

AOV notizie

Giugno 1988 - N. 6 - Anno II

Sped. abb. gruppo III 70%

Publicazione mensile riservata alle Aziende associate
Spedizione in abbonamento postale gruppo III/70%
Reg. al Tribunale di Alessandria n. 350 del 18.12.1986

Associazione Orafa Valenzana

**Che tu voglia investire
un milione o un miliardo,
per il Sanpaolo
la differenza é...
tre volte zero.**



Primo zero:

stessa disponibilità

nel curare e ricercare l'investimento più opportuno ed adatto alle aspettative del cliente.

Secondo zero:

stessa professionalità

nell'esaminare e proporre l'investimento più redditizio e sicuro di piccoli e grandi patrimoni.

Terzo zero:

stessa efficienza

nell'eseguire l'operazione e nella gestione personalizzata di possibilità alternative di investimento.

CONSULENZA FINANZIARIA

SANPAOLO

ISTITUTO BANCARIO
SAN PAOLO DI TORINO

Filiale di VALENZA: corso Garibaldi, 111/113 - tel. (0131) 955701 - telex 210569

AOV NOTIZIE

edito dalla Associazione Orafa Valenzana

Pubblicazione mensile riservata alle Aziende associate

Registrazione del Tribunale di Alessandria n. 350 del 18.12.1986

Publicità inferiore al 70%

Spedizione in abbonamento postale gruppo III

Direttore Responsabile: Stefano Verità

Redazione e Segreteria: Valenza, Piazza Don Minzoni, 1 - tel. 91851

Stampa: Tipolitografia Battezzati, Valenza, Viale della Repubblica, 27/B - tel. 91567

sommario

ELEZIONI AOV	pag.2	VENDITE DELL'OGGETTO IN	
ASSEMBLEA ASCOV	pag. 4	ORO IN ITALIA NEL 1987	pag. 16
OROMODA A NEW YORK	pag. 5	INGREMENTATE LE VENDITE	
INIZIATIVE AOV PER LA		NEGLI U.S.A.	pag. 16
FORMAZIONE DEL PERSONALE	pag. 7	COSTITUENDO BANCO	
RASSEGNA FABBRICANTI ORAFI	pag.9	DI TORINO SPA	pag. 17
WORLD JEWELRY & ACCESSORY		SPIGOLANDO QUA E LA'	pag. 17
EXPO '88	pag. 10	FONDO ARTIGIANATO	pag. 18
BANGKOK GEMS & JEWELRY		ARTIGIANATO E MONDO POLITICO	pag. 18
FAIR '88	pag. 10	BILANCIO DE BEERS	pag. 18
NUOVO STAND "VALENZA GIOIELLI"		CORSO IGI A VALENZA	pag. 19
A VICENZAORO2	pag. 10	COMUNICATO FEDERPIETRE	pag. 19
VALENZA GIOIELLI MOSTRA		SERVIZIO ITALCABLE	pag. 19
DI AUTUNNO 1- 5 OTTOBRE 1988	pag. 11	SEGNALAZIONI	pag. 19
CONCORSO "IDEAGIOIELLO"	pag. 12	PROPOSTE	pag. 20
IL MERCATO GIAPPONESE	pag. 12		

elezioni AOV

Uno degli appuntamenti associativi più importanti di questo 1988 sono state le elezioni per il rinnovo del Consiglio di Amministrazione per il triennio 1988 - 90.

L'operazione, durata alcune settimane al fine di permettere a tutti i soci (circa 650) di ricevere le schede e ritornarcele debitamente compilate, si è conclusa formalmente martedì 31 maggio alle ore 14.00 quando la Commissione Scrutatrice ha iniziato lo spoglio, terminato in serata con i risultati delle votazioni.

Mentre per l'elezione dei Sindaci erano a disposizione dei votanti il solito numero di preferenze, la grossa novità di queste elezioni è stato il numero di preferenze da esprimere per il Consiglio di Am-

SCHEDE SPEDITE	n.651
SCHEDE VOTATE	n.555=85,25%
Soci iscritti	n. 658
Soci in regola con la quota sociale	n. 651
Soci morosi (ai quali non è stata consegnata la scheda di votazione)	n .7
schede valide per il C. di A.	n. 513
schede valide per il Collegio Sindacale	n. 533

ministrazione, in ragione di 10 da suddividersi nelle diverse categorie. Motivo questo, per il quale il numero di preferenze totalizzate da ciascun candidato sono sostanzialmente inferiori a quelle delle elezioni precedenti.

Riportiamo di seguito i risultati dello spoglio delle schede ed il resoconto del primo Consiglio di Amministrazione tenutosi giovedì **2 giugno** durante il quale si è avuta l'elezione del Presidente e delle cariche sociali.

produttori

	voti		
* 1 - Prandi Ginetto (Prandi F.li)	220	12 - Maiorana Carmelo (Maiorana Carmelo & C. snc)	60
* 2 - Verdi Giuseppe (G. Verdi & C. srl)	204	13 - Pasino Enrico (Stargold)	49
* 3 - Lorenzon Ferruccio (L.B.L. snc)	167	14 - Ferraris Maurizio (Diaminor Gioielli srl)	48
* 4 - Api Daniele (Api F.lli)	160	15 - Mazza Massimiliano (Mazza Piero & F. snc)	44
* 5 - Cominetti Mario (Coeval)	153	16 - Abbiati Giorgio (Abbiati & Borsalino snc)	42
* 6 - Raccone Andrea (Raccone & Strocco snc)	150	17 - Giansante Gian Franco (Gei Gioielli snc)	38
* 7 - Megazzini Massimo (Megazzini Alfredo)	120	18 - Furegato Graziano (Furegato F.lli)	25
* 8 - Terzano Lorenzo (Terzano Lorenzo)	110	19 - Marchese Giovanni (BMB di Marchese G. & C.)	24
* 9 - Acuto Paolo (P.A.P.)	88	20 - Biccato Gianni (Big Bag di Baggio G. & C.)	22
*10 - Bosco Fabio (Bosco Giovanni & C. snc)	87		
11 - Maggiolo Ivan (Maggiolo Ivan & C.)	78		

produttori commercianti

	voti
* 1 - Arata Giampiero (Monile snc)	199
* 2 - Illario Vittorio (Illario Carlo & F.lli SpA)	192
* 3 - Milano Piero (Milano Benzi)	137
* 4 - Legnazzi Roberto (Legnazzi Roberto SpA)	92
* 5 - Montaldi Bruno (Montaldi Bruno Gioielli)	91
* 6 - Ceva Luigi (New Italian Art)	89
7 - Profumo Raffaele (Moraglione F.lli)	87
8 - Canu Gianfranco (Canu Gianfranco & C.)	84
9 - Lani Pier Antonio (Lani F.lli)	82
10 - Barzizza Mauro (Barzizza Capra Ponzone)	67
11 - Dini Antonio (Dini Antonio)	46
12 - Cavezzale Franco (Cavezzale Piero)	36
- Deambrogio Italo (Deambrogio F.lli)	1
- Ricci Adelio (Ricci Giorgio & C.)	1

commercianti

	voti
* 1 - Verità Stefano (Nino Verità Designs srl)	229

* 2 - Cova Massimo (Magiulè di Cova Massimo)	146
* 3 - Ponzone Giulio (Ponzone Giulio)	130
4 - Bartolini Paolo (Bartolini Paolo & C.)	70
5 - Raspagni Luca (Raspagni Giancarlo & C.)	47
6 - Casorati Flavio (Casorati Luciano)	26
- Bajardi Ubaldo (Bajardi Luciano)	1

commercianti in pietre preziose

	voti
* 1 - Roberto Francesco (Capellaro & C.)	184
* 2 - Smit Roland (Smit Roland)	78
3 - Daricco Luigino (Daricco & C.)	44
4 - Benzi Riccardo (Benzi Riccardo P.P.)	34
- Magno Giorgio (Magno Giorgio)	1

collegio sindacale

	voti
* 1 - Bariggi Giorgio (Bariggi F.lli)	237
* 2 - Chiappone Danilo (Chiappone & Dolce)	235
* 3 - Ferraris Giampiero (Ferraris & C. snc)	215
4 - Canepari Giancarlo (Canepari F.lli)	166
5 - Cassola Gilberto (Cassola Gilberto & C.)	153

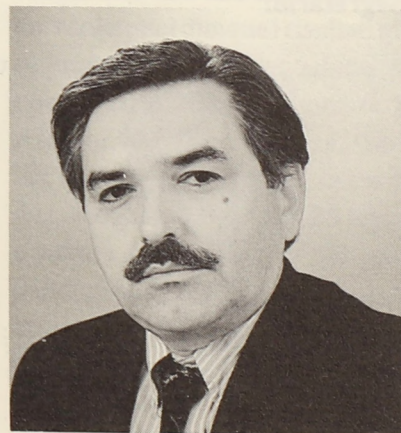
elezione del Presidente

La prima seduta del neo-eletto Consiglio con la presenza di 19 Consiglieri, è stata aperta dal Sig. Balzana Ginetto nella sua veste di responsabile della Commissione Scrutatrice. A questi è subentrato quale Presidente della seduta il Sig. Prandi Ginetto, quale Consigliere più anziano che ha condot-

to le votazioni per l'elezione del Presidente, dei due Vice e del Segretario: Tali votazioni hanno avuto i risultati che appresso riportiamo.

Presidente:

- Rag Giuseppe Verdi voti n. 13
- Rag Vittorio Illario voti n. 1
- Sig. Arata Giampiero voti n. 2



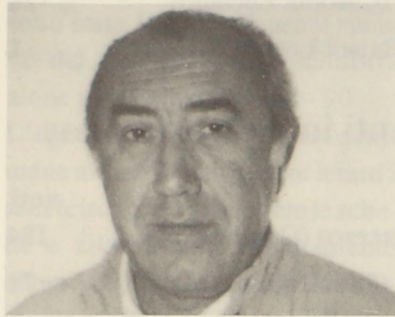
- schede bianche n. 3

Vice-Presidente Vicario:

- **Ponzone Giulio** voti n. 15

- Arata Giampiero voti n. 1

- Illario Vittorio voti n. 1



- Prandi Ginetto voti n. 1

- schede bianche n. 1

Vice-Presidente:

- **Arata Giampiero** voti n. 16



- Illario Vittorio voti n. 2

- Prandi Ginetto voti n. 1

Segretario:



- **Api Daniele** voti n. 17

- schede bianche n. 2

Commissioni di lavoro

Susseguentemente, e precisamente lunedì 6 giugno, il C. di A. si è riunito ancora per affrontare il problema della costituzione della società di servizi e per stabilire la data dell'Assemblea Ordinaria dei Soci, fissata per il 20 giugno.

Il C. di A. ha anche provveduto alla nomina dei componenti delle varie Commissioni di lavoro e le attribuzioni degli incarichi speciali.

Commissione Disciplina:

responsabile:

Roberto Francesco

membri:

Montaldi Bruno

Prandi Ginetto

Verità Stefano

Cominetti Mario

Cova Massimo

Commissione Finanziaria:

responsabile:

Illario Vittorio

membri:

Megazzini Massimo

Cova Massimo

Terzano Lorenzo

membro esterno:

Lunati dr. Gianluca

Commissione promozione e mostre

responsabile:

Prandi Ginetto

membri:

Verità Stefano

Legnazzi Roberto

Bosco Giovanni

Raccone Andrea

membri esterni:

Canu Gianfranco

Raspagni Luca

Commissione Stampa

Responsabile:

Ponzone Giulio

membri:

Ceva Luigi

Smit Roland

Lorenzon Ferruccio

membri esterni:

Maggiolo Ivan

Profumo Raffaele.

Incarichi speciali

- addetto Stampa: Smit Roland

- scuole: Prandi Ginetto

Acuto Paolo

- corsi serali: Ricci Adelio

- relazioni pubbliche: Arata Giampiero.

Assemblea ASCOV

Si è svolta lunedì 30 maggio, presso la sala delle riunioni dell'Associazione Orafa Valenzana, l'annuale assemblea dei Soci ASCOV, Associazione Commercianti Orafi Valenzani.

A dirigere l'Assemblea è stato chiamato Stefano Verità, Presidente uscente dell'AOV, presente alla riunione in qualità di nuovo socio ASCOV.

Approvato all'unanimità il bilancio 1987, chiuso con un consistente attivo, il dott. Alberto Lenti, Presidente ASCOV, ha passato in rassegna l'attività dell'Associazione nel 1987. Dopo il rilevante successo ottenuto con l'abolizione della normativa sul trasporto merci, due realizzazioni di grande rilievo sono state la convenzione CARISPO per il leasing a condizioni molto convenienti, e un accordo con la SAI Assicurazioni per una polizza furto, incendio e collisione per auto locate in leasing, con un'ampia serie di garan-

zie accessorie.

La discussione si è poi sviluppata su due punti che l'ASCOV ritiene di particolare importanza per lo sviluppo dell'intero settore orafa valenzano: la politica delle nostre mostre e il marchio d'origine e qualità.

Sul primo argomento è emersa l'opinione che il nuovo Consiglio dell'AOV debba rivedere i rapporti fra Mostra del Gioiello Valenzano e Rassegna dei Fabbricanti, che nelle ultime edizioni ha preso di-

scutibili indirizzi.

Riguardo il marchio, è stata espressa l'esigenza che si superino finalmente le incertezze che hanno rallentato negli scorsi anni la realizzazione di quel progetto, e si possa giungere in tempi brevi alla sua pratica realizzazione. A questo proposito sono state accolte con viva soddisfazione le dichiarazioni di Stefano Verità, secondo il quale il primo impegno del nuovo Consiglio AOV sarà la costituzione di una Società di Ser-

vizi, premessa indispensabile alla costituzione del Consorzio per il Marchio di Origine e Qualità.

La serata si è conclusa con un ringraziamento ai Soci ASCOV che si sono resi disponibili ad accettare la candidatura per le elezioni AOV e con un appello alla collaborazione da parte di tutti, per consentire all'ASCOV di affrontare con successo i problemi legati alla pressante necessità di rinnovamento della distribuzione del prodotto orafa valenzano.

OROMODA A NEW YORK

Sarà il triangolo d'oro idealmente tracciato tra Arezzo, Valenza e Vicenza il leit-motiv di una delle più attese iniziative del settore: la presenza al Javits Center, nell'ambito dell'edizione estiva della mostra di New York, dei maggiori centri italiani della produzione di oreficeria e gioielleria.

Un'ouverture in grande stile quella della sfilata OROMODA organizzata dalla Robyn Lewis Studio, l'agenzia di relazioni pubbliche alla quale si sono rivolti i tre Enti e che ha scelto per l'organizzazione una nota agenzia che fa capo alla figlia del Governatore Americano Cuomo.

Insieme a circa 70 aziende di gioielleria provenienti dalle tre realtà produttive, la manifestazione potrà inoltre contare anche su prestigiosi abbinamenti firmati dai maggiori stilisti italiani; una vera festa per

il gusto "made in Italy" dunque, e per lo stile che si fa ammirare in tutto il mondo per cura e fantasia. Nulla verrà trascurato ed intorno alla pedana sulla quale sfileranno le manequines, nella grande sala del centro Newyorkese, saranno sistemati dei grandi schermi che riproporranno i gioielli indossati di volta in volta dalle modelle.

Una cosa è certa, il triangolo, simbolo al quale è ispirata l'intera scenografia non verrà dimenticato facilmente da quanti interverranno alla manifestazione. Più di 800 sono stati gli inviti spediti a dettaglianti selezionati, e circa 200 quelli destinati a personalità dell'high society e del mondo dello spettacolo e della moda americana. Un grande risalto sarà inoltre dato all'avvenimento durante la JA a tutti i visitatori della mostra; mentre la campagna informativa pre-

vede presenze stampa non solo sui periodici di settore, ma anche su settimanali e quotidiani di larga diffusione.

Il debutto dei tre centri orafi italiani finalmente uniti per proporre un unico messaggio promozionale è stato inoltre sostenuto ed organizzato - è importante sottolinearlo - in stretta collaborazione con Mr. Abelson, Presidente della JA, che per la prima volta, permette nel suo ambito una tale manifestazione. Molteplici dunque i risultati già ottenuti dall'organizzazione di questa prima azione concordata da Arezzo, Valenza e Vicenza, risultati ai quali farà eco il successo di questa sfilata che giovedì 25 luglio a partire dalle 18.10 (a chiusura della mostra) parlerà finalmente italiano e non veneto, toscano o piemontese a più di mille operatori del settore di tutto il mondo.



DAL 1904 NELLA VOSTRA PROVINCIA

BANCA COMMERCIALE ITALIANA

*Direzione Centrale: Milano
468 sportelli in Italia*

*ad Alessandria
corso Roma, 5
tel. (0131) 445211*

*a Casale Monferrato
piazza Mazzini, 4
tel. (0142) 79193*

*a Tortona
via Emilia, 98
tel. (0131) 815151*

*a Valenza
viale L. Ariosto, 6/8
tel. (0131) 946464*

INIZIATIVE AOV per la formazione del personale

incoraggiante bilancio di fine anno scolastico dei corsi serali 1987 - 88

Giovedì 9 giugno si è svolta la tradizionale distribuzione degli attestati di fine anno agli studenti del corso di disegno "L. Illario" e del corso di modellato di plastilina e cera introdotto quest'anno per la prima volta.

Al consueto appuntamento in AOV si sono così presentati i circa 60 studenti-lavoratori che hanno assiduamente frequentato le lezioni, i professori Dubois, padre e figlio, Falasca e Lorenzon che, anno dopo anno, confermano l'iniziativa organizzata dall'Associazione in collaborazione con la Regione Piemonte come una delle più importanti attività a sostegno della formazione del personale delle ditte associate.

A congratularsi per la volontà dimostrata e la professionalità di docenti e studenti c'era l'immaneabile Sig. Ricci, insostituibile curatore AOV per le iniziative, il Presidente Verdi, il Vice- Presidente

Arata ed il Dr. Illario in rappresentanza della famiglia Illario che ha donato a tutti gli studenti dei due corsi degli ottimi testi sulla lavorazione artigianale in ricordo di Luigi Illario, indimenticabile presidente AOV al quale è stato intitolato il corso di disegno serale.

Tra i flash del fotografo e le calorose strette di mano si è così concluso questo anno scolastico, un anno fruttuoso, che ha saputo mettere fondamenta profonde anche per il nuovo corso di modellato in plastilina e cera e che trova nell'esperienza di quanti hanno frequentato quell'entusiasmo che non potrebbe essere trasmesso altrimenti.



Anche per il prossimo anno scolastico 1988 - 89 verrà ripetuto sia il corso di disegno sia quello di modellato in plastilina.

Di seguito riportiamo i relativi programmi, del resto già spediti a tutti i soci.

Corso di modellazione in plastilina e cera per i dipendenti delle aziende orafe 1988-89.

Partecipanti: al massimo 20;

durata: 150 ore circa, con inizio ai primi di ottobre e termine entro la fine di maggio 1989;

svolgimento: serale, con il seguente calendario: tutte le settimane, lunedì, mercoledì, venerdì;

iscrizioni: entro e non oltre venerdì 16 settembre 1988 presentandosi ai nostri uffici. Dato il numero chiuso dei partecipanti al corso, la data della domanda costituirà elemento di precedenza.

PRIMA FASE

Corso di modellato in plastilina:

-la materia tende a sviluppare l'occhio alla visione spaziale volumetrica ed alla plasticità del futuro oggetto traducibile in metallo.

- Copia da gessi a bassorilievo, riducendo dimensionalmente il modello, per avvicinarsi alle proporzioni peculiari dell'oreficeria.

SECONDA FASE

Modellazione in cera:

L'obiettivo è il raggiungimento di una pratica esecuzione di oggetti in cera applicabili direttamente alla fase esecutiva (microfusione).

Copia da fotografie o modelli vari; educazione alla precisione: spessori, volumi.

All'atto dell'iscrizione al corso di modellazione si suggerisce una testimonianza di qualifica (Scuole artistiche in genere, Scuole professionali nelle quali sia esplicito molto disegno generico, diplomi di frequenza del corso indetto dall'AOV).

In mancanza dei requisiti richiesti, verrà indetto un esame attitudinale.

Al termine dell'anno di corso, verrà rilasciato un attestato di fre-

quenza e di profitto a giudizio degli insegnanti. Inoltre, alcuni dei lavori più significativi, verranno realizzati in argento, a cura della Famiglia Illario, ed esposti quindi all'edizione di ottobre della nostra mostra.

Si raccomanda vivamente di iscriversi al corso soltanto se si ha l'intenzione e la volontà di frequentarlo assiduamente. Questo per non pregiudicare la possibilità di inserimento di altri.

All'iscrizione ciascun allievo verserà la quota di Lit. 30.000 quale parziale contributo all'acquisto del materiale didattico.

Corso di disegno "Luigi Illario" per i dipendenti delle aziende orafe anno scolastico 1988-89.

Il corso si articola in due anni scolastici successivi.

Partecipanti: al massimo n. 20 per ciascuna delle previste sezioni;

durata: 1 anno: 150 ore circa, con inizio ai primi di ottobre e termine entro la fine del maggio 1989;

svolgimento: serale, con il seguente calendario alternativo:

1a settimana: Sezione A - lunedì, mercoledì, venerdì; Sezione B - martedì, giovedì; 2a settimana: Sezione A - martedì, giovedì; Sezione B - lunedì, mercoledì, venerdì; e così via, con un impegno di 10 ore di lezioni ogni 15 giorni.

Iscrizioni: entro e non oltre venerdì 16 settembre '88 presentandosi ai nostri uffici. Dato il numero chiuso dei partecipanti al corso, la data della domanda costituirà elemento di precedenza.

In ogni caso, i dipendenti delle ditte associate avranno la precedenza.

Disegno generico: Prof. Alvaro Dubois - Gionata Dubois.

Disegno dal vero:

PRIMA FASE: avrà valore formativo come educazione estetica e lettura di una forma, con tutte le caratteristiche relative alla copia di un qualsiasi oggetto-modello.

SECONDA FASE: stimolare l'allievo all'analisi di modelli da realizzare superando la copia come fatto solamente imitativo e passivo.

Ricerca progettuale: avrà lo scopo, attraverso un apposito metodo analitico e di ricerca formale-decorativa, di addestrare l'allievo ai primi fondamentali momenti di composizione, che verranno gradualmente ampliati ed adattati ai fini della creatività orafa.

Tecnica pittorica:

PRIMA FASE: primi elementi tecnico operativi su figura prestabilita per raggiungere una capacità d'uso del mezzo espressivo.

SECONDA FASE: composizione e coloritura degli elaborati ideati dagli allievi.

Disegno geometrico: Prof. Franco Falasca.

L'insegnamento del disegno geometrico ed architettonico ha lo scopo di fornire agli allievi basi teoriche, idonee a consentire la rappresentazione di figure piane e di solidi comunque posti nello spazio.

- Introduzione al disegno geometrico

- proiezione ortogonale;

- assonometria;

- assonometria ortogonale;

- elementi di prospettiva.

Al termine dei due anni di corso, verrà rilasciato un attestato di frequenza e di profitto a giudizio degli insegnanti.

RASSEGNA FABBRICANTI ORAFI

La XX edizione della Rassegna Fabbricanti Orafi si è svolta dal 30 maggio al 3 giugno. E' la prima volta che la Rassegna ha avuto luogo in detto periodo e ci sembra che la scelta sia stata azzeccata. Infatti i dati, riportati nella tabella 1, riguardanti l'affluenza dei visitatori, evidenziano un numero di grossisti provenienti da fuori Valenza mai raggiunto prima d'ora e sensibilmente superiore a quello delle precedenti edizioni. Per contro si registra una diminuzione di presenze da parte dei "commercianti" valenzani.

Sulla base di questa analisi, le ditte espositrici alla Rassegna, nella riunione di lunedì 13 giugno, dichiaratesi soddisfatte dei risultati ottenuti, hanno espresso il loro intendimento di non ripetere l'edizione di set-

tembre e di potenziare invece le rassegne di gennaio e giugno del prossimo anno. Per la definizione delle date per le edizioni del 1989, il gruppo degli espositori tornerà a riunirsi do-

po che avrà incontrato il gruppo "commercianti" per un opportuno scambio di idee sull'argomento.

DATI DI AFFLUENZA

GIORNI	PROV. AL	RESTO ITALIA	ESTERO	TOT.
30 maggio	38	13	3	52
31 maggio	31	10		41
1 giugno	23	10		33
2 giugno	17	11		28
3 giugno	26	7	1	34
TOTALI	135	49	4	188



IL MERCATO GIAPPONESE

USI E COSTUMI DEL POPOLO DEL SOL LEVANTE NELL'ACQUISTO DEI GIOIELLI

Da un recente articolo pubblicato su "Asian Jewelry" di gennaio-febbraio 1988, si possono estrapolare alcune tendenze sull'evoluzione del mercato giapponese nei confronti dei diamanti.

L'articolo esordisce dichiarando che l'alterna situazione del mercato borsistico internazionale dell'ottobre scorso, non poteva giungere in un momento migliore per i commercianti in pietre preziose del Giappone. Il giapponese infatti, sia che si tratti del presidente di una compagnia o di una semplice impiegata, *è un accanito giocatore in borsa*. Questo anche perché molto della sua futura pensione dipende da come va il mercato.

Con la borsa in difficoltà ed i suoi fruitori alla ricerca di investimenti con rendimento a lungo termine, Mr. Masaharu Iizuka, Vice-Presidente della J.W. Thompson Co., pare avesse già previsto un Natale '87 molto attivo e un 1988 non privo di risvolti interessanti.

Di conseguenza il pubblico giapponese si sente ripetere ormai da qualche tempo che i diamanti sono veri e propri investimenti nel tempo.

Da gennaio a settembre così i fatturati del settore sono saliti del 36% rispetto allo stesso periodo del 1986 e hanno raggiunto un tetto di 150.754 milioni di yen, che in termini di pietre preziose rappresentano 1.735.227 carati, un aumento del 55% rispetto all'anno precedente.

Visto nell'arco di 12 mesi, questo spettacolare successo è ancora più evidente: da ottobre 1986 a settembre 1987 il giro d'affari ha raggiunto 197.663 milioni di yen con un incremento del 41% e

2.192.070 di carati pari al 59% in più rispetto al 1986.

Un ottimo mercato potenziale disposto cioè a seguire i magici slogan creati per incentivare le vendite dei diamanti, sembra essere formato soprattutto dalla fascia più giovane della popolazione. Puntando l'obiettivo sul tradizionale anello di fidanzamento, viene infatti spontaneo notare che mentre un tempo la "vera" che il ragazzo regalava alla fidanzata raggiungeva gli 0,24 carati, oggi, non solo questo pegno d'amore è aumentato fino a 0,36 carati, ma genera anche un regalo da parte della ragazza. Nel ricevere l'anello infatti la futura sposa giapponese, restituisce al futuro marito una *spilla* da cravatta tempestata di brillanti del costo di circa 710 dollari.

In breve tempo così le vendite di questo articolo sono salite del 60% facendo aumentare in percentuale la quota maschile di gioielli con brillanti di oltre il 4%.

Per il 1988, i grandi magazzini e gli altri punti vendita interessati, hanno deciso di continuare questa campagna di promozione per i regali di fidanzamento e di mettere a punto nuove strategie di mercato per coinvolgere la terza età, persone cioè al di sopra dei 55 anni. anniversari di nozze, pensionamenti etc. sono così destinati a diventare le prossime occasioni per regalare un diamante e sottolineare così l'importanza dell'evento.

Il punto di forza di questo successo è naturalmente l'aumento del

gusto del Giapponese per le pietre preziose ed il *favorevole momento di "rivalità" tra metalli preziosi quali il platino e l'oro che sembrano equamente supportati da ingenti attività promozionali.*

Quando si parla di competizione tra oro e platino è però errato usare la parola rivalità; da qualche tempo infatti, oro, platino e diamanti stanno cercando e realizzando insieme combinazioni di sicuro ed apprezzato effetto.

La prima domanda che viene spontanea pensando al mercato del Sol Levante, resta comunque legata alla concorrenza che i maggiori commercianti in pietre preziose possono ricevere dall'incoraggiamento del Governo per i viaggi oltre mare. La possibilità cioè che i circa 6 milioni di turisti giapponesi che annualmente vanno all'estero non sfruttino il cambio favorevole yen-dollaro per acquistare gioielli con brillanti con uno sconto pari al 40%.

A questo riguardo, Mr. Iizuka non condivide tale timore perché i costi del viaggio - sostiene il Vice-Presidente della J.W. Thompson - sminuiscono i vantaggi del cambio; inoltre, il cliente giapponese cerca innanzi tutto la fiducia nel dettagliante al quale spesso si affida per un consiglio.

Cio' accade indistintamente per la signora matura e per la ragazza di 20 anni che inconsciamente pensano al proprio futuro.

E' soprattutto questa la categoria di acquirenti che sta crescendo in Giappone ed avendo nella maggior parte dei casi poca esperienza in materia apprezza prima di tutto la professionalità del negoziante; per queste persone, infatti il diamante è veramente "per sempre".

RIEPILOGO DEI DATI RELATIVI ALLE SINGOLE EDIZIONI

EDIZIONI	NUMERO ESPOSITORI	VISITATORI			
		TOTALE	PROV. AL	ITALIA	ESTERO
3° 18/20 febbraio 1980	42	140	130	10	-
4° 8/11 settembre 1980	40	108	74	34	-
5° 16/19 febbraio 1981	62	86	73	13	-
6° 9/10 settembre 1981	54	110	76	34	-
7° 15/18 febbraio 1982	54	108	85	20	3
8° 6/9 settembre 1982	54	85	72	13	-
9° 14/17 febbraio 1983	58	102	86	16	-
10° 5/8 settembre 1983	54	107	91	16	-
11° 3/6 febbraio 1984	60	169	133	36	-
12° 3/7 settembre 1984	68	182	162	16	6
13° 28 genn./1 febb. 1985	59	151	132	16	3
14° 2/5 settembre 1985	52	159	146	13	-
15° 7/10 gennaio 1986	50	200	169	29	2
16° 8/11 settembre 1986	56	207	163	40	4
17° 7/10 gennaio 1987	55	157	137	18	2
18° 7/10 settembre 1987	52	200	161	36	3
19° 7/11 gennaio 1988	61	220	189	29	2
20° 30 maggio/3 giugno 1988	58	188	135	49	4

MOSTRE

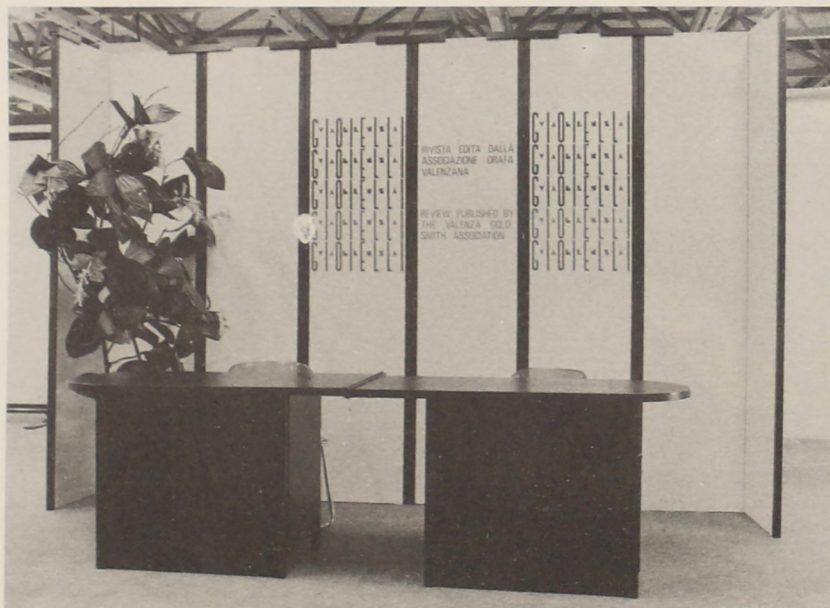
World Jewelry & Accessory Expo '88

La seconda ed ampliata edizione della mostra di gioielleria ed affini dell'Estremo Oriente, si terrà dall'8 all'11 luglio p.v. presso il Centro Esposizioni di Hong Kong.

Bangkok Gems & Jewelry fair '88

Organizzata dal Dipartimento Promozione dell'esportazione, Ministero del Commercio dell'Ambasciata di Thailandia, si svolgerà dal 21 al 25 settembre p.v. la 4a Fiera della Gioielleria e delle Pietre Preziose presso il Centro Esposizioni dello stesso dipartimento.

Nuovo stand "VALENZA GIOIELLI" a VicenzaOro2



VALENZA GIOIELLI Mostra di Autunno

1 - 5 ottobre 1988

Racchetta da un milione di dollari

Ospite di questa 11a edizione di Valenza Gioielli sarà il favoloso trofeo del torneo di tennis della Comunità Economica Europea "European Community Championships" che si svolge annualmente ad Anversa e che dal 1986 viene conteso dai più grandi campioni del nostro tempo.

La regola vuole che uno stesso giocatore debba vincere il torneo per ben 3 volte in 5 anni per aggiudicarsi l'ambito trofeo e, quando, nel 1985 Ivan Lendl vinse definitivamente il precedente, il compito di ideare e realizzare il nuovo premio fu



affidato al Consiglio Superiore del Diamante di Anversa che naturalmente si ispirò a quanto di meglio poteva offrire: oro e brillanti.

1.600 diamanti sono stati tagliati per mesi da esperti tagliatori del Centro e incastonati sulla rete di questa racchetta realizzata completamente in oro 18kt a grandezza naturale. Presente in alcune delle maggiori manifestazioni del settore - lo si è potuto ammirare a Basel '88 - il trofeo è stato gentilmente concesso dal Consiglio Superiore del Diamante all'A-OV per Valenza Gioielli di Autunno a conferma del ruolo che il nostro centro produttivo e la mostra rivestono in Italia.

Si ricorda ai Sigg. espositori che sono disponibili presso gli uffici AOV i **depliant invito** da inviare ai clienti con il timbro della propria ditta; ne sono stati predisposti 25.000 in italiano e 5.000 in inglese e potranno essere ritirati a partire da lunedì 4 luglio.

Concorso "IDEAGIOIELLO" 1988

Tutti i Soci hanno già ricevuto il bando del concorso che si svolgerà durante la prossima mostra di ottobre.

Qui ricordiamo due date:

8 LUGLIO, termine per presentare il **MODULO di ADESIONE**

23 SETTEMBRE, termine per la consegna degli oggetti.

Ciascuno di questi dovrà essere accompagnato da una **SCHEDA di PARTECIPAZIONE**.

Copia del modulo di adesione e della scheda di partecipazione sono a disposizione di coloro che ne avessero necessità.

FINALITÀ

Art. 1 - Nell'ambito delle proprie attività promozionali, l'AOV bandisce questo concorso con il duplice scopo di sollecitare la creatività dell'artigiano orafo e stimolare la ricerca verso nuove forme di espressione.

PARTECIPANTI

Art. 2 - Il concorso è aperto a tutte le aziende orafe iscritte alle Camere di Commercio di Alessandria e Pavia associate all'AOV ed in regola con le disposizioni statutarie.

Art. 3 - La tipologia dell'oggetto da presentare al concorso è libera: oggetti singoli o in parure, di oreficeria o gioielleria, sia femminile che maschile; oggettistica d'arte. Nel proseguo si continuerà ad usare il termine "oggetto" intendendo sia l'oggetto singolo che la parure.

ARTICOLAZIONI

Art. 4 - Vengono istituite due distinte sezioni: a) "la tradizione", per un gioiello concettualmente rispettoso delle forme e dei materiali tradizionali ed usuali. E' il classico oggetto fatto a Valenza. b) "la ricerca", per un gioiello la cui progettazione nasce per prevenire i bisogni di domani e soddisfare quelli attuali; pertanto è proiettata anche verso l'uso di materiali inusuali ma duttili ovvero adatti a concretizzarsi in forme nuove ed usi nuovi del gioiello. Tale oggetto destinato al soddisfacimento di necessità più diffuse e meno elitari, indurrà l'artigiano a trasformarsi in uomo d'azienda ed operatore di marketing.

Art. 5 - Perché il concorso possa avere il suo normale svolgimento, il numero minimo dei partecipanti ad ogni sezione non dovrà essere inferiore alle 12 adesioni.

NORME DI PARTECIPAZIONE

Art. 6 - Ogni ditta partecipante potrà presentare oggetti sia per una sola che per ambedue le sezioni in cui si articola il concorso.

Art. 7 - La procedura da osservare per ogni ditta partecipante: a) entro e non oltre la prima decade di luglio, presentazione all'AOV del modulo di adesione indicante la o le sezioni a cui si intende partecipare. b) Consegna degli oggetti, ciascuno accompagnato dalla relativa scheda descrittiva, al più tardi una settimana prima dell'inizio della mostra per permettere all'apposita Commissione di effettuare la qualificazione al concorso, vagliandoli dal punto di vista dell'esecuzione e dell'originalità.

Art. 8 - Gli oggetti, contrassegnati da un numero, verranno esposti in vetrine opportunamente dislocate all'interno della Mostra dove rimarranno esposti per tutta la durata della stessa.

Art. 9 - Ad esclusione del marchio di fabbricazione i concorrenti non dovranno apporre alcun marchio di fantasia o firma sugli oggetti in concorso, in maniera che possano essere presentati anonimi, per garantire l'imparzialità di giudizio.

Art. 10 - L'AOV oltre a custodire a vista gli oggetti partecipanti, si assume l'onere della copertura assicurativa per il periodo in cui detti oggetti rimarranno ad essa consegnati.

Art. 11 - La Giuria che esaminerà gli oggetti partecipanti ad ambedue le sezioni verrà costituita da un minimo di 7 ad un massimo di 9 membri di cui: n. 1 orafo di professione n. 3 designer italiani e/o stra-

nieri n. 3 giornalisti italiani e/o stranieri n. 2 personalità che operano nel mondo orafa. I membri della Giuria verranno invitati a cura dell'AOV.

SVOLGIMENTO

Art. 12 - Il concorso si svolgerà ogni anno durante l'edizione autunnale della mostra "Valenza Gioielli". La data di riunione della Giuria verrà stabilita, di anno in anno, dall'AOV. I risultati del concorso verranno comunicati subito dopo il responso della Giuria.

PREMI

Art. 13 - Per ciascuna delle sezioni sopra descritte, la Giuria selezionerà un unico vincitore al quale verrà consegnato il premio corrispondente e consistente in un trofeo appositamente realizzato ed il cui valore simbolico trascende quello venale.

Art. 14 - La Giuria avrà inoltre la facoltà, a suo insindacabile giudizio, di segnalare come meritevoli di attenzione fino ad un massimo di altri due oggetti per ciascuna delle due categorie, oltre al vincitore naturalmente. Il riconoscimento, in questo caso, verrà esplicitato con una opportuna targa.

Art. 15 - L'AOV al fine di dare risonanza al concorso, si impegna a divulgarlo fra gli operatori nazionali ed internazionali anche e soprattutto attraverso la promozione del trofeo-simbolo.

Art. 16 - L'AOV, inoltre, si impegna a divulgare attraverso la stampa di settore e non, nazionale ed internazionale, i vincitori del concorso e gli eventuali menzionati.

giugno 1988

L E A S I N G

CARISPOLEASING
CARISPOLEASING
CARISPOLEASING
CARISPOLEASING
CARISPOLEASING
CARISPOLEASING
CARISPOLEASING

STUDIO DUE A.D. PERRONE

CARISPO

SOCIETÀ DI SERVIZI PARABANCARI DELLE CASSE DI RISPARMIO p.A.

CASSE DI RISPARMIO DI:
ALESSANDRIA
ASTI
BIELLA
SAVONA
VERCELLI
E
LOCAFIT S.p.A.



PIRETTA

CAMERE CORAZZATE

PORTE CORAZZATE

RIFUGI ANTIATOMICI

CASSEFORTI

Qual'è il punto più vulnerabile di una qualsiasi camera corazzata? La Porta!!!

La nostra Camera Corazzata, costituita da materiali altamente resistenti e dotata di un'apertura particolare che si avvale di sistemi di chiusura elettromeccanici elettronici, vi garantisce con il nostro brevetto, la più assoluta invulnerabilità.



PIRETTA CAMERE CORAZZATE S.R.L.

Via Valle Balbiana 33 - Villaggio Satellite - 10025 Pino Torinese (tel. 011/842671)
Partita IVA 0546710010 - Brevetto N. 68344-A/81

ECONOMIA

VENDITE DELL'OGGETTO IN ORO IN ITALIA NEL 1987

E' ormai consuetudine riportare ed aggiornare i dati statistici sull'andamento del mercato dell'oreficeria.

Dopo l'analisi sulle esportazioni italiane di gioielleria in tutto l'arco del 1987 apparso sul notiziario di aprile, è ora la volta del mercato interno che sembra aver confermato i "brillanti" esordi dei primi 8 mesi dell'anno come dal resoconto pubblicato su AOV notizie di febbraio.

I dati Nielsen ricavati dall'indagine svolta per conto del Club degli Orafi Italia, riportano infatti un aumento del 18% nelle vendite di gioielleria nel mercato italiano. Nel 1987 sono stati venduti 3.125 miliardi di gioielli contro i 2.650 del precedente anno. Un dato questo che bilancia il calo riscontrato nelle esportazioni e che fa parlare di vero "boom" per il consumo interno - come si poteva leggere su "Il sole 24Ore" dell'aprile scorso.

Questo, il risultato dell'indagine svolta su 4000 famiglie italiane in merito alla vendita di gioielli fino a Lit. 750.000 il che comporta una visione ancor più ottimistica del mercato nel suo insieme.

Ma l'indagine offre altri spunti interessanti: il numero dei pezzi di gioielleria acquistati in Italia nell'87 è infatti aumentato del 12% passando da 13 miliardi e 800mila a 15 miliardi e 507mila unità.

Insieme al numero degli acquirenti, salito del 7% fino a 10 milioni e 837mila unità, anche il prezzo medio del gioiello ha subito un incremento pari al 5% passando dalle 192.000 lire del 1986 alle 201.500 lire del 1987 a seguito

dell'aumento del prezzo medio dell'oro passato da 17.660 a 18.562 lire il grammo.

Come già preannunciato, gli uomini hanno visto consolidata la loro quota di acquisto fino al 25% in più rispetto all'anno precedente. Mentre la ripartizione delle occasioni per un regalo di gioielleria vede in prima

posizione la Prima Comunione e la Cresima con una quota del 22% seguite dal compleanno con il 20%, dal Battesimo con il 18% e dal Natale con il 17%.

I bambini di conseguenza rappresentano la fetta di mercato più grande con il 36% del totale di gioielli acquistati, mentre le preferenze si distribuiscono tra anelli, al primo posto con il 30% sia in quantità che in valore, orecchini con il 20% in quantità e solo il 13% in valore ed i bracciali con il 17% per quantità e valore.

Dunque, nel 1987 il mercato italiano è andato bene e l'andamento per il corrente anno sembra mantenersi su un trend positivo.

La stessa cosa non si può dire dell'export. Le esportazioni verso gli U.S.A. hanno subito una contrazione del 19%, mentre quelle verso Francia, Germania e Gran Bretagna fanno riscontrare un certo risveglio. In ogni caso la concorrenza dei Paesi asiatici - Hong Kong in particolare e Thailandia - è agguerrita e la sua competitività aumenterà anche perché il costo della manodopera delle fabbriche di Hong Kong potrà diminuire rispetto a quello attuale in quanto si prevede di fare ricorso ad operai

cinesi il cui costo giornaliero è da considerarsi irrisorio.

INCREMENTATE LE VENDITE NEGLI U.S.A.

Gli Americani comprano più gioielli

Un articolo apparso sul numero di marzo di "Jewelers' Circular Keystone" fa il punto sulle vendite di gioielli in America attraverso i fatturati 1987 di alcune delle maggiori gioiellerie degli States. Vale dunque la pena di citarne le conclusioni più significative.

Secondo il recente rapporto sull'ultimo quadrimestre '87 le gioiellerie americane hanno registrato un aumento delle vendite a volte anche piuttosto considerevole rispetto allo stesso periodo del 1986.

In generale, per i dettaglianti selezionati, le vendite sono aumentate del 22% fino a 348.5 milioni di dollari e per i fornitori selezionati del 16.9% fino a 614.8 milioni di dollari.

Qualche esempio:

La Barry's Jewelers Inc. è stata la ditta che ha fatto registrare i maggiori guadagni tra i dettaglianti. Le vendite del secondo quadrimestre sono infatti salite del 63.7% ed il suo Presidente, Terry Burman ha già anticipato che i profitti di tutto l'anno fiscale che terminerà il 31 maggio saranno sostanzialmente maggiori di quelli del 1987.

Subito dietro la Barry's vengono la Reeds Jewelers Inc. con un incremento del 52.3% e la Kay Jewelers con il 42.5%.

Tra i fornitori, Michael Anthony ha riportato il maggior aumento di guadagni in ragione di uno schiacciante 81%. Le vendite sono salite in modo considerevole anche per la Town & Country che ha registrato il miglior quadrimestre

della sua storia: il terzo del 1987 con un ottimo aumento del 29.3% fino a 46.4 milioni di dollari. Mr. W. Carey, Presidente ed Amministratore Delegato dell'azienda ha attribuito il record ai grossi risultati ottenuti nella produzione, alla scelta di oggetti di lusso ed ai risparmi di interesse, ed ha menzionato poi, oltre all'attività nazionale, anche le aziende a Bangkok ed Hong Kong.

Da non sottovalutare inoltre la AT Cross che ha registrato un buon guadagno con un incremento delle vendite pari al 28.6%.

Mentre tre fornitori hanno riportato una flessione delle vendite: la Lazare Kaplan del 19.6%; la Designcraft del 12.8% e la Jewelmasters del 5.4%.

COSTITUENDO

BANCO DI TORINO SPA

Avviso di sottoscrizione azionaria

Il progetto della costituzione di un nuovo Istituto di credito a Torino, sollecitato da imprenditori e dirigenti di azienda, dopo quasi 10 anni di preparativi è arrivato alla CONSOB per l'esame finale prima dell'autorizzazione della Banca d'Italia a sottoscrizione avvenuta.

Secondo la procedura della CONSOB per la raccolta delle adesioni è stato provveduto al deposito del programma di costituzione della società, dello Statuto Sociale e del prospetto informativo presso un notaio di Torino.

Dopo la nomina del Comitato Promotore con la rappresentanza di tutte le categorie, il 25 maggio u.s. è iniziata la raccolta delle adesioni. Il capitale stabilito dalla Banca d'Italia per questo tipo di società è di Lit. 25 miliardi, capitale destinato ad essere elevato nell'intenzione del Comitato Promotore in ragione di un vasto programma di

sviluppo.

L'offerta è oggi limitata a n. 50.000.000 di azioni da Lit. 500 cadauna suddivisa in "tranches" da diecimila azioni o multipli di detto importo.

Invitiamo pertanto gli interessati a contattare direttamente i responsabili presso il recapito provvisorio del Banco di Torino - Via Marona, 17, 10024 Moncalieri - tel. 011/645713.

SPIGOLANDO QUA E LA'

"Impariamo a fare marketing" è la frase con cui Giorgio Faccioli conclude l'intervista concessa a Italia Oggi un paio di settimane fa.

Faccioli è l'uomo d'affari che ha lanciato sul mercato italiano le scarpe Timberland. Questa invero è stata la sua ultima invenzione, infatti all'inizio della sua carriera si ricordano le borse Vuitton e le Clarks, ancora scarpe ma inglesi questa volta.

Tutti prodotti, questi, sconosciuti al mercato italiano prima del loro lancio avvenuto con una campagna impostata sulle regole del marketing. L'italiano ha in genere delle buone idee - ribadisce Faccioli - ma queste non bastano se non vengono inserite in un piano di marketing. L'italiano aspetta che i prodotti nati dalle sue buone idee siano i clienti a scoprirli e valorizzarli, bisogna invece imporli. Al caso Timberland fa seguito, ad esempio, quello del Winchester, l'orologio country che in soli tre mesi ha venduto in Italia più di 400.000 pezzi. Anche questo è un caso da manuale di marketing.

CONTRAFFAZIONE: l'Italia paese leader.

Certo, i prodotti che hanno successo incorrono in genere nella contraffazione. Nel nostro Paese che sembra avviato a diventare - o lo è già - il leader della contraffazione, si falsificano le Timberland, le

Clarks, gli slip Eminence, le borse Vuitton ma anche i prodotti di Gucci e di Cartier. Per non parlare del marchio Lacoste. In questo caso si è giunti al paradosso: la casa francese si è dovuta accordare con il fabbricante di Taiwan accordandogli i diritti per riprodurre la famosa maglietta. Il danno, così, è stato limitato perché almeno il proprietario percepisce le royalty!

Quanto riportato potrebbe essere considerato come "curiosità" non pertinente al notiziario AOV. Ben riflettendoci, però, il racconto, proponendo argomenti quali il "marketing" e la contraffazione potrebbe o dovrebbe indurre a riflessione. Anche gli orafi di Valenza sono interessati a questi due grandi temi.

*** L'Italiano consuma troppo?**

I dati della bilancia dei pagamenti, evidenziati anche dal Governatore della Banca d'Italia nella sua recente relazione annuale, creano delle perplessità sul comportamento delle famiglie italiane. E' stato calcolato che nel 1987 la consistenza delle attività finanziarie espresse dalle famiglie italiane sia assommata a un milione e 20.000 miliardi, cifra difficile da scrivere oltre che da pronunciare, ma certamente enorme!

L'Italiano è sicuramente risultato più spendaccione, al contempo però la propensione al risparmio è

stata buona, avendo registrato un incremento rispetto agli anni precedenti sebbene non rilevante. In calo sono risultati i "fondi di investimento", in leggerissima ripresa la "casa", in ascesa sostanziosa le "polizza vita" e l'investimento in oggetti d'arte.

*** La Gucci passa di mano: qualcuno ne sta rilevando le azioni e, sembra, con il consenso dell'attuale proprietario.**

L'operazione è condotta per mezzo di una banca d'investimento che poco tempo fa aveva provveduto anche all'acquisto della Tiffany.

FONDO ARTIGIANATO

stanziati 67 miliardi nel 1988

La quota del Fondo Nazionale da ripartire tra le regioni è per il 1988 di 67 miliardi contro i 30 dell'anno passato.

La ripartizione approvata dal Consiglio Nazionale dell'Artigianato riunitosi alla fine del mese di aprile u.s., prevede l'assegnazione della quota più consistente alla Regione Lombardia, oltre 9 miliardi e 400 milioni (contro il miliardo assegnato nel 1987) e la quota minore alla Valle d'Aosta, alla quale andranno 97 milioni (erano 800 l'anno passato).

ARTIGIANATO E

MONDO POLITICO

Confronto sulle strategie per l'appuntamento europeo del 1992

Per iniziativa del Comitato Unitario di coordinamento delle quattro Confederazioni (Confartigianato, CNA, Casa e Clai), i rappresentanti degli artigiani si sono incontrati

recentemente a Montecitorio con le forze politiche per discutere sulle numerose e solite problematiche che da sempre sono alla base delle richieste degli artigiani.

Il documento presentato si articola sui seguenti punti:

- la necessità di dare effettiva operatività al Consiglio Nazionale dell'Artigianato;
- l'adeguamento del Fondo Nazionale (le risorse stanziare, oggi sono irrisorie);
- elevazione a 500 milioni del limite del fido agevolato Artigianocassa;
- un corpo di norme istituzionali che consenta un indirizzo unitario;
- riforma pensionistica;
- impostazione di un regime tribu-

tario per le imprese minori che contempli la soppressione della "Visentini-ter", causa di incertezze e provvisorietà.

Le forze politiche - viene riportato dai giornali - hanno apprezzato l'iniziativa e si sono dimostrate sensibili al pacchetto delle proposte esprimendosi favorevolmente in particolare sulla riforma pensionistica.

Ci auguriamo che a questo primo incontro possano seguirne altri in cui possano essere risolti via via i singoli problemi. Aspettiamo quindi che si passi alla fase operativa e non ci si fermi ancora una volta.

INFORMAZIONI VARIE

Bilancio De Beers

Uno degli avvenimenti di maggior spicco di questi primi mesi del 1988 è stato senza dubbio il Centenario De Beers festeggiato a Kimberley l'11 marzo u.s. Nell'ambito dell'evento, oggetto di una intensa campagna di informazione, riveste particolare interesse la relazione sul 1987 del Presidente della società J.O. Thompson. "nel corso del 1987 - ha avuto modo di dichiarare Mr. Thompson - le vendite della CSO (Central Selling Organization) hanno totalizzato 3.075 milioni di dollari con un incremento di oltre il 20% sul 1986".

Dai dati raccolti dal leader internazionale della distribuzione di diamanti, dunque anche l'anno scorso è stato un anno record grazie "al crescente ottimismo ed alla rinnovata propensione all'acquisto da parte dei privati". Nel dettaglio, è stato riportato che negli U.S.A. le vendite sono aumentate del 10%; in Giappone si sono mantenute co-

stanti ed animate per i diamanti di maggior caratura ed i gioielli maschili; mentre nei principali mercati d'Europa le vendite, espresse in dollari, sono migliorate del 14%.

Le vendite di pietre industriali naturali, di abrasivi sintetici e di prodotti policristallini (PCD) hanno poi raggiunto un livello record sia in volume che in valore, tendenza questa che è confermata dai primi mesi del 1988.

Sembra infatti che nel 1987 la produzione di diamanti sintetici abbia raggiunto il limite della capacità produttiva De Beers grazie ad una domanda molto attiva ed all'adozione di qualità sempre più elevate del prodotto.

La produzione di diamanti delle miniere del Gruppo è stata invece per l'anno passato 22.842.586 carati, di poco inferiore a quella del 1986.

CORSO IGI a Valenza

Verrà inaugurato a settembre un Corso Globale di Gemmologia a cura dell'Istituto Gemmologico Italiano.

Secondo il programma reso noto dall'Istituto, 10 allievi si dedicheranno a tempo pieno allo studio della gemmologia per 9 settimane dilazionate nel tempo e potranno conseguire il Diploma di Gemmologia IGI al superamento delle 3 prove, scritta, orale e pratica di fine corso.

Il programma e le modalità di iscrizione del progetto formativo volto a supportare la professionalità del comparto orafico valenzano, verranno pubblicate non appena saranno rese note dall'Istituto.

Comunicato FEDERPIETRE

Da un recente comunicato della FEDERPIETRE si apprende che a partire dal 10 marzo u.s. con la Voce Doganale 71.02 è stata abolita l'obbligatorietà della licenza di esportazione per i diamanti in cartina dall'Italia verso i Paesi Terzi.

Con il provvedimento testè varato viene finalmente soddisfatta una delle istanze - si legge nel comunicato - più sentite dagli operatori del settore, di cui la Federpietre è stata costante portavoce a tutti i livelli da parecchi anni.

Servizio ITALCABLE

La ITALCABLE segnala il successo del servizio di traduzione in linea che rende possibile conversare telefonicamente con persone di lingua diversa tramite l'assistenza di un interprete specializzato. Il servizio, recentemente istituito e di cui è stata data a suo tempo notizia, viene effettuato in lingua inglese, francese ed araba. Il costo è di Lit. 3.000 al minuto per l'inglese ed il francese e di Lit. 4.000 al minuto per l'arabo; a questa cifra va aggiunto il costo del normale traffico telefonico. Per richiedere tale servizio è sufficiente telefonare al 170 e richiedere una traduzione in linea.

SEGNALAZIONI

La Bijoux-Préférence, Horologerie, Bijouterie en gros, Rue Des Chartreux 14, 1000 Bruxelles (Bourse) tel. 02/512.49.78, ricerca fabbricanti di gioielleria in argento dorato perchè interessata ad importare anelli, catene e bracciali.

Zanirato Emanuela, di anni 27, residente in Valenza, Viale della Repubblica 49/B, con esperienza di 9 anni in ditte orafe produttrici e commerciali, pratica selezione e preparazione pietre per incassatori, rapporti con fornitori, contabilità computerizzata, si rende disponibile per un impiego a Valenza.

Giometri Mariagrazia, di anni 19, residente in Valmadonna, Via Venticella, 4, tel. 507031, diplomata Segretaria di azienda con precedente esperienza presso Studio Legale, si rende disponibile per un impiego in Valenza.

Gabri Simona, di anni 23, residente in Asti, Via De Gaspari, 2, tel. 0141/353054, in possesso di

diploma di maturità linguistica in Inglese e francese e con precedenti esperienze come interprete e standista, si rende disponibile per un impiego a Valenza.

Velota Monica, di anni 23, residente in Frascarolo, Via Dante, 20, tel. 0384/84656, diplomata Segretaria di azienda con precedente esperienza presso ditta valenzana, particolarmente portata al contatto con clienti, cerca lavoro presso ufficio in Valenza.

Maino Alda, di anni 22 residente in Alessandria, Via Gandolfi, 2/C, tel. 344806, in possesso di diploma di maturità d'Arte Applicata, di Gemmologia e Stimatrice ISA e diploma di Tecnico di Produzione Grafica in EDP, si rende disponibile per impiego presso ditte produttrici valenzane.

L'ufficio ICE ci segnala i seguenti nominativi di ditte francesi interessate all'acquisto di gioielleria

ed oreficeria italiana.

La Esmerica - France SA, 49, Rue de Treviso, 75009 Paris, tel. 33-1- 42462707 ricerca gioielli con pietre preziose.

La LP Creations, 2, Place Pie, 84000 Avignon, tel. 90826244, è interessata all'importazione di gioielleria in oro 18kt.

La Robert Reynaud SA, 44, Rue Alsace Lorraine, 31000 Toulouse, tel. 61214579, cerca ditte produttrici di catene in oro ed oro e pietre preziose.

La Als lux Or SA, 18, Avenue R. Schuman, 68065 Mulhouse, tel. 89456939, è interessata a gioielleria sia in oro che in argento.

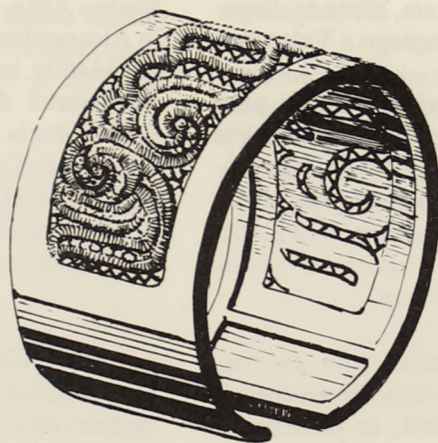
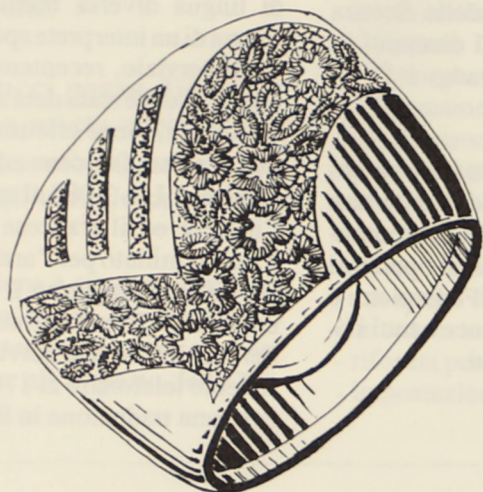
La Boullanger SA, 10, Rue Mabily, 33000 Bordeaux, tel. 56482115, ricerca catene in oro, piccola gioielleria e bracciali rigidi in oro.


PROPOSTE

L'origine dei merletti, dei pizzi, delle trine, si perde nei tempi più lontani; con le loro trasparenze hanno contribuito ad ornare le sfarzose tolette delle signore.

I motivi decorativi ed i trafori che formano il merletto possono essere motivo d'ispirazione per un'oggettistica diversa.

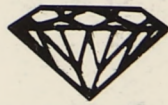
Il traforo e l'incisione daranno l'aspetto di un lavoro a filigrana.



SVILUPPO Negli ultimi cento anni siamo cresciuti molto, grazie alla nostra tradizionale esperienza e volontà, tanto da essere diventati la Banca Popolare più grande del mondo. Andiamo fieri di aver raggiunto un traguardo così ambito. Più di 1.200.000 rapporti e più di 7.260 miliardi di lire di operazioni giornaliere rappresentano i risultati più significativi. Un patrimonio di oltre 1.600 miliardi è la garanzia per la sicurezza dei vostri risparmi.  377 sportelli in Italia e 7.328 persone sono ogni giorno al vostro servizio per ogni problema bancario e parabancario. Se operate all'estero, la nostra Filiale di Lussemburgo, la nostra partecipata al 100% Banca Interpopolare di Zurigo e Lugano e i nostri uffici di Rappresentanza a Bruxelles, Francoforte, Caracas, Londra Madrid, Parigi, Zurigo, New York e Mosca vi aspettano con centinaia di nostri Corrispondenti, in ogni parte del mondo.

**Banca Popolare
di Novara**





DIAMANTI

AMELOTTI LUCIANO