰ E BRILLANTI



£. 598.000



£. 325.000



Ufficio Commerciale: 21100 VARESE
Via Magatti, 7 - Tel. 0332/830719
Fax 0332/234081
Fabbrica: 15048 VALENZA (AL)
“CO.IN.OR.” 14 B/b n°33b
Tel. 0131/953433 - Fax 0131/928693



£. 478.000



ARREDAMENTI PER GIOIELLERIE E OREFICERIE

*Dal 1960
progettiamo
e realizziamo
arredamenti
personalizzati
e funzionali,
con competenza
serietà e
buon gusto.*



LINEART srl

24020 Scanzorosciate (BG)
Via XXV Aprile, 21
Tel: 035.662722
Fax: 035.655663
<http://www.bergamoexport.it/lineart>
E mail: lineart@bergamoexport.it

Lineart: l'accuracy studiata in ogni dettaglio!

BASILEA: Halle 204/122
MACEF: Pad. 33/B 13
VICENZA: Pad. C/2124-2125
VALENZA: 255-256-259-260
BARI: Pad. 3/80

STUDIO PHOTOCHROM VALENZA



salvatore arzani
gioielli e preziosi

via del vallone, 2 - 15048 valenza, italy
tel 0131/943141-924835
fax 0131/955308



ZP
Ponzone & Zanchetta s.r.l.

15048 VALENZA (Italy) Circonv. Ovest 90 Tel. 0131 - 924043 Fax 0131 - 947491
Presenti alle Fiere di Vicenza, Basilea e Valenza.



Luciano Cavalli s. r. l.

GIOIELLI

1017 AL

15048 Valenza - Viale Dante, 46/c
Tel. 0131/942682-945360 - Fax 0131/924817

Fiere: Orocapital - Orolevante - Valenza Gioielli

Lorenzo Terzano,
Presidente AOV tra
l'On. Livia Turco,
Ministro della
Solidarietà Sociale
e l'On. Enzo Ghigo,
Presidente Giunta
Regionale Piemonte.



I fatti e l'occasione



A Valenza, nella cornice della sua Mostra

L'incalzare del tempo può stemperare vivacità e l'immediatezza della curiosità di avvenimenti che cronologicamente ormai appartengono al passato – se tale si può considerare il volgere di pochi mesi – ma non cancella o diminuisce il loro portato né attutisce l'eco prodotta.

Spazio dunque alla cronaca di Valenza, a quel suo momento di forte comunicazione coinciso con la Mostra di marzo, al suo corollario fatto di incontri, eventi, progetti.

Alla sua inaugurazione non è mancata la presenza di un autorevole Esponente del Governo, questa volta concretizzata nella persona dell'**On. Livia Turco**, Ministro della Solidarietà Sociale, mentre l'**On. Enzo Ghigo** Presidente della Giunta Regionale Piemonte e altri rappresentanti della regione e della Provincia hanno testimoniato il riconoscimento delle forti relazioni esistenti tra Valenza e le Istituzioni pubbliche piemontesi.

Altri ospiti sono invece giunti dal Libano, tra i quali il Presidente della Fiera di Beyrouth **Albert Aoun**, sollecitando attenzione sul rifiorimento in atto nel loro Paese: a pace stabilizzata è infatti partito un intensivo programma di ricostruzione tesa a rivendicare e recuperare la passata sovranità nel Medio Oriente. Infrastrutture e Turismo come priorità, ma anche la riattivazione di commerci e l'avvicinamento all'Europa per riproporsi come ponte privilegiato con l'est arabo, puntando per la rinascita anche su una Mostra di gioielleria e oreficeria.

L'Associazione Orafa, attenta a tutte le ramificazioni del mercato internazionale, anche in questa occasione ha volentieri accettato il ruolo di tramite per favorire presso i suoi associati valenziani una migliore conoscenza di quanto il Libano può offrire nell'area mediterranea per la penetrazione di nuovi mercati, con risul-

tati decisamente positivi poiché parecchi produttori hanno già accettato di cogliere la nuova occasione, prevista a Beirut in luglio.

L'atrio del palazzo espositivo si è dunque più volte animato ospitando manifestazioni di contenuto sempre diverso, tutte indirizzate all'approfondimento del mondo orafo e alla cultura che gli dà linfa. Quest'ultimo aspetto, particolarmente caro al **Presidente AOV Lorenzo Terzano**, si è espletato nel corso delle giornate della Mostra con un Convegno su ricerca e creatività promosso dall'**Ador** e il cui svolgimento è oggetto delle pagine che seguono.

Per quanti amano non solo il gioiello ma anche la sua storia è invece prossima una piacevolissima sorpresa, annunciata dal Comitato Organizzatore: il seguito del primo convegno tenuto nell'ottobre 1966. Il **Secondo Convegno Nazionale della Gioielleria** avrà per tema "Tradizione e novità del gioiello italiano dal XVI al XX secolo ed avrà il patrocinio del Ministero dei Beni Ambientali e Culturali, dell'Università di Firenze, della Regione Piemonte, della Provincia di Alessandria e del Comune di Valenza. Alla presentazione hanno partecipato Lia Lenti, storica valenzana e Dora Liscia Bemporad titolare di una cattedra all'università di Firenze."

Dettaglio orafo e disciplina del commercio

Grande tempestività l'Istituzione valenziana ha mostrato anche nel porre sul tavolo dell'analisi la nuova legge del commercio con riferimento al settore orafo. Non appena la Commissione par-

lamentare ha licenziato la Legge Bersani il dibattito si è subito spostato a Valenza, immediata e prima opportunità dopo quella parlamentare per trattare ulteriormente il tema.

Il convegno, aperto da **Lorenzo Terzano**, si è svolto alla presenza di autorevoli e competenti personalità. Nel vivo del problema si è subito addentrata l'**On. Paola Manzini** – Responsabile Commercio nel PDS – che ha illustrato la lunga "gestazione" di questa riforma, che ha abrogato una ventina di leggi e regolamenti precedenti nell'intento di perseguire una accettabile semplificazione.

Ugo Girardi, Vice Segretario Generale Unioncamere, ha proposto un approfondimento di ordine tecnico descrivendo la Legge Bersani come aperta ad un ampio confronto per eventuali revisioni. Sul problema della professionalità come garanzia per chi fa domanda e offerta ha insistito molto nel suo intervento l'**On. Antonio Mazzocchi** – Responsabile Piccole e Medie Imprese e Commercio in AN – che ha annunciato la prossima presentazione di una proposta di legge per l'istituzione di un Albo per i gemmologi. **Ernesto Hausmann**, Presidente Federdettaglianti, ha fatto osservazioni non tanto sulla sostanza del Decreto quanto piuttosto sul fatto che, a suo parere, è stato sottovalutato il lavoro delle associazioni di categoria. "Un decreto fondamentale per una fetta così importante per l'economia del nostro Paese avrebbe dovuto avere come consulenti le Associazioni, gli organi tecnici di categoria." **Emanuele De Giovanni**, Presidente Confedorafi, ha assicurato il totale appoggio della confederazione alla Federdettaglianti, ponendo poi l'attenzione su due aspetti particolari: sicurezza/orari e il rischio della dequalificazione dei dettaglianti.

- 1 - Onorevole Antonio Mazzocchi
- 2 - Giuseppe De Maria
- 3 - Albert Aoun
- 4 - Emanuele De Giovanni
- 5 - Onorevole Franco Stradella
- 6 - Ugo Girardi
- 7 - Ilario Cuoghi
- 8 - Onorevole Paola Manzini
- 9 - Ernesto Hausmann
- 10 - Fabrizio Palenzona
- 11 - Ambasciatore Umberto Vattani
- 12 - Giancarlo Majer



Ricerca e creatività

Designer a confronto
in un Convegno organizzato dall'Ador.
Dal passato, indicazioni per il presente.

Un Convegno su ricerca e creatività nel gioiello classico del ventesimo secolo non poteva trovare un palcoscenico più appropriato di Valenza, che dei gioielli del nostro tempo è fuor di ogni dubbio la capitale.

Al di là di un suo innegabile spessore per l'attualità e la portata del tema, l'evento va innanzitutto messo a fuoco per un suo intrinseco e straordinario derivato: un'aperta e realistica autoaffermazione dello stilista orafo e del suo contributo nell'evoluzione della gioielleria.

Infatti, grazie anche all'Ador (Associazione Designer Orafi) che da parecchi anni si batte per promuovere un aggiornato e moderno rapporto con gli imprenditori, qualcosa è lentamente cambiato nei confronti di questi creativi, solitamente più che apprezzati in fabbrica ma all'interno di essa spesso del tutto sconosciuti e che riescono ad affiorare alla notorietà talora solo in virtù di qualche concorso.

La negazione dello stilista poteva forse trovare giustificazione qualche decennio or sono, quando all'orafo altro non si chiedeva che di sedere al proprio banco e di vestire nel modo più sontuoso le gemme più belle, di realizzare pezzi unici e quindi irripetibili o – in casi diametralmente opposti – di inserirsi nell'onda lunga di un mercato di poche pretese e disposto ad accettare qualsiasi cosa purché d'oro. Il disegnatore esisteva anche allora, anzi, c'era chi si recava a Parigi per procurarsi progetti che si discostassero dalle forme correnti, ma a lavoro eseguito era il titolare dell'impresa ad incassare tutti i complimenti.

Oggi però, con la dilatazione nell'interno della stessa azienda di specializzazioni che sottintendono una preparazione peculiare, lo spostamento verso ruoli dai contorni sempre più definiti è diventato un imperativo e dunque accanto al modellista e al direttore vendite deve coerentemente inserirsi – fisso o freelance – un nuovo personaggio, impegnato a tempo pieno nella ricerca stilistica.

Questa figura acquista progressivamente credito anche perché all'orafo i disegni per pezzi unici ormai servono molto meno: occorrono idee da sviluppare in più linee, modellazioni allineate con il gusto del momento ma che esprimano una personalità ben definita, sempre identificabile. Disegni, soprattutto, ideati per ottimizzare le tecnologie disponibili in azienda e la potenzialità produttiva di

quest'ultima, nel rispetto di costi suggeriti dal marketing. E, dunque, persone particolarmente dotate, specificamente formate, sensibili e attente al mutare delle mode ma anche al contesto sociale ed economico in cui si sviluppano.

Ed eccoci al Convegno, che nella sua parte introduttiva ha puntualizzato come il gioiello nel corso della sua storia non sia proposto solo come pura gratificazione edonistica o asserzione sociale ma che per assolvere questi obiettivi nel suo lungo percorso non è mai stato estraneo a movimenti artistici, a eventi culturali e sociali, a mode anche effimere e con le quali in modo più o meno evidente si è sempre allineato.

Per inciso, questo particolare percorso del gioiello è stato oggetto di una serie di articoli a firma Nino D'Antonio che si concludono con questo stesso numero e ai quali rimandiamo il lettore. Sul filo conduttore "Arte orafa tra storia e costume" l'Autore ha svolto un'approfondita analisi del rapporto tra la produzione orafa italiana e il background sociale, artistico, economico che gli è stato scenario dagli anni '30 ad oggi.

Al Convegno sono state presentate relazioni stringate ma esaustive, tutte svolte con supporti visivi che le hanno riccamente documentate. Qui di seguito ne trascriviamo alcuni passaggi particolarmente significativi.

Dal '900 ad oggi

Un confronto tra il percorso storico delle arti del nostro secolo e le influenze stilistiche ricadute sulla gioielleria è stato tracciato dal Prof. Ilario Cuoghi, scultore prima che

orafo, e attuale presidente dell'Ador. "Gli artisti precorrono sempre i tempi con le loro idee e la società stenta ad assimilarne i contenuti: avviene così che le arti applicate in quanto bene di consumo preferiscono attendere che il tempo maturi le forme nella mente del fruitore.

Ma la difficile commercializzazione di forme astratte prevalentemente geometriche non scoraggia la ricerca degli artisti-designers".

Dopo aver citato gli artisti della Bauhaus, fondata a Weimar nel 1919, l'esposizione rivoluzionaria del 1938 dell'americano Alexander Calder e gli esperimenti che George Braque e Salvador Dalí proposero nel 1963 – pezzi concepiti con il solo scopo ornamentale indipendentemente dalla loro indossabilità e col fine dichiarato di porre il valore del disegno e della lavorazione al di sopra del valore venale dell'oro e delle gemme. "Questo nuovo modo di concepire l'oreficeria se ebbe i suoi lati positivi non giovò però alla concretizzazione non avendo nessuno di essi appreso le tecniche necessarie all'esecuzione pratica del disegno".

Decisamente diverso il procedimento di orafi-scultori contemporanei come i fratelli Giò e Arnaldo Pomodoro, Bruno Martinazzi e Mario Pinton in grado di realizzare un esemplare in oro ma anche il modello in cera, oppure Fontana, Consagra, Capogrossi e altri che si avvalgono della collaborazione di artigiani orafi.

"Il gioiello come forma d'arte ha appena cominciato la sua storia e solo in questo secolo è stato apprezzato da collezionisti e mercanti d'arte. Ma c'è un grosso rischio, come del resto in altri settori, che il gioiello d'autore non sia sempre

adeguatamente tutelato. I disegnatori continueranno ad essere imitati; la più efficace forma di difesa è quella di essere sempre all'avanguardia nel proprio campo e che un pubblico sempre più preparato impari a distinguere il gioiello d'autore dall'imitazione di uno scaltro produttore".

Gli stili

Le influenze della gioielleria europea, e in particolare quella francese, sulla produzione italiana e più specificamente su quella valenzana hanno costituito il leitmotiv sul quale si è dipanata la relazione di Anna Fiorelli, docente di storia. "Alla fine del secolo scorso l'Europa è in grande fermento culturale. L'art nouveau, la prima delle tante correnti moderniste, ha acceso un dibattito internazionale a cui partecipano non solo le nazioni europee ma anche l'America. Comune è il rifiuto di forme ed elementi storici e caratterizzandosi come fenomeno tipicamente urbano e cosmopolita interessa tutte le categorie del costume indipendentemente dalle varianti di tempo e luogo. La situazione italiana è decisamente diversa poiché solo nel 1870 può vantare una capitale nazionale ed alla fine del secolo, falliti i tentativi di fondare un'arte nazionale, trionfa l'eclettismo... I gioiellieri italiani presenti a Parigi nel 1925 sono ancora legati alle forme di inizio secolo e caratterizzano la loro produzione con riferimenti alla tradizione e al folklore... Finita la seconda guerra mondiale vi è una lenta ma graduale ripresa della produzione ed è sempre Parigi a lanciare gli stili della moda e del gioiello. Ma a differenza dei decenni precedenti l'Italia



Preziosa vanity-box in oro smaltato, datata 1927: il cristallo di rocca fa da supporto a smeraldi e rubini calibrati e a diamanti taglio a rosa. Collezione privata.

Pagina accanto: diamanti alternati a minuscole perle naturali in una spilla che si conclude con una rarissima perla Conch. Cartier



Creatività e tecnica: la montatura delle gemme è resa invisibile e, quando necessarie, le griffe vengono trasformate in motivo ornamentale. Anello e spilla a tartaruga con pietre preziose di **RCM**.

risente sì degli influssi che arrivano da oltralpe ma tende progressivamente ad una emancipazione sia creativa che tecnica. Si vanno consolidando poli produttivi dell'oro quali Valenza, Arezzo e Vicenza e le consacrazioni internazionali delle nostre maison di alta gioielleria. Nasce il Made in Italy. Il repertorio di questo periodo così importante per noi si caratterizza per non avere un'unica espressione stilistica, ma per frantumarsi in tante correnti diverse... Negli anni '60 l'Italia ha già colmato quel divario che sembrava irraggiungibile alla fine dell'ottocento... Gli anni '70 sono per l'Italia il design innovativo dei valenziani... Siamo ora di fronte a un prodotto rinnovato, oserei dire d'avanguardia, ma anche di grande portabilità.

2 – Conferire alla collana così concepita un senso di movimento ricorrendo per questo a una voluta irregolarità una voluta irregolarità.

Passando alla soluzione dal punto di vista stilistico ho poi deciso di usare il sistema della maglia tradizionale, cambiandone però le caratteristiche e avvalendomi di nuove strategie".

Le gemme

"Osservando le immagini della storia si osserva che nel corso degli anni i gioielli si sono arricchiti di decori con differenti risultati cromatici a seconda dei materiali utilizzati, come le pietre massive, gli smalti e gemme più o meno grandi e preziose, ma tutto questo è sempre avvenuto nel rispetto stilistico del momento e nei modi sociali di vita più consoni all'epoca."

Così è iniziata la relazione di **Rodolfo Santero**, affermato designer che da anni collabora con famosi gioiellieri, che ha tracciato l'evoluzione del gioiello in rapporto alle pietre e ai differenti modi per metterle in valore: la montatura.

"I metodi via via più usati sono:

- le griffes, i castoni, per le pietre singole o anche per piccoli motivi di due, tre pietre;

- oppure le gemme sono state raggruppate:

- su lastre, dando loro una disposizione a pavé e a volte riportando le punte dell'incassatura per ottenere un bell'effetto "trapuntato";

- su binari, per sviluppare motivi a nastro o a segmento;

- con incassatura invisibile per un effetto a tutto colore

ma a volte vediamo soluzioni innovative, anche ardite, con risposte "tecnico-mecaniche" che riescono a dare forza e vita al fuoco delle pietre e che a queste trasmettono sicurezza e armonia stilistica.

Normalmente in designer sceglie tra i vari tipi di incassatura a seconda del contrasto e dell'effetto che vuole ottenere, contrapponendo i volumi e l'essenzialità del metallo allo spazio-dimensione delle pietre, che con la loro luce guidano lo sguardo lungo i perimetri delle loro forme.

Più che su regole matematiche questo

La tecnologia

L'architetto **Peter Wong**, già da tempo attivo come designer orafo, è stato recentemente chiamato a progettare nuove linee di prodotti per un'azienda aretina; finalizzata a questa nuova esperienza, ha condotto una approfondita ricerca stilistica sulla catena per conoscere la sua recente storia nonché sulla tecnologia disponibile in fabbrica per individuare nuovi possibili impieghi.

"L'azienda con la quale ho scelto di collaborare si avvale delle migliori tecnologie e in particolare si è affermata attraverso l'uso della canna vuota e dell'elettroformatura, due tipologie di produzione con le quali non ho mai lavorato, se non indirettamente. La mia ricerca sul catename oggi presente sul mercato mi ha condotto ad una suddivisione, grosso modo, in quattro tipologie:

- catena con "stazioni"
- catena con chiusura impegnativa
- catena con maglie variegate
- catena di configurazione esageratamente asimmetrica, tutte con un aspetto troppo evidente di catena.

Ai fini di stabilire una futura identità per la nuova linea, dopo settimane di ricerca e di valutazioni ho deciso che la collezione doveva essere dotata delle seguenti caratteristiche:

1 – ridurre al minimo assoluto l'apparenza di catena pura e semplice, da sostituire nei limiti del possibile con l'aspetto di collana;

gioco si basa sulla sensibilità personale e sull'interpretazione che da questa deriva, fermo restando che l'effetto finale dovrà risultare in sintonia con il gusto del momento storico della realizzazione e rendere adeguatamente la plasticità dei volumi.

Avremo così forme lisce, morbide, lineari, essenziali nelle quali si enfatizza maggiormente il metallo mentre le pietre costituiscono un complemento, oppure calde, mosse, compiaciute, forse esuberanti ma ricche di vita poiché le pietre, singole o in gruppo, diventano protagoniste e ad esse è affidato il compito di esprimere tutto il loro potere e la plasticità del gioiello".

La verifica

Questo aspetto della creazione di un gioiello è stata affidata a **Nino Bergamino**, che nel suo laboratorio stilistico "Hommage à Jacqueau" progetta sia pezzi unici d'alta scuola che gioielli destinati alla riproduzione seriale.

"Solitamente il designer comincia a dar vita e corpo a un progetto stuzzicando la propria fantasia su dei fogli da disegno; sull'oggetto così abbozzato elabora poi prove e riprove con diverse angolazioni sia per mettere a fuoco gli aspetti più gradevoli che per cercare di prevederne le difficoltà di realizzo, per smorzare o enfatizzare i movimenti e linee che lo compongono, cercate e intimamente vive ma che talvolta ancora sono avvolte in una nebbia di semplici percezioni. Con questo travaglio si inizia a formare quel percorso parallelo all'idea-progetto, che attiverà poi tutta una serie di note, rilievi e appunti tesi a migliorarne la realizzazione. E tutto questo prosegue anche nel corso delle varie fasi della lavorazione, per verificarne la plasticità, testarne i volumi, valutando l'armonia, le grazie che suggerisce, cercando di dare alla materia la forma pensata "dentro" e che dovrà alla fine appagare gli sforzi incontrati.

Molto spesso ci si avvale sin dall'inizio di bozze di modello, di un pre-prototipo per una prima materializzazione intesa a visualizzare tridimensionalmente il volume allo studio. In questa fase le prove sono davvero molte, notevolissimo l'impegno, poi finalmente si passa alla materializzazione dell'idea-progetto.

Nei gioielli le prove e le verifiche coinvolgono tutto il team progettuale poiché mente e tecnica devono procedere di concerto, contando sia sull'intuizione maturata nella ricerca estetico-formale che sull'esperienza estetico-costruttiva che non può prescindere dalla conoscenza di tutta la tecnologia disponibile."

Innovazione e continuità

"Chi può negare che le cose veramente vive non sono quelle che rappresentano l'oggi e suggeriscono il domani, che nascono dentro di noi in momenti di grande, felice tensione? Il paesaggio architettonico degli Stati Uniti non è vivo, suggestivo, interessante per il neoclassicismo della Casa Bianca ma per l'innovativa, ardita struttura in acciaio e vetro dei grattacieli di New York, esaltazione di uno stile, di una tecnica, di un'economia e di un'estetica del nostro tempo, del loro tempo."

Così si esprime **Angela Camurati**, elemento portante di Casa Vhernier, che sottolinea come contemporaneità e capacità creativa costituiscono un incontro fondamentale per la vitalità di ogni area in cui l'uomo opera.

"Nel 1974 ho iniziato a collaborare con la Giò Caroli e già allora proponevamo materie inusuali, l'acciaio ad esempio. Già allora avevamo iniziato collaborazioni che tenevano presente il potere creativamente trainante di mondi paralleli: l'industrial design, la scultura e la moda. Queste collaborazioni non tendevano soltanto al progetto di nuovi gioielli ma anche e soprattutto erano nate per dare ai disegnatori interni una cultura sulla contemporaneità che le strutture esistenti

non offrivano... La gestione per arrivare a uno stile, ad un proprio modo e a una propria originalità è stata lunga, laboriosa, con fasi sperimentali intermedie che lentamente hanno portato ad una corretta realizzazione dell'idea originale.

Idea originale che teneva conto prima di tutto dei volumi in rapporto al loro spazio: l'orecchio e il vuoto che lo circonda, l'insieme di un viso, di una figura femminile, oppure la mano ed i suoi movimenti, i suoi atteggiamenti di comunicazione. Ma anche del valore plastico della proposta, della sua contemporaneità". "Crediamo che in un mondo sempre più teso all'uniformità debba sopravvivere il desiderio dell'unicità, la sottile percezione del piacere delle differenze, la possibilità di scegliere e indossare una luce particolare, attuale ma viva nel tempo, prezioso segno della propria personalità".



Il Convegno si è concluso su altre significative esperienze personali che hanno avuto per protagonisti prodotti che hanno lasciato il segno: gli orologi di Luciano Tinelli, i gioielli di Picchiotti, di Cotogno, di Carlo e Luca Della Quercia che con la loro personalità portano il messaggio della continuità di un'arte nella quale gli italiani obiettivamente sono apportatori di un sostanziale, forte contributo. ■

la magia del colore

La moda più attuale pretende che all'oro bianco e al platino non venga meno il contributo dell'aurea, solare classicità.

Se al tutto si aggiunge il plus-valore di gemme che con insospettabili e molteplici policromie suggeriscono la magia di inusitate performance, il gioiello si proietta in una nuova, brillantissima stagione creativa. *Foto Luisa Milani . Tavolo, sedile e chaise-longue di Marzio Rusconi*





FIORELLINI DAI MINUSCOLI CONTORNI CHE SUGGERISCONO FRAGILE DELICATEZZA CROMATICA; SI OFFRONO COME ELEMENTO CONDUTTORE PER BRACCIALI RINNOVATI IN MILLE VARIANTI. TINY FLOWERS WITH MINISCULE CONTOURS EXUDE THE FRAGILE FRAGRANCE OF PASTEL TONES. OFFERED AS A LEITMOTIV FOR BRACELETS BROUGHT UP TO DATE IN A THOUSAND VARIANTS. **ATELIER DELL'ORO**



UNA VISIONE QUASI POETICA: DIAMANTI E ORO BIANCO INTERPRETATI IN UN NASTRO SENZA SOLUZIONE DI CONTINUITÀ NEL QUALE INCASTONARE LA GRAZIA DI UN'ACQUAMARINA.
A NEAR-POETIC VISION: DIAMONDS AND WHITE GOLD INTERPRETED IN AN UNBROKEN STRAND THAT FLOWS AROUND A GRACEFUL AQUAMARINE. **CARLO BARBERIS & C.**

PAGINA ACCANTO: STILE ART DECÒ CON ASSOCIAZIONI CROMATICHE AD EFFETTO, LO CHARME DELL'ACQUAMARINA ED ESTETICA DALL'INTRAMONTABILE FASCINO. ART DÉCO STYLE WITH IMPACTFUL CHROMATIC TIE-INS, THE CHARM OF A LIMPID AQUAMARINE AND AN AESTHETIC WITH A SELF-PERPETUATING CHARISMA. **ANTIQUARIUS – GEAL**



the magic of colour



Current fashion is counting on the fact that the contribution made by the solar classicism of gold will not leave white gold and platinum out in the cold. If we add to the whole the surplus value of gems whose myriad unsuspected polychromies invoke the magic of once-in-a-lifetime performance, the jewel takes its rightful place in a dazzling new creative season.



CALDE LUMINOSITÀ CHE ESPLODONO DA SOLARI TRASPARENZE TRATTENUTE DALLA SEVERITÀ DELL'ORO
BIANCO SATINATO: COSÌ PER COLLIER, BRACCIALE E ANELLO. WARM LUMINOSITIES EXPLODE FROM SOLAR
TRANSLUCENCIES HELD IN CHECK BY THE SEVERITY OF SILKED WHITE GOLD FOR A MATCHED SET OF
NECKLACE, BRACELET AND RING. **BOSCO GIOIELLI**



CRISOPRASIO DAL VERDE SQUILLANTE E LAPISLAZZULI DI INTENSO BLU: L'INTERPRETAZIONE PIÙ ORIGINALE LI VEDE COME ELEMENTI BASE SUI QUALI SVILUPPARE UN AVVOLGENTE DISEGNO CHE SCORRE TRA ORO BIANCO E DIAMANTI. CHRYSOPRASE WITH ITS VIBRANT GREEN, AND LAPIS LAZULI WITH ITS STARTLINGLY INTENSE BLUE, ARE THE BASIC ELEMENTS OF A HIGHLY ORIGINAL INTERPRETATION THAT SEES THEM CAUGHT UP IN THE COILS OF A DESIGN THAT WINDS ITS WAY AROUND WHITE GOLD AND DIAMONDS. **BIBIGI'**

PAGINA ACCANTO: MODERNISSIMO DESIGN CHE CONFERISCE RINNOVATA NOBILTÀ ALLE PURPUREE TRASPARENZE DEI GRANATI RACCHIUSI TRA ALVEI DI ORO GIALLO. ANELLI DI INCANTEVOLE LINEARITÀ: CON GRANATO E CON RODOLITE TRA DIAMANTI. ULTRAMODERN DESIGN LENDS AN UPDATED TINGE OF NOBILITY TO THE CRIMSON TRANSPARENCIES OF GARNETS CAUGHT IN HONEYCOMBED YELLOW-GOLD INTERSTICES. ENCHANTINGLY LINEAR RINGS PUT THE SPOTLIGHT ON GARNETS AND RHODOLITE SPIKED BY DIAMONDS. **GIO' CAROLI**



IN SINTONIA CON LA MODA PIÙ VIVACE, CATENE IN ORO GIALLO E BIANCO SPEZZATE DALLE TRASPARENZE DI ACQUAMARINA, ONICE RILUCENTE, ARGENTEA E PERLACEA LUMINESCENZA. IN SYNC WITH A LIVELIER FASHION, CHAINS IN YELLOW AND WHITE GOLD ARE BROKEN UP BY THE CRYSTALLINE TRANSPARENCIES OF AQUAMARINE AND LUSTROUS ONYX, SOFTLY LIT BY A SILVERY AND PEARLY LUMINESCENCE. MANGIAROTTI





COLLIER COSTRUITO SULLA POLICROMIA DELLE GEMME; MAGICA, AFFASCINANTE ED ESALTANTE CORNICE DELLA BELLEZZA FEMMINILE.
NECKLACE BUILT ON A KALEIDOSCOPE OF GEMS – A MAGIC, MESMERIZING AND EXHILARATING FRAME FOR A LOVELY, FOREVER-YOUNG FACE.

CORTI E ASSOCIATI – UNICI DI SANTAGOSTINO



PIETRE VIVE

Foto Sandro Sciacca

Una sinfonia in rosa e blu concertata con rodonite dall'accesa colorazione rosa e grigia e con lapislazzuli di diversa provenienza. A symphony in pink and blue, orchestrated with rhodonite in shocking-pink and grey tones and lapis lazuli of various origins.

Lighters by **FICALBI E LITTA**

Geometric forms by **MINERALGEMME**

Pagina accanto. Occhio di falco e occhio di tigre: il tagliatore ha riportato alla luce nascoste striature e variegate zonature di colore ricavandone una insolita pillbox, ferma-foulard e deliziosi oggetti decorativi. Eye of tiger and eye of falcon, as Shakespeare might have put it. The cutter has brought to light hidden striations and variegated areas of colour, out of which he has carved an unusual pillbox, scarf clasp and delightful decorative items. **TAGLIERIA BACCHETTA**

Quando.
il taglio si
fa arte.



Pillbox decorata con diamanti, oro e rubino scavata in un blocco di lapislazzuli. La stessa forma ricavata da corallo e cristallo di rocca è proposta come stimolo alla creatività del gioielliere. Pillbox studded with diamonds, gold and a ruby, carved out of a block of lapis lazuli. The same shape, hewn out coral and rock crystal, is offered as a stimulus to the jeweler's creativity. TAGLIERIA BACCHETTA Tel.0131-941300 Fax.0131-945980

When
cutting
becomes
an art.





Un'aquila fissata in un aggressivo movimento plana su una forma esagonale di malachite dalle mille, affascinanti venature. Il rubino costituisce il pomolo che apre il cassetto della magnifica scatola.
An eagle, caught in an aggressive lunge, glides over an exagonal coffer in malachite with a thousand riveting veinings. A ruby is a knob that opens this magnificent box. **RCM GIOIELLI**

Anelli in quarzo ialino, oro e
gemme varie. Stoffel Design



GEMME ED EDEE

Arnesi e armi: a questo, nell'età della pietra, erano destinati ciottoli e frammenti di roccia, soprattutto quelli che presentavano spigoli vivi, che l'uomo poi ulteriormente affilava o scheggiava per adattarli alle proprie necessità. Col tempo il nostro antenato si accorse che alcune pietre presentavano colorazioni squillanti, erano particolarmente gradevoli e più rare delle altre e dal rinvenimento casuale passò a una ricerca sistematica.

La scoperta del fuoco e dei metalli che con esso potevano essere forgiati a piacimento lasciò intravedere un nuovo utilizzo per i sassolini dai colori più belli e fu praticamente così che ebbe inizio l'elaborazione di ornamenti.

L'essenza del rapporto tra l'uomo e il mondo minerale non si è modificato. È solo cambiato, costantemente alzandosi, il livello al quale egli ha saputo sviluppare questa relazione, ora giunta al massimo della sua espressività.

L'opera di un tagliatore dei nostri giorni non si scosta in modo significativo da quella dei suoi lontani predecessori: in più dalla sua c'è soltanto l'ausilio della meccanica e una migliore conoscenza della materia ma, sostanzialmente, in termini di manualità il contributo resta praticamente immutato. Questo, naturalmente, se restiamo nell'area di una taglieria tradizionale. Infatti, apparecchiature a dir poco avveniristiche sono entrate anche in questi moderni templi delle gemme, alzando il sipario su applicazioni che in gioielleria stanno introducendo nuovi criteri e opportunità impensabili.

Manualità e tecnologia: la gioielleria valenzana può contare su entrambe queste presenze attingendo ora all'una ora all'altra per il completamento della sua variegata produzione, una convivenza che mette in luce la poliedricità di questo centro produttivo nel quale tradizione e ricerca spesso si danno la mano.

A MANO

"Osservo attentamente il grezzo e cerco di immaginare che cosa può uscirne. Non parto mai da un disegno e preferisco asportare pian piano il superfluo per scoprire cosa nasconde; finalmente decido la forma da dargli, pronto a cambiarla se incontro una vena particolarmente piacevole da far venire alla luce". Sono parole di Giuseppe Bacchetta, un tagliatore che a Valenza ha fatto letteralmente scuola poiché sono in molti che proprio nel suo laboratorio hanno appreso questo splendido mestiere per poi trasferirlo in una propria azienda.

Alle sue spalle c'è una storia che ricalca mille altre simili, tipiche di quegli anni: al lavoro a 13 anni, gavetta, applicazione, ricerca, passione. Giovanissimo, tagliava solo sintetico nel novarese ed è

"Qui ogni pezzo è unico, realizzato a mano e il filo conduttore al quale tutti i collaboratori devono uniformarsi, è lo studio di ogni singola pietra".

chiamato a Valenza da Giuseppe Benefico, importatore di pietre che su di lui trasferisce le proprie conoscenze iniziandolo alle gemme, stuzzica la sua curiosità, lo spinge continuamente a misurarsi con materie nuove, a sperimentare giorno dopo giorno nuove applicazioni. La sua scuola sono gli errori; la sua sfida è penetrare il mistero delle gemme e dopo qualche tempo eccolo tagliatore a tutti gli effetti.

La sua storia aziendale avanza di pari passo con l'evoluzione in atto nelle imprese valenzane che proprio in quegli anni manifestano un incredibile sviluppo. Dalle sue mani sono passate le gemme dei più importanti gioiellieri valenzani, hanno trovato nuova forma e nobiltà anche pietre tagliate altrove e qui riportate a nuovo splendore.

La fiducia e la libertà di cui gode gli hanno talvolta consentito anche operazioni che sembravano azzardate, come ad esempio rovesciare il taglio di un grosso rubino invertendo la tavola con il padiglione: risultato, quasi nascoste le inclusioni che prima disturbavano sfacciatamente.

"A Valenza si trovano gemme eccezionali, afferma, e senza correre i rischi che si devono affrontare quando si va alla fonte. Oggi come tanti anni fa diamo il nostro contributo ai gioiellieri realizzando le loro fantasie più ardite o interveniamo per ottimizzare le pietre meno belle di un lotto, ricavando con un adeguato ritaglio un prodotto accettabile".

Nei confronti delle pietre ha una sua filosofia, il suo credo è il rispetto estremo. "Mi è capitato tra le mani uno smeraldo con un evidente canaletto vuoto. Oggi l'avrebbero riempito, mentre io l'ho messo in evidenza trasformando quell'imperfezione in piacente caratteristica, sottolineandola anzi con dell'oro: è una delle più belle spille di mia moglie. Purtroppo c'è sempre meno spazio per la fantasia e il dogma del profitto sta influenzando negativamente parecchie gioiellerie. E il processo sembra inarrestabile".

Giuseppe Bacchetta passa in laboratorio anche il suo tempo libero; il suo hobby è infatti il taglio di pietre massive, così gratificanti con i loro incredibili colori e per le quali non ha mai cessa-

to di mettere a punto nuove macchine o perfezionare con aggiungi di sua invenzione quelle a disposizione.

"Qui ogni pezzo è unico, realizzato a mano e il filo conduttore al quale tutti i collaboratori devono uniformarsi è lo studio di ogni singola pietra, una corretta analisi di quanto si può ricavarne, la fantasia per raggiungere il migliore obiettivo".

A ULTRASUONI

Ed eccoci in un mondo che sta agli antipodi, l'altra faccia del taglio. Anche Lino Zangirolami è un autodidatta, ma il suo percorso professionale è diverso da tutti gli altri tagliatori, rappresenta un caso unico a Valenza e probabilmente in Italia. Ha mentalità matematica, conosce le leggi dell'architettura e dell'ingegneria, la fisica non ha segreti per lui che insegnava queste materie e il suo percorso professionale lo conduce al Cellini di Valenza dove gli è affidata la cattedra di geometria comparativa e descrittiva. Qui viene in contatto con le pietre e si lascia affascinare non tanto

dalla loro bellezza quanto dalle loro caratteristiche, che rappresentano una irresistibile provocazione. In un laboratorio amico comincia subito a cimentarsi col taglio e rapidamente, senza alcun contributo esterno, completamente da solo raggiunge un invidiabile know-how, che trasferisce su qualche allievo di cui si è nel frattempo circondato.

Per un po' diventerà un secondo lavoro, dal quale si lascerà assorbire totalmente a partire dall'87, data di nascita di una sua impresa, la Taglieria V. G. Garbarino. Fissa subito il suo interesse sull'ottimizzazione delle risorse tecnologiche esistenti e mette a punto una serie di congegni per adattare al taglio delle gemme apparecchiature nate per altre destinazioni, a partire dagli ultrasuoni.

Le "sue" gemme sono capolavori di ingegneria: materie di ogni genere confluiscono in un disegno prestabilito, vengono completeate e decorate con minime quantità di oro e ne deriva un insieme di colori, forme, volumi praticamente inesauribili. Il tutto, naturalmente, è fattibile anche a mano con tecniche tradizionali, ma i suoi costi rimangono imbattibili.

Sconvolge la tecnica della glittica affidando interamente alle macchine esecuzioni che risultano perfette: ogni disegno viene prima elaborato con uno speciale computer, si arriva al prototipo, si passa all'esecuzione su qualsiasi genere di pietra nella desiderata quantità. Tutto il processo, elaboratissimo e che sottintende l'intervento di un ingegnere di aggiornatissima conoscenza, è opera di Zangirolami.

Possibilità enormi, come si può facilmente intuire, in cerca di un adeguato sfruttamento da parte di aziende orafe che puntano sul prezzo ma anche su qualità e originalità.

Nel cassetto delle idee tiene celato un progetto che se portato a compimento potrebbe sconvolgere il mercato del taglio. Sua fattività e sperimentazione sono state oggetto di studio anche da parte di tecnici del CNR ma l'ideatore ha rifiutato la pur preziosa collaborazione, giustamente temendo di perderne la paternità. Vedrà la luce? Speriamo di sì. ■



L'unicità **di incantevoli vedette** oppure piccole sequenze ottenute **selezionando migliaia di gemme**; forme diverse, taglio a faccette o levigati **arrotondamenti**: lo splendore delle "classiche" **si rinnova ad ogni incontro.**

The uniqueness of enchanting luminaries **or small sequences achieved** by picking and choosing among thousands of gems; **variegated shapes**, faceted **cuts or polished** cabochon-cut fancies. **The splendour of the "classics"**, gets **a fresh update** with each encounter.

LUISA PALLAVIDINI Tel. 0131-924074 Fax 0131-946784

Diamanti che al designer **sollecitano nuove applicazioni**, pronti ad esibirsi in piacevoli giochi di luce. **Incolori, in taglio carre**, brilliant, baguette, ovali, princess, oppure tondi, **in una irripetibile sfumatura naturale di azzurro deciso.**

Diamonds, **the quintessential inspiration** for a designer with **something to say**, are always ready **to thrill with intriguing plays of light.** **Colourless, or in carré**, brilliant, baguette, **oval, princess or round cuts in an inimitable** natural shade of **bright sky-blue.**

BIDIAMOND TEL. 0131-955875 FAX 0131-945339





Colori ed elementi di diversa natura tradotti in forme scolpite e rifinite con l'oro: **pronte per essere** trasformate in **anelli, orecchini, ciondoli.** Copiato in numerose versioni, **solo questo è il prodotto originale**, tagliato utilizzando gli ultrasuoni, **rapidamente ripetibile** e quindi **a costi decisamente invitanti.**

Colours and **elements of various kinds** translated into **sculptured, gold-finished shapes**, ready and more than able **to be transformed** into rings, earrings and pendants. **Copied in numerous versions**, this is the one and only, **original product**, cut with the ultrasound technique, **rapidly reproduceable and so available** at very appetizing **costs.**

TAGLIERIA G.V. DI GARBARINO & C.
TEL. 0131-237135 FAX 0131-237985

Preziosa e **affascinante collezione di gemme**
dagli smaglianti colori. **Una ricca** sequenza di
acquamarine diverse per dimensioni, taglio
e tonalità e la malia della **rubellite, della iolite,**
della tormalina verde, del peridot e del quarzo
citrino che si offrono in **seducente rassegna.**

Priceless and mesmerizing collection of gems
dazzles with its **radiant colours.** A rich **sequence**
of aquamarines, none of which is like any
other in size, **cut and tone**, and **the spell**
cast by rubellite, jolite, **green tourmaline,**
peridot and **citrine quartz create** an alluring aura.

P.F. PIETRE DI PIETRO DI FINA & C.
TEL. 0131-947131 FAX 0131-947185



Sul filo della coerenza

Rosanna Comi

Parafrasando il Libro, potremmo affermare che "in principio era il colore": tutte le gemme rosse erano rubini, se blu erano zaffiri e così via. Una progressiva evoluzione registrata negli anni recenti ha consentito l'introduzione di distinzioni meno sommarie, anche se dalla moderna nomenclatura sembrano fare eccezione le pietre gialle, nelle quali molti ancora si ostinano a vedere solo dei "topazi". Certo, precisare al cliente che sta acquistando un quarzo citrino può sottrarre fascino al gioiello, perciò il fiuto commerciale consiglia di restare nell'ambiguità: del resto, se un quarzo è venduto al suo reale valore e si mente solo sulla sua natura, che male c'è? Dopotutto, non si tratta di frode, solo di un veniale inganno... Fatto però scientificamente, a dispetto di elementari norme di comportamento, attuando una competizione scorretta nei confronti dei colleghi che praticano una rigorosa etica professionale.

Ma non si tratta solo di onestà. Conoscere effettivamente la materia con la quale si ha quotidianamente a che fare, offrire al cliente una consulenza suffragata da obiettiva e specifica conoscenza, misurarsi coi colleghi sul piano di una accettabile competizione è un dovere per il dettagliante moderno, orgoglioso del suo ruolo e che nella sua attività commerciale cerca anche una sua umana realizzazione.

Alla formazione di una nuova dignità nello svolgimento della professione di orafo ha dato un innegabile contributo l'Istituto Gemmologico Italiano, una Istituzione nata 25 anni fa sulla spinta di dettaglianti che nella diffusione di una migliore conoscenza della gemmologia vedevano una concreta opportunità di crescita per il settore; sbocciato quasi in sordina e cresciuto tra difficoltà e incomprensioni di ogni genere l'IGI ha prepotentemente contribuito – con la sua attività formativa e informativa – all'introduzione di una nuova cultura, ormai ramificata su tutto il territorio. Che cosa significa possedere un diploma IGI? Quali le motivazioni iniziali, l'impegno, le influenze, le ricadute nella quotidianità del negozio? Alcune risposte ci vengono da cinque gioiellieri-gemmologi che sulla conoscenza delle gemme hanno scommesso per affermare la propria immagine.

Passione atavica

Benché inserite nel centro cittadino, le vetrine della Gioielleria Bosisio vanno cercate, avvolte come sono dalla discrezione di una galleria dal richiamo un po' in sordina, rivolto a pochi. Disseminati tra spazi che sapientemente li isolano l'uno dall'altro per mettere in primo piano la rispettiva unicità, nell'abbraccio del velluto spiccano gioielli selezionati e destinati a consumatori altrettanto speciali: un modernissimo collier in oro bianco e diamanti; spilla e orecchini con corindoni gialli e rosa, peridot e acquamarine; una sontuosa collana di corallo e diamanti.

Decisamente un luogo per clientela abituale, che non ha bisogno di essere adescata da oggetti di strabiliante vistosità. E l'interno conferma l'impressione: vetrine seminasoste che lasciano solo intravedere la ricercata bellezza di gioielli e argenti, pezzi suggeriti quasi sottovoce.

Dei due fratelli il gemmologo è Pierfranco che dal nonno, commissionario di pietre preziose, ha ereditato la passione per le gemme, in omaggio alla quale oggi ancora gli orologi sono quasi del tutto ignorati.

Quando si è avvicinato al negozio, fondato dal padre, il solo faro acceso sulla gemmologia si trovava a Valenza, grazie ai corsi che la famosa Speranza Cavenago Bignami teneva sull'analisi e la stima. Siamo agli inizi del '70 e il tragitto tra Bergamo e Valenza è da lui percorso centinaia di volte sulla spinta di un'ansia di conoscenza che ormai la letteratura a disposizione non riesce più a soddisfare. Quando, tre anni dopo, vengono gettate le prime pietre per la costruzione dell'IGI Pierfranco Bosisio si trova tra i suoi fondatori. Qui troverà delle risposte ancora più esaustive, incontrerà colleghi sostenuti dalla stessa passione, un terreno fertile, una palestra nella quale affrontare insieme agli altri i problemi e le prospettive di una scienza nuova, quasi del tutto sconosciuta in Italia.

Nella pratica quotidiana, essere gemmologi aiuta?

"Il nostro cliente-tipo è culturalmente di livello medio-alto e quindi in grado di comprendere le differenze qualitative e le argomentazioni scientifiche che le accompagnano; sapendo



Pierfranco Bosisio

Gemmologi: passione di una élite o coerenza di gioiellieri?

di avere di fronte un tecnico solitamente ascolta, manifesta interesse.

Data la sua specifica conoscenza il gioielliere-gemmologo riveste dunque il ruolo del consulente, ma ho sperimentato personalmente – soprattutto agli esordi della mia attività – che un eccesso di informazioni può creare sconcerto e persino pregiudicare una vendita. Col tempo ho imparato ad usare con equilibrio il mio ruolo di esperto e cioè a non perdere di vista l'aspetto commerciale che, tutto sommato, in una trattativa di vendita non è meno determinante.

Al di là delle gemme classiche, l'introduzione delle gemme fini risulta abbastanza difficile, sia per la mancanza di una specifica conoscenza presso la maggior parte dei consumatori che per i relativi costi, quando confrontate con quelle più conosciute. Tuttavia, abbiamo una fascia di clientela che accetta anche oggetti con gemme fuori dalla tradizione: in questo caso assortiamo direttamente le gemme e facciamo realizzare dei disegni esclusivi. In anni di attività abbiamo selezionato un buon numero di fornitori, ai quali siamo fedeli anche perché in essi abbiamo ravvisato una certa competenza." Forse bisogna conoscere Bergamo e il sentire dei suoi abitanti per apprezzare pienamente questa discrezione nel modo di proporsi, senza ostentazioni, quasi in sintonia con la modulata bellezza della gioielleria offerta.

Senza il richiamo di orologi di marca e il supporto di alcuna promozione, affidandosi solo alla propria capacità nella selezione del prodotto, e alla distinzione data da una accertata conoscenza gemmologica, Alberto e Pierfranco Bosisio si sono dunque ricavati una nicchia tutta particolare.

In provincia

Un grande spazio descritto da legni e cristalli, una accogliente saletta a pianta ottagonale per gli incontri più importanti, un ufficio per l'attrezzatura gemmologica; il tutto al piano terreno di una moderna palazzina che si affaccia sulla via centrale di Ponte San Giovanni, praticamente l'immediata periferia di Perugia.

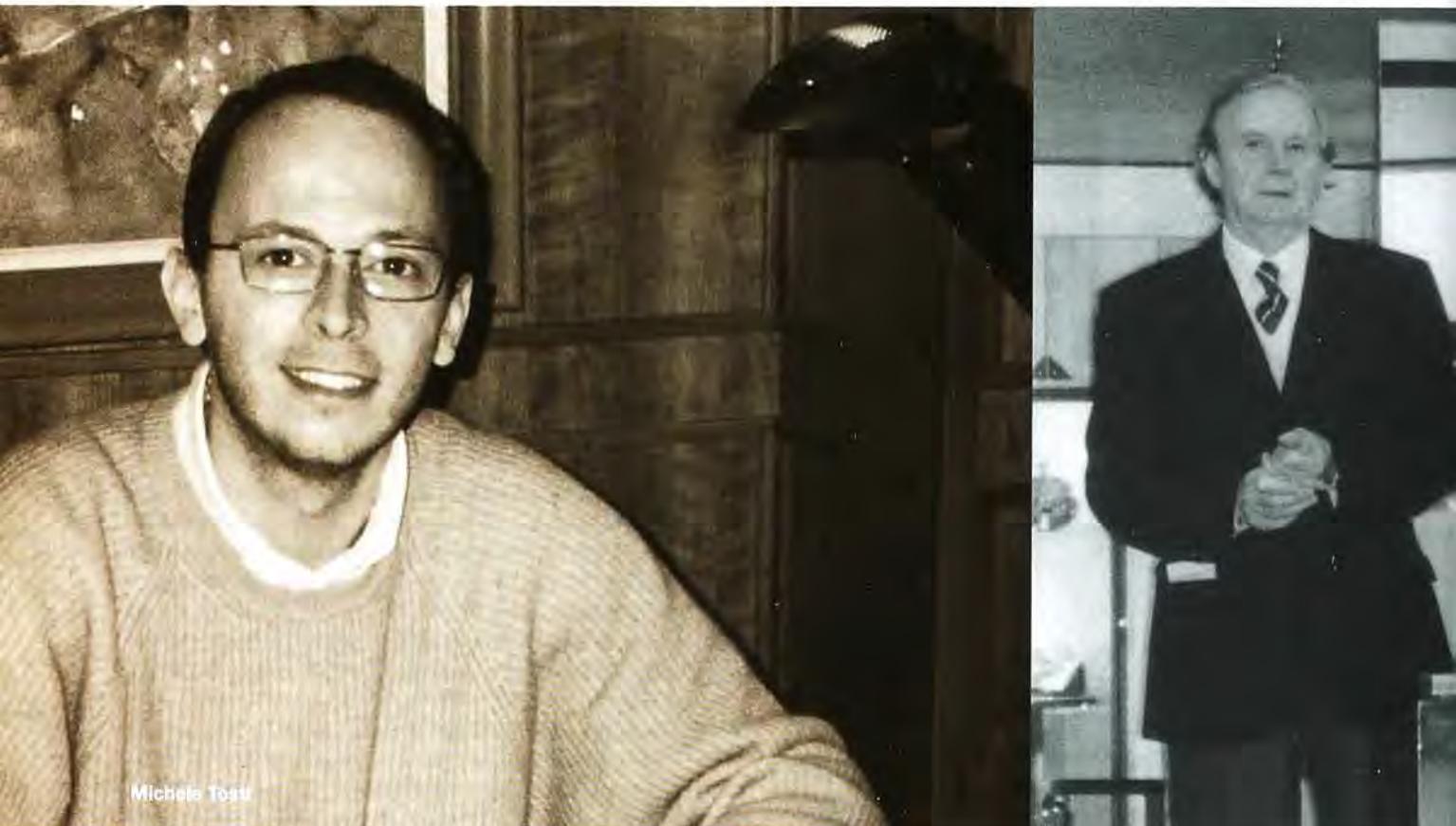
Tutta o quasi la responsabilità di questo grande punto vendita grava sulle spalle di Michele Tosti, giovanissimo ed entusiasta gioielliere che in attesa di essere raggiunto dal fratello gestisce da solo il negozio fondato dal padre.

Perché gemmologo?

"Mi sono subito accorto che il famoso rapporto di fiducia tra cliente e gioielliere in realtà poggia sul nulla e che quest'ultimo spesso tenta di trasferire sicurezze che non gli appartengono e che non può difendere perché non possiede né conoscenza né strumenti adeguati.

conta con la realtà di quest'area che ha un tessuto industriale e sociale abbastanza contenuto.

Trovo invece molta disponibilità nei confronti del diamante, grazie anche alla pubblicità della De Beers che in qualche modo ha creato un terreno ricettivo. Col supporto di pietre di diverse qualità riesco a far rilevare le differenze che esistono nel colore, nel grado di purezza e quindi a dare una corretta e coerente giustificazione dei diversi prezzi: il tutto dosato a seconda della persona che mi sta davanti, del suo grado di cul-



Michele Tosti

Io volevo sapere cosa vendeva, volevo certezze, conquistare fiducia mediante argomentazioni solide, documentabili, e nella gemmologia ho trovato tutto questo. Mio padre, che avendo lavorato in Svizzera come orologiaio vedeva molto bene tutto quanto esprime tecnica, ha approvato e sostenuto la mia scelta; più difficile invece è stato, e lo è tuttora, il dialogo con un pubblico che per anni è stato educato ad un lessico che in sangue di piccione, manto di madonna e scaglie di diamante trova espressioni largamente acquisite e difficili da correggere. Definizioni errate o approssimative ereditate da anni di frequentazione con dettaglianti che non ne conoscevano altre e a loro volta le avevano apprese dai loro fornitori costituiscono una barriera nella quale è arduo fare breccia: ma sono giovane e ci provo.

Se sono conosciute le acquemarine è invece difficile parlare di rubelliti o altre gemme pregiate che non siano le classiche; corindoni gialli, rodoliti sono ignoti, le tormaline cominciano solo ora ad essere apprezzate. Dunque, a parte l'esagerata e sinistra notorietà del "topazio", per le gemme fini tutto è ancora da costruire e io ci scommetto, anche se devo fare i

tura e della sua voglia di lasciarsi spiegare, guidare." Nell'area di Perugia Michele Tosti è per ora il solo gioielliere-gemmologo, anche se altri colleghi hanno avuto qualche approccio con la gemmologia grazie a corsi informativi promossi da varie Istituzioni locali.

Perito prezzo il Tribunale, ha attirato l'attenzione di colleghi della zona che a lui si rivolgono anche per pareri amichevoli, costituendo un nucleo attraverso il quale le idee e le cognizioni si trasmettono più agevolmente.

Data la vicinanza col capoluogo umbro, al suo negozio accendono clienti anche da zone limitrofe, largamente compensati dalla ricchezza esposta nelle vetrine: firme famose, oggettistica pregiata in argento, qualche prezioso d'epoca, ricco assortimento di gioielli diversificato per importanza e prezzo.

L'album personale di questo giovanissimo gioielliere è ricco di eventi, costruiti anche con il supporto di personaggi del mondo dell'arte per celebrare ricorrenze e spesso inseriti nel calendario ufficiale delle manifestazioni culturali locali: una comunicazione intelligente per affermare un'immagine già ben delineata.

Il divulgatore

Dalla biologia alla gemmologia: un percorso indiscutibilmente insolito quello seguito da Roberto Duranti per accedere alla gioielleria.

A distoglierlo dalla disciplina alla quale si era in un primo tempo votato è il padre, titolare di un punto vendita collocato nel centro di Arezzo, a pochi passi dalla stupenda Piazza del Vasari.

Alle spalle, dunque, una carriera già avviata in una società farmaceutica e davanti a se la fatica di un quotidiano spostamento a

Neanche per sogno, anzi, Roberto Duranti le informazioni le scrive. Da qualche tempo è infatti collaboratore fisso di un quotidiano e firma una rubrica di gemmologia nella quale, con espressioni meditate ma improntate al rigore scientifico parla delle gemme naturali e delle loro inclusioni, di perle, di gemme insolite o rare, ma anche di sofisticazioni, di trattamenti.

Negozio e giornalismo, dunque, ma anche didattica, intesa come strumento per trasferire su colleghi o periti di professione corrette e univoci modalità per affrontare i problemi di maggiore

incontro: valutazione di una pietra, procedura da seguire per l'apertura di una cassetta di sicurezza e altri temi specifici.

"L'attività del perito è molto particolare, afferma Roberto Duranti, perché spesso è chiamato ad esprimersi in condizioni precarie e talvolta deve emettere giudizi sul momento e senza l'ausilio di microscopio, anche se il giudice gli accorda la facoltà, quando ha dei dubbi, di eseguire l'analisi in laboratorio."

Nei prossimi mesi curerà lo svolgimento di un corso di 54 ore, con frequenza obbligatoria, organizzato dalla Scuola tecnica peritale istituita dal Collegio Toscano Periti, Esperti, Consulenti, con l'obiettivo di promuovere una specializzazione tecnico professionale in gemmologia di chi svolge attività peritale o consulenza tecnica.

Dall'iniziale accesso alla gemmologia teso alla soddisfazione

di personali necessità, dunque, una costante evoluzione ha trasformato Roberto Duranti in divulgatore, veicolatore di idee, apportatore di un concreto contributo alla formazione di una nuova cultura.

Un mondo di gemme

Il principio che rodoliti, rubelliti, tanzaniti, tsavoriti e altre gemme meno conosciute non possono assurgere al ruolo di protagonisti di un gioiello è confutato, anzi decisamente riconosciuto da Bruno Ceccuzzi, titolare di un delizioso punto vendita armoniosamente inserito nel centro storico di Busto Arsizio, a pochi chilometri da Milano e nel quale sono attivi 14 addetti.

In famiglia i gemmologi sono tre poiché anche Paola e Alessandra, rispettivamente moglie e figlia, si sono avvicinate alle gemme con le carte in regola, un po' per personale vocazione ma sicuramente influenzate dalla personalità di Bruno Ceccuzzi, nome scritto tra i fondatori dell'Igi e per lunghi anni suo attivissimo e appassionato Vice-Presidente, carica solo recentemente abbandonata per seguire il richiamo di un'attività non meno importante nell'ambito del Sociale.



Roberto Duranti col padre

Roma per frequentare un corso IGI. Due anni e mezzo di applicazione e infine ecco disponibile un solido background tecnico sul quale innestare l'attività commerciale.

Col suo ingresso, la vendita di oggetti con pietre ha avuto un incremento?

È il padre, ancora presente nel negozio, che commenta. "Soprattutto più consapevolezza nell'acquisto, servizio e assistenza sicuramente maggiori e questi sono fattori oggi imprescindibili nella nostra attività. Quando un cliente acquista un oggetto, anche se firmato, per quanto concerne le pietre i garanti siamo noi e questo implica attenzione verso i fornitori e costante controllo."

"Sull'ignoranza si può costruire qualsiasi inganno, aggiunge Roberto Duranti, e le vendite televisive lo comprovano ampiamente, mentre noi gemmologi con la conoscenza ci siamo resi da soli la vita difficile, perché professionalmente le bugie ci ripugnano. Troviamo maggiore soddisfazione solo quando il cliente è competente, perché capisce le differenze, è più incline ad acquisire nuove informazioni, si lascia guidare"

Dosare le informazioni per non scoraggiare il cliente?

Una figura controcorrente, che non ha subito il mercato nella banalità e ripetitività delle sue richieste ma l'ha scelto, formato, orientato, educato a condividere la sua stessa singolare visione del gioiello e della molteplicità delle sue possibilità espressive.

Oltre che dalle sue vetrine, il messaggio della sua originalità è trasmesso mediante eventi mondani nei quali i gioielli sono presentati in un contesto culturale e didattico, appuntamenti attesi e imperdibili per la risonanza che sanno destare. Sono occasioni nelle quali il sottile fascino dell'unicità, delle colorazioni più rare, dei tagli più insoliti attira nell'orbita di una gioielleria fuori dagli schemi, accattivante con le sue forme e le sue gemme, introvabile in altre vetrine.

"Ricordo quando - qualche decina di anni fa - mi venivano proposti gioielli senza storia: zaffiri quasi neri, ametiste, citrini o granati tristemente delimitati da quattro punte e senza un bricio di appeal. Queste e altre gemme incontrano ora il successo grazie a menti aperte che con un appropriato design hanno loro conferito nuova dignità: mi riferisco a creativi come Carlo Ciarli, ad esempio, che con Gio' Caroli prima e ora con Casa Vhernier ha tracciato per la gioielleria percorsi innovativi o a Pomellato, che con le sue linee ha fatto scuola.

In queste gemme io ho sempre creduto e di questo esistono tracce reali, visibili. Poco tempo fa ho sollecitato le mie clienti ad esporre per uno speciale evento sulle gemme gli oggetti che avevano acquistato da me in passato: con immaginabile piacere ho potuto rivedere preziosi con diamanti di colore montati quasi una trentina di anni or sono, un'alessandrite, corallo peau d'ange e altre materie che rappresentano preziose testimonianze della mia storia aziendale. A parte i nomi citati, difficilmente tra i produttori trovo gli oggetti che cerco e mi capita quindi sovente di acquistare gemme di mio gradimento che faccio poi rivestire da gioiellieri di mia fiducia. Tra gli oggetti più recenti, un anello con grande topazio rosa che ho fatto arricchire con due piccoli diamanti: venduto il giorno stesso del suo ritiro.

Oggi - tranne quelle di qualità eccelsa - le classiche non interessano più; la ricerca di unicità e personalità si è spostata su gemme meno conosciute, le sole che possano ridestare interesse in consumatori che hanno già avvicinato tutto il resto.

E poi, a saperle trattare sono gemme generose: contrariamente a rubini, zaffiri e smeraldi che pretendono un contorno di diamanti, le altre possono vivere da sole e offrirsi per opere anche di dimensioni garbatamente vistose, significative e di grande adattabilità alla moda dell'abbigliamento. È un filone tutto da esplorare".

Probabilmente, sulla spinta di una innata passio-



Paola e Bruno Ceccuzzi



Rinaldo Cusi

ne questo gioielliere avrebbe comunque abbracciato la strada della diversità, ma una solida conoscenza delle gemme ha contribuito a tenere sollevato il sipario su un mondo così fantastico, acuito l'urgenza di parteciparlo agli altri, di illustrarlo, farlo amare. E i risultati parlano da soli, poiché la notorietà di questa gioielleria si è fatta tentacolare e porta nella cittadina del milanese consumatori di un'area a grande raggio.

Il consiglio di Bruno Ceccuzzi è chiaro e invitante: "Vale sicuramente la pena di incamminarsi su questo percorso, che potrà dare al gioielliere che ci crede soddisfazioni di ogni genere."

Ornamenta

Cusi: una firma famosa, un fornito tra i più amati dalle famiglie milanesi. Figlio d'arte, erede di una tradizione che in lui vede la quarta generazione, anziché trincerarsi dietro l'esperienza testimoniata dal suo nome, Rinaldo Cusi si è volentieri addentrato nello spessore non sempre facile di un corso di gemmologia diventando, oltre che gemmologo, Presidente del Collegio nel quale si identificano almeno 300 diplomati in questa disciplina.

Si è da poco staccato dalla famiglia per avviare una storia tutta personale, accompagnato da Floriana, la bella moglie che ai gioielli non è completamente nuova avendo svolto una tesi sull'archeologia medievale con particolare riferimento all'oreficeria tardoromana.

Un gradevole interior-design fa da cornice ad argenteria e gioielleria di gusto prevalente-

mente moderno e diventa contenitore di eventi che a scadenze programmate trasformano la gioielleria in salotto dove visionare le novità della stagione. È la volta del giallo, e su questo colore sono giocati gli accessori-comfort del negozio ma soprattutto l'offerta di gioielli di ogni genere sviluppati su gemme che con mille nuance passano dal giallino al bruno.

Diamanti fancy, topazi imperiali, corindoni gialli ma anche quarzi citrini, e tante altre gemme invitano i visitatori a fare confronti, a meditare sulla generosità della natura ma anche sulle confusioni nelle quali si rischia di cadere se non si ha una buona conoscenza della materia. A illustrare e spiegare, naturalmente, è il gemmologo, un ruolo nel quale il giovane gioielliere si sente particolarmente a suo agio. Per i più curiosi è a disposizione il microscopio, che non è mai ostentato, aspetta un po' defilato.

Parte della clientela che accede a questo negozio è abituale e si tratta di famiglie che dalla sede storica hanno qui spostato i loro acquisti. "Certo, la tradizione racchiusa in un nome ha valore, ammette Cusi, ma quando ha di fronte il gemmologo il cliente è ulteriormente rassicurato. Da noi il cliente non cerca firme pub-

blicizzate ma punta su un rapporto di fiducia e l'impegno a non deluderlo è più sentito che mai. Ma non va sottovalutato il fatto che oggi l'offerta è molto vasta, c'è una certa mobilità e una mutata mentalità che porta il cliente a fare confronti, ad effettuare acquisti più meditati. Del resto, lo facciamo anche noi quando, in presenza di una richiesta specifica, prima di decidere consultiamo due, tre fornitori."

Sull'onda del giallo, nota dominante nella gioielleria esposta – peraltro in sintonia con la moda dell'abbigliamento – l'attenzione è attratta da gradevoli collane a più fili nelle quali i colori sono sapientemente miscelati, da non meno colorati orecchini di sobrio volume, da anelli.

"Anche con le gemme meno preziose si possono realizzare gioielli dignitosi, di facile portabilità e adattabilità e sono avvicinati sia come estemporanea gratificazione personale che come oggetto regalo di sicuro gradimento. Soddisfano quella parte di acquisti compresi entro un budget limitato ed hanno una fruizione di soddisfacente ampiezza che va sempre più allargandosi.

Sbagliano quelli che trascurano le gemme meno preziose: il cliente non le cerca espressamente

ma quando le vede comincia ad apprezzarle, le acquista volentieri. Mentre tanzaniti e rubelliti hanno un valore piuttosto alto e possono essere di più difficile collocazione, per molte altre tutto è molto più facile".

Forse la tanto contestata defi-

nizione *alternative* attribuita a certe gemme trova proprio in questa nuova gioielleria una accettabile giustificazione: montate su gioielli ben fatti possono rappresentare una nuova opzione per la gioielleria distogliendo interesse da prodotti concorrentiali di altri settori, ma soprattutto costituiscono una remunerativa occasione per tener vivo il contatto con i clienti nell'intervallo che separa questi acquisti da altri di maggiore significanza.

E qui concludiamo. Quale sarà il futuro della gemmologia? Sicuramente positivo è la risposta che emerge analizzando i risultati oggi evidenti. Ai 500 diplomati dell'IGI vanno infatti sommati coloro che si sono diplomati presso altri Istituti, che hanno seguito un corso informativo, che presenziano alle conferenze organizzate da Enti e Associazioni locali, quelli che hanno almeno consultato un libro sulla gemmologia: un numero ormai elevato che ogni anno si ingrossa per il beneficio effetto del contagio. Chissà, forse è vicino il momento in cui chi ignora del tutto la materia che tratta dovrà finalmente aggiornarsi, a partire da quel gioielliere nelle cui vetrine è stato visto questo drammatico cartello: "Diamanti puri all'80 per cento". ■

Quale sarà il futuro della gemmologia? Sicuramente positivo e la risposta che emerge analizzando i risultati oggi evidenti.

chains nodi e snodi

Gold is bent and moulded, hammered into gossamer-thin strands and then rolled, whittled down into laminae, woven, polished, sandblasted and carved in various ways. When the material, which is so pliant and malleable, comes into contact with the fire of creativity and expert hands, it allows itself to be seduced and kneaded in applications that renew its splendour with each new design. This is how jewelry often described as priceless is born. It forms part of the élite class of masterpieces created by jewelers who are privy to the secrets of jewel-making perfection. The tiniest link and invisible screw are a product of mini-engineering that makes a necklace or bracelet, when entwined around a wrist or coiled gracefully around a neck, flawless works of ingeniously constructed stability.

L'oro è piegato, plasmato; ridotto in sottilissimi fili e poi arrotolato; assottigliato in laminae e poi intrecciato, levigato, sabbiato, variamente inciso. La materia, così duttile e malleabile, quando incontra mani esperte e lanciate creatività si lascia sedurre e forgiare in applicazioni che ogni volta rinnovano il suo splendore. Nascono così manufatti oraifi di grande pregio, che raggiungono il rango di capolavori quando a crearli sono oraifi usi ai segreti e alla perfezione della gioielleria: ogni snodo, ogni piccola e invisibile vite è allora un'opera di mini-ingegneria che rende una collana o un bracciale avvolgenti, docili al polso o intorno ad un collo, opere impeccabili nella loro costruita, perseguita stabilità.
Foto Sandro Sciacca



La levigatezza dell'oro sottolinea la perfezione di forme che riecheggiano o decisamente ripetono forme tradizionali; ai colori e ai volumi è affidato il nuovo linguaggio dell'oreficeria. The gleam of gold highlights the flawlessness of shapes that reecho or openly reiterate traditional forms. Colours and volumes have the job of articulating the new language of gold-work. **PIACENTINI**

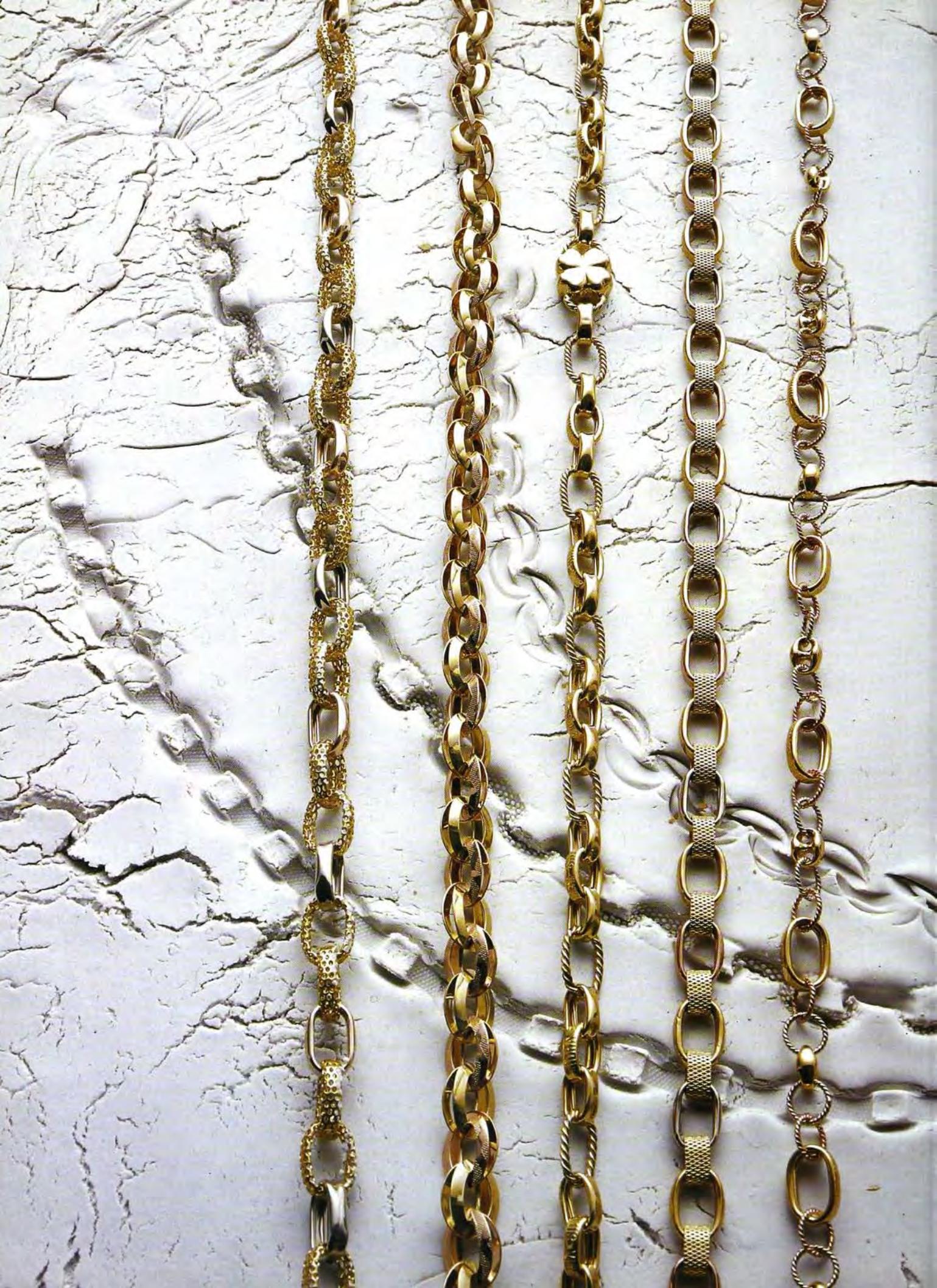


chains

Uno strategico alternarsi di spazi creato dal gioco di fili che si dipanano in un piacevole, irresistibile gioco. Orecchini in parure. A strategic alternation of spaces is created by an interplay that unwind just enough to form an intriguing, irresistible item. Earrings are part of the set. **CARLO MONTALDI**

Pagina accanto:moduli variamente lavorati, assemblati in gioielli nei quali l'abilità tecnica si sposa con una particolare visione dell'oreficeria più sontuosa, quella cioè che sconfinata nel gioiello. Modules are variously worked and gathered together into jewels whose technical expertise is wedded to an offbeat vision of the most sumptuous goldsmith's art, spilling over into that of the jewel. **API**





Fili d'oro in diversi colori, utilizzabili singolarmente per trattenere un pendente o assemblate tutte insieme a formare un insolito e piacevole gioiello. Filaments of gold in various colours, usable individually to hold a pendant or clustered together to form a striking and unusual jewel. **EMMETI**

Pagina accanto: una miriade di anelli levigati, incisi, raddoppiati, ritorti, variamente assortiti per dimensioni e colorazioni formano catene che si prestano a originali personalizzazioni. Myriad rings are polished, carved, doubled, twisted and variously assorted in sizes and colours to form chains that lend themselves to highly original customizations. **SIDRA**

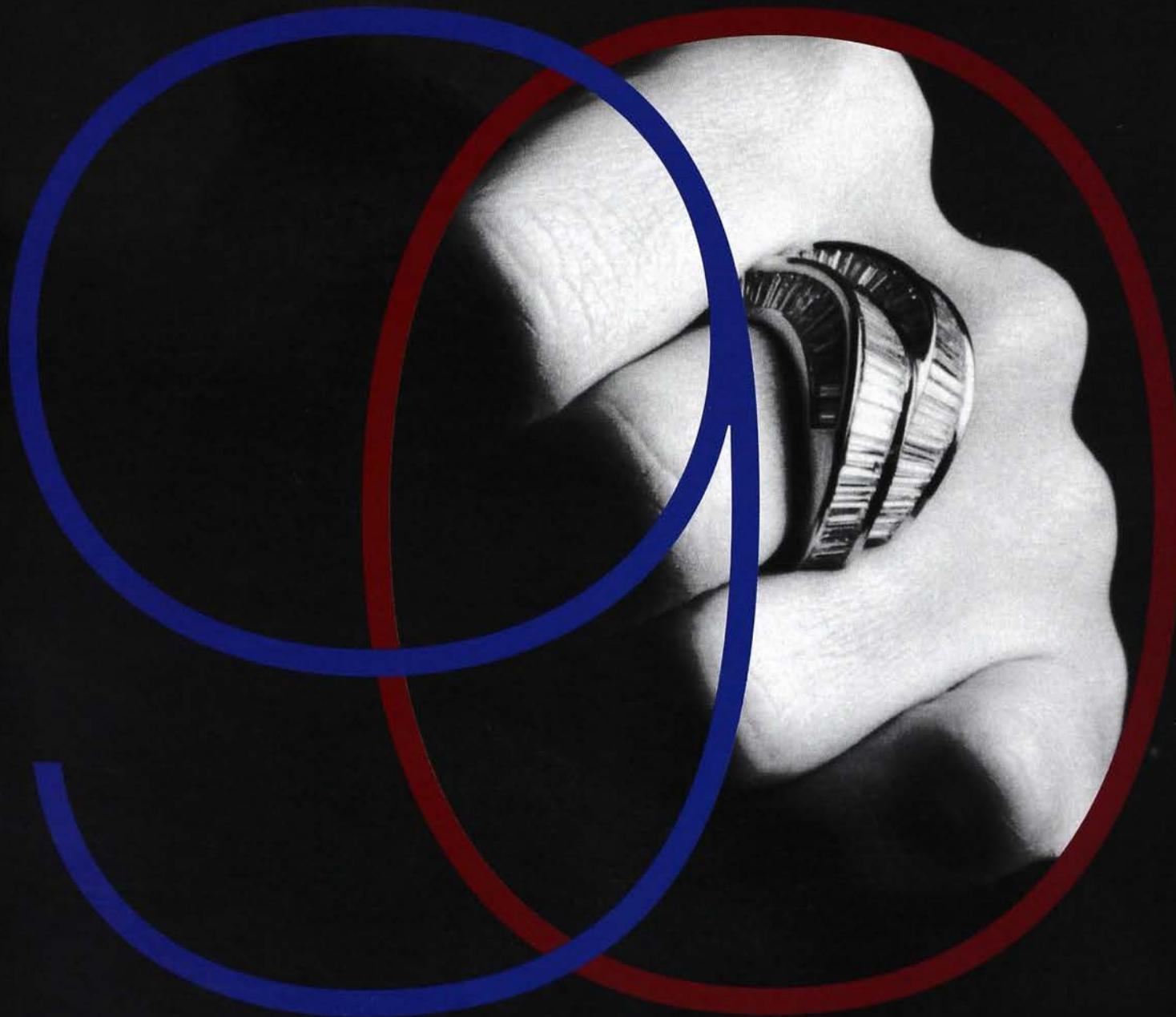


nodi
e snode

Un decennio caratterizzato da un rapido sviluppo della tecnologia applicata al design. Forte export di manufatti ma anche di know how.

gli anni novanta

Nino D'Antonio



L'arte orafa tra storia e costume



Anelli in platino di Antilope.
A sinistra: da una linea di
Casa Damiani.

Ci appartengono troppo e sono troppo vicini questi anni Novanta perché si possa guardarli con sufficiente distacco e cavarne un minimo di giudizio. Vicini e coinvolgenti, certo. Ma soprattutto imprevedibili. Un completo giro di boa rispetto al decennio precedente.

Quale sia questa realtà altra è sotto gli occhi di tutti. Che cosa invece l'abbia determinata è assai meno visibile, anche se i suoi effetti hanno finito per impegnare la vita del Paese in ogni suo aspetto, non escluso quello legato al mondo orafa.

Intanto è cambiato tutto, e in maniera radicale. Quelle che erano avvisaglie e spie di un'avanzata tecnologica sempre più veloce si sono trasformate in veri monopoli, di cui non sapremmo più fare a meno. È il caso dei fax, dei telefonini, dei computer per limitarci agli strumenti più diffusi nelle relazioni esterne. Ma l'elenco non si ferma al mondo del lavoro, per cui a ben pensarci questo nostro decennio ha solo un'esile continuità con il precedente.

Pensate al nuovo quadro politico, alle scelte economiche, all'ingresso in Europa, al federalismo. Ma pensate anche al rinnovamento dei costumi, al diverso modo di porsi nei confronti delle istituzioni, alla forte difesa della privacy, alla ventata che ha scosso la scuola e così via. Persino la Chiesa, saldamente radicata da sempre ai suoi principi, ha rivisto il proprio giudizio sul mondo ebraico, sollevandolo dalla millenaria accusa di deicidio.

È questo un quadro sommario e certamente lacunoso, ma torna utile per capire quanto lontani siano gli anni Novanta rispetto ai precedenti. Una considerazione che in apparenza – ma solo in apparenza – ha poco da spartire con la realtà orafa, la quale inve-

ce risulta connessa come non mai al nuovo assetto politico-economico, al punto che sarebbe difficile capirne le sorti al di fuori della nuova realtà. Ricordate la svalutazione della lira al sette per cento? Si gridò al tradimento, si parlò di attentato al piccolo risparmio, di blocco dell'economia interna. Certo, qualcuno di questi riflessi non mancò di verificarsi, ma l'esportazione ebbe una spinta in avanti che non si conosceva da parecchi decenni. E tra i primi settori a giovarsi fu proprio la gioielleria, specie in quel segmento di vendita che faceva da tempo segnare il passo.

Intanto il mercato interno subiva un'ulteriore e insospettabile contrazione, di cui ancora oggi si registrano i segni. L'esplosione di Tangentopoli chiudeva d'improvviso canali a facile scorrimento di danaro, buona parte del quale finiva proprio nell'area dei generi voluttuari, dalla pittura all'antiquariato alla gioielleria all'alta moda. Nel volgere di pochi mesi gloriose aziende che avevano vantato per anni un carnet di facoltosi clienti vacillarono sotto lo spettro della crisi. Ricordo un accreditato gioielliere di via del Babuino a Roma evocare con doloroso rimpianto il tono di alcune telefonate: "Segni questi nomi e indirizzi: mandi un anello con rubino ai primi tre e un bracciale con smeraldi o zaffiri agli altri due. Poi mi faccia sapere la spesa".

È stata questa una certa Italia e vederla sparire (ma è poi avvenuto?) ha lasciato le sue vittime. "No, qui non si vedeva nessuno dei big – mi confida un importante gioielliere napoletano – . Tutto per telefono. Loro ordinavano e io sceglievo i pezzi. Poi passava qualche segretario a pagare. Danaro contante, capisce? Questo era il bello! Perciò poi ho chiuso".

Scomparso questo tipo di vendita e decimato l'esercito dei faccendieri, i riflessi nei laboratori soprattutto di Valenza non hanno mancato di farsi sentire pesantemente. Ma per quella fortuna che qualche volta ci assiste un po' più da vicino, ecco che prende a tirare bene l'export, al quale molti finiscono per aggrapparsi come alla sola salvezza. Ancora una volta il fitto tessuto dei con-

tatti, collaborazioni e sinergie (che da sempre caratterizza l'hardware orafo valenzano) non manca di dare i suoi frutti. L'aumento delle vendite all'estero consente di accogliere nei propri campionari anche quella merce che ormai stenta a trovare una sua collocazione sul mercato nazionale, mentre si infittisce il calendario delle presenze nelle varie esposizioni internazionali. Alcune cifre, scelte tra quelle espresse dal settore a metà del decennio, mi sembrano più indicative di ogni considerazione. I dati ICE relativi al '95 registrano infatti una produzione per circa 9.500 miliardi. Il volume di vendita nei ~~Stati Uniti~~ Stati Uniti, che hanno assorbito il 27% del manufatto orafo esportato, è stato pari – sempre nel '95 – a 7.081 miliardi di lire. Sono risultati di tutto rispetto, sui quali non manca tuttavia di allungarsi sinistra l'ombra della concorrenza di Hong Kong, della Thailandia, del Brasile, paesi favoriti oltre che dalla disponibilità di pietre preziose, dal più basso costo di mano d'opera. Questo a noi prende ancora sul serio la prospettiva giapponese la quale, se stenta ad aprire un varco per i limiti obiettivi del suo design, è la più favorita nella corsa ai mercati dell'Estremo Oriente.

Ma la spinta di un altro percorso si è delineata tra le pieghe degli anni Novanta. Ed è quella legata alla presenza di gruppi sempre più folti di viaggiatori che vengono a frequentare le nostre scuole orafe, ormai confuse – oltre che nell'area dei tre maggiori comprensori – sull'intero territorio nazionale. Non esistono dati ufficiali in merito alle varie istituzioni (Camere di Commercio, ICE, Regione) concordanti, ma in questi ultimi quattro anni c'è un notevole incremento di giovani stranieri soprattutto dai paesi mediterranei, con l'intento di apprendere o perfezionarsi nell'arte orafa. La presenza più larga è data dal Marocco e dalla Tunisia, seguiti dall'Egitto e dalla Grecia. Si tratta, specie per i primi due, di paesi di antica e sapiente tradizione artigiana, con una manualità (pensate agli ori delle tribù dell'Atlante o a quelli dei Tuareg) capaci di trasformare in preziosi monili anche una lastra di rame. Questi apprendisti non rappresentano l'isolata vocazione di pochi giovani, ma rientrano in un preciso piano di sviluppo e di valorizzazione di quelle forme di artigianato che, pur essendo radicate da sempre in quei territori, non hanno tro-

vato il modo di uscire dai confini nazionali. Di qui la scelta di una politica che punti alla formazione delle nuove leve presso paesi leader nei vari settori.

Quali conseguenze potranno avere a breve simili iniziative è fin troppo evidente. Ma c'è di più. La proliferazione delle scuole orafe ha portato spesso a uno scadimento dell'azione didattica, per cui non sempre ai vari attestati di qualificazione corrisponde un'adeguata conoscenza del mestiere. Purtroppo, la legge che favorisce le imprese giovanili non prevede verifiche di questo tipo, così la richiesta di marchi di fabbricazione è cresciuta in questi ultimi anni, con comprensibili squilibri per un settore che aveva affinato le proprie qualità, dopo l'esplosione che nel decennio 61/71 vide le aziende aumentare del cento per cento.

Lungi da noi l'idea di difendere privilegi o monopoli, ma che ben vale una campagna in favore della professionalità vera. E qui merita lodevole l'iniziativa intrapresa dal Tarì (il consorzio orafo che ospita in provincia di Caserta ben duecento aziende) già nel '94: quella di dar vita a una Scuola per Designer e Progettisti orafi a numero chiuso, non più di trenta allievi, da scegliere in base agli esiti di due prove, dopo una rigorosa selezione fra giovani in possesso di laurea in Architettura, in Lettere o in indirizzo artistico o di diploma superiore delle Accademie di Belle Arti.

La progettazione del gioiello (intendo soprattutto quella realizzata a computer) è l'elemento di spicco degli anni Novanta. Il sistema Cad-Cam, nato per l'ingegneria aeronautica e applicato poi anche a quella automobilistica, è stato da qualche anno esteso e adattato al gioiello, per cui è possibile realizzare un prototipo in poche ore, definendo il peso dell'oro necessario, la caratura delle pietre e i tempi di lavorazione. Ma non basta. Si può arrivare anche all'indossaggio virtuale di un gioiello valutando così già in fase di progettazione aspetti un tempo rimessi solo alla verifica dell'utenza. È questa la straordinaria conquista che caratterizza il nostro decennio. La quale, si badi bene, non esclude in alcun caso fantasia, creatività e gusto, ma si vale proprio di queste doti di fondo per costruire con il





Collier in platino e diamanti di Monile. A sinistra: bracciali in oro giallo e platino. Alfieri & St. John.

computer il gioiello più rispondente agli orientamenti e alla richiesta del mercato.

E qui può tornare opportuno richiamare a grandi linee quali siano state le scelte più felici nell'area del gioiello nato negli anni Novanta. Intanto si è accentuato il distacco dall'alta gioielleria destinata ormai, da un lato, a qualificare le capacità del produttore e dall'altro a far vetrina. In cambio è cresciuto il segmento per l'oggetto medio, indirizzato in prevalenza ad una clientela giovane (al di sotto dei quaranta) che lo indossa senza particolari problemi di abbinamento, anche nei giorni di lavoro. E in quest'area, la novità è costituita da una progressiva riduzione dei brillanti (anche dello stesso pavé) a vantaggio delle pietre cosiddette semipreziose. Una scelta che ha dato buoni frutti nei primi anni Novanta e che progressivamente si è arricchita di un nuovo elemento, certamente più prezioso e di maggiore effetto: il corallo.

L'ultima nota distintiva di questo nostro decennio è data dal ritorno alla grande del platino, che segnava il passo da qualche tempo dopo l'esplosione iniziale. Non sono molte ma sono certamente cresciute in questi ultimi anni le aziende che hanno fatto del platino il punto di forza della loro produzione. Qualcuna l'ha privilegiato addirittura come metallo esclusivo, sorretta in questa scelta dalla robusta promozione del Centro Diffusione Platino.

Ma al di là delle varie adozioni e dei vari abbinamenti, gli anni Novanta sono maturati all'insegna della ricerca, che il particolare clima di concorrenza ha reso quanto mai proficua. Questo ha garantito alla nostra gioielleria non destinata ai mercati esteri una dignitosa tenuta e, in qualche caso, anche una piccola avanzata. Il che non è poco nel rivolgimento generale che ha caratterizzato il Paese in questi anni. ■

Sorò splendo

I gioielli e le gemme preziose nel contesto delle ultime sfilate.

Mirella Casei

Colore? Che il colore sia, con tutta l'emozione dei toni, con la fibrillazione degli effetti specchiati, riflessi, dilatati, magici. La fantasia si scioglie e gli stilisti si abbandonano all'ispirazione coprendo le top-girl di collane multifilo, privilegiando tessuti sempre più tecno ma anche sempre più illuminati da trame luccicanti di bagliori. Affascina scoprire che i Bizantini realizzavano stoffe di gran lusso già nel 221 d.C.; così sulla loro scia nell'XI secolo in alcuni laboratori orafi di Parigi e in varie "botteghe" italiane soprattutto siciliane (il fasto del colore e della luce già l'avevano nel sangue e nella terra) si ripresero a modulare fili d'oro sui tessuti, da utilizzare per ricami che "legavano" perle, smalti e pietre preziose destinate agli abiti dei potenti e dei nobili. Lontani quindi due-mila anni dalla produzione in serie di oggi che del falso deve necessariamente fare virtù.

Così in passerella abbiamo insieme il falso e il vero ma il punto di riferimento inequivocabilmente resta sempre il gioiello autentico che monta gemme incorrottibili, garanti per eccellenza di colori fulgidi e

di preziosità senza tempo. Echi virtuali di gemme, oro, platino e argento giungono dalle recenti proposte di una moda notevolmente influenzata dal Barocco che torna ornato e prezioso assecondando così la smania del lusso ritrovato. Ritorno insistente del corallo nella sfilata Anna Molinari di Rossella Tarabini. "La nostra collezione autunno/inverno è dedicata alle sirene moderne quindi non potevamo escludere il corallo, carico di passione, di sogni, di naturalità e di richiami al nostro tema". Si dice che il corallo leghi bene con l'estate... "E perché mai? trovo il corallo molto più eccentrico d'inverno per il gioco dei contrasti e per l'energia vitale che trasmette, antidoto alla stagione sedentaria".

Ammiccamenti ai gioielli, quindi ancora parvenze, nelle cascate di perle di cristallo legate a ragnatela, da Veronique Levy (sorella del filosofo Bernard-Henri) presentate all'ultima collezione di Lolita Lempicka a Parigi. Nei punti strategici su cui si posano sostituiscono i tessuti, coprono il nudo quando ci riescono, lanciano messaggi sexy tanto chic da sembrare casti, scintillano come lembi di cometa.

re



Su Naomi Campbell la giacca da un milione di dollari: bottoni con rubino di oltre 101 carati e 2 smeraldi da 36 carati, incorniciati da brillanti. Repossi per Gai Mattiolo.

Anche Ferré profonde cristalli scelti e sparsi ad arte per ottenere suggestivi effetti brina; una G tempestata di brillanti sulle scarpe di Gucci è l'idea segnaletica e selettiva di Tom Ford, direttore creativo della Casa. Per la sua collezione presentata a Londra lo scorso inverno Antonio Berardi ha strutturato una giacca montando migliaia di cristalli a simulare un pavé di diamanti. Valore del capo, 25 milioni di lire.

Al fascino dei brillanti non si sottrae nemmeno la moda maschile. Di rigore, per l'inverno che verrà, brillanti veri e palpiti per i polsini che coprono la mano come nel '700. Ritorna in passerella la spilla di brillanti da appuntare al revers come usava una volta. In alcuni tessuti per uomo di Gianmarco Venturi, fili di rame e di alluminio strizzano l'occhio all'oro e al platino disattesi forse per l'alto costo e per l'eccesso di luce non consono ad una certa corrente di mascolinità che vagheggia un nuovo Medioevo da inizio millennio, con una punta di primitivo. A patto che la spartanità di certi metalli sappia coniugarsi con la tenerissima suadenza del cachemire.

Smeraldi, rubini e brillanti

Ha fatto impazzire i fotografi di tutto il mondo la giacca da un milione di dollari presentata da Gai Mattiolo, indossata da Naomi Campbell a Milano Collezioni. Taglio, linea e top model a parte, è stata la scelta dei bottoni che ha entusiasmato. Due smeraldi e un rubino invece dei soliti bottoni. Le pietre provengono dal caveau di Repossi, a Montecarlo. "Sono colori che amo e gemme che prediligo, così li ho scelti – dice Gai Mattiolo – per fare evento sensazionale, di altissimo livello". Lo stilista ha voluto materializzare così il suo concetto del lusso che nella collezione trova il giusto trionfo. Jais e strass si appoggiano sugli abiti, escono dagli spacci, velano il nudo. Non è certo nuovo ai bottoni importanti, da quelli dorati a quelli in cristallo Swarovski. Per la collezione d'alta moda ispirata a Venezia, Mattiolo ha anche disegnato tutta la serie delle parure in sfilata. Lui che spruzza jais sui costumi da bagno, che inventa guinzagli a catena luccicanti di strass, agganciati ad anello brillantato su collarino nero, è a un passo dal disegnare collezioni per gioiellieri lungimiranti, e non è detto che questo passo non lo farà.

Il diamante del Titanic

Il collier con il raro diamante blu che Rose DeWitt Bukater ormai anziana getta in mare dal Titanic si è materializzato trasformandosi da bijou di scena in gioiello preziosissimo. Falso o vero che sia, nell'immaginario collettivo continuerà a significare la storia d'amore che sta coinvolgendo mezzo mondo e che lega il film. Lo indossava Rose, allora diciassettenne (nella finzione Kate Winslet), sulla pelle diafana rivelata, come un'offerta, a Jack Dawson cioè Leonardo Di Caprio, nella scena più hard di tutto il kolossal.

La Asprey di Londra ne ha fatto un gioiello miliardario finalizzato a beneficenza, battuto ad un'asta per due milioni e 200 mila dollari (circa 4 miliardi di lire). Una collana di platino e una collezione di brillanti da 36 carati fanno cornice ad una gemma blu, uno zaffiro di 170 carati tagliato a forma di cuore, proveniente da un giacimento nello Sri Lanka. Ignoto l'acquirente il quale, prima di metterlo al sicuro, l'ha prestato a Celine Dion per presentare la Notte degli Oscar, stravinti dal Titanic. Intanto, per togliere idee peregrine dalla mente, la Fox dichiara di avere i diritti esclusivi sul Titanic, collier compreso.



Coralli a ramificazione libera, naturale o appoggiati su ramage dorato di gusto ellenico di Erikson & Beamon per l'abito di Anna Molinari.

Palpitò il nero, colpiscono i collier sovrapposti.
Gai Mattiolo

Stregata dai gioielli

Nella sua collezione Blumarine, Anna Molinari ha fatto sfilare collane essenziali, quasi dei controluce, su modelle giovanissime. Le abbiamo chiesto che sensazione prova vederle in passerella. "È un'emozione incredibile. L'idea di rendere ancora più seducente una donna con gioielli non "veri" ma ricchi di creatività mi tocca profondamente". Ma in privato Anna Molinari colleziona gioielli veri, soprattutto antichi perché, confessa, li ama e ne è attratta profondamente. Una pietra tenuta in mano, osservata, accarezzata... è un gesto effimero? "È un gesto rituale che incanta, un'intesa quasi misteriosa che viene da lontano, da epoche e luoghi remoti". E se decidesse di creare gioielli? "Vorrei che dicessero che sono creati per una donna bella, splendente come le deliziose acquemarine, pura dentro come le perle che ha al collo, grintosa come le rose rosse fatte di jais per i suoi capelli".

Luciano Soprani già disegna gioielli. "Attualmente disegno, con mio grande divertimento e coinvolgimento, una linea in oro con turchesi, acquamarine, ametiste e una in platino con diamanti per il mercato giapponese. In Italia ancora nessuno mi ha chiesto una collezione simile". Ama bagliori siderali o altro? "Decisamente sensazioni lunari. Mi stregano. Quindi brillanti, brillanti, brillanti e strass. Comunque per la mia moda, sempre un po' fuori dalle mode, pietre sempre alla moda." Uno stilista così ribelle che un gioiello può portare? "Non porto gioielli, nemmeno l'orologio. Quando succede, regolarmente li perdo. Però li colleziono; il brutto è che bisogna tenerli in banca."

Epoche allo specchio

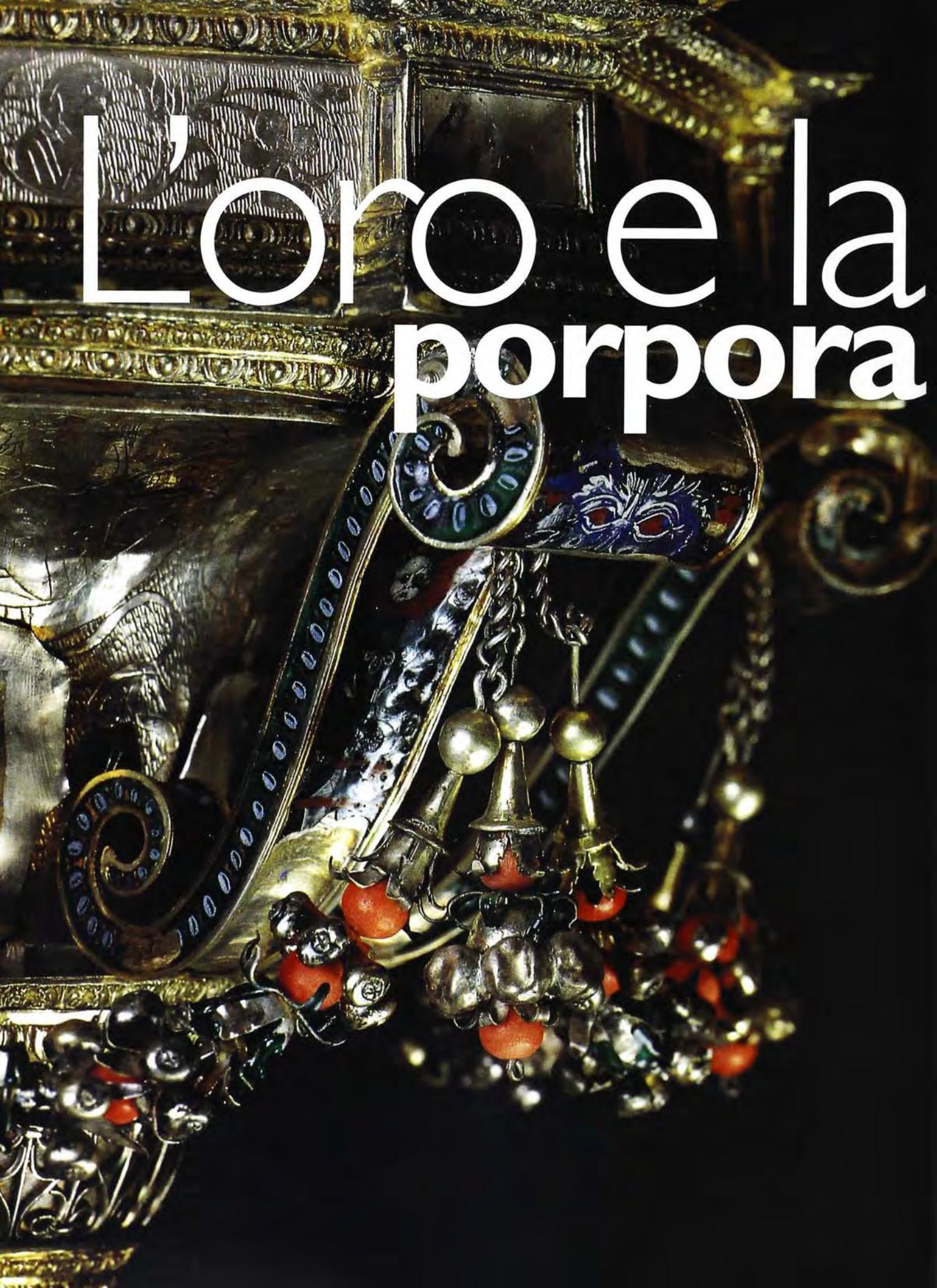
Chi portava gioielli a valanghe? Elisabetta I d'Inghilterra, non solo quale segno della sua ineguagliata potenza ma perché le somigliavano così come sono preziosi, unici, impenetrabili. Una grande esponente della moda, quindi a suo modo una regina d'oggi, s'è voluta assimilare alla grande regina interpretandone in chiave moderna regalità e suggestione. È Vivienne Westwood, trent'anni or sono guru del punk inglese. Poi il percorso messianico verso la trasgressione chic, verso il ritratto regale. Ha battezzato la sua ultima collezione "Cinque secoli fa". Così si ricomincia dal Rinascimento, e sarà splendore. ■



Sfarzo di gemme, perle, coralli per una fulgida carismatica Elisabetta I, captante come un idolo (1533-1603).

Anelli, fili di perle, il segno del potere issato alto per una Vivienne Westwood ricca di fascino anglosassone. Foto Giampaolo Barbieri.

L'oro e la porpora



E il 5 luglio del 1456 quando in Lodi si insedia il nuovo vescovo: si tratta di Carlo dei marchesi di Pallavicino, figlio di un potente signore di un piccolo stato indipendente che si stendeva tra Piacenza, Cremona e Parma. Non ha ancora 30 anni, la cittadina si aspetta una diversa nomina, ma questa è stata sollecitata personalmente dal duca Francesco Sforza, signore della vicina Milano e tanto deve bastare, è il costume di quei tempi.

Il vescovado di Carlo Pallavicino durerà più di 40 anni, un periodo molto lungo che consentirà ai laudensi di ricredersi ampiamente dell'iniziale delusione. Il Pallavicino ha una forte personalità, grande passione per l'arte e raffinatissimo senso estetico e da subito diventa un principesco committente di arredi liturgici, una raccolta che col tempo diventerà così artisticamente elevata e consistente da potersi confrontare con il tesoro degli Sforza, dei Gonzaga, degli Estensi.

Il ricco patrimonio collezionato dal Vescovo è da questi donato alla chiesa, ma gran parte di esso viene disperso nel corso dei secoli o perduti durante le requisizioni napoleoniche del 1796. Quanto ne è rimasto costituisce oggetto di una Mostra allestita da Lodi nella sconsacrata Chiesa di San Cristoforo, un suggestivo spazio nel centro della bella cittadina lombarda e nel quale ogni singola opera appare restituita alla misticità della sua funzione: dipinti, sculture lignee policrome, parti di arredo e oggetti di oreficeria destinati al culto.

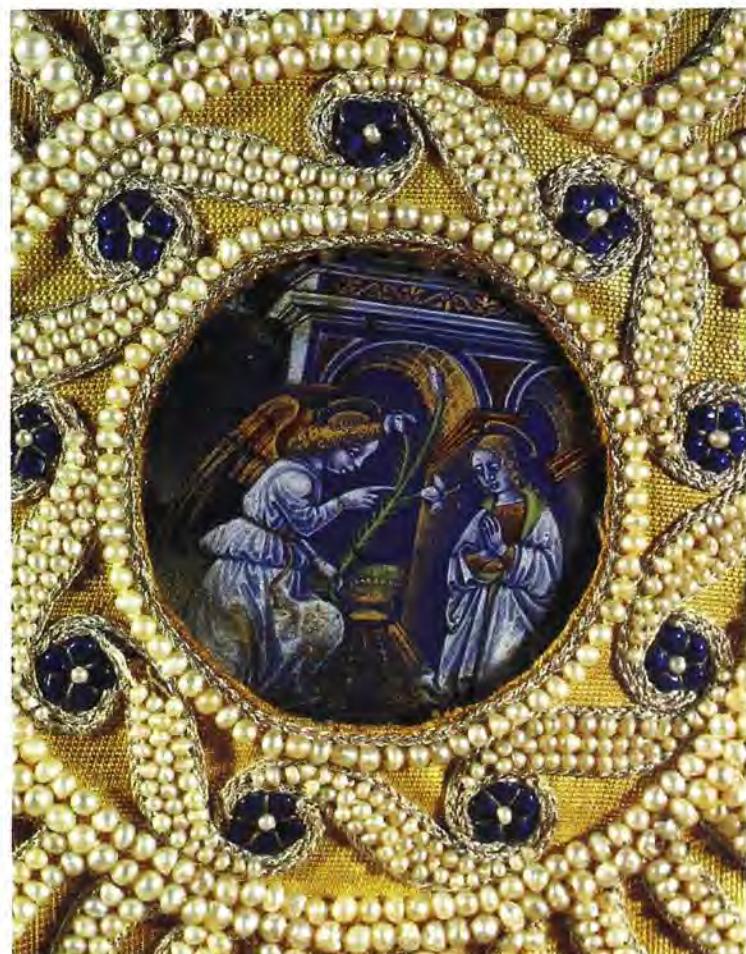
Per quest'ultima sezione i pezzi esposti non sono molti ma in compenso di elevatissimo valore artistico, storico e culturale. Tra queste troneggia, per preziosità e dimensioni – 128 cm di altezza – un tabernacolo realizzato con 15 kg di argento, in parte dorato e ornato di smalti policromi.

La spettacolare micro architettura nella quale tecnica e potente ideazione si completano in forme sublimi è attribuita ad orafi milanesi, i più accreditati alla fine del '400 per la produzione orafo. A Milano esistevano infatti vere e proprie fucine ove si elaboravano tecniche nuove, si scambiavano esperienze e dalle quali non erano estranee anche figure come Leonardo da Vinci, proprio in quegli anni impegnato anche in campo orafo.

L'imponente mole del tabernacolo arricchita da smalti e insoliti inserti di corallo evoca l'uso del marmo policromo ed evidenzia una marcata attenzione per l'architettura del momento, che si traduce nella replica di capitelli con volute che ripetono la morfologia più comune di epoca sforzesca.

Di non minore solennità ma di solare immediatezza il grande baldacchino nel quale dapprima si coglie il bagliore del luminoso broccato giallino e subito dopo lo splendore delle perle utilizzate per il ricamo di ornamenti e di varie figure eseguito su una compatta stesura di fili d'oro. Aggiungendo al lusso dell'immagine il costo dei materiali e l'estrema difficoltà dell'opera, si potrà apprezzare appieno la munificenza del dono del vescovo Pallavicino. ■

Oggetti liturgici e arredi sacri nel XV secolo



Lodi, Chiesa di San Cristoforo: la Mostra "L'oro e la porpora" sarà aperta sino al 15 luglio.

Mantovana del baldacchino, particolare del ricamo a perline e smalto con l'Annunciazione.
Pagina di fronte:
Tabernacolo Pallavicino, particolare di un pendente con coralli.

**La tua attività si muove in
modo soddisfacente?**



**"...noi della GEMKEY ci preoccupiamo di fornire la più avanzata connessione
globale per l'industria delle gemme e della gioielleria..."**

Fred Mouawad - Fondatore.

Iscriviti adesso GRATIS e avrai accesso al sistema di informazione globale ed esclusivo per l'industria gioielliera e gemmologica:

ACCEDI alla più vasta banca dati "on line",

RICEVI e RISPONDI alla posta elettronica con, in più, una homepage a tua disposizione,

OSSERVA le notizie più recenti nel campo delle gemme e della gioielleria e le loro attività annesse,

SCAMBIA informazioni con i leader del settore,

CONTATTA gli enti di sostegno, la cui importanza è essenziale.

Tutto questo e molto di più sarà a tua disposizione COMPLETAMENTE GRATIS con GEMKEY.



COLLEGATI ADESSO A

www.gemkey.com

BELGIO

Telephone: (32) 75 612 620
Fax: (32) 3 227 0092
Email: deepak@gemkey.com

HONG KONG

Telephone: (852) 2330 4621
Fax: (852) 2142 8859
Email: dina@gemkey.com

FRANCIA

Telephone: (33) 1 42 33 16 08
Fax: (33) 1 42 33 16 08
Email: daniel@gemkey.com

INDIA

Telephone: (91 22) 363 4021
Fax: (91 22) 362 6221
Email: razia@gemkey.com

ITALIA

Telephone: (39) 6 30366182
Fax: (39) 6 30310419
Email: claude@gemkey.com

SRI LANKA

Telephone: (94 1) 573 106
Fax: (94 1) 575 869
Email: reza@gemkey.com

SPAGNA

Telephone: (34) 57 472721
Fax: (34) 57 477735
Email: juan@gemkey.com

THAILANDIA

Telephone: (66 2) 635 1255-9
Fax: (66 2) 635 1323
Email: marketing@gemkey.com

12-16 Settembre 1998



OROGEMMA

Mostra Internazionale di oreficeria e gioielleria.
Salone degli Argenti. Salone Internazionale dell'Orologeria.



Via dell'Oreficeria
36100 - Vicenza
Tel. 0444 969.111
Fax 0444 563.954
<http://www.vicenzafiera.it>



BANCA
POPOLARE
VICENTINA
Sponsor Ufficiale



INTERGEM

IDAR-OBERSTEIN

2. - 5. Oct. 1998

International Trade Fair for Gems and Jewellery

Organizer: Intergem Messe GmbH · P.O.Box 12 27 20 · D-55719 Idar-Oberstein · Phone 0 67 81 / 4 10 15 · Fax 0 67 81 / 4 24 18

L'oroscopo Axim

Gemelli: Il vostro nume tutelare, l'alato Mercurio, vi ispira una naturale attitudine per il commercio e per tutte le attività che hanno a che fare con la comunicazione. Siete dunque abili nel vendere, nell'acquistare, nel farvi la giusta propaganda: con tipi come voi il successo non può mancare.

Cancro: Possedete il "sesto senso" ossia la capacità di intuire, di immaginare, di prevedere. Cercate di utilizzare queste vostre doti anche nel lavoro e concretamente, uno dieci l'altro, affermazioni e successi che tenderanno a durare nel tempo anche perché siete volitivi.

Leone: Siete nati per dominare e per essere vincenti ma nulla vi è dato gratuitamente, dovete guadagnare i vostri traguardi lottando anche duramente come solo voi sapete fare. Il segreto del vostro successo è il vostro coraggio che vi fa osare quando gli altri demordono.

giugno luglio agosto

Ariete

Proprio all'inizio di questa estate Saturno abbandona il vostro segno e voi potete finalmente tirare un grosso sospiro di sollievo: avete lottato ma siete maturi e più consapevoli. Ora è tempo di prendervi una pausa di riposo per poi ripartire alla grande verso le vostre mete. Poiché nel periodo saturnino avete affilato le vostre armi, ora siete pronti per lottare con più discernimento e saggezza, tanto più che nessun pianeta vi ostacola e molti invece vi incoraggiano a procedere con successo. Godetevi le vacanze estive pensando anche al dovuto riposo, se ci riuscite.

Toro

I pianeti del cielo estivo si occupano alla grande del vostro segno: vi spingono a cambiare, ad abbandonare i vecchi schemi e a guardare al futuro con una mentalità nuova. I più pigri tra voi o quelli più radicati alle loro idee, faticheranno non poco per adeguarsi alle incalzanti novità. Nessuno potrà dormire sugli allori. Vi proporrete ampliamenti dell'attività, aperture a nuovi mercati, rinnovamento dei locali, cambiamenti delle vostre strutture. Sarete sempre sulla breccia ma riuscirete ugualmente a trascorrere vacanze piacevoli che vi serviranno anche per recuperare le forze.

Gemelli

La vostra vivacità innata sarà per tutta l'estate sostenuta dal transito di numerosi pianeti che incalzano e che vi offrono occasioni irripetibili per la vostra carriera. Dovrete forse affrontare spese superiori al previsto ma punterete su investimenti che avranno sicuramente un esito positivo anche perché Giove, momentaneamente avverso, vi rende più prudenti che mai nelle decisioni ed oculati nell'amministrazione del denaro. Sarebbe un vero peccato lasciare perdere le buone occasioni per un eccesso di pessimismo perché un periodo così favorevole non si ripresenterà tanto facilmente.

Cancro

Praticamente tutti i pianeti vi sono favorevoli: Saturno, tornato amico dopo due anni, vi promette una grande espansione nell'attività lavorativa, Giove si occupa benevolmente dei risvolti finanziari, Marte, specie in luglio, vi vuole grintosi, forti, capaci di difendervi con astuzia. Con tutti questi alleati a disposizione non vi resta che procedere con rinnovato smalto e puntare su un grande successo. E non vi mancherà anche il tempo per trascorrere delle felici vacanze con i vostri cari o con la persona che amate perché questo per voi è tempo di felicità e di sorriso.



AUTUNNO '98

4-7 SETTEMBRE 1998

FIERA MILANO



La più completa esposizione al mondo di argenteria.
Gioielleria, oreficeria, pietre preziose, coralli
e perle mille e mille tesori!

Galleria degli Argenti, l'offerta più completa ed unica del settore
a livello internazionale. *Gold Gallery*, le migliori produzioni di gioielleria
ed oreficeria, espressione di una grande tradizione sempre più vicina
alle tendenze della moda. *Galleria dei Colori*, novità, colori, materiali
e soprattutto il prezzo per consentire a tutti di vivere l'emozione di
un acquisto prezioso.

MACEF, IDEE & AFFARI.

ORO/ARGENTO



STAFF B - MILANO

Ingresso a pagamento riservato
agli operatori professionali: h 9.30 - h 18.30

Per informazioni: Fiera Milano International S.p.A.
Largo Domodossola, 1 - 20145 Milano
tel. 02/48550.1 - fax 02/48004423
<http://www.fmi.it> - e-mail: macef@planet.it



Miller Freeman



Macef è anche
CULTURA DELLA TAVOLA - CUCINA -
CASA & HOUSING - BOMBONIERE -
ARTIGIANATO - QUADRI, CORNICI,
SPECCHIERE, STAMPE, MINIATURE -
FIORI E PIANTE ARTIFICIALI,
CESTERIE, CERERIE - TRADE

Macef Autunno 1998:
una superficie netta di oltre 120.000 mq

Leone

Nei prossimi mesi dovrete lavorare indefessamente col rischio di tirare un po' troppo la corda perché gli stimoli a cui siete sottoposti sono forti ed i pianeti esigono molto, forse troppo da voi. Dovrete darvi una regolata ogni tanto ed ascoltare il consiglio di chi vi è vicino e vi vuol bene e vi suggerisce di rilassarvi dimenticando lo stress e le tensioni. Per i nati in luglio vi potrebbero essere momenti di incertezza, di mancanza di chiarezza, non ottimali per stipulare contratti, tuttavia Plutone vi aiuta ad essere creativi ed auspica un periodo di successo ed una presa di potere su persone e situazioni.

Vergine

Con l'ingresso di Saturno in Toro i nati in Vergine possono contare su un prezioso alleato che li aiuta a realizzare i loro sogni sia nella vita affettiva che in quella lavorativa. Non che questo pianeta faccia dei regali ma semplicemente premia chi ha precedentemente lavorato sodo ed ha meritato un felice risultato. Giove, in posizione dissonante, invita alla cautela nelle spese ed incoraggia un atteggiamento prudente in ogni tipo di decisione. Ci sono tutti gli elementi per pronosticare un periodo in cui i Vergine avranno molte soddisfazioni e si sentiranno apprezzati da capi, sottoposti e collaboratori.

Bilancia

L'atmosfera intorno a voi si fa via via più leggera ed un buon umore costante vi accompagnerà durante i mesi estivi. Finalmente i pianeti che prossimamente si interesseranno del vostro segno saranno solo favorevoli o quanto meno indifferenti, mai nemici. E questo è un gran bene perché avete tutti bisogno di un periodo di tranquillità dopo gli affanni degli ultimi tempi. Una visione più rosea del presente e dell'avvenire favorirà i più coraggiosi tra voi che si lanceranno in nuove imprese che nascono, dunque, sotto una buona stella e che saranno la base della futura fortuna.

Scorpione

Approfittate dei favori di Giove, il pianeta della Grande Fortuna come lo chiamavano gli antichi, per concludere buoni affari per prendere decisioni che riguardano la vostra professione e ne trarrete cospicui vantaggi economici. Avrete sempre una visione ottimistica della realtà e questo vi attirerà denaro e simpatia sia nell'ambito del lavoro che in famiglia. Piuttosto non fidatevi al cento per cento delle vostre intuizioni che non sempre saranno completamente attendibili. Buone le ferie estive sotto la protezione di Marte che vi vuole forti, sportivi, volitivi.

Sagittario

I pianeti lenti, ossia quelli che danno più importanti suggerimenti per il lavoro e la carriera, sono tutti dalla vostra parte, vi sostengono e vi aiutano. State dunque sempre attenti a coglierne gli spunti e reagite in modo adeguato ai forti stimoli che state ricevendo. Questo è il momento di seminare, di investire, di fare forse dei sacrifici ma soprattutto di osare ritrovando il coraggio e l'ottimismo che sono tra le principali caratteristiche del vostro segno. Badate piuttosto a ritagliarvi anche il tempo per fare una lunga vacanza che sarà indispensabile per ritemprare le forze in vista anche delle fatiche future.

Capricorno

Ci scommetto che vi sentite molto più leggeri e spensierati perché alcuni pianeti che erano prima dissonanti ora vi sono propizi. Finito per un bel pezzo il tempo dei sacrifici ora è giunto il momento di divertirvi, come non avete potuto fare da anni. Per quanto riguarda il lavoro, durante i mesi estivi, occupatevi solo dell'indispensabile e pensate piuttosto a voi stessi, accontentate i vostri più segreti desideri, spendete per voi e per i vostri cari e state spensierati. Gli affari andranno ugualmente bene e voi ne guadagnerete in salute e buon umore.

Acquario

Già da qualche mese state vivendo in un'atmosfera di novità e di cambiamenti, tanto che forse ci avete fatto anche l'abitudine. Certo i pianeti che positivamente bombardano il vostro segno vi vogliono creativi, attivi, impegnati a lavorare indefessamente e non vi lasciano, per il momento, molto tempo per riflettere. Ora però se ne incarica Saturno che timidamente fa capolino nel segno del Toro, dal quale vi invita a risolvere vecchi problemi che si trascinavano da tempo. Cercate, durante le vacanze estive, di investire nel vostro sport preferito le esuberanti energie di cui disponete.

Pesci

Sono gli ultimi mesi della permanenza di Giove nel vostro segno e a voi non resta che goderne i benefici: buoni affari, denaro, notorietà, voglia di divertimento, costante buon umore e chi più ne ha più ne metta. Ci si mette anche Saturno a favorirvi perché passa nel segno del Toro e si pone in posizione favorevole al vostro Sole. Non avrete dunque di che lagnarvi perché anzi trascorrerete uno dei periodi più sereni della vostra vita in cui vi sentirete padroni di ogni situazione sia al lavoro che in famiglia. L'unico rischio che correte è quello di essere un po' troppo pigri, soprattutto in vacanza.



OROLEVANTE

*Salone dell'oreficeria, gioielleria, argenteria,
orologeria, cristalleria e accessori*

**Il punto d'incontro con il
mercato del Mediterraneo**

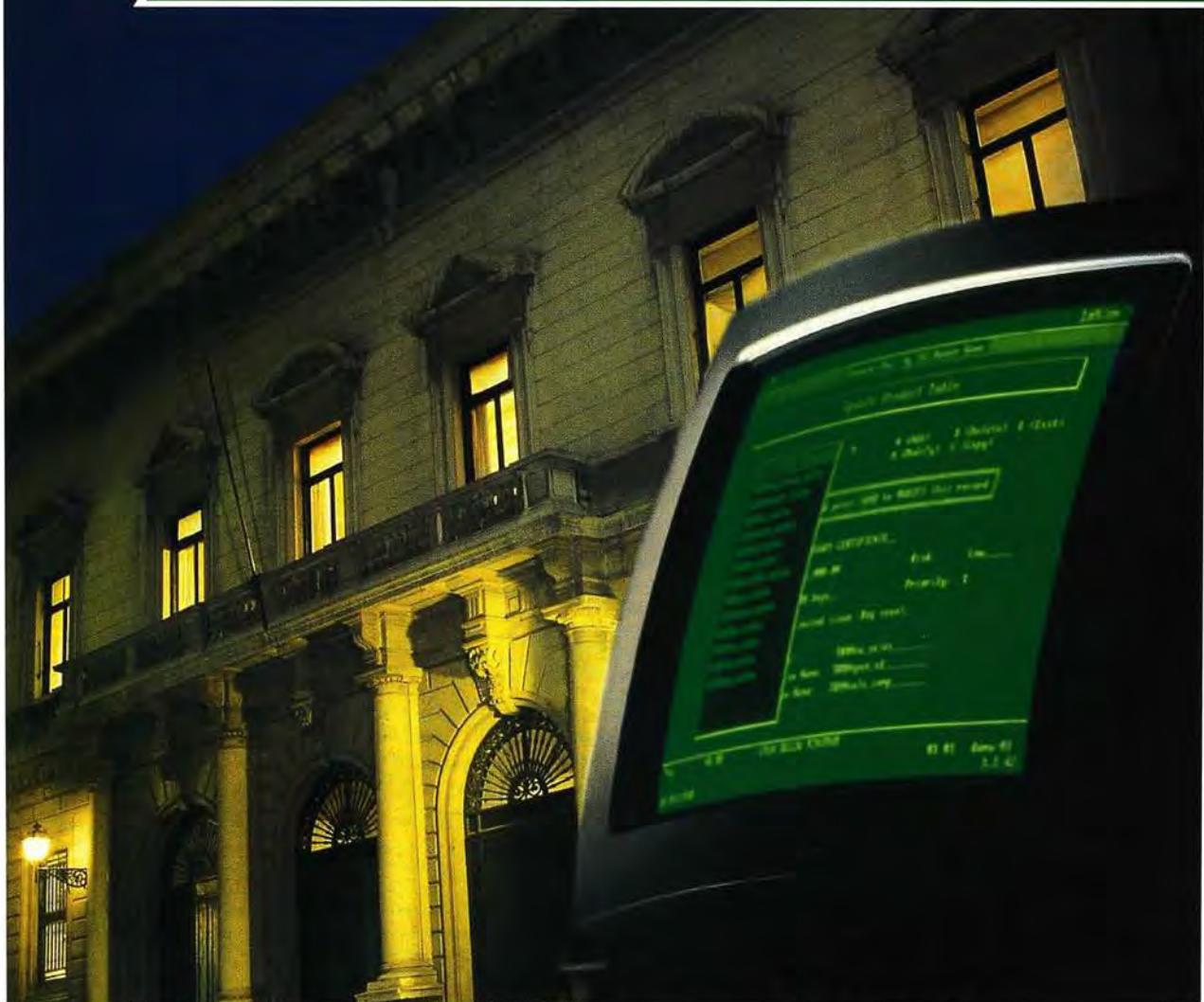
BARI 16 - 19 OTTOBRE 1998

RISERVATO AGLI OPERATORI DEL SETTORE



E' UNA INIZIATIVA FIERA DEL LEVANTE

un punto d'incontro, una banca.



UN RIFERIMENTO SICURO IN UNA SOCIETÀ CHE CAMBIA.

Siamo puntuali con le esigenze di chi quotidianamente lavora con noi. Conosciamo le reali necessità e siamo sensibili ai problemi perché viviamo in prima persona il rapporto con i nostri clienti. Ogni giorno diamo il nostro contributo concreto alla crescita dell'economia locale. Lo facciamo da oltre 150 anni e lo faremo ancora domani, per voi.

Guardate al futuro con fiducia, c'è una grande realtà al vostro fianco.



**CASSA DI RISPARMIO
DI ALESSANDRIA SPA**

la numero uno, qui da noi.

JOAILLERIE

La terza Fiera Internazionale della Gioielleria
ed Orologeria per il Medio-Oriente

Liban'98

Per essere i primi in
un mercato emergente

1-5 Luglio 1998

BEIRUT - LIBANO

Organised by



International Fairs & Promotions srl

P.O. Box 55576 Beirut - Lebanon Tel: 961 1 582083/4/5/6 Fax: 961 1 582326 E-mail: ifp@ifp.com.lb

Fiera Internazionale della Gioielleria ed Orologeria per il Medio-Oriente, Beirut-Libano.

Vi prego di mandarmi informazioni come espositore Joaillerie Liban'98 visitatore Joaillerie Liban'98

Nome: _____

Titolo: _____

Ditta: _____

Telefono: _____

Indirizzo: _____

Fax: _____

E-mail: _____

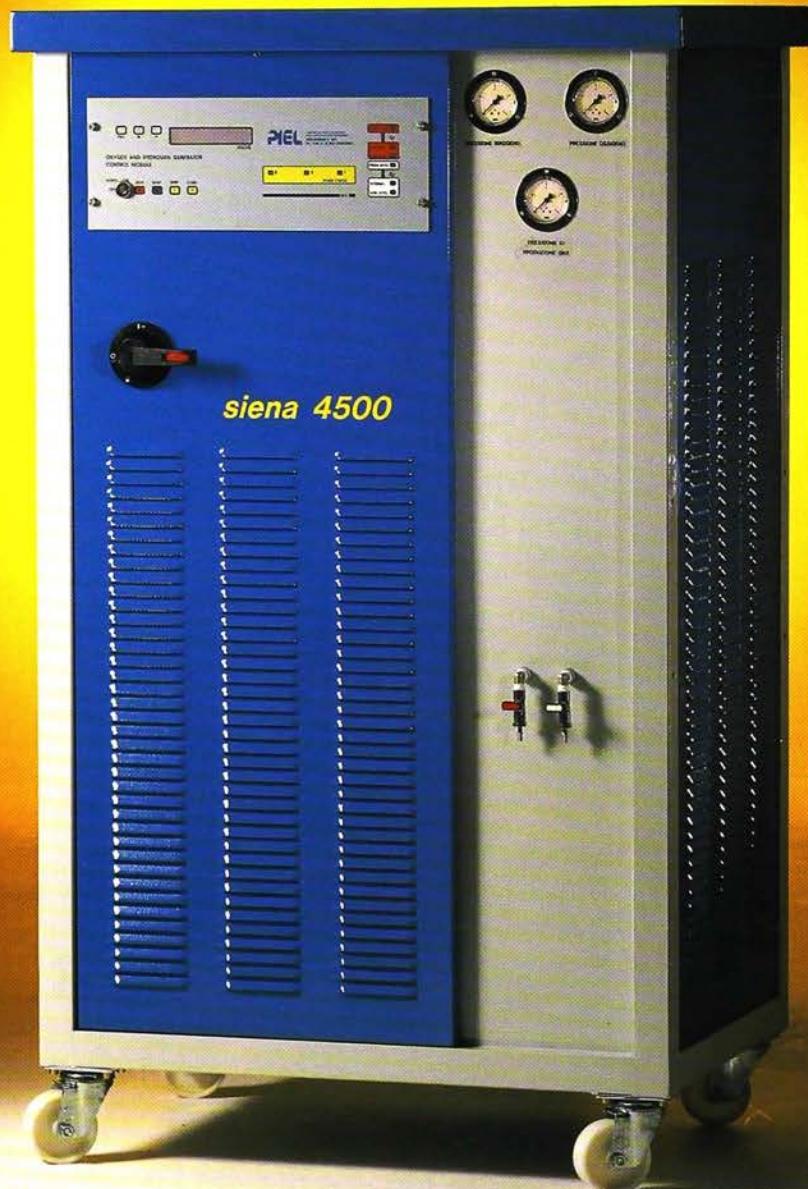
Agente per l'Italia:

FIN-MARK srl

Via del Borgo
di San Pietro, 134

I-40126 BOLOGNA
Tel : 051-246136
Fax : 051-249333

GENERATORI DI GAS - PIEL: UN RISPARMIO PULITO PULITO



SI
risparmio



SI
ecologia



NO
bombole



NO
scoppio



NO
tossico



PIEL

Le saldatrici ossidriche PIEL (generatori di idrogeno ed ossigeno separati) sono il sistema più razionale per avere i gas puliti e soprattutto molto economici. Prodotte in una vasta gamma di modelli, soddisfano le esigenze di tutti i settori dell'industria e dell'artigianato: oreficerie, arredamenti e minuterie metalliche, lampadaristi e ottunisti, vetrerie, occhialerie, ecc.. Tutta la tecnologia PIEL al servizio dell'ambiente: un risparmio pulito pulito.

PIEL
Tecnologia, Ecologia

CENTRI ASSISTENZA PIEL:

ITALIA NORD-OVEST	Valenza	0131/955252
ITALIA NORD-EST	Vicenza	0445/382551
ITALIA CENTRO	Pontedera	0587/290464
COSTA TIRRENICA	Pisa	0587/291688
COSTA ADRIATICA	Macerata	0335/6373853

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

Subscription form

Put in an envelope and send to: /Tagliare, inserire in busta chiusa con relativo assegno ed inviare a:

AOV Service

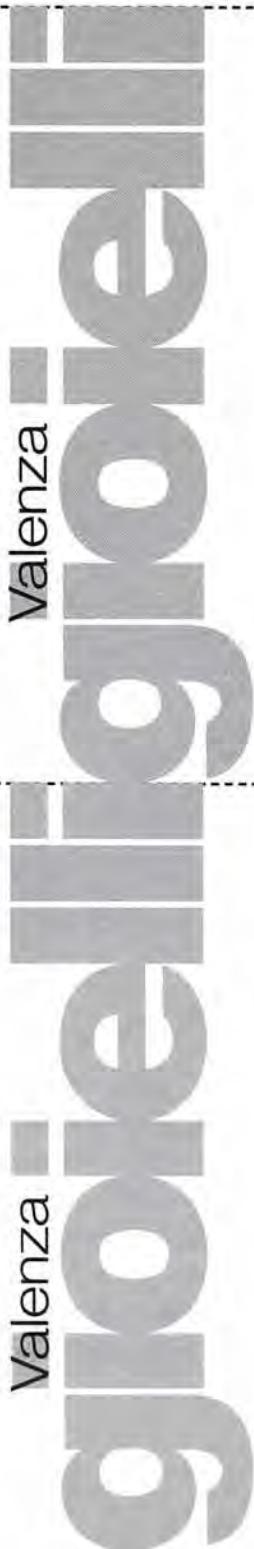
Sezione Abbonamenti
Piazza Don Minzoni, I
15048 VALENZA (AL)

A.I.E.

Agenzia Italiana Esportazioni S.p.A.

Sezione Abbonamenti
Via Manzoni, 12 - 20089 Rozzano - Milano (Italy)
20152 MILANO (Italy)

Subscription form



Periodico trimestrale.Organo ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana

RISERVATO ALL'ITALIA

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

Spedire a:

Indirizzo

CAP e città

Partita IVA

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

numero:

sulla Banca:

Intestato a: AOV Service Srl

Timbro e firma:

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

To send to:

Here enclosed please find cheque

n°

Bank:

Made out to: A.I.E. - Via Manzoni, 12 - 20089 Rozzano - Milano (Italy)

Signature:



ESCI DAL MUCCHIO!

**Parla con parole tue.
Comunica con personalità!**

Se ti servono menti creative
– fotografi, art director, giornalisti –
rivolgiti a noi.

Cataloghi, dépliant, immagini pubblicitarie
per la gioielleria sono il nostro forte.

E la nostra esperienza è ampiamente documentata.
A tua disposizione, quando vorrai.

VG Team – tel. 02.4695439 fax 02.468068

gioiellieri
di nuovo

—

questo

Api Tel. 0131-942167/Fax 0131-955117
Arzani Tel. 0131-943141/Fax 0131-955308
Atelier dell'Oro Tel. 0131-942067/Fax 0131-954275
Barberis Carlo Tel. 0131-941611/Fax 0131-941029
Bibigi Tel. 0131-237012/Fax 0131-237955
Bidiamond Tel. 0131-955875/Fax 0131-945339
Bosco Giovanni Tel. 0131-943570/Fax 0131-941645
Bressan Tel. 0131-924611/Fax 0131-953068
Cavalli Luciano Tel. 0131-942682/Fax 0131-924817
Corti & Associati Tel. 0131-955351/Fax 0131-955379
Davite Delucchi Tel. 0131-941731/Fax 0131-946779
Dini Gioielli Tel. 0131-943240/Fax 0131-953614
Emmetti Tel. 0131-941302/Fax 0131-943241
Ficalbi & Litta Tel. 0131-943198/Fax 0131-945686
G.M.D. Tel. 0131-943166/Fax 0131-955068
Geal-Antiquarius Tel. 0131-924038/Fax 0131-946727
GI.VAL Tel. e Fax 0332-234081
Giò Caroli Tel. 0131-942874/Fax 0131-943318
Leo Pizzo Tel. 0131-955102/Fax 0131-9466881
Mangiarotti Tel. 0131-924374/Fax 0131-953162
Mineralgemme Tel. 02-58318040/Fax 02-58318050
Montaldi Carlo Tel. 0131-941273/Fax 0131-924790
Pallavidini Luisa Tel. 0131-924074/Fax 0131-946784
P.A.P. Tel. 0131-941108/Fax 0131-946970
P.F. Pietre Tel. 0131-947131/Fax 0131-947185
Piacentini Tel. e Fax 0384-800778
Ponzone & Zanchetta Tel. 0131-924043/Fax 0131-947491
Raima Tel. 0131-945700/Fax 0131-955911
RCM Tel. 0131-945392/Fax 0131-955998
Ruggiero Mario Tel. 0131-924769/Fax 0131-946753
Sidra Tel. 049-609222/Fax 049-8641011
Staurino Fratelli Tel. 0131-943137/Fax 0131-952908
Taglieria Bacchetta Tel. 0131-237135/Fax 0131-237985
Taglieria G.V. di Garbarino Tel. 0131-237135/Fax 237985
Taverna Tel. 0131-924340/Fax 0131-947011

RCM



Via Camurati, 45 - 15048 Valenza
Tel. 0131/945392 - 952815
Fax 0131/955998

Rockefeller Plaza, 45 - Suite 2440
New York - 10111 NY
Tel. 212/4896320 - Fax 212/4896323

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

Leo Pizzo



LEO PIZZO S.R.L. - CIRCONV. OVEST - CO.IN.OR. 14/BA - 15048 VALENZA - ITALY
TEL. 0131-955102 • FAX 0131-946688