

Valenza ou la joaillerie italienne

A la découverte de Valenza : joaillerie, bijouterie et orfèvrerie.

Le style italien dans le courant du XX^e siècle.



Petit Palais musée des Beaux Arts de la Ville de Paris

8 – 28 Février 2010



Valenza ou la joaillerie italienne

A la découverte de Valenza : joaillerie, bijouterie et orfèvrerie.

Le style italien dans le courant du XX^e siècle.

SOUS LA DIRECTION DE – CURATED BY

Lia Lenti



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA



REGIONE
PIEMONTE



Associazione
Orafi
Valenzana



PALAZZO DEL
MONFERRATO

Petit Palais musée des Beaux Arts de la Ville de Paris

8 – 28 Février 2010

nuvole

Cette publication accompagne l'exposition "Valenza ou la joaillerie italienne"
à l'affiche du 8 au 28 février 2010 au Petit Palais musée des Beaux Arts de la Ville de Paris
This publication accompanies the exhibition "Valenza ou la joaillerie italienne"
on view from 8th - 28th February 2010 at "Petit Palais musée des Beaux Arts de la Ville de Paris"

Exposition et catalogue sous la direction de • *Exhibition and catalogue curator* Lia Lenti

Direction du projet • *Project direction* Pierluigi Sovico, Patrizia Serafini

Secrétariat et organisation • *Administration and organisation* Virginia Viola, Cristiana Agnello, Andrea Ferraris, Andrea Roses

Textes de • *Texts by* Lia Lenti

Organisation AOV • *AOV Organisation by* Franco Fracchia, Silvia Raiteri

Projet d'installation • *Exhibition designed by* Silvia Raiteri – Valenza Expo Events

Installation • *Installation*

Artexpo – Vignale Monferrato (AL)

Bacchio – Casale Monferrato (AL)

Remerciements • *Many Thanks*

Ferraris Spa – Alessandria (Transport)

Goggi Sterling Srl– Alessandria (Assurance–*Insurance*)

Traduction française par • *French translation* Gilles Tonnelé

Traduction anglaise par • *English translation* Focus Translation Studio

Crédits photographiques • *Photo credits*

en couverture – *cover*, p. 35 – 69, 107, 117 – 143 : © 2010 Gianluca Grassano – Nuvole, Sardigliano

p.93–97, 106, 111, 113 : © Orlando Pastorello – Close Up, Valenza

p.108–110, 112 : © Sandro Sciacca pour • *for* Damiani

Conception, direction artistique et éditeur • *Design, art direction and publishing*

Nuvole

via Maestra 15

Sardigliano AL – Italy

T +39 0143 49010 – 499921

F +39 0143 499907

Tous droits réservés. La reproduction, sous aucune forme, même partielle, de cette publication est interdite sans autorisation.

Toutes les photographies sont la propriété exclusive © des artistes, elles sont reproduites avec l'aimable permission des artistes et/ou de leurs représentants.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any manner without permission.

All images are copyright and reproduced with the kind permission of the artists and/or their representatives.

ISBN 978-88-6270-004-7

Copyright © 2010

EN COUVERTURE • *COVER*

Frascarolo & C. – Broche « Leone » (lion) • "Lion" brooch

env. circa 1968 – Valenza – Famille Raspagni • *Raspagni family*

Un remerciement particulier à

Special thanks to

Daniele Borioli *Assessore Regione Piemonte*
Daniela Formento *Direttore Direzione Cultura Turismo Regione Piemonte*
Roberto Moisio *Capo Gabinetto della Presidenza della Giunta della Regione Piemonte*
Giulia Marcon *Responsabile Affari Internazionali della Presidenza della Regione Piemonte*
Enrico Mazzoni *Segreteria Assessorato regionale ai trasporti*
Vincenzo Sanfo *Centro Italiano per le Arti e la Cultura*
Gilles Chazal *Conservateur Général, Directeur du Petit Palais*
Hubert Cavaniol *Responsable de la coordination des expositions*
Sophie Adelle *Chargée de l'auditorium et des partenariats Petit Palais*

Nous remercions tous les collectionneurs et les bijoutiers qui, en nous prêtant leurs œuvres, ont rendu possible cette exposition.

We would like to thank all the collectors and jewellers who kindly loaned the exhibits for this event.

Famille Barberis
Famille Ceva
Damiani
Carlo Luca Della Quercia
Monsieur Ezio Deambrogi
Madame Cristina Falaguerra Deambrogi
Ficalbi (F.L.)
For. Al, Scuola orafa Vincenzo Melchiorre, Valenza
Madame et Monsieur Jenny et Franco Fracchia
Monsieur Carlo Frascarolo
Madame Stefania Frascarolo
Madame Chira Alda Germana Garavelli
Madame e Monsieur Anna et Antonio Gié
Monsieur Giovanni Illario
Monsieur Piero Lenti
Lombardi-Vendorafa
Lunati
Monsieur Marco Moraglione
Antica Ditta Giuseppe Pellegrini
Picchiotti
Orologeria Pisa
Ponzone e Zanchetta
Madame Giovanna Maria Raselli
Famille Raspagni
R.C.M.

INDEX

Introduction

PAG. 8

Valenza ou la joaillerie italienne

PAR LIA LENTI

1. Le bijou de Valenza. Son histoire et son art,
des origines aux années du boom économique

PAG. 16

2. Le Style italien et le bestiaire Frascarolo & C.

PAG. 26

3. Luxe, mode, design : la joaillerie de Valenza récompensée
dans les concours internationaux

PAG. 100

4. Valenza, un monde « glocal »

PAG. 114

Introduction

PAG. 9

Valenza: the jewellery of Italy

BY LIA LENTI

1. Valenza and its jewellery. History and art: from the beginnings
until the economic boom

PAG. 17

2. Italian style and the jewelled menagerie
of Frascarolo & Co.

PAG. 27

3. Luxury, fashion and design: jewellery
made in Valenza wins international awards

PAG. 101

4. Valenza: going "glocal"

PAG. 115

L'exposition *Valenza ou la joaillerie italienne* est une vitrine de l'excellence que les artisans orfèvres de Valenza ont su proposer au monde au cours d'une période historique qui est presque bi-centenaire. Parler du bijou de Valenza équivaut en effet à utiliser un vocable connu et apprécié à l'échelle de la planète. Pour cette raison, la « Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria » (Fondation Caisse d'Épargne d'Alessandria) a choisi cette exposition pour caractériser l'évènement de la promotion du « brand » Monferrato, organisé à Paris en février 2010.

L'exposition de bijoux de Valenza est accueillie dans les salons prestigieux du Petit Palais, en même temps que celle dédiée au peintre Felice Giani à la Mairie du Vème arrondissement, dans le cadre du projet plus général qui manifeste la présence de la région d'Alessandria dans la capitale française.

Cette exposition s'est faite sous la direction de Lia Lenti, « valenzana » elle-même, grande experte du secteur et auteur d'études appréciées sur l'histoire du bijou de Valenza.

L'exposition s'articule autour de trois sections. La première section rassemble une collection de bijoux fantaisie connus comme le Bestiaire, réalisée entre

1967 et 1971 par Frascarolo & C. (maison fondée en 1949 par Rino Frascarolo et Aldo Lenti) et créée spécialement pour le marché américain. Pour comprendre le style de cette marque italienne, reconnue au niveau international, trente-six petites merveilles, agressives ou tendres, en or, émaux et pierres précieuses, provenant de collections privées, sont présentées au public. À côté sont exposés vingt-cinq prototypes en argent et cinquante dessins de bijoux produits. La seconde section présente huit chefs-d'œuvre spectaculaires de haute joaillerie. Ce sont les prix gagnés au concours mondial DIA (Diamonds International Award), patronné par De Beers, qui avait pour objectif de favoriser l'usage du diamant et d'anticiper les tendances du goût international à travers le travail de jeunes créateurs, de designer déjà affirmés et de maisons de joaillerie. Enfin, la troisième section, de vingt-quatre œuvres, montre la capacité locale des opérateurs et des entrepreneurs qui ont su s'imposer sur le grand marché global, en faisant cohabiter entre elles différentes méthodes conceptuelles, des techniques raffinées, des exécutions de haute qualité, une recherche et des assortiments de matériaux de pierres précieuses multicolores, pour produire des bijoux uniques.

Du reste, il est bien connu que le « made in Valenza », protagoniste de cette exposition, est une composante importante du « made in Italy », tout comme Valenza, luxe et art sont trois termes inséparables d'une formule qui a connu et connaît encore un grand succès international. Les difficultés produites par la crise récente ont mis à dure épreuve cet

Valenza ou la joaillerie italienne is a showcase for the beautiful jewellery produced by the craftsmen of Valenza over a period of almost two hundred years. To speak of jewellery made in Valenza is to use a language that is known and spoken worldwide, and is why the “Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria” has included this exhibition in the campaign launched in Paris during February 2010 to promote the “brand” of Monferrato.

The exhibition of historic jewellery from Valenza will be displayed in the prestigious halls of the Petit Palais, in tandem with the exhibition of paintings by Felice Giani at the Mairie of the 5th arrondissement, as part of a wider series of events celebrating Alessandria in Paris.

The exhibition at the Petit Palais was curated by Lia Lenti (also from Valenza), an expert in the jewellery sector and the author of several well-regarded studies on the history of jewellery from her native town.

The exhibition is divided in three sections. The first section contains a collection of designer jewellery known as the Menagerie, made between 1967 and 1971 by Frascarolo & C. (the company founded by Rino Frascarolo and Aldo Lenti in 1949), and created specifically for the American market. To il-

lustrate the style of this internationally-renowned Italian firm, the exhibition features 36 miniature masterpieces, some ‘wild’, some ‘tame’, made from gold, enamel and precious stones, on loan from private collections. They are accompanied by 25 silver prototypes and 50 drawings of manufactured pieces. The second section presents eight spectacular high-class masterpieces, all winners of prizes at the DIA (Diamonds International Award, the international jewellery competition sponsored by De Beers). The DIA was intended to encourage the use of diamonds and anticipate international trends through the work of young artists, established designers and jewellery manufacturers themselves. Finally, the third section features 24 works intended to illustrate the skills of the local jewellers and entrepreneurs who carved out a name for themselves on the international market, using an assortment of design methods, complex techniques, high quality finishes, skilful combinations of materials and multicoloured gemstones, to create unique pieces of jewellery.

The jewellery of Valenza has also made an important contribution to Italian industry, and the town, combined with two other vital ingredients – luxury and art – has produced a winning formula that has met with great fortune on the international stage. Although the industry has been sorely tested by the recent economic crisis, it is still very much alive. But there is no doubt that the effects of the global downturn have inevitably hit the jewellery industry hard, and this is partly why the Cassa di Risparmio di Alessandria has launched a series of initiatives to

univers mais n'ont pas réussi à le jeter dans l'ombre. La récession économique générale a eu d'inévitables répercussions sur les entreprises du secteur de l'orfèvrerie et c'est, entre autres, pour cette raison que la « Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria » a institué une série d'initiatives visant à soutenir la joaillerie de Valenza, comme la création de la marque de qualité « DIVALENZA » et la réalisation d'un musée d'histoire permanent.

L'exposition s'insère donc dans un plus vaste projet – auquel correspond un investissement congru – dans le cadre de la promotion et des actions pour soutenir les secteurs importants de notre économie qui, en ce moment de crise mondiale, risquent d'être pénalisés. De là l'effort de la Fondation pour organiser, en collaboration avec la Région, une bourse du produit enogastronomique au travers de rencontres avec des importateurs, des chefs cuisiniers et des représentants de la distribution pour favoriser des accords de vente et des contrats, et un atelier du produit touristique-réceptif qui rassemblera une cinquantaine d'acheteurs internationaux.

L'objectif est d'augmenter la capacité d'attraction du Monferrato comme lieu de vacance, en développant à la fois le tourisme culturel, l'écotourisme, l'enogastronomie et d'autres ressources fondamentales comme les thermes, la truffe, l'artisanat d'excellence et celui de l'orfèvrerie en particulier.

Une opération, celle qui se tient à Paris, qui, d'un côté entend fournir un soutien aux organismes locaux en difficulté à cause de la situation économique actuelle et, de l'autre, offre la possibilité à bon nombre de producteurs du secteur eno-gastronomique, de l'accueil touristique et du bien-être de haute gamme, d'aller à l'encontre et de satisfaire une demande mondiale de plus en plus exigeante.

La lecture des pages qui suivent devrait rendre suffisamment compte de la valeur du territoire de Valenza telle une carte de visite exceptionnelle et je suis certain que les objets exposés sauront transmettre encore une fois une grande émotion aux visiteurs.

Pier Angelo Taverna

PRÉSIDENT DE LA « FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA »

support Valenza and its industry. These initiatives include the quality label "DIVALENZA" and the construction of a permanent museum.

The exhibition is part of a broader project and larger investments intended to promote and support important sectors of Italy's economy, under pressure at this time of international crisis. This is why the Foundation has joined forces with the regional government of Piedmont in order to launch an "exchange" of food and wine products, bringing together importers, chefs, and retailers in order to boost trade in their sectors. Another initiative is a workshop for the hotel trade, to be attended by 50 international buyers.

The aim is to enhance Monferrato's reputation as a holiday destination, while developing cultural attractions, eco-tourism, the food and wine industries and other vital resources such as the town's spa waters, truffles, and traditional local crafts, most importantly jewellery.

On the one hand, this exhibition in Paris is intended to support local operators facing difficult times, and on the other, it is an opportunity for many businesses in the food, wine, hotel and leisure industries to meet and develop solutions in order to respond to an increasingly demanding market.

The following pages are intended to give the public a real insight into Valenza, and its position as a worthy ambassador for our region. I am sure that the beautiful exhibits on display will transmit great pleasure to all visitors.

Pier Angelo Taverna

PRESIDENT OF THE "FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA"

La joaillerie et l'orfèvrerie de Valenza représentent un des domaines d'excellence de l'artisanat piémontais. Elles sont appréciées dans le monde entier pour la qualité des matériaux qu'elles emploient et pour le sérieux et la compétence avec lesquelles les maîtres orfèvres les travaillent, donnant forme à des créations uniques et transmettant depuis deux siècles une maîtrise technique et esthétique sans égal sur la scène internationale. Car si il est vrai que Providence aux Etats-Unis, Tolède et Barcelone en Espagne et Pforzheim en Allemagne produisent elles aussi des bijoux et de l'orfèvrerie de très bonne facture, il n'en est pas moins vrai que des laboratoires d'orfèvrerie de Valenza sortent de véritables oeuvres d'art, des bijoux et des produits d'orfèvrerie exclusifs, faits main, avec des techniques particulièrement raffinées.

La tradition productive de la région dans ce domaine remonte à 1840 ; avant la Grande Guerre on comptait déjà plus de 40 entreprises, puis le boom de l'après-guerre : les 300 sociétés présentes en 1945 - année qui vit la naissance de l'Associazione Orafa Valenzana (Association d'Orfèvrerie de Valenza), AOV,

qui joue toujours un rôle important de contact et de service - ont plus que triplé et aujourd'hui on en compte plus de mille dans lesquelles, chaque année, sont façonnées 30 tonnes d'or et 80% des pierres précieuses importées en Italie.

Le salon « Valenza Gioielli » - qui depuis 1978 attire chaque année les opérateurs internationaux du secteur et qui depuis quelques années se déroule dans le nouveau « Centro Espositivo Expo Piemonte » à Valenza - e la marque DIVALENZA, qui certifie origine et qualité du bijou de Valenza, témoignent de l'existence d'une véritable « filière - Valenza ». Ils manifestent également l'existence d'un réseau productif qui tire l'économie locale et qui est important pour la promotion du made in Piemonte sur les marchés national et étrangers, pour créer des opportunités de commercialisation de nos produits d'excellence.

Cette exposition intéressante, accueillie sur la scène du Petit Palais de Paris, parcourt l'histoire de l'orfèvrerie de Valenza et de ses contacts avec le monde parisien et montre le meilleur de la production du siècle dernier, de précieux exemplaires dont j'ai la certitude qu'ils enchanteront le public.

Mercedes Bresso

PRÉSIDENTE DE LA RÉGION « PIEMONTE »

The beautiful jewellery and gold crafted in Valenza is a cornerstone of Piedmont's craft industry and is appreciated worldwide for the quality of the materials used, and the skill of the jewellers who make it. For two centuries, the jewellers of Valenza have produced unique pieces, carrying on a tradition of technical and aesthetic excellence not found anywhere else in the world. Although Providence in the United States, Toledo and Barcelona (Spain), and Pforzheim (Germany), among others, are also known for their well-crafted jewellery and gold, it is also true that the workshops in Valenza's jewellery district have produced exclusive pieces made by hand using highly sophisticated techniques that are genuine works of art.

Valenza's jewellery-making tradition dates back to 1840, and even before the Great War there were more than 40 firms. Then came the boom after World War II, and the 300 companies established by 1945 (the year that marked the foundation of the Valenza Jewellery Association, which still provides important services to the industry even today) tripled in number. Today, there are over 1000 jewellery companies in Valenza. Each year, they process 30 tonnes of gold and

use 80% of the precious stones imported into Italy each year.

"Valenza Gioielli", a trade fair launched in 1978 that attracts jewellery traders from all over the world, held for several years at the new Expo Piemonte exhibition centre, and the DIVALENZA label certifying the origin and quality of jewellery made in Valenza, are two things that demonstrate the existence of a real manufacturing industry in the town. The jewellery industry drives the local economy and is a major factor in promoting the "Made in Piedmont" concept within Italy and abroad, creating outlets for the outstanding products of our region.

This fascinating exhibition, held in the prestigious setting of the Petit Palais, traces the history of Valenza's jewellery industry and its first encounters with Paris. It showcases the very best of 20th-century jewellery: fine examples that I am sure will delight the public.

Mercedes Bresso

PRESIDENT
OF PIEDMONT REGIONAL GOVERNMENT

L'Associazione Orafa Valenzana (Associazione d'Orfèvrerie de Valenza) vit le jour en 1945 dans le but de réunir les entreprises d'orfèvrerie, qui avaient fleuri à Valenza dans la première moitié du XIX^e siècle, afin de saisir les opportunités de la croissance, parfois impétueuse, des années d'après-guerre. Les acteurs du secteur formaient un tissu articulé et composite qui s'était déjà consolidé entre la fin 1800 et le début 1900.

Valenza compose un système productif relié à son territoire, catalyseur de la volonté autonome de ses différents composants de s'auto-coordonner plutôt que de la présence d'événements déterminants et de hiérarchies externes.

Il est composé de centaines d'entreprises, de milliers d'hommes ; dimensions, spécialisations, stratégies à court terme et à long terme sont différentes les unes des autres ; de même que l'importance et la durée de l'empreinte laissée par chacun.

Et pourtant, chaque composant est partie intégrante d'une tradition unique.

L'Association d'orfèvrerie de Valenza (AOV) est le porte-parole de cette réalité de travail et de tradition qui, à cause même de son long parcours, est constamment porteuse d'innovation, possède la capacité de

transmettre les connaissances au travers de la formation, d'entretenir des liens étroits et des échanges avec l'extérieur et de s'affirmer au sein des Diamond International Awards.

En définitive tout ceci converge dans les produits qui sont à la fois le fruit et la continuité du travail quotidien.

L'exposition de la joaillerie, bijouterie et orfèvrerie de Valenza sur la scène prestigieuse du Petit Palais est motif d'orgueil et de satisfaction pour le travail quotidien qui devient histoire et témoignage au travers de la splendeur des pierres, la perfection de l'exécution et la fantaisie des formes des objets exposés en vitrine.

L'orfèvrerie de Valenza remercie le Petit Palais et la Ville de Paris qui accueillent l'exposition, la « Regione Piemonte », la « Provincia di Alessandria » et la « Fondazione CRA » qui l'ont promue et soutenue, le « For.AL-Centro Formazione di Valenza » qui, depuis longtemps, a pris l'initiative de recueillir et de cataloguer pièces et documents, les entreprises et les collectionneurs qui ont mis à disposition les objets et toutes les personnes qui à Paris, à Alessandria et à Valenza ont travaillé à la réalisation de cet événement historique.

Bruno Guarona

PRÉSIDENT

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

The Valenza Jewellery Association (L'Associazione Orafa Valenzana) was founded back in 1945, with the aim of uniting the plethora of jewellery firms who had established themselves in the town from the mid-nineteenth century onwards and continued to grow until the early 20th century, and in order to profit from the rapid period of expansion that followed World War II.

The industry of Valenza is rooted in the local territory, which has acted more as a catalyst for the independent growth of each component, rather than casual events and external hierarchies. It incorporates hundreds of companies and thousands of workers, all of different sizes, all with different specialisations. Some are in it for the long term, some for the short term, but all leave different legacies. Each component, however, is part of a unique tradition.

Valenza Jewellery Association (AOV) is an ambassador for this industry and its tradition, whose long history has been a significant factor in its ability to innovate continuously, pass on its knowledge through training, connect to the outside world through trade, and establish itself as a contender at the Diamond International Awards.

All of these factors come together in the finished products, the day to day work in Valenza, and its continuity of production.

The exhibition of Valenza's "joaillerie, bijouterie and orfèvrerie" held in the prestigious setting of the Petit Palais is a source of great satisfaction and pride in an industry that has become history: a tradition that takes its place in the display case amid the sparkling gems, the flawless execution and the creative designs.

The jewellery industry of Valenza would like to thank the Petit Palais and the city of Paris for hosting the event, as well as the regional government of Piedmont, the provincial government of Alessandria, the CRA Foundation which organised and supported the exhibition, the For.AL School of Valenza which began (some time ago!) the painstaking task of collecting and cataloguing the exhibits and documents, all the companies and collectors who provided the exhibits, and everyone else from Paris, Alessandria and Valenza, who has contributed to this historic event.

Bruno Guarona

PRESIDENT

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA

Valenza ou la joaillerie italienne

PAR LIA LENTI

1. Le bijou de Valenza

Son histoire et son art, des origines aux années du boom économique

Dès les années cinquante du XX^e siècle le bijou de Valenza a conquis une place significative sur le marché mondial. Aujourd'hui la joaillerie de Valenza est reconnue et estimée dans le monde entier et depuis quatre décades au moins c'est elle qui guide la mode de son secteur. Cependant s'il est vrai que c'est au moment du boom économique que s'est réalisée cette montée décisive dans le panorama international, l'orfèvrerie de la région de Valenza était déjà une réalité consolidée en Italie et ailleurs dès le début des années 1900, son histoire remontant aux premières décennies du XIX^e siècle.

En 1825 un bourgeois piémontais qui eût voulu offrir à sa femme un pendentif « croix de Malte avec fleurs rapportées en or », à porter au cou à la façon de ces dames de France, serait allé l'acheter dans l'atelier de Francesco Caramora (1797-1827), dans la Contrada Maestra de Valenza. Ce dernier fut le premier à exercer le métier d'orfèvre dans la petite ville piémontaise située à la frontière avec la Lombardie. Et c'est ainsi, par hasard, que naquit la rencontre entre cette petite ville et l'art séculaire de la joaillerie. A sa mort, qui survint prématurément en 1927, il laissa une fille mineure, Antonia Rosa. Ses outils de travail, ses bijoux (parmi lesquels des boucles d'oreille à deux tableaux et à goutte de corail, des bracelets élastiques en forme de serpent, des croix de Malte et des croix Jeannette) et ses objets précieux furent achetés par son élève Pietro Carlo Bartolomeo Canti qui lui succéda dans la conduction de l'atelier et de son activité d'orfèvrerie¹. La famille Canti étant liée par des liens économiques et de parenté aux Morosetti et aux Battaglieri, ce sont ces trois familles qui pendant trente ans régnèrent

sur l'orfèvrerie de Valenza avec des ateliers spécialisés dans la réalisation de bijoux de goût bourgeois, vendus dans le Royaume de Sardaigne.

De 1825 à 1855, c'est dans les limites du système corporatif de la maison de Savoie qui exigeait l'application obligatoire de poinçons de marque et de titre que se développa le premier groupe d'orfèvres². Les maîtres de l'art, qui assuraient toutes les phases de la fabrication, transmettaient également leur savoir à leurs élèves qui devenaient maîtres à leur tour et ainsi de suite. Ceci dura jusqu'à la moitié du siècle lorsque dans le Royaume de Sardaigne, après avoir brisé les derniers maillons de l'entrave médiévale, la politique libérale de Camillo Cavour ouvrit la voie aux premières manufactures d'orfèvrerie. Entre 1855 et 1862, à côté des boutiques de la plus ancienne tradition naquirent des ateliers comme celui de Carlo Bigatti (1814-1893) qui était organisé sur la base de la spécialisation technique des ouvriers (orfèvres, graveurs, laveuses d'or) et produisait un genre d'ornements – boucles d'oreille, broches, bagues – appelé « *bigiotteria* », dépourvu de pierres précieuses et décoré d'émaux et de gravures.

C'est au moment de l'Unité italienne et de la création d'un marché national que la vieille loi de réglementation des titres d'or et d'argent fut modifiée, passant d'un régime de contrôle strict à un système libéral de production et de commerce. C'est alors qu'à Valenza les dimensions des unités de production s'agrandirent et que le numéro des travailleurs augmenta pour satisfaire la croissance de la demande nationale. La petite boutique artisanale céda alors le pas à la manufacture joaillière.

1. Les informations historiques sur l'orfèvrerie de Valenza sont extraites de : Lia Lenti, *Gioielli e gioiellieri di Valenza. Arte e storia: 1825-1975*, Torino, 1994, Umberto Allemandi & C.

2. Sur la législation de la Maison de Savoie et sur les poinçons des premiers orfèvres de Valenza : Augusto Bargoni, *Maestri orafi e argentieri in Piemonte: dal XVII al XIX secolo*, Torino, 1976, Centro Studi Piemontesi.

Valenza: the jewellery of Italy

BY LIA LENTI

1. Valenza and its jewellery

History and art: from the beginnings until the economic boom

In the early 1950s, the jewellery made in Valenza truly made its mark on the world stage. Now famous worldwide, it has set the trend in the industry for at least forty years, but while the definitive boost to its international reputation arrived with the economic boom, in the early 20th century Valenza's jewellery-making industry was already well-known, and not only in Italy. The story begins in the early 19th century.

In 1825, a well-heeled businessman from Piedmont wanted to give his wife a Maltese pendant with golden flowers, worn around the neck in the style of French noblewomen. He bought the pendant from the workshop of Francesco Caramora (1797-1827), in Contrada Maestra, Valenza. Caramora was the first goldsmith to set up shop in the little town on the border between Piedmont and Lombardy, and his small business marked the first stage in the relationship between the little town of Valenza and the age-old art of jewellery making. Caramora died prematurely in 1827, leaving his daughter Antonia Rosa (still a child), his tools and jewels (including the *à deux tableaux* and coral drop earrings, snake bracelets and Maltese crosses *à la Janette*) and some other valuable pieces bought by his protégé Pietro Carlo Bartolomeo Canti, who took over the jewellery business and the running of the workshop¹. The Canti clan had family ties and economic links with another two families named Morosetti and Battaglieri, and the trio were to lead the jewellery industry in Valenza for the next thirty years. Their workshops produced

jewels for a middle-class clientele who came from as far as the Kingdom of Sardinia.

Between 1825 and 1855, under the regulations imposed by the Savoy, which required manufacturers to affix stamps and declarations of origin to their work, the first group of goldsmiths was formed² of a group of master craftsmen who created their pieces from start to finish, and passed on their skills to their students. This system prevailed until the middle of the century when the Kingdom of Sardinia, having broken free from the shackles and restrictions of medieval times, paved the way for the first jewellery factories under the liberalist policies of Camillo Cavour. Between 1855 and 1862, the old workshops were joined by new ones, including the one founded by Carlo Bigatti (1814-1893) where the workers were organised into specialised teams (goldsmiths, engravers and gold cleaners) and produced an assortment of jewellery pieces—earrings, brooches and rings—known as "*bigiotteria*", which contained no precious stones but were decorated with enamelling and engravings.

Italian unity brought with it a national market which rendered obsolete the laws on gold and silver hallmarks, changing the regime from one of strict controls to a system free trade and production. To meet national demand, the factories of Valenza expanded, and the number of people employed in the industry also increased. The small craftsmen's workshops gave way to jewellery manufacturing on a large scale.

1. The historic details of Valenza and its jewellery industry are taken from: Lia Lenti, *Gioielli e gioiellieri di Valenza. Arte e storia: 1825-1975*, Turin, 1994, Umberto Allemandi & C.

2. On the laws of the Savoy and the stamps affixed by the first jewellers in Valenza: Augusto Bargoni, *Maestri orafi e argentieri in Piemonte: dal XVII al XIX secolo*, Turin, 1976, Centro Studi Piemontesi.

Durant cette période c'est Vincenzo Melchiorre (1845-1925) qui conditionna le développement de la joaillerie de Valenza. C'est un orfèvre qui avait accumulé une grande culture durant ses nombreux séjours de travail : à Turin (chez le joaillier de la maison de Savoie Twerembold), à Florence (chez Marchesini, autre joaillier des souverains italiens), à Paris (auprès de la maison Vaubourzeix). Grâce à ces expériences, il réussit à donner à son activité un trait particulier, celui de produire des pièces d'orfèvrerie et de joaillerie selon la mode de Londres et de Paris. En 1873, de retour de voyage, Vincenzo Melchiorre fonda à Valenza une « Société pour activité en commun d'orfèvres et de joailliers » au nom de Melchiorre & C³. Son oncle n'était autre que Camillo Bertuzzi, dessinateur renommé de l'atelier d'Hippolyte Vaubourzeix, lui-même fournisseur de Frédéric Boucheron⁴. À partir de cette date et jusqu'à sa fermeture en 1933, la maison Melchiorre restera une véritable école de joaillerie. Les raisons de son succès résident dans la qualité de sa production, dans la capacité de conduction de l'entreprise et dans l'invention d'un style capable d'allier le goût international à la sensibilité italienne traditionnelle pour l'esthétique. En 1881 la maison obtint la médaille de bronze à l'Exposition Nationale de Milan et trois ans plus tard, la médaille d'argent à celle de Turin. En 1887 la manufacture ne comptait pas moins de quarante-deux ouvriers orfèvres, sertisseurs et laveuses, en 1889 soixante-dix et en 1911 quatre-vingt-six. L'entreprise jouissait d'une conduction familiale efficace ; en effet à partir de 1891, en l'espace de quelques années les six fils de Vincenzo entrèrent à faire partie de la maison : Ca-

millio et Guido s'occupaient des rapports avec les clients, Bice et Mario de la comptabilité, Celeste des achats de pierres précieuses et Ugo créait les bijoux et dirigeait la manufacture. À partir de 1880 la maison commença à exporter en Amérique Latine et au début du Vingtième siècle elle comptait cinq vendeurs salariés pour le marché italien, un représentant pour l'Amérique Latine, un pour la Turquie et l'Égypte, un pour l'île de Malte et un bureau de représentation à Pforzheim en Allemagne. En 1916, pour augmenter les ventes, la maison s'équipa d'un catalogue de vente par correspondance en quatre langues (italien, français, espagnol et anglais). La qualité d'exécution des bijoux fut maintenue au cours du temps grâce à la formation et à l'entraînement des opérateurs, fonction dont Vincenzo Melchiorre s'acquitta toujours avec passion et constance : enseigner aux ouvriers les techniques de joaillerie fut toujours, pour lui, une des pierres angulaires de sa réussite. Orfèvres, joailliers, sertisseurs et graveurs étaient spécialisés dans les techniques d'exécution et de finition dites « à la française ». Les modèles de plus simple facture étaient attribués aux jeunes apprentis tandis que les maîtres se chargeaient des pièces plus complexes selon une pratique toujours en vigueur aujourd'hui dans les manufactures de Valenza. Chaque maître était flanqué d'un jeune qui pouvait, selon sa propre inclination, apprendre en cinq ou six ans les méthodes nécessaires à l'exécution de modèles dont le maître était un spécialiste. Cette hiérarchie de capacité et d'habileté, résultat d'années d'apprentissage, trouve sa confirmation dans la différence des salaires horaires, comme en témoignent les Livres des Comptes. Depuis toujours, la création des

3. Sur la maison Melchiorre & C. outre le texte cité dans la note 1 (p. 419-420) : Lia Lenti, *Il Liberty, rinnovamento dello stile e dei modelli nella gioielleria italiana del primo Novecento. La fabbrica di orficerie e gioiellerie Melchiorre & C.*, dans Lia Lenti - Dora Liscia Bemporad (par), "Gioielli in Italia. Temi e problemi del gioiello italiano dal XIX al XX secolo", Venezia, 1996, Marsilio, p. 103-114, fig. 39-43. Melchiorre (ad vocem), dans Marguerite De Cervat (par), "Dictionnaire International du Bijou", Paris, 1998, Editions du Regard, p. 363; Lia Lenti (par), *Melchiorre & C. Dal 1873 al 1933*, Quaderni di Studio n. 2 - For. Al. Alessandria, 2008, Viscardi.

4. Lia Lenti, *Camillo Bertuzzi, designer di gioielli. Parigi, Firenze, Londra. 1819-1894*, Firenze, 1998, SPES, p. 28.

During these years, the jewellery industry in Valenza was influenced by Vincenzo Melchiorre (1845-1925), a very experienced goldsmith who had acquired his knowledge on his travels around Europe. He had worked in Turin, for Twerembold, the jeweller to the Savoy family), Florence (for Marchesini, another royal jeweller), and for Vaubourzeix in Paris. These experiences had given his work a special character, and he was able to produce pieces in the styles popular in London and Paris. In 1873, returning from his travels, Vincenzo Melchiorre, whose uncle was Camillo Bertuzzi (a well-known designer from the workshop of Hippolyte Vaubourzeix, supplier to Frédéric Boucheron³) founded a "Common Society of Goldsmiths and Jewellers" named Melchiorre & C⁴, based in Valenza. For several decades, until it closed down in 1933, Melchiorre was an institution in the jewellery-making trade. Its success was attributable to the quality of the finished products, clever business management and an innovative style that reconciled international tastes with the sensitivity to aesthetics for which Italy is well-known. In 1881 the company won the bronze medal at the Milan Exhibition, followed by a silver medal at the Turin Exhibition three years later. In 1887 the factory employed 42 staff including goldsmiths, setters and cleaners. This number rose to 70 in 1889, and reached 86 by 1911. The company was efficiently run by the founding family—in 1891 Vincenzo's six children began to join the firm one after another. Camillo and Guido were responsible for customer relations, Bice and Mario handled the accounts, Celeste bought the gemstones

while Ugo designed the jewellery and managed the production operations. In 1880 the company began exporting to Latin America, and in the early 20th century it had five salesmen to cover the Italian market, a representative for Latin America, one for Turkey and Egypt, one for Malta and even a representation office in Pforzheim, Germany. In 1916, to increase its distribution, the company launched a mail order catalogue translated into four languages (Italian, French, Spanish and English). The quality of the jewellery produced at that time was maintained thanks to a carefully-trained workforce, a task to which Vincenzo Melchiorre was extremely dedicated: the teaching of jewellery-making techniques was always one of the hallmarks of his work. Goldsmiths, jewellers, setters and engravers became specialised in the "French style" of production and finishing. The more straightforward models were entrusted to the young apprentices, while the more complex pieces were given to the master craftsmen, according to a practice still used in Valenza today. Each master was flanked by a young apprentice who could learn the skills needed to produce his mentor's masterpieces in about five or six years, if he was talented and tenacious enough. This hierarchy of skills, honed during years of hard work, is illustrated by the differences in hourly rates entered in the *Registri della Fabbrica* (factory ledgers). From the very early days, the models were entrusted to designers whose task was to renew the styles over the decades, following the sequence of trends found in European jewellery between the last quarter of the nineteenth century and the 1930s. For example, Ugo Melchiorre (1890-1981)

3. Lia Lenti, *Camillo Bertuzzi, designer di gioielli. Parigi, Firenze, Londra. 1819-1894*, Florence, 1998, SPES, page 28.

4. On Melchiorre & C., apart from the text quoted in footnote 1 (pp. 419-420): Lia Lenti, *Il Liberty, rinnovamento dello stile e dei modelli nella gioielleria italiana del primo Novecento. La fabbrica di oreficerie e gioiellerie Melchiorre & C.*, in Lia Lenti - Dora Liscia Bemporad (ed.), "Gioielli in Italia. Temi e problemi del gioiello italiano dal XIX al XX secolo", Venice, 1996, Marsilio, pp. 103-114, photographs 39-43; *Melchiorre* (ad vocem), in Marguerite De Cerval (ed.), "Dictionnaire International du Bijou", Paris, 1998, Editions du Regard, page 363; Lia Lenti (ed.), *Melchiorre & C. Dal 1873 al 1933*, Quaderni di Studio n. 2 - For. Al. Alessandria, 2008, Viscardi.

modèles était l'œuvre de dessinateurs qui, au cours des décennies, eurent à charge de les renouveler en suivant les changements de style intervenus dans la joaillerie européenne du dernier quart du XIX^e siècle jusqu'à la fin des années Trente du XX. Par exemple Ugo Melchiorre (1890-1981) fut un dessinateur qui s'inspira à l'Art Nouveau (mouvement artistique qui, en Italie, fut appelé Liberty). Malgré l'influence des modèles et des tendances de la joaillerie de Paris, il sut trouver un compromis avec le goût italien grâce à l'adoption de normes appliquées à la création, parmi lesquelles l'abstraction de la décoration, la symétrie de la composition et la structure du bijou organisée autour de son point central.

La crise causée par la Première Guerre Mondiale provoqua la fermeture presque totale des activités liées à l'orfèvrerie mais les joailliers de Valenza, une fois la guerre terminée, se remirent à nouveau en activité et au cours des années Vingt se spécialisèrent dans la création de bijoux Art Déco, produits dans des ateliers de taille bien plus petite que les manufactures du XIX^e siècle et que les documents de l'époque appelaient industrie à domicile⁵. Ces bijoux étaient produits en un nombre limité d'exemplaire, en platine, or blanc et pierres précieuses (diamants, rubis, émeraudes, saphirs), selon des standards de fantaisie et de finesse d'exécution facilement reconnaissables. La technique de sertissage en pavé, initialement exécutée selon la méthode française, fut modifiée jusqu'à atteindre des niveaux d'originalité et de perfection difficiles à imiter. Ce genre répondait aux exigences de la bourgeoisie italienne qui désirait se parer de bijoux raffinés, d'une création et d'une exé-

cution nouvelles. La société italienne était en train de changer profondément, elle devenait plus riche et si la période du fascisme instaurait d'une part la dictature, d'autre part elle achevait le processus d'industrialisation de l'Italie. En 1937, dans le but justement de favoriser le développement des manufactures italiennes, l'Office national pour l'Artisanat et les Petites industries (ENAPI) publia dans un éditorial dédié à l'artisanat typique – comme les verres de Murano ou les dentelles de Burano par exemple – le *Catalogue de l'Orfèvrerie*⁶ de Valenza, « ville de l'or » choisie comme représentant de la meilleure tradition nationale. Ainsi donc, durant les deux décennies qui séparent les guerres mondiales, le panorama de ce petit monde de manipulateurs de choses précieuses se révéla particulièrement vivace, dynamique et flexible ; de petits ateliers naissaient ou mourraient prématurément et très souvent le maître et son élève travaillaient côte à côte, à l'image de ce qui s'était produit un siècle plus tôt dans la boutique de Francesco Caramora. La dimension réduite des joailliers aida ces derniers à surmonter sans trop de perte la crise économique, connue comme la « Grande Dépression », qu'avait provoqué la chute de la Bourse de New York et qui dura jusqu'à la fin de l'année 1934. Après l'orage, 1935 se révéla une année assez favorable pour le commerce, grâce à une nouvelle loi de réglementation des marques et des titres que les joailliers eux-mêmes réclamaient depuis quelques années. La loi, entrée en vigueur en Italie le 22 mars 1935, instituait les titres 735, 585, 500, 333 pour l'or et 950 pour le platine et obligeait les joailliers à demander au Bureau des Marques de la Chambre de Commerce nationale le poinçon de

5. Donato Debenedetti, *Un'industria secolare: l'oreficeria nella città di Valenza*, 1926, Torino

6. *Catalogo dell'oreficeria di Valenza*, 1937, ENAPI

was a designer inspired by Art Nouveau (an artistic movement known as “Liberty” in Italy). Although some ideas and models were copied from Paris, he injected Italian flair by applying principles such as abstract decoration, symmetrical composition, and structuring the piece around the central point.

The crisis caused by World War I led to the closure of almost all jewellery making factories, but when the war ended, the Valenza factories reopened, and became specialised in art deco pieces during the 1920s. The workshops were smaller than those of the previous century, and documents from that time refer to them as *industrie a domicilio* (businesses run from home)⁵. The jewellery of this time was produced in limited editions and made from platinum, white gold and precious stones (diamonds, rubies, emeralds and sapphires), with an ingenuity and precision of execution that made them highly distinctive, partly thanks to the pavè setting technique, based on the French process but modified to achieve a level of originality and perfection that was hard to imitate. The style met with approval from the Italian middle classes who wanted sophisticated jewellery with new shapes and designs. Italian society was undergoing radical change: it was now wealthier, and although the fascist Twenties established a dictatorship, on the other hand the industrialisation of Italy was now almost complete. In 1937, to support the growth of Italy’s manufacturing industries, the National Association of Craftsmen and Small Businesses (ENAPI), published a series dedicated to ancient Italian crafts such as Murano glass

or Burano lace. The series also included the *Catalogo dell'Oreficeria*⁶ of Valenza, “the city of gold”, held up as a perfect example of Italian tradition. During the twenty years that divided the two world wars, this small universe of energetic and highly skilled craftsmen proved to be a remarkably dynamic community, in constant flux thanks to the constant opening and closing of small ateliers in which the jewellers often worked side by side, master and apprentice, as they had done in Francesco Caramora’s workshop a hundred years earlier. The smaller workshops helped the jewellers to escape the Great Depression, the economic crisis generated by the Wall Street collapse, relatively unscathed. The depression lasted until 1934, but after the storm had abated, 1935 proved to be a good year for business, partly thanks to a new law governing trademarks and the hallmarks that the jewellers themselves had been demanding for several years. The law entered into force in Italy on 22 March of that year, establishing the hallmarks 750, 585, 500, 333 for gold and 950 for platinum, and jewellers were obliged to apply for a manufacturing stamp from the Trademark Office of the Italian Chamber of Commerce. Between March 1935 and February 1944, 208 jewellers from Valenza applied for the mark.

As far as style was concerned, Deco was popular in Valenza until 1935, and was expressed in two consecutive trends. The first, defined as neoclassical, contained none of the pairings of coral, lapis, jade, onyx and rock crystal typical of the “1925 style”, incorporated motifs inspired by classical art, which were translated

5. Donato Debenedetti, *Un'industria secolare: l'oreficeria nella città di Valenza*, 1926, Turin

6. *Catalogo dell'oreficeria di Valenza*, 1937, ENAPI

marque. Entre mars 1935 et février 1944, 200 joailliers de Valenza demandèrent la marque.

Sur le plan de la création, les bijoux de Valenza traduisirent le style Art Déco jusqu'en 1935, selon deux tendances, successives l'une à l'autre. La première, dite néo-classique, exempte d'alliances de corail, lapis, jade, onyx et cristal de roche typiques du « style 1925 » accueillit dans son répertoire décoratif des motifs extraits de l'art classique, les traduisant en ajourages raffinés et aériens. La seconde, dite « internationale », s'inspira de suggestions et de tournures de style internationales justement, assimilées par les joailliers dans les revues et les catalogues étrangers comme *Art et Bijoux*, *Gem Creations*, *Schmuckallerlei*. De 1935 jusqu'au début de la seconde guerre mondiale, avec l'avènement de la politique autarchique imposée par le régime fasciste, la joaillerie de Valenza évolua entre un Art Déco tardif et des flash-back de style Rococo et Renaissance. Mais en même temps poignait également une autre sensibilité, précurseur du style des Années Quarante, qui concevait les bijoux selon une vision architecturale, où lignes droites et courbes se superposaient sur différents niveaux et où les structures s'enrichissaient d'articulations et d'entrelacements⁷.

On doit surtout à la société Carlo Illario e Fratelli, dont les marques CIF e 26 AL furent pendant des dizaines d'années synonymes de beauté, d'exclusivité et de perfection technique⁸, d'avoir su exprimer la vitalité de la joaillerie de Valenza. Fondée en 1920 par Carlo, Vincenzo et Luigi Illario, la maison deviendra

le plus gros fournisseur de bijoux de Faraone, Fasano, Settepassi, Cusi, Fecarotta, ainsi que de Bulgari pour les accessoires de luxe, élégants et parfaits, comme les montres-bracelets, les sacs à main et les porte-cigarettes⁹. La maison continuera sa production jusqu'au seuil du nouveau millénaire, réalisant des œuvres parfaites pour les joailleries les plus importantes du monde. Carlo, qui s'était formé en tant que joaillier à Paris chez Wisoune, s'occupait personnellement de la formation des opérateurs et dirigeait l'exécution des bijoux, Vincenzo, sertisseur de pierres précieuses chez Melchiorre & C. était expert en pierres précieuses, tandis que Luigi, fondateur et président de l'Association de Joailliers de Valenza, supervisait l'administration de la maison. L'arrivée en 1928, de Vienne, d'un groupe d'ouvriers de qualité – l'orfèvre E. Popper, l'émailleur R. Hovorka, le dessinateur et émailleur F. Ballon, le sertisseur L. Skrabal, le polisseur C. Wohree – ouvrit la voie à la réorganisation de la manufacture en quatre ateliers : joaillerie, bijouterie, chaînes et tissus en or, objets d'orfèvrerie prestigieux (comme la Coppa del Littorio pour le Premier Tour Automobile d'Italie exécutée en or en 1933, le capot du pavillon de guerre du sous-marin Alagi réalisé en émaux, argent et lapis-lazuli en 1938, la lampe votive à la mémoire de Vittorio Emanuele III exécutée sur commande du joaillier Ventrella) et accessoires d'habillement de luxe (sacs à main, trousse de maquillage, porte-cigarettes, lunettes, etc.) produisant en moyenne un millier d'objets par an grâce à une main d'œuvre hautement spécialisée d'environ quatre-vingt ouvriers. Carlo Illario rompit la tradition imposée par Vincenzo Melchiorre et qui était encore présente à Valenza, celle d'une main

7. Sur l'Art Déco italien : encore Lia Lenti, op. cit., 1994, p. 153-179; Paola Venturelli, *Orafi e oreficerie in Italia durante il Ventennio*, dans Fabio Benzi (par), "Il Decò in Italia", Milano, 2004, Electa, p. 238-249.

8. Lia Lenti, op. cit., 1994, p. 414-415; Illario (ad vocem), dans Lia Lenti-Maria Cristina Bergesio, "Dizionario del gioiello italiano del XIX e XX secolo", Torino, 2005, Umberto Allemandi & C. p. 139-141.

9. Amanda Triossi (par), *Bulgari. Tra eternità e storia dal 1884 al 2009. 125 anni di gioielli italiani*, Milano, 2009, Skira, p. 334-336, 348-349.

into elegant, ethereal pieces of openwork. The second, known as the "international" style, reinterpreted ideas and concepts from other countries that were assimilated by jewellers from foreign journals and publications such as *Art et Bijoux*, *Gem Creations* and *Schmuckallerlei*. Between 1935 and the outbreak of World War II, with the advent of the autarchic policy imposed by the Fascist regime, Valenza's jewellery industry was a cross between late Decò and the stylistic revivals of the Renaissance and Rococò periods. Another approach was also beginning to emerge, the predecessor of the Forties style, in which jewellery was interpreted from an architect's viewpoint, with curved and straight lines overlapping on several levels, and designs were enhanced with couplings and woven detailing⁷.

The mainstay of Valenza's thriving jewellery trade at this time was Carlo Illario e Fratelli, whose mark CIF e 26 AL remained synonymous with beauty, exclusivity and technical perfection for decades⁸. Founded by Carlo, Vincenzo and Luigi Illario in 1920, the company was to become the leading supplier of jewellery for Faraone, Fasano, Settepassi, Cusi, Fecarotta, and Bulgari thanks to its elegant, flawless accessories such as bracelet watches, pochettes and cigarette cases⁹. The company continued to operate until the dawn of the new millennium, producing flawless pieces for the world's leading jewellery houses. Carlo, who had learned his trade at Wisoune in Paris, was personally responsible for training his staff, and directed production, while Vincenzo, formerly a

stone setter at Melchiorre e C., was an expert in precious stones. Luigi, also the founder and chairman of the Valenza Association of Jewellers, supervised the running of the company. In 1928, a team of experts arrived from Vienna (the goldsmith E. Popper, the enameller R. Hovorka, the designer/enameller F. Ballon, the engraver L. Skrabal and the polisher C. Wohree), and as a result the factory was reorganised into four departments: jewellery, bijouterie, gold chains and fabrics, and prestigious gold pieces such as the cup made for the First Grand Tour of Italy in 1933, the flag compartment of the Alagi submarine, made from enamel, silver and lapis in 1938, the lamp made in memory of Vittorio Emanuele III commissioned by Ventrella, and high-class accessories such as bags, troussees, cigarette cases and sunglasses. On average, the company produced 1000 pieces a year, thanks to its highly specialised team of 80 workers. Carlo Illario broke with the tradition of employing almost exclusively local staff, a custom imposed by Vincenzo Melchiorre and still practised in Valenza at the time, as he called on workers specialised in techniques hitherto unknown in the town, such as enamelling, mesh working, gold thread fabric and the "tubogas" technique. From that time on, these new techniques also became part and parcel of Valenza's jewellery-making legacy. It was thanks to the management of Vincenzo Illario, a skilled setter and expert in precious stones, the designer Franz Ballon, the lead jeweller Enrico Prandi, the second jeweller Carlo Aviotti and the lead setter Luigi Bifignandi that the jewellery department became one

7. On Italian deco: again Lia Lenti, op. cit., 1994, pp. 153-179; Paola Venturelli, *Orafi eoreficerie in Italia durante il Ventennio*, in Fabio Benzi (ed.), "Il Decò in Italia", Milan, 2004, Electa, pp. 238-249.

8. Lia Lenti, op. cit., 1994, pp. 414-415; Illario (ad vocem), in Lia Lenti-Maria Cristina Bergesio, "Dizionario del gioiello italiano del XIX e XX secolo", Turin, 2005, Umberto Allemandi & C. pp. 139-141.

9. Amanda Triossi (ed.), *Bulgari. Tra eternità e storia dal 1884 al 2009. 125 anni di gioielli italiani*, Milan, 2009, Skira, pp. 334-336, 348-349.

d'œuvre qualifiée, d'origine presque exclusivement locale. Il employa des ouvriers qui étaient spécialisés dans des techniques qui étaient inconnues localement, comme l'émail, le filet, le tissu en fil d'or, le tuyau de gaz, et qui sont par là même devenues ensuite partie du patrimoine de l'orfèvrerie de la ville. En outre c'est grâce à la direction de Vincenzo Illario, habile sertisseur et expert en pierres précieuses, au dessinateur Franz Ballon, au premier joaillier Enrico Prandi, au second joaillier Carlo Aviotti et au premier sertisseur Luigi Biffignandi que l'atelier de joaillerie devint l'un des plus renommés en Italie, au point de rivaliser par sa finesse d'exécution et sa beauté innovatrice avec ceux de Paris.

Le 3 septembre 1941, par décret Royal émis suite à la déclaration de guerre de l'Italie prononcée au balcon de Piazza Venezia par Benito Mussolini, l'achat et la vente et tout acte de transformation du platine, de l'or, de l'argent, des perles et des pierres précieuses ainsi que des objets manufacturés contenant, même en partie, des métaux précieux¹⁰, furent interdits. Ainsi s'ouvrait pour les joailliers italiens une des pages les plus sombres de leur histoire. En Italie et même à Valenza, nombreuses furent les maisons de joailleries qui furent contraintes à la fermeture, faute de pouvoir travailler les métaux précieux. D'autres se résignèrent à travailler des métaux vils comme l'acier, l'argentan, le cuivre et le laiton. Certaines, même, après avoir reconverti leurs équipements, reçurent de commandes de guerre. Très peu obtinrent l'attribution d'or et de platine par l'état. C'est justement pour ce motif que le bijoux de Valenza des années 1941-1945 est défini « pauvre », parce ce qu'il est réalisé avec des maté-

riaux de faible valeur intrinsèque bien qu'il soit exécuté selon les techniques et les formes typiques de la joaillerie¹¹. Grâce à cette formule il fut possible de conserver et de transmettre le patrimoine séculaire d'expérience et de tradition, le préservant jusqu'à la reprise économique d'après-guerre.

A partir des années Cinquante, l'orfèvrerie de Valenza, dont la structure sous forme d'agrégation de petites et moyennes entreprises artisanales n'avait pas changé, retourna à occuper le marché qu'elle avait cultivé entre les deux guerres. Une fois résolus les problèmes les plus urgents liés à la consolidation du marché, c'est l'esthétique du bijou qui revenait au premier plan. Ainsi se recréèrent les liens avec la tradition française qui avait inspiré le style des années Vingt et Trente. A partir de ce moment et pendant au moins vingt ans, le bijou français fut une source constante et primaire d'inspiration (matériaux, lignes, couleurs) et les stimulus qui en arrivaient eurent initialement un effet très positif¹². Le besoin d'assimilation dynamique des nouveautés artistiques, pour combler le retard et les lacunes, favorisa même la mise à jour des connaissances sur les courants artistiques modernes internationaux : du cubisme à l'art abstrait. Aussi pouvons nous parler de décade d'incubation c'est-à-dire d'une période durant laquelle la joaillerie de Valenza, s'adaptant aux formes des années Quarante et Cinquante, se prépara aux années Soixante qui allaient présenter et accueillir le Style Italien sur la scène internationale.

10. *Il divieto di commercio di pietre e metalli preziosi*, dans "L'Orafo Italiano", n. 9, 1941, p. 10

11. Lia Lenti, *Il gioiello di guerra: di necessità virtù*, dans "Di necessità virtù. Il gioiello, la storia, l'arte", Valenza, 2004, p. 4-11

12. Melissa Gabardi, *Muse francesi per il gioiello italiano nella prima metà del XX secolo*, dans Lia Lenti-Dora Liscia Bemporad, "Gioielli in Italia. Tradizione e novità dal XVI al XX secolo", Venezia, 1999, Marsilio, p. 135-145

of the most famous in Italy, and had nothing to fear from its Parisian counterparts when it came to quality of execution and creative invention.

On 3 September 1941, a Royal Decree, issued after Italy's entry into the war was announced by Mussolini from a balcony in Piazza Venezia, led to a prohibition on buying or selling platinum, gold, silver, pearls, precious stones, or any other object containing precious metals¹⁰. For Italy's jewellers, the announcement marked the start of one of the darkest chapters in their history. Many jewellery houses in Italy, including those in Valenza, were forced to close as a result of the ban. Others started working with base metals such as steel, alpaca silver, copper and brass. Some of them even converted their machines to receive orders from the military. A very few were awarded a State licence for gold and platinum. It was for this reason that Valenza's jewellery from the 1941–1945 period became known as "*povero*", in other words made with low-value materials yet with the traditional techniques and shapes¹¹. This formula preserved the age-old legacy of experience and tradition that was rediscovered during the post-war economic recovery.

From the 1950s onwards, Valenza's gold industry, with exactly the same structure of small and medium-sized craftsmen's workshops, regained control of the demand that had sprung up between the wars. Having resolved the pressing issue of consolidating the market, the focus was now on the appearance of the jewellery itself. Links with the French tradition that

had inspired the Twenties and Thirties styles were rediscovered. From that time on, for at least a decade the primary source of inspiration was the materials, lines and colours of French jewellery, while the ideas it contributed were initially viewed favourably¹². The need for a rapid assimilation of new artistic techniques to fill delays and gaps in the market also led to an exploration of modern international art trends, from cubism to abstractism. We could say that it was a decade of "incubation", a period in which Valenza adapted to the styles of the Forties and Fifties in preparation for the 1960s, when "Italian style" was presented—and enthusiastically received—on the world stage.

10. *Il divieto di commercio di pietre e metalli preziosi*, in "L'Orafo Italiano", no. 9, 1941, page 10

11. Lia Lenti, *Il gioiello di guerra: di necessità virtù*, in "Di necessità virtù. Il gioiello, la storia, l'arte", Valenza, 2004, pp. 4–11

12. Melissa Gabardi, *Muse francesi per il gioiello italiano nella prima metà del XX secolo*, in Lia Lenti-Dora Liscia Bemporad, "Gioielli in Italia. Tradizione e novità dal XVI al XX secolo", Venice, 1999, Marsilio, pp. 135–145