

sommario

1990 **6-10 OTTOBRE**

Il più importante
appuntamento
con lo stile italiano

VALENZA GIOIELLI

Solo per Operatori

3 VITA ASSOCIATIVA

"UN GIOIELLO PER LA VITA":

- L'AOV in aiuto di chi soffre

- Cronaca di un sorteggio

Metalli preziosi, Europa dopo il 1992 e Legge 46/68

Assicurazione sui preziosi: problemi emergenti

Consigli per chi viaggia

Associazione Artigiani della Lomellina: celebrazione

8 "VALENZA GIOIELLI" - 6/10 OTTOBRE 1990

10 MOSTRE

Bijorhca, Earls Court, Intergem,

Hong Kong, Orogemma, Inhorgenta

12 SPECIALE: indagine AOV

21 LEGGI

Legge 46/68: novità

Marchi orafi negli U.S.A.

Fisco e fabbricati

Nulla-osta antincendi

Il G.E.I.E.

Donatori di sangue

Terme e permessi

24 CONFEDORAFI INFORMA

28 NOTIZIE IN BREVE

31 CONSORZIO GARANZIA CREDITO

33 ANDAMENTO DEI METALLI PREZIOSI E DELLE PRINCIPALI VALUTE

36 SCADENZE

RICHIESTE DI LAVORO

Tutto e qualcosa

di più

Tutto e

subito

Tutto e con

fiducia

per l'impresa artigiana.

**Tra i nostri clienti abbiamo oltre 20.000 imprese artigiane
che hanno ottenuto crediti, fino ad oggi
per oltre 400 miliardi di lire.**

**Le nostre filiali offrono agli artigiani, in tempi brevi,
tutti i tipi di credito agevolato
ed un rapporto bancario completo.**

SANPAOLO

ISTITUTO BANCARIO
SAN PAOLO DI TORINO

A fianco degli artigiani di ogni categoria e di ogni regione.

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

"UN GIOIELLO PER LA VITA" - L'AOV IN AIUTO DI CHI SOFFRE

Trenta firme per trenta gioielli. No non è la parodia di un noto film western nè un indovinello o uno scioglilingua.

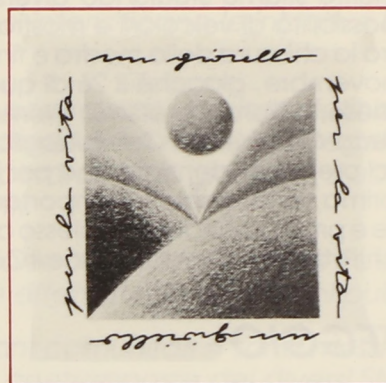
E', invece, la dimostrazione che abbiamo raggiunto l'obiettivo, che l'impegno dell'AOV e delle sue associate si è concretizzato, che il progetto di solidarietà lanciato da Valenza solo un paio di mesi fa, in poche settimane si è affermato, e cresciuto ed è diventato una splendida realtà.

Naturalmente i lettori avranno compreso che ci riferiamo a "UN GIOIELLO PER LA VITA", l'iniziativa di beneficenza promossa a favore dell'A.I.S.M. - **Associazione Italiana Sclerosi Multipla**, presieduta dal Premio Nobel Rita Levi Montalcini.

Nella circolare con la quale invitavamo le aziende associate ad aderire al progetto, spiegavamo in poche parole cos'è la sclerosi multipla. Non è nostra intenzione approfondire l'argomento dal punto di vista medico-scientifico; non ne saremmo capaci, nè d'altronde il notiziario è uno strumento opportuno e adatto a farlo. Ci soffermiamo solo - per motivare il perchè la nostra idea sia indirizzata verso l'A.I.S.M. - su alcune brevi e forse per certi aspetti crude considerazioni.

La sclerosi multipla è una malattia molto grave che colpisce in età giovane - spesso quando ci si affaccia ad un futuro professionale e familiare - e gravemente invalidante, tanto che progressivamente porta alla disabilità totale. E' una malattia che accompagna fino alla fine della vita coinvolgendo quindi - nella fase assistenziale - tutto il nucleo familiare del malato.

Si calcola che in Italia - ma il calcolo è solo approssimativo, perchè molti casi non vengono neanche resi noti dalle famiglie - siano circa 50.000 i malati di sclerosi multipla, per un totale circa di



200/250.000 persone coinvolte direttamente o indirettamente. Per la sclerosi multipla non c'è una cura, un vaccino o comunque un rimedio. E questo per un semplice motivo: non se ne conosce la causa.

Pensiamo che questi cenni siano sufficienti a dare un'idea della gravità di questa malattia. Certamente le cause umanitarie, le associazioni che si occupano di assistenza e ricerca di altri mali, gli enti filantropici sono molti, moltissimi. A tutti avrebbe potuto rivolgersi l'AOV.

Ma, pur senza nulla togliere alle altre prestigiose figure coinvolte in altri campi di ricerca o settore assistenziali, ci riteniamo particolarmente lieti ed onorati di esserci impegnati per offrire aiuto ai nobili scopi della professoressa Montalcini, una figura talmente autorevole che non ha bisogno di ulteriore presentazione.

"UN GIOIELLO PER LA VITA" dunque, un progetto che, quando lo ideammo e cominciammo ad organizzarlo ci sembrava superiore alle nostre forze, talmente ambizioso che ci chiedevamo se saremmo mai riusciti nell'intento.

E siamo più che contenti, direi felici, di affermare che avevamo sottovalutato la generosità dei valenzani, così come la disponibilità di personaggi che - per il so-

lo fatto di essere famosi e impegnati - spesso e a torto si ritiene che siano sordi a richieste come quella che gli abbiamo rivolto noi, di disegnare un gioiello.

Trenta disegni, quindi, per trenta gioielli che non sarebbe stato possibile realizzare senza - come dicevamo prima - la generosità dei nostri associati, che hanno risposto alla nostra richiesta con calore e prontezza. Ora, terminata la prima fase, siamo passati alla seconda. Trenta disegni, infatti, sono stati abbinati alle aziende aderenti in occasione di un sorteggio che si è svolto il 9 luglio scorso a Valenza, alla presenza del co-Presidente dell'A.I.S.M., *prof. Mario Battaglia*, e della delegata di Sotheby's Italia, *sig.ra Franca Galbiati*.

Siamo quindi all'esecuzione dei gioielli, che diverranno trenta pezzi unici ed irripetibili, di indubbio valore e contraddistinti da quelle capacità artigianali e da quella presenza di gusto e stile che hanno fatto di Valenza il polo mondiale della gioielleria.

Trenta pezzi unici che contribuiranno ad alleviare la fatica quotidiana di vivere per il malato di sclerosi multipla. Trenta pezzi unici che contribuiranno alla ricerca scientifica su questo male, ma anche all'edificazione della prima casa di accoglienza per malati di sclerosi multipla ed alle altre attività assistenziali e scientifiche dell'A.I.S.M.

Trenta pezzi unici che dimostreranno non solo come i valenzani sanno produrre gioielli, ma come in questa città ci si sappia mobilitare e muovere in aiuto di chi soffre, un'unione e un'adesione tra le aziende che forse neanche un progetto di carattere commerciale sarebbe riuscito a coagulare.

Quando leggerete queste nostre riflessioni i gioielli saranno, presumibilmente in una fase di realizza-

zione più o meno avanzata, ovviamente a qualcuno è toccato in sorte un gioiello più elaborato, ad altri di più lineare realizzazione, ma sono tutti ugualmente belli.

In occasione della prossima mostra "Valenza Gioielli" - che quest'anno sarà inaugurata proprio dalla professoressa Montalcini - avremo l'occasione per ammirarli tutti insieme, perchè saranno

esposti nella hall principale del Palazzo Mostre.

Inoltre stiamo studiando diverse possibilità di veicolarli e mostrarli tra la chiusura della mostra e fine novembre, giacchè il 26 di quel mese, a Roma, presso la *Promoteka Grande del Campidoglio* - ci preme evidenziare che per la prima volta la sala più importante e prestigiosa del complesso architettonico che costituisce il Co-

mune della Capitale ospita un'asta - Sotheby's li batterà di fronte ad un pubblico che già possiamo immaginare attento, incuriosito e sicuramente generoso, perchè conscio di contribuire ad un progetto di solidarietà umana e civile in aiuto di chi soffre.

STUDIO ERREPI - Roma

CRONACA DI UN SORTEGGIO

Lunedì 9 luglio nella sala conferenze messa gentilmente a disposizione dalla **Cassa di Risparmio di Alessandria**, si è svolto l'atteso abbinamento tra le trenta ditte orafe valenzane partecipanti all'iniziativa "UN GIOIELLO PER LA VITA" e i disegni creati da personalità del mondo della cultura, della politica, dello sport e dello spettacolo.

Il sorteggio è avvenuto, presenti i titolari delle aziende, con la partecipazione del **prof. Mario Battaglia**, *co-Presidente dell'A.I.S.M.*, della **Sig.ra Franca Galbiati**, *delegata di Sotheby's Italia*, del Presidente e di numerosi Consiglieri AOV.

Il **dottor Bernardi** dello **Studio ERREPI**, in sostituzione della usuale damigella d'onore, ha provveduto personalmente alle operazioni di sorteggio il cui esito è qui riprodotto.

Alle ditte orafe non va che il nostro augurio di realizzare oggetti pregevoli all'altezza della tradizione valenzana.

Ricordiamo infine che il termine ultimo per la consegna dell'oggetto finito è stato fissato al **24 settembre p.v.**

"UN GIOIELLO PER LA VITA"

Abbinamento Ditta/Disegni

DITTA	N.	DISEGNO
ARATA GIOIELLI S.N.C.	23	POOH
ARZANI SALVATORE	3	RENZO ARBORE
BARZIZZA, CAPRA & PONZONE S.N.C.	17	RITA LEVI MONTALCINI
B.B.P. DI GIANNI BAIARDI & C. S.N.C.	4	PIPPA BAUDO
BIBIGI' S.N.C.	26	ENZA SAMPO'
CAFISO & RODA F.LLI S.N.C.	18	GIANNI MORANDI
CANEPARI SERGIO (PREZIOSISMI S.R.L.)	1	GIULIO ANDREOTTI
C.G.S. S.N.C. di Codrino & Gubiani	11	VITTORIO GASSMAN
CORTI & MINCHIOTTI S.N.C.	15	EMANUELE LUZZATI
PIER VITTORIO CROVA S.R.L.	9	CARLA FRACCI
DE' LAZZARI di Vittorio Lazzarin	13	NILDE JOTTI
FEMINI GIOIELLI S.R.L.	20	ERMANNIO OLMI
FERRARIS & C. S.N.C.	30	MONICA VITTI
GARAVELLI ALDO & C. S.A.S.	14	SOPHIA LOREN
GIOIELMODA	19	NAZIONALE ITALIANA DI CALCIO
CARLO ILLARIO & F.LLI S.R.L.	10	RAOUL GARDINI
ROBERTO LEGNAZZI S.P.A.	7	EDWIGE FENECH
LUCA CARATI GIOIELLI	16	MINA
MARAGNO Cav. RINO & FIGLI S.N.C.	22	LUCIANO PAVAROTTI
MILANO PIERO S.R.L.	2	PIERO ANGELA
MOLINA & C. S.N.C.	25	LUCA RONCONI
MONILE S.N.C.	5	ENZO BIAGI
BRUNO MONTALDI GIOIELLI	29	AZEGLIO VICINI
ORO TREND GIOIELLI S.N.C.	6	LUCIANO DE CRESCENZO
REPOSSI DIRCE S.R.L.	8	SALVATORE FIUME
COSTANTINO ROTA di Cremonini & Malfatti S.A.S.	28	GIOVANNI SPADOLINI
SALVINI	12	GIORGETTO GIUGIARO
TAVERNA & C. S.N.C.	27	SARA SIMEONI
VANITY JEWELS S.R.L.	24	KATIA RICCIARELLI
G. VERDI & C. S.R.L.	21	GINO PAOLI

METALLI PREZIOSI, EUROPA DOPO IL 1992 E LEGGE N° 46/68

Con l'avvicinarsi del "mitico" '92, si intensificano le iniziative legislative tendenti a dirimere i contrasti tra i vari paesi membri.

*Una delle tematiche che stanno per trovare una loro definizione è quella legata al **marchio di fabbrica e al titolo degli oggetti preziosi**. La materia è regolata in Italia dalla Legge 46/68 che, recependo le aspettative degli operatori orafi gioiellieri, stabilisce la marchiatura e titolazione degli oggetti da parte dei fabbricanti.*

Ciò è in contrasto con una tradizione consolidata in altri Paesi che adottano il sistema di marchiatura e titolazione "statale" cioè effettuata da organismi pubblici.

Partendo da queste basi, gli organi comunitari si sono messi al lavoro per trovare una soluzione che corrispondesse alle esigenze contrapposte dei diversi Stati membri.

Le organizzazioni del settore e l'Associazione Orafa Valenzana sono state costantemente in contatto con i rappresentanti italiani nella Commissione Comunitaria e seguono passo dopo passo l'evolversi dei fatti che tra l'altro stanno assumendo forme favorevoli ai desiderata italiani. (Vedi articolo seguente).

Grandi erano infatti i timori degli operatori nel caso di un prevalere delle proposte avanzate da altri Paesi, timori che però possono dirsi allo stato di fatto non più fondati.

Per offrire agli associati uno spaccato aggiornato dello stato delle discussioni e delle proposte elaborate dalla Commissione della Comunità Europea, deputata allo studio del problema, riportiamo parzialmente l'intervento del Sig. Luis S. Montoya, membro autorevole della citata Commissione. Nelle righe che seguono si fa il punto sulla situazione del sistema di controllo e marchio degli articoli in metallo prezioso e viene presentata una bozza di regolamentazione comunitaria.

Secondo il Sig. Montoya due erano le strade che si aprivano davanti alla Commissione; la prima portava ad un mutuo riconoscimento, in virtù dell'articolo 30 del Trattato istitutivo della Comunità, delle diverse regolamentazioni nazionali, la seconda ad una iniziativa armonizzatrice.

I favori della Commissione si sono rivolti all'ultima ipotesi, anche in rispetto dello spirito invalso nelle direttive CEE in tutti i settori, che ha consentito e consentirà anche agli operatori economici di influire sulla realizzazione di un sistema comune.

Fino ad ora nei molti mesi di studio e di elaborazione della Direttiva da emanarsi, la Commissione, con l'ausilio di esperti del settore e delle organizzazioni di categoria tra le quali si è distinta per

l'attenzione prestata alla vicenda la nostra Associazione, ha elaborato le seguenti proposte:

- **1)** i titoli comunemente usati saranno accettati ai sensi della Direttiva;
- **2)** punzonatura obbligatoria su tutti gli oggetti inseriti nella Direttiva da parte dei fabbricanti o degli importatori, con un marchio di avallo ed un marchio di purezza attestante il titolo;
- **3)** entrambe queste punzonature costituiscono assieme una dichiarazione di conformità da parte del fabbricante ai sensi della Direttiva e saranno sufficienti per commercializzare gli oggetti;
- **4)** il proprietario del marchio di avallo è responsabile per

il titolo garantito del prodotto;

- **5)** registrazione obbligatoria del marchio di avallo presso enti designati dagli Stati;
- **6)** i designati enti di registrazione custodiscono anche le registrazioni di tutti gli altri marchi riconosciuti in tutti gli Stati membri ai sensi della Direttiva;
- **7)** ciascun Stato membro accorderà ai suoi fabbricanti il vantaggio di un test volontario o di una verifica effettuata da un ente terzo. Gli Stati membri designeranno degli enti/laboratori atti alla bisogna che si atterranno ai criteri di competenza tecnica e di indipendenza fissati dall'allegato alla Direttiva.
- **8)** in seguito a tale test, il de-

signato ente/laboratorio può apporre il proprio marchio fornendo le informazioni comprovanti il titolo;

- 9) un'altra possibilità (alternativa alle precedenti) potrebbe essere che a certe condizioni ed in accordo con un ente designato responsabile per il testo volontario, un fabbricante, il quale possa dimostrare che può mettere in funzione un sistema provato a garanzia della qualità, può essere autorizzato ad applicare il marchio dell'ente designato ad una ditta X;
- 10) gli Stati membri dovranno designare un ente che sarà responsabile del controllo della conformità del prodotto alla Direttiva dopo che gli articoli siano stati posti in commercio;
- 11) questi controlli possono essere svolti periodicamente su base casuale e dovrebbero assicurare che le merci offerte in vendita siano punzonate secondo le disposizioni della Direttiva.

Il Sig. Montoya ha tenuto sottolineare che **quanto proposto e suggerito dalla Commissione non è immutabile**; i rappresentanti delle associazioni dei fabbricanti, dei consumatori potranno dare il loro apporto propositivo per migliorare il meccanismo normativo.

A tal proposito ribadiamo che la situazione è tenuta in alta considerazione dalla dirigenza dell'A.O.V. che opera costantemente in contatto con i membri italiani della Commissione Europea cercando di far recepire proposte e suggerimenti utili e favorevoli alla categoria. ■

CRONACA DI UNA RIUNIONE

Venerdì 13 luglio scorso a Milano si sono riuniti ancora una volta i rappresentanti della *FEDERORAFI*, *ASSOMET*, *CONFARTIGIANA-TO*, *CNA* e delle *Associazioni Orafe DI AREZZO, VALENZA e VICENZA* per discutere sui temi riguardanti il marchio di fabbricazione e del titolo nonché quello dell'IVA sul metallo prezioso. Per Valenza erano presenti i *Sigg. Verdi Giuseppe e Ferraris Giampiero*.

A riguardo dei marchi, al punto precedente è già stato ampiamente riferito.

Da aggiungere che nella seduta del Senato del 5 luglio c.a. sono stati presentati tre emendamenti tendenti a modificare l'art. 59 della Legge 46/68 nel senso di autorizzare le Camere di Commercio ad eseguire analisi e controlli oltre che a rilasciare certificazioni sui metalli preziosi.

Tali emendamenti non sono però stati considerati pertinenti alla materia trattata dall'Assemblea di Palazzo Madama e quindi la Presidenza del Senato ha ritenuto opportuno non ammetterli alla discussione e alla successiva votazione. In conseguenza di ciò, i presentatori degli emendamenti hanno voluto comunque trasferire i contenuti degli stessi in un ordine del giorno, il n. 8, al fine di porre all'attenzione del Governo una questione che crea difficoltà ed incertezze per gli operatori del settore orafa.

Un invito quindi al Governo a voler provvedere direttamente o a sostenere le iniziative parlamentari in atto per la risoluzione della questione in discussione.

L'ordine del giorno, di cui il primo firmatario è il Sen. Rosati, dopo aver ottenuto il parere favorevole del Governo, è stato approvato dal Senato.

Il restante argomento, che riguarda **la fine del monopolio**

dell'oro quale conseguenza dell'entrata in vigore con il 1 gennaio 1993 del Mercato Unico Europeo per l'adeguamento del nostro Paese agli obblighi comunitari, ha evidenziato le **preoccupazioni di ordine fiscale** che si prospettano per il mercato dell'oro.

Tali preoccupazioni non affiorano per la probabile applicazione dell'IVA, quanto la quasi certezza che l'entrata in vigore di detto regime aprirebbe le porte al contrabbando con la conseguente fioritura di un prospero "mercato nero dell'oro", come d'altro canto è accaduto e sta accadendo per l'argento.

Le conseguenze colpirebbero negativamente il fisco ma anche i produttori onesti per la concorrenza sleale che subirebbe la loro produzione.

La proposta solutoria ad una tale probabile situazione viene caldeggiata con la richiesta di un "regime speciale" da riservarsi all'oro greggio. Il regime speciale è, d'altra parte, oggi applicato all'editoria, ai tabacchi, all'agricoltura.

Ancora una notizia: i presenti alla riunione hanno esplicitato la loro adesione alla costituzione di una **UNIONE PRODUTTORI ORAFI** ritenuta necessaria ed utile per dare un assetto formale al gruppo di lavoro che altrimenti non avrebbe alcuna possibilità di interloquire con quegli Organismi statali e parastatali - domani anche con quelli comunitari - con i quali invece è e sarà opportuno avere rapporti continui.

L'UNIONE PRODUTTORI ORAFI raccoglierebbe tutte le varie categorie di produttori dagli industriali agli artigiani, promuovendo così una voce unica ed univoca con un peso forte ed autorevole. ■

ASSICURAZIONE SUI PREZIOSI: PROBLEMI EMERGENTI

Negli ultimi due anni la statistica dei sinistri che ha colpito la categoria dei preziosi rileva una situazione "pesante" che ha comportato il mancato, almeno fino ad oggi, risarcimento dei danni subiti dagli orafi assicurati e che dai sinistri sono rimasti colpiti.

Questa allarmante situazione in particolare riguarda la VALLI HEALTH FIELDING s.p.a., società di brokeraggio che ha in atto una convenzione con la Confedorafi.

Molte voci allarmistiche sono circolate ed ancora circolano su questa Compagnia. Non è di nostra competenza smorzare tali voci nè alimentarne. Ci sembra però nostro dovere far conoscere le azioni che l'A.O.V. ha cercato di intraprendere appena venuta a conoscenza di dette "voci" e riportare le risposte a seguito di una puntuale e chiara lettera del nostro Presidente rivolta al-

la CONFEDORAFI perchè, quale firmataria della convenzione con il broker VALLI, ottenesse da questi il rispetto degli accordi pattuiti o quanto meno la espressa volontà a collaborare per una soluzione entro tempi ragionevoli per il soddisfacimento dei sinistri ancora in sofferenza.

Le risposte avute non possono certamente essere completamente tranquillizzanti, ma hanno espresso però la sicura volontà della CONFEDORAFI di agire con forza e fino agli estremi atti, mentre da parte del broker è stato dichiarato l'impegno ad attivarsi per il rispetto delle norme di cui alla convenzione già detta.

L'Associazione, cercando di tutelare e difendere l'interesse dei propri soci rimasti coinvolti, rimarrà attenta e vigile sugli sviluppi ripromettendosi ulteriori azioni se ne sarà il caso. ■

Alcune ditte associate ci hanno informato di comportamenti scorretti tenuti dalla ditta MALMICO di Anversa rappresentata dal sig. PYCKE. Tale ditta dopo aver ordinato merce anche per valori consistenti al momento della consegna l'ha respinta adducendo motivazioni incredibili ed inesistenti.

Gli sforzi e la buona volontà dimostrata anche in questa occasione dalle ditte fabbricanti non sono valse a nulla dal momento che la ditta MALMICO ha mantenuto ferma la condotta commerciale sleale e dannosa nei confronti delle ditte valenzane esportatrici.

Si comunica quanto sopra per opportuna conoscenza.

ASSOCIAZIONE ARTIGIANI DELLA LOMELLINA: CELEBRAZIONE

Il 24 giugno scorso, l'Associazione Artigiani della Lomellina ha festeggiato il 43° anniversario della fondazione.

Il Presidente, **Comm. Erminio Ton-di**, alla presenza del Presidente Nazionale della Confartigianato, **dott. Spalanzani**, ha voluto ricordare e sottolineare il valore e la rilevanza dei legami esistenti tra la realtà artigianale della zona e quella valenzana, auspicandone anche il continuo rafforzamento.

Esprimendo i più vivi ringraziamenti per la generosità, l'ospitalità e gli insegnamenti che gli orafi valenzani hanno saputo disinteressatamente offrire ai vicini lombardi, il Presidente degli artigiani della Lomellina ha dimostrato, a differenza di molti altri, di avere buona memoria e di nutrire un sentimento ormai in disuso, quello della riconoscenza. ■

CONSIGLI PER CHI VIAGGIA

L'U.S.S.L. 71 di Valenza ha posto in distribuzione in questa settimana un'agile opuscolo riguardante **"la salute in viaggio. Consigli sanitari per i viaggiatori"**.

Gli autori, dott. Tofanini e dott. Parovina, partendo dalla constatazione che viaggi anche verso Paesi lontani ed inconsueti sono ormai frequentissimi, forniscono una summa di notizie, consigli, precauzioni igienico-sanitarie di massima, di grande utilità.

Il tutto in un volumetto di 36 pagine, graficamente curato e facilmente consultabile.

Nella Sua breve presentazione il Presidente dell'U.S.S.L. 71, rag. Franco Cantamessa, sottolinea come questa iniziativa vada ad affiancarsi alle altre intraprese dalle strutture sanitarie locali per rispondere sempre più da vicino alle esigenze degli assistiti.



Ricordiamo che la pubblicazione è reperibile gratuitamente sia presso l'U.S.S.L. 71 di Valenza che presso i nostri uffici. ■

PRO-MEMORIA

Affinchè si possa prendere atto delle disposizioni che si invitano ad osservare scrupolosamente per raggiungere i migliori risultati organizzativi e di svolgimento della mostra.

Grazie.

INAUGURAZIONE

La Mostra sarà inaugurata quest'anno con grande probabilità dalla **Prof.ssa Rita Levi Montalcini**, Premio Nobel per la medicina, che ha espresso disponibilità ed interesse per la manifestazione orafa-gioielliera valenzana.

In questo modo la Prof.ssa Montalcini avrà occasione di osservare in anteprima i gioielli che gli orafi aderenti all'iniziativa **"UN GIOIELLO PER LA VITA"** avranno realizzato sulla scorta dei disegni creati da importanti personalità.

CARTOLINE-INVITO

Dal **3 settembre** sono a disposizione presso i nostri uffici. Il formato è quello adatto alla busta tipo americana; sono in inglese ed in italiano. Il loro scopo è di ricordare la mostra ma non di annullare l'obbligo del visitatore di documentare la propria attività esibendo la copia di autorizzazione di P.S.

TESSERE DI INGRESSO PER ESPOSITORI

Dallo scorso anno è d'obbligo per l'espositore ed i suoi collaboratori, presentare all'ingresso in mostra la tessera con foto che dovrà avere la convalida con l'applicazione del **bollino 1990**. L'ufficio è a disposizione per coloro che ancora dovessero applicare detto bollino.

Qualora l'espositore necessitasse ulteriori tessere oltre quelle già rilasciate, potrà richiederle fornendo n. 2 fotografie per ciascu-

na tessera che sarà addebitata al costo di Lit. 20.000 + IVA.

Invitiamo tutti i titolari delle aziende espositrici a ritomarci le tessere del personale non più alle loro dipendenze, anche nel loro stesso interesse.

TESSERE DI INGRESSO PER I SOCI AOV NON ESPOSITORI

Le tessere da socio dovranno, come le tessere da espositore, contenere il bollino 1990 a disposizione presso gli uffici AOV per consentire l'accesso in mostra.

Invitiamo pertanto tutti i soci che ancora non l'avessero fatto a farci pervenire al più presto n. 2 fotografie per ogni tessera spettante che verrà rilasciata gratuitamente.

Si ricorda che ad ogni azienda associata spettano n. 2 tessere; qualora i titolari fossero più di due saranno rilasciate gratuitamente ulteriori tessere dietro esplicita richiesta scritta.

Sottolineiamo che i soci potranno accedere in mostra unicamente dietro presentazione di tessera con fotografia e non sarà pertanto sufficiente la licenza di P.S.

L'essere soci e possedere la tessera personale consente di evitare noiose code all'accettazione, un privilegio quindi per i soli soci AOV.

I bollini 1990 vengono consegnati unicamente alle ditte in regola con la quota associativa che, ricordiamo, era da versare entro il 31 gennaio 1990.

TESSERE DIPENDENTI

Le aziende espositrici dovranno segnalare il numero di tessere occorrenti che saranno valide per l'accesso in mostra nelle giornate di **martedì 9 e mercoledì 10 ottobre**. Questo tipo di tessere senza fotografia sarà ritirata all'ingresso e per essere valida deve recare il timbro della ditta espositrice.

TESSERE D'ONORE

Sono **riservate ad autorità e personalità** che vengono invitate direttamente dalla Direzione.

L'espositore potrà segnalarci per tempo un numero ristretto di nominativi ai quali verrà spedito l'invito solo se personalità di rilievo.

PERMESSI LAVORI DI ALLESTIMENTO

Sono da ritirare presso i nostri uffici. I lavori potranno essere effettuati a partire da **lunedì 1° ottobre fino a giovedì 4 con il seguente orario: 8:30/12:30; 14:00/19:00.**

Per questo periodo saranno in funzione due entrate, una per i settori 100 e 200 ed una per i settori 300, 400 e 500. Il personale dell'AOV con una fascia di riconoscimento al braccio ritirerà una copia del permesso lavori mentre l'altra resterà all'espositore o alla ditta allestitrice incaricata.

SMOBILIZZO

Le giornate di **giovedì 11 e venerdì**

dì 12 ottobre saranno dedicate ai lavori di smobilizzo con lo stesso orario del periodo di allestimento.

RIFIUTI

Nelle giornate dedicate all'allestimento saranno dislocati lungo i corridoi del palazzo Mostre numerosi cestoni porta rifiuti dei quali tutti sono invitati a servirsi regolarmente.

Materiali voluminosi potranno essere depositati negli appositi cassonetti all'esterno dell'area espositiva.

VETRINE

Si porta a conoscenza che la Commissione Provinciale di Vigilanza preposta alla verifica delle strutture espositive, ha ancora una volta evidenziato la eccessiva illuminazione di gran parte delle vetrine.

Si esorta quindi, al fine di non incorrere in sanzioni spiacevoli, a

ridurre i corpi luminosi superflui ed al contempo e comunque ad creare le vetrine stesse così da disperdere il calore che viene ad accumularsi e che nei casi limite potrebbe provocare autocombustione.

Non avete mai pensato al disagio ed al fastidio che l'eccessivo calore provoca a coloro che si avvicinano alle vetrine e che vorrebbero soffermarsi per ben guardare gli oggetti esposti?

IMPORTANTE

Da ricordare che:

- a) nelle vetrine deve essere esposta la targhetta con la scritta "ORO 750" oppure "PLATINO 950" (per l'oro sono ancora a disposizione un piccolo numero di targhette);
- b) le bilance elettroniche non sono omologate e che pertanto la loro presenza nello stand - luogo di vendita - è ritenuta illegale e passibile di sequestro e multa.

TELEFONI

MOLTO IMPORTANTE.

A modifica di quanto annunciato nello scorso numero di "AOV Notizie", si informano i Signori Espositori che, per problemi di ordine tecnico, indipendenti dalla nostra volontà, non verrà posta in funzione per questa edizione la nuova centralina.

Il nuovo impianto sarà invece utilizzabile dalla prossima edizione primaverile della Mostra.

Quindi, per ora, rimangono invariati i numeri di telefono del Palazzo Mostre e le procedure di ricezione ed effettuazione delle chiamate.

Ricordiamo che il centralino della la Mostra risponde ai numeri:

(0131) 955511 - 955264.

Le ditte interessate ad interpreti, standiste, hostess o traduttrici in occasione della mostra "Valenza Gioielli" o di altre manifestazioni fieristiche, possono rivolgersi presso i nostri uffici per consultare un ampio schedario.

Nei primi giorni del mese di settembre comunicheremo la data e le modalità dello smaltimento del gesso-scagliola

BIJORHCA '90

La mostra BIJORHCA, che avrà luogo dall'1 al 5 settembre a Parigi presso l'Exhibition Park, è suddivisa in tre settori complementari: argenteria, gioielleria, oggetti decorativi; orologeria, pietre preziose, perle; accessori per la gioielleria.

Normalmente visitano la manifestazione più di 3.000 operatori in particolare europei, giapponesi e americani.

La manifestazione è riservata ai soli operatori del settore. Questi ultimi troveranno all'interno della mostra numerosi servizi tra i quali: interpretariato, assistenza bancaria e postale.

EARLS COURT

Dal 2 all'6 settembre Londra ospiterà l'International Watch Jewellery and Silver Trades Fair. La mostra dislocata quasi al centro della città presenta una vasta gamma di prodotti.

Gli organizzatori ritengono che quest'anno i visitatori supereranno le 9.000 presenze.

La manifestazione è riservata agli operatori del settore.



INTERGEM

La sesta edizione della mostra internazionale INTERGEM che, come ogni anno si svolgerà ad Idar-Oberstein, aprirà le sue porte il 7 settembre proseguendo fino al 10 dello stesso mese.

180 espositori metteranno in vetrina i propri prodotti: gioielli, diamanti, gemme, ogni tipo di pie-

tre preziose, accessori per l'industria orafa.

Durante la scorsa edizione sono stati registrati poco più di 4.000 visitatori provenienti da 46 diversi paesi.

In questa edizione, l'Intergem presenterà uno speciale mostra dedicato alle gemme provenienti dall'Africa con relativo simposio.

Per accedere alla manifestazione è necessario esibire un documento di identità o un biglietto da visita attestante la qualifica di operatore del settore.

HONG KONG JEWELLERY E WATCH FAIR

Dal 16 al 20 settembre si svolgerà l'ottava edizione dell'Hong Kong Jewellery e Watch Fair '90. Ormai la mostra è diventata un importante appuntamento del panorama fieristico internazionale.

Ogni anno accoglie circa 1.500 espositori e disegnatori provenienti da vari paesi e i visitatori ammontano a circa 30.000. E' superfluo ricordare che la mostra è aperta anche ai non operatori. Quest'anno saranno ancora presenti rappresentanze di vari paesi tra i quali anche l'Italia.

Il 17 e il 18 settembre verrà tenuto un convegno riguardante la divulgazione del commercio dei preziosi nel mercato mondiale.

Per partecipare all'iniziativa è possibile prenotarsi contattando gli organizzatori.

OROGEMMA

Il terzo appuntamento dell'anno che la fiera di Vicenza dedica al mondo dell'oreficeria, si terrà dal 15 al 19 settembre.

Tra i circa 850 espositori ben 80 sono le ditte orologiaie con 200 marchi presenti. Nei cinque giorni della manifestazione molti sono gli appuntamenti collaterali

tra i quali segnaliamo il convegno sul dettaglio orafa svolto con il patrocinio della Federdettaglianti.

Nella hall saranno inoltre allestite due mostre una dedicata all'esposizione dei gioielli "Colombo '92", l'altra alle creazioni legate all'iniziativa "Diamanti Domani, un ponte tra scuola e industria".

INHORGENTA

Anche grazie alla mostra Inhorgenta, che quest'anno si svolgerà dal 29 settembre al 1 ottobre, la città di Monaco si è trasformata anno dopo anno in uno dei maggiori centri di gioielleria e oreficeria.



Per cinque giorni durante i mesi di febbraio e settembre, 1.100 ditte espositrici metteranno in mostra le loro creazioni in fatto di orologi, gioielli, pietre preziose, perle, argenti, macchine connesse all'industria orafa.

Come ogni anno anche in questa edizione prenderanno parte gruppi provenienti da diversi paesi europei e non.

Saranno a disposizione di visitatori e operatori numerosi servizi e apposite salette per la conclusione degli affari.

L'accesso è riservato ai soli operatori che dovranno provare all'ingresso la loro appartenenza al settore.

UNA RAPINA PUÒ ESSERE UN DRAMMA O UNA SEMPLICE AVVENTURA DA RACCONTARE

GOGGI^{SRL}
ASSICURAZIONI

INSURANCE AND REINSURANCE BROKERS / LLOYD'S CORRESPONDENTS

AVVENTURE DA GIOIELLIERE

Capitale sociale
L. 200.000.000 int. vers.
Iscrizione Albo Brokers nr. 0400/S
Codice Fiscale e P.IVA 01293790067

SEDE LEGALE E DIREZIONE

Alessandria, Piazza Turati, 5
Tel. (0131) 56238-41771
Telex 211848 GOGGI I
Fax 0131-41204

UFFICI DI VALENZA

Viale Oliva, 9/A
Tel. (0131) 952767-946084

COLLEGATE IN:
MILANO - VICENZA - GENOVA
AREZZO - FIRENZE - BOLOGNA

INDAGINE AOV

Di seguito riportiamo l'estratto dei principali risultati emersi da una indagine condotta dallo Studio ERREPI di Roma su incarico dell'Associazione Orafa Valenzana.

Il sondaggio effettuato presso un centinaio di gioiellerie operanti nelle più importanti città italiane aveva lo scopo di valutare l'immagine del gioiello valenzano.

Più in particolare attraverso l'indagine sono stati esaminati i seguenti aspetti:

- andamento generale del mercato del gioiello valenzano e analisi delle tendenze evolutive a breve termine;
- macro elementi di profilo della clientela che acquista gioielli;
- comportamento di acquisto dei clienti;
- conoscenza e immagine del gioiello valenzano;
- effetti del fenomeno delle aste televisive sull'immagine del gioiello valenzano;
- valutazioni in merito alla eventuale introduzione di un marchio di certificazione della qualità del gioiello valenzano.

Di seguito proponiamo un quadro riassuntivo che comprende le principali opinioni espresse dagli intervistati nei riguardi dell'immagine del gioiello di Valenza.

Coloro che fossero interessati a consultare l'indagine nel suo complesso possono farlo presso gli uffici dell'AOV.

L'EVOLUZIONE DELL'IMMAGINE DEL GIOIELLO VALENZANO

L'immagine complessiva del gioiello di Valenza risulta indebolita ed interessata da pericolose tendenze alla dequalificazione (sicuramente non generalizzabili a tutte le aziende che operano nella zona) che rischiano di minare i punti di forza storici del gioiello

valenzano: l'esclusività, l'originalità, la qualità e il pregio della lavorazione artigianale.

A Valenza è riconosciuto ancora il primato di "zona più famosa d'Italia" per la produzione di oggetti preziosi, ma il gioiello valenzano non è più considerato "come il top della gioielleria italiana".

Il "Marchio Valenza" non costituisce infatti una indiscussa e generalizzata garanzia di qualità per gli operatori del settore che effettuano una attenta distinzione tra le aziende di Valenza, circoscrivendo il comparto delle aziende che operano ad un certo livello di qualità e professionalità.

Secondo gli intervistati nel tempo si è creata una evoluzione negativa dell'immagine del gioiello valenzano, naturalmente non generalizzabile a tutte le aziende, ma che ha coinvolto l'immagine globale della zona, dovuta ad una sinergia negativa dei seguenti fattori:

- non c'è stato un aggiornamento del design che è rimasto ancorato allo stile classico; il gioiello valenzano rischia oggi di essere considerato per la maggior parte della produzione, come un'oggetto datato, poco sensibile alla evoluzione del design moderno ed estraneo alle tendenze della moda;
- il gioiello valenzano presenta una forte tendenza alla ripetitività del design e dello stile sia nel tempo sia nella produzione delle aziende che operano nella zona (con partico-

lare riferimento alle aziende medie) ed è caratterizzato da mancanza di originalità e novità;

- la produzione tende ad assumere caratteristiche di tipo industriale orientandosi verso un gioiello di tipo commerciale destinato ad una clientela di massa con conseguenti ricadute in termini di qualità dell'oggetto prezioso;
- si rileva scarsa attenzione alla cura dell'immagine e in particolare si denota la mancanza di supporti pubblicitari e promozionali sia in generale (come supporto alle vendite) sia in particolare per quel che concerne la veicolazione e l'affermazione di idee/tendenze di moda.

In questo scenario si è inserito il fenomeno delle aste televisive (e con ruolo minore anche il fenomeno della "vendita diretta") che sta accelerando ed accentuando gli aspetti più negativi di questa tendenza con il rischio di determinare un reale deterioramento dell'immagine e una conseguente svalorizzazione del gioiello valenzano.

Nelle aste televisive si offre infatti un prodotto sicuramente di tipo "commerciale", di media o bassa qualità, realizzato con tecniche industriali e proposto ai clienti con tecniche di vendita tutt'altro che professionali, a prezzi decisamente bassi, anche se non sempre corrispondenti sotto il profilo della qualità.

Al di là dell'effettiva provenienza

dalla zona di Valenza di questi oggetti, è il "Marchio Valenza" che viene pesantemente coinvolto dalle aste televisive con il rischio di una impropria generalizzazione del livello di qualità dei gioielli televisivi a tutta la produzione valenzana.

Il gioiello di Valenza comincia pertanto ad essere identificato come oggetto volgarizzato, di tipo commerciale, destinato ad una clientela di massa, realizzato con tecniche produttive industriali, eccetera.

I rischi di questa tendenza (solo in parte in atto) possono essere considerevoli anche in termini di mercato, determinando:

- perdita di fiducia dei clienti sulla esclusività e sulla qualità del gioiello valenzano;
- identificazione del gioiello di Valenza con la produzione orafa meno qualificata di tipo industriale;
- perdita di quote di mercato (clientela più selezionata e gioielleria).

L'eventuale introduzione di un marchio di certificazione viene valutato positivamente dagli intervistati che però non ritengono tale iniziativa sufficiente a modificare una situazione che, a loro parere, richiederebbe un intervento più radicale e generalizzato di rilancio e riqualificazione dell'immagine e delle qualità del gioiello valenzano. Gli obiettivi di questo rilancio dovrebbero essere:

- recupero di esclusività;
- impegno nella qualità;
- distanza da "tentazioni commerciali";
- rinnovamento del design;
- allineamento alle tendenze della moda;
- impegno promozionale e pubblicitario. ■

SCHEDA METODOLOGICA

CAMPIONE DI INDAGINE

100 gioiellerie localizzate nelle seguenti città: Torino, Milano, Venezia, Treviso, Verona, Padova, Genova, Bologna, Modena, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari.

ESERCIZI CAMPIONATI

Gioiellerie che sviluppano più del 25% del fatturato in gioielli.

FIGURA INTERVISTATA

Titolare o coadiuvante o direttore o responsabile reparto gioielli.

TIPO DI RILEVAZIONE

Interviste dirette svolte presso l'esercizio campionato.

QUESTIONARIO

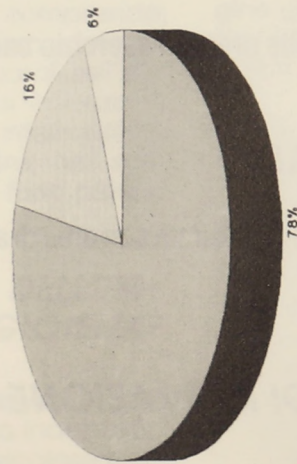
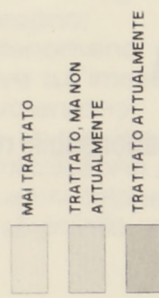
Scheda di rilevazione strutturata con aree di approfondimento qualitativo.

PERIODO DI RILEVAZIONE

Marzo 1990.

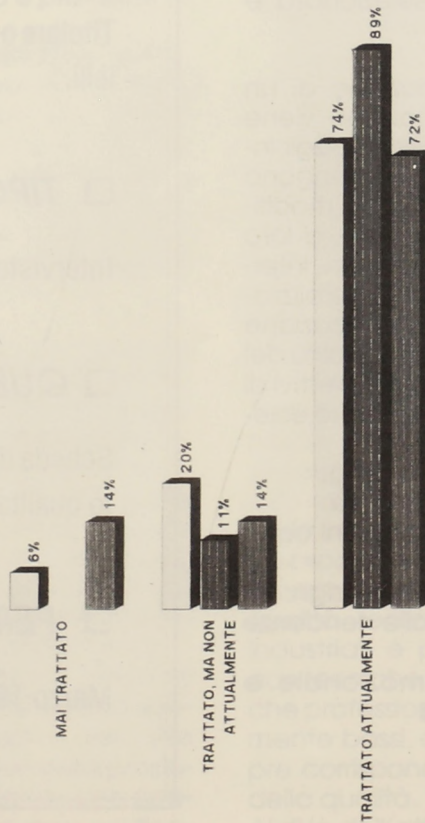
TUTTI GLI INTERVISTATI CONOSCONO IL GIOIELLO VALENZANO

COMMERCIALIZZAZIONE DEL GIOIELLO

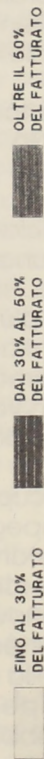


ANALISI SECONDO IL TIPO DI ESERCIZIO

COMMERCIALIZZAZIONE DEL GIOIELLO

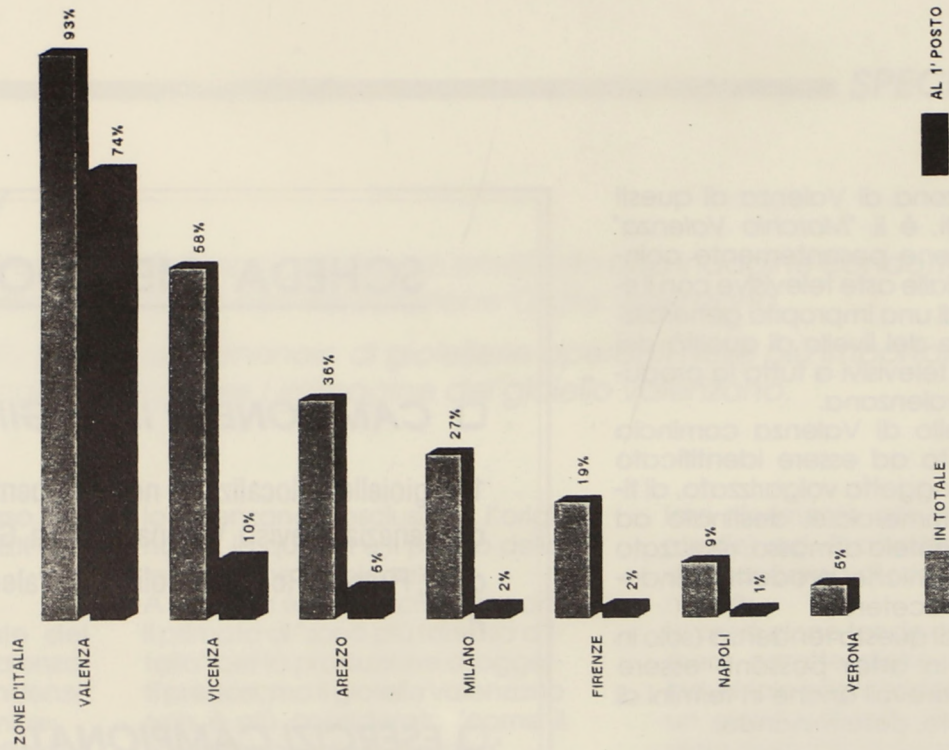


Specializzazione dell'esercizio in gioielli



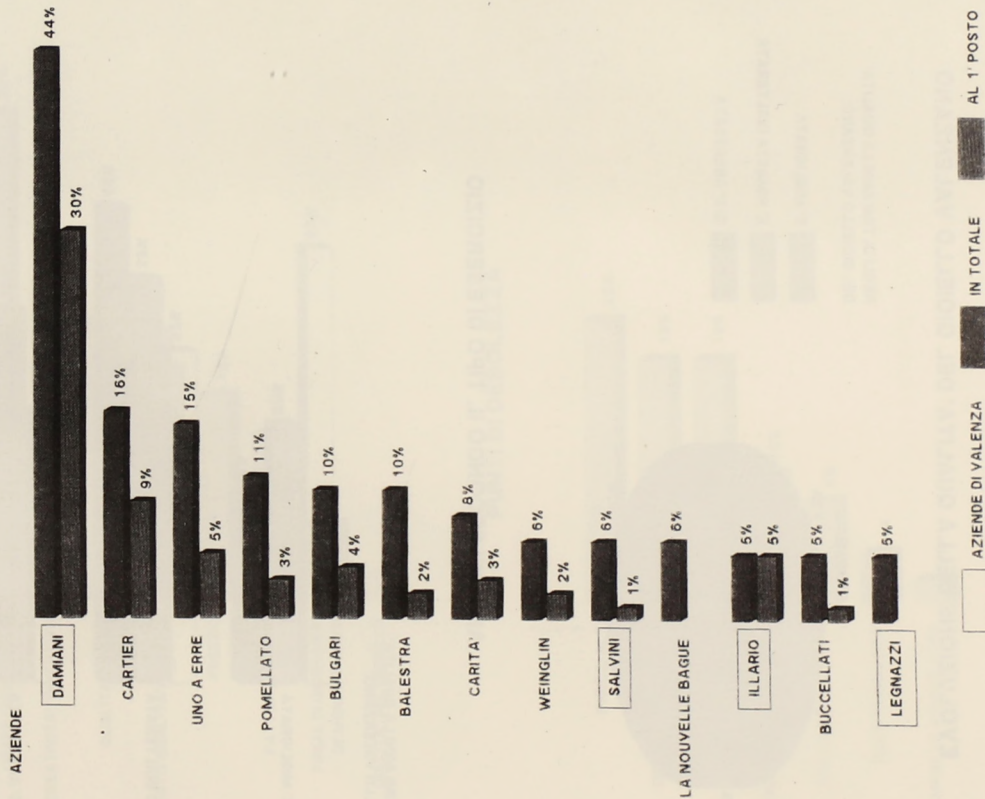
METRON R. & C.

CITAZIONI, IN ORDINE DI IMPORTANZA, DELLE ZONE D'ITALIA FAMOSE PER LA PRODUZIONE DI GIOIELLI

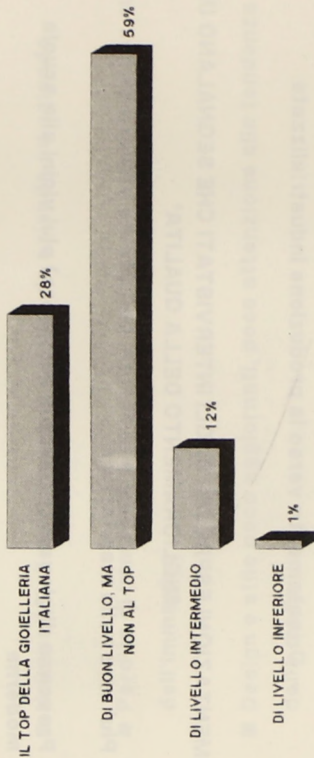


METRON R. & C.

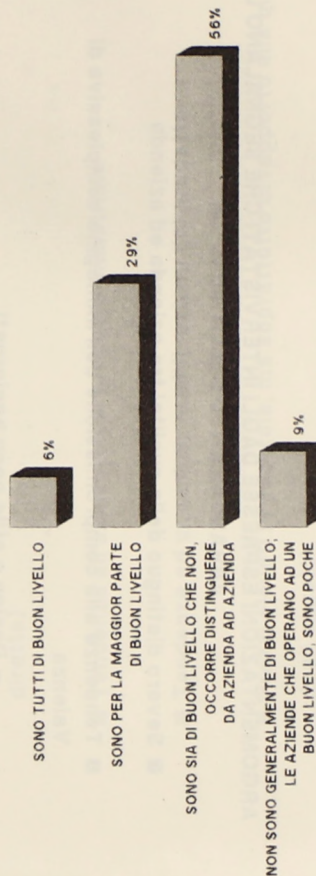
CITAZIONI, IN ORDINE DI IMPORTANZA, DELLE AZIENDE LEADER NELLA PRODUZIONE DI GIOIELLI



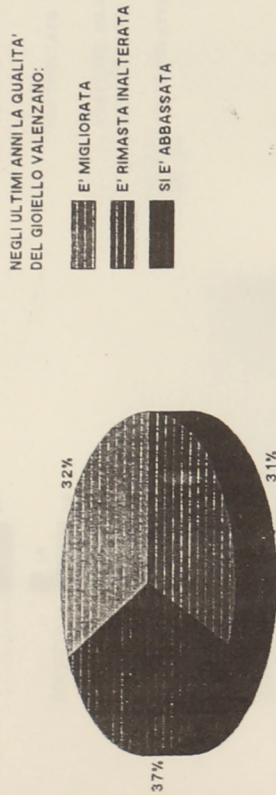
I GIOIELLI DI VALENZA SONO DA CONSIDERARE:



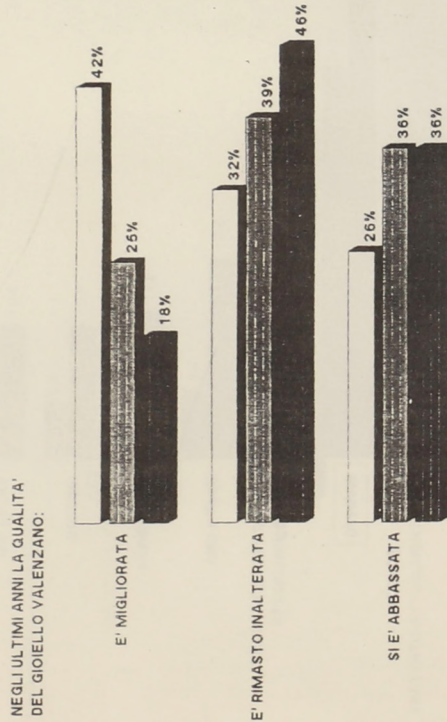
I GIOIELLI DI VALENZA:



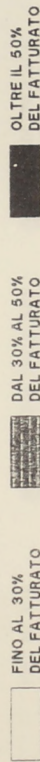
EVOLUZIONE DELLA QUALITA' DEL GIOIELLO VALENZANO



ANALISI SECONDO IL TIPO DI ESERCIZIO



Specializzazione dell'esercizio in gioielli



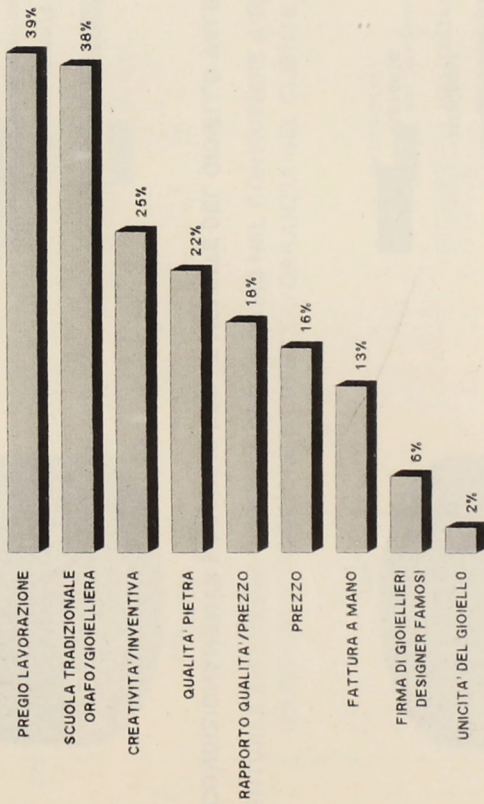
ARGOMENTAZIONI ESPRESSE DAGLI INTERVISTATI CHE SEGNALANO UN ABBASSAMENTO DELLA QUALITA'

- Severo distinguo della qualita' tra azienda ed azienda
- Tendenze alla compromissione dell'immagine complessiva di Valenza
 - Design e stile poco aggiornati
 - Ripetitivita' nel tempo e tra le aziende
 - Poca attenzione al design moderno e alle tendenze della moda
- Orientamento verso un mercato massificato di tipo commerciale
- Orientamento verso la produzione industrializzata

ARGOMENTAZIONI ESPRESSE DAGLI INTERVISTATI CHE SEGNALANO UN MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA'

- Piu' cura nella manifattura
- Presenze di giovani (aziende e designers) piu' vicini alla scuola moderna
- Miglioramento delle tecniche di lavorazione (innovazioni tecnologiche)
- Maggiore attenzione alla qualita' delle pietre
- Maggiore cura nelle finiture

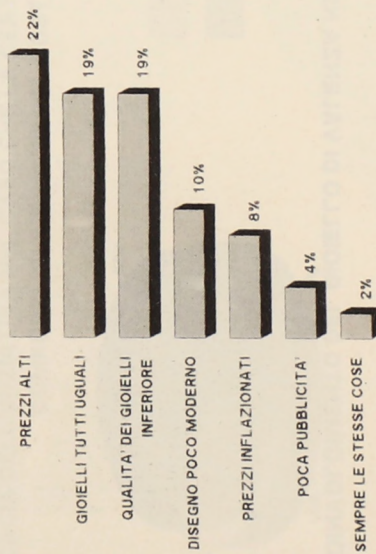
PUNTI DI FORZA



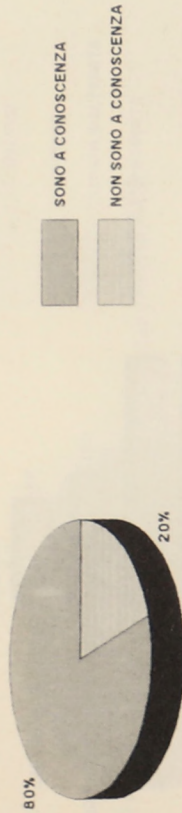
PUNTI DI DEBOLEZZA: ARGOMENTAZIONI ESPRESSE DAGLI INTERVISTATI

- Necessita' di distinguere la qualita' da azienda ad azienda
- Perdita di immagine e di qualita' con scarsa attenzione alla cura dell'immagine
- Design e stile poco aggiornati, poca attenzione alla tendenza della moda
- Mancanza di supporti pubblicitari e promozionali, sia in generale sia in riferimento alla veicolazione di messaggi di moda e di tendenza
- Tendenza ad orientarsi verso un oggetto massificato, di tipo "commerciale" (con "tentazioni iper-commerciali": Aste-Vendita diretta)
- Tendenza all'aumento del prodotto industriale
- Tendenza ad una minor qualificazione del prodotto
- Prezzi elevati in generale, ma soprattutto in rapporto alla qualita' degli oggetti

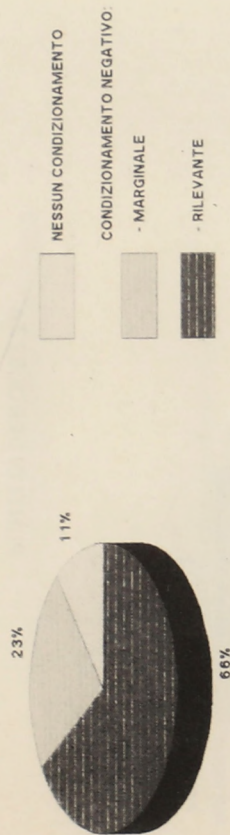
PUNTI DI DEBOLEZZA



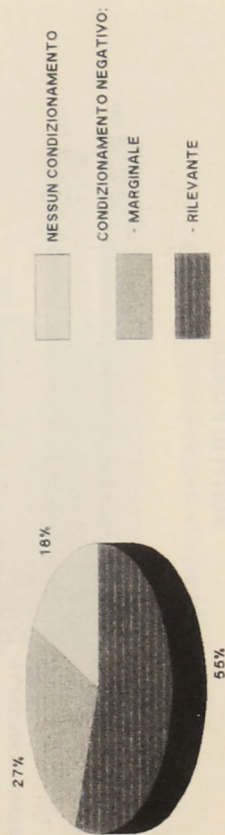
COINVOLGIMENTO DEL GIOIELLO DI VALENZA NELLE ASTE TELEVISIVE



CONDIZIONAMENTO NEGATIVO PER L'IMMAGINE DEL GIOIELLO VALENZANO



CONDIZIONAMENTO NEGATIVO PER LE VENDITE DEL GIOIELLO VALENZANO



LE ASTE TELEVISIVE DANNEGGIANO NOTEVOLMENTE IL GIOIELLO VALENZANO:

- In modo determinante l'immagine
- Con possibili ricadute per le vendite

RISCHIO DI DEQUALIFICAZIONE DELL'IMMAGINE E DI ACCELERAZIONE DELLA TENDENZA VERSO PRODOTTI INDUSTRIALI DI TIPO "COMMERCIALI"

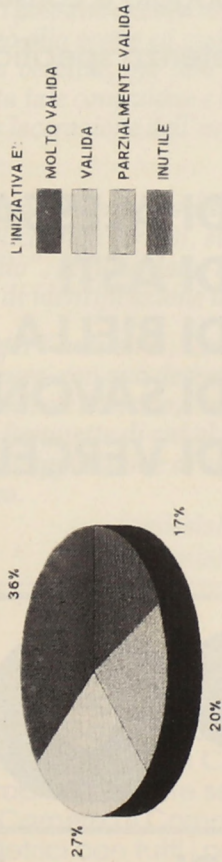
ATTRAVERSO LE ASTE SI COINVOLGE L'IMMAGINE COMPLESSIVA DI VALENZA:

- Il "marchio Valenza" viene associato a prodotti industriali, "commerciali"
- Al gioiello valenzano non vengono piu' riconosciute originalita', prestigio, esclusivita'
- Il gioiello valenzano di fatto viene deprezzato e svalutato

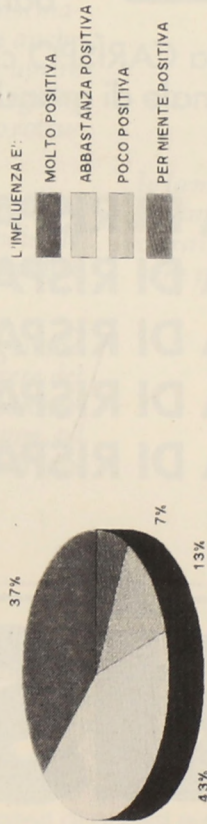
GLIEFFETTI SULLE VENDITE SONO INDIRETTI MA DETERMINANTI:

- Disaffezione dei clienti verso il gioiello valenzano
- Perdita di una fascia di clientela
- Perdita di una fascia di gioiellerie

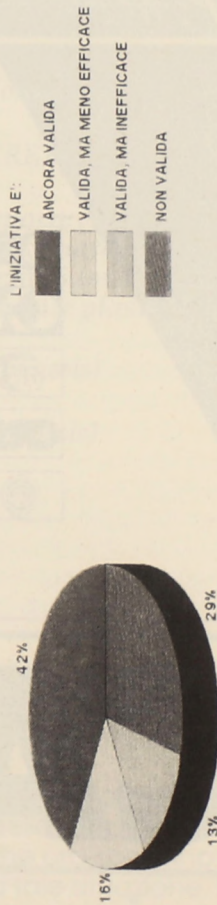
VALUTAZIONE DI CARATTERE GENERALE



EVENTUALE INFLUENZA POSITIVA DEL MARCHIO NEL CONTRIBUIRE A GENERARE UN SENSO DI MAGGIORE SICUREZZA /GARANZIA NEL CLIENTE



EFFICACIA DELL'INIZIATIVA NEL CASO CHE LA CERTIFICAZIONE DEL GIOIELLO COMPORTI UN AUMENTO DEL COSTO (+5%)



L'INTRODUZIONE DEL MARCHIO E' VALUTATA IN TERMINI GENERALMENTE POSITIVI

MA LA NECESSITA' PIU' URGENTE E' AVVIARE UNA CONCRETA RIQUALIFICAZIONE DELL'IMMAGINE E DEL PRODOTTO

- Recupero di esclusivita'
- Impegno nella qualita'
- Presa di distanza da "tentazioni commerciali"
- Immediata riconoscibilita' e distinguibilita' dalla produzione qualificata
- Rinnovamento del design e allineamento alle tendenze della moda
- Impegno promozionale e pubblicitario
- Rilancio dell'immagine

**Prima di scegliere
il leasing
per la vostra
auto
guardate
chi c'è
dietro.**



Dietro alla CARÍSPO
c'è la professionalità
e la preparazione
economica di grandi Banche.

Dietro alla CARÍSPO
c'è l'esperienza finanziaria
indispensabile per proporvi
un leasing semplice, equilibrato
e funzionale.

Dietro alla CARÍSPO
c'è un'organizzazione
commerciale moderna e capillare
che opera in 20 province con 214 sportelli
bancari di appoggio e consulenza.

Dietro alla CARÍSPO c'è la competenza specifica
e professionale di grandi partners.

-  **CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA**
-  **CASSA DI RISPARMIO DI ASTI**
-  **CASSA DI RISPARMIO DI BIELLA**
-  **CASSA DI RISPARMIO DI SAVONA**
-  **CASSA DI RISPARMIO DI VERCELLI**

CARÍSPO

Il leasing proposto da 5 Casse di Risparmio

LEGGE 46/68: NOVITA'

Una modifica ed una integrazione della legge 46/1968 concernente la disciplina dei titoli e dei marchi dei metalli preziosi sono state disposte negli ultimi mesi. **La modifica**, contenuta nella Gazzetta Ufficiale n. 139 del 16/6/90, riguarda la possibilità che le laminette e i sigilli alle confezioni contenenti materie prime o semilavorati in metallo prezioso che, in relazione alle loro particolari dimensioni non consentano la marcatura, possano essere, oltre che di metallo o lega metallica come già previsto nell'art. 42 del regolamento, anche di materiale plastico.

Le caratteristiche del materiale plastico usato per la laminetta ed il sistema di sigillatura saranno autorizzate, a domanda degli interessati, con provvedimento del Direttore Generale del Commercio Interno sentito il Comitato Centrale Metrico.

Riproduciamo il vecchio testo dell'art.42 con accanto l'adeguamento odierno:

ARTICOLO 42

Le materie prime di platino, palladio, oro e argento, in piccoli grani, in fili e fogli sottili, in polvere ecc. ed i semilavorati in genere che, in relazione alla loro particolare struttura od alle loro ridotte dimensioni, non consentono la marchiatura, devono essere posti in vendita in involucri chiusi e sigillati.

Gli involucri possono essere costituiti di qualsiasi materiale idoneo allo scopo ed essere confezionati anche all'atto della vendita, ma non devono potersi aprire dopo eseguita tale confezione e l'operazione di sigillatura, che per lacerazione dell'involucro stesso o rottura dei sigilli.

I sigilli devono essere apposti su laminetta in metallo o lega metallica, non ferrosi, sulla quale sia incisa la parola "sigillo", seguita dalla indicazione del titolo e del marchio di identificazione del produttore.

Il Ministro per l'Industria, Commercio e Artigianato può autorizzare, con suo decreto, sentito il parere del Comitato Centrale Metrico, l'uso di materiali non metallici per le laminette di cui al precedente comma, od altre forme di apposizione di sigilli, riconosciuti idonei allo scopo.

(omissis)

(omissis)

DECRETO 5 GIUGNO 1990

Il Ministro dell'Industria, Commercio e Artigianato

vista la legge 30 gennaio 1968 n. 46;

visto l'art. 42 del regolamento;

considerate le ragioni di progresso tecnico e di esigenze di mercato;

(omissis)

DECRETA CHE

le laminette su cui apporre i sigilli a garanzia degli involucri contenenti materie prime e semilavorati in metalli preziosi (omissis) possano essere prodotte in materiale plastico.

(omissis)

(omissis)

L'integrazione invece consiste nell'autorizzazione concessa al laboratorio della Camera di Commercio di Roma ad eseguire saggi su metalli preziosi come previsto dall'art. 80 del regolamento di applicazione della legge n. 46/68. (Gazzetta Ufficiale n. 153 del 3/7/90).

La decisione del Ministro del Commercio, Industria, Artigianato assume una particolare rilevanza dal momento che proprio in queste settimane stanno per essere prese in esame delle proposte di legge tese ad attribuire alle Camere di Commercio quei poteri di analisi e certificazione che ora spettano esclusivamente agli Uffici Metrici con tutti i problemi che ben conosciamo conseguenti a tale situazione. ■

MARCHI ORAFI NEGLI U.S.A.

Molte ditte avranno ricevuto nelle settimane scorse comunicazioni dall'Istituto per il Commercio con l'Estero riguardante la registrazione dei marchi negli Stati Uniti.

Precisiamo che tali comunicazioni informative fanno riferimento solo al completamento del lungo iter amministrativo che ha portato lo stato italiano a registrare la losanga e la stellina che fanno parte del marchio di identificazione da apporre sugli oggetti. La documentazione allegata alla lettera dell'ICE costituisce esclusivamente la fotocopia attestante la registrazione effettuata dal Governo Italiano e non ha nulla a che vedere con la procedura che la singola azienda deve porre in essere.

Quindi ogni ditta che non abbia già provveduto, deve al più presto dar corso alla pratica di registrazione del marchio negli U.S.A. al fine di evitare possibili blocchi di merce in Dogana e relative sanzioni amministrative.

Per le ditte che hanno già iniziato la pratica non resta che attendere l'attribuzione prima del "serial number" e poi del vero e proprio numero di registrazione per l'ottenimento del quale sono comunque necessari tempi relativamente lunghi.

Presso i nostri uffici sarà possibile ottenere informazioni dettagliate e ritirare la modulistica necessaria. ■

FISCO E FABBRICATI: NULLO L'ATTO SENZA IL 740

Con un emendamento approvato dal Senato alla legge di conversione del D.L. 27/4/90 è entrata nel nostro ordinamento una norma i cui punti principali sono:

- a) si applica agli atti pubblici tra vivi (non ai testamenti) ed alle scritture private redatte dopo il 1 gennaio 1991;
- b) la norma dichiara nulli gli atti di trasferimento della proprietà di unità immobiliare urbana che non contengano o non abbiano allegata la dichiarazione della parte o del suo rappresentante legale dalla quale risulti che il reddito dell'immobile è stato dichiarato nell'ultima dichiarazione dei redditi antecedente alla data dell'atto ovvero non contengano l'indicazione del motivo per cui tale reddito non è stato dichiarato;
- c) l'affermazione secondo cui il reddito dell'immobile è stato dichiarato viene emessa dalla parte venditrice sotto la sua personale e penale responsabilità, senza che il notaio abbia l'obbligo di controllare che essa sia veritiera;
- d) la nullità dell'atto viene espressamente ricollegata solo all'assenza della dichiarazione da parte del venditore. La sola sanzione che colpisce l'eventuale falsa dichiarazione è quella prevista dall'art. 483 C.P. che punisce il falso ideologico commesso da privato in atto pubblico;
- e) non assume alcun rilievo il fatto che il venditore abbia denunciato redditi minori di quelli dovuti o non abbia correttamente classificato il bene;
- f) sono validi gli atti in cui si afferma che il venditore non ha dichiarato il reddito in quanto evasore fiscale; e ciò in quanto sufficiente indicare il motivo per cui lo stesso non è stato dichiarato. Sembra perciò possibile indicare come motivo la dimenticanza, aspettandosi poi le inevitabili sanzioni fiscali. ■

NULLA-OSTA ANTINCENDI: INCERTEZZE

La decisione della Corte Costituzionale depositata il 14 giugno dichiarando illegittimi gli articoli 1 e 5 della legge 818/84 concernente l'obbligo di richiesta di rilascio del nulla-osta per i titolari di attività pericolose tra i quali vanno comprese quelle orafe, ha creato una situazione di grave incertezza tra gli operatori. Le motivazioni della sentenza, di natura squisitamente tecnica trovano la loro principale esca nell'osservazione che le disposizioni legislative rinviano per individuare i destinatari dell'obbligo ad una fonte normativa di grado inferiore (atto amministrativo) venendosi così a creare una situazione paradossale. E' probabile che il Governo assuma un'iniziativa legislativa e non è escluso che l'intero iter amministrativo debba essere ripetuto o per lo meno corretto.

IL G.E.I.E.

Che cos'è

Il Gruppo Europeo di Interesse Economico (G.E.I.E.) è un nuovo strumento giuridico tendente a promuovere la cooperazione fra i vari stati della Comunità; si tratta in pratica di un gruppo costituito da due o più società, da enti o da persone fisiche che, appartenenti a diversi paesi della Comunità si avvantaggiano reciprocamente mettendo in comune esperienze di studi o di ricerche o effettuando vendite o acquisti.

Chi può farne parte

Tale gruppo si crea attraverso un "contratto di gruppo" a cui possono partecipare le società di diritto civile e commerciale e le altre persone fisiche o giuridiche contemplate dal diritto pubblico o privato esercitanti l'attività in paesi diversi, ad eccezione delle società che non si prefiggono scopi di lucro. Importante sottolineare la previsione secondo la quale il G.E.I.E. può essere costituito da persone fisiche per l'espletamento di servizi quali ad esempio quelli prestati da quanti esercitano professioni liberali.

Scopi

Il gruppo non ha lo scopo di realizzare profitti per se stesso ma ha carattere ausiliario e strumentale rispetto all'attività svolta dai suoi membri, i quali unendosi fra loro hanno la possibilità di realizzare determinati affari che da soli i singoli partecipanti al gruppo non avrebbero la forza ed i mezzi per promuovere.

Organizzazione

Il regolamento comunitario detta alcune precise disposizioni ma è anche lasciato ampio spazio all'autonomia dei partecipanti che potranno, nel contratto costitutivo, stabilire regole proprie

per ciò che riguarda i sistemi di amministrazione, il tipo della struttura degli organi del gruppo, le modalità per l'ammissione e il recesso dei membri. Ogni gruppo deve risultare iscritto presso l'apposito registro esistente in ogni stato e dallo stesso registro devono risultare tutte le variazioni che intervengono nella composizione e nell'esistenza dello stesso.

Trattamento fiscale

Sotto il profilo fiscale il G.E.I.E. è caratterizzato da una assoluta trasparenza, in quanto tutti gli effetti tributari colpiscono direttamente i componenti del gruppo. Infatti l'art. 21 del regolamento recita *"che i profitti risultanti dalle attività del gruppo sono considerati come profitti dei membri e ripartiti tra questi ultimi secondo le proporzioni previste dal contratto di gruppo, o nel silenzio del contratto, in parti uguali. Il risultato dell'attività del gruppo è soggetto ad imposta soltanto tramite l'imposizione a carico dei singoli membri."*

Il G.E.I.E. in Italia

Il primo termine di attuazione del regolamento stabilito dalla CEE per il 1 luglio 1989 è stato disatteso dall'Italia che con Grecia e Portogallo rimane anche in questo caso il fanalino di coda europeo. Un colpevole ritardo, quello dei legislatori, che preclude l'avvio di progetti di notevole interesse per lo sviluppo dell'economia nazionale, determinando come spesso è già avvenuto, una spinta per le nostre aziende ad andare costituire all'estero i gruppi. Il G.E.I.E. è comunque uno strumento giuridico di grande importanza anche sul piano nazionale per gli operatori che possono adottarlo in luogo di joint-venture, associazioni temporanee e consorzi. ■

DONATORI DI SANGUE

Riportiamo alcune disposizioni innovative contenute nella legge 4/5/90 n. 107 riguardanti le donazioni di sangue. L'art. 13 della nuova formulazione legislativa recita che ai lavoratori dipendenti donatori di sangue e di emocomponenti spetta il diritto:

- a) all'astensione dal lavoro per l'intera giornata in cui effettuano la donazione;
- b) alla normale retribuzione per la stessa giornata;
- c) copertura assicurativa ai fini pensionistici per il periodo di assenza dal lavoro destinato al salasso.

Resta ferma la facoltà per il datore di lavoro di richiedere all'INPS il rimborso degli emolumenti corrisposti a titolo retributivo ai dipendenti donatori, mediante conguaglio con i contributi dovuti all'Istituto. L'art. 14 della già citata legge dispone infine che gli enti preposti alle operazioni trasfusionali sono tenuti a certificare al datore di lavoro l'accesso e le pratiche delle donazioni cui sia stata sottoposta il dipendente donatore di sangue.

TERME E PERMESSI

Per poter effettuare le cure termali prima delle ferie senza perdere il diritto all'indennità di malattia è necessario e/o sufficiente dimostrare l'efficacia e la tempestività della terapia cioè provare la maggiore utilità delle cure termali ai fini di un più efficace conseguimento degli obiettivi terapeutici o riabilitativi di volta in volta perseguiti. La prova non è particolarmente onerosa per il lavoratore: basta infatti che un medico esprima uno specifico e motivato giudizio sulla maggiore efficacia ed utilità della cura, se effettuata in periodo extraferiale. E' questa l'unica corretta interpretazione da dare alle norme che disciplinano la spinosa materia dei permessi per cure termali.

Riportiamo per opportuna conoscenza dei soci la presa di posizione della Confedorafi relativamente al problema delle importazioni di oggetti preziosi da Paesi extra-comunitari.

Riproduciamo perciò copia della lettera inviata dal Presidente Confederale dott. Carlo Goretti Nuzzo al Presidente del Consiglio On. Giulio Andreotti, al Ministro dell'Industria, Commercio e Artigianato On. Adolfo Battaglia, al Ministro del Commercio Estero Ambasciatore Renato Ruggiero e al Ministro per le Politiche Comunitarie On. Pier Luigi Romita.

Oggetto: Importazioni di prodotti di oreficeria e gioielleria da Paesi extra-comunitari.

Con la presente desidero richiamare la Vostra cortese attenzione sulla problematica indicata in oggetto, poichè il comportamento irresponsabile di alcune aziende del settore, nonchè una effettiva carenza della vigente legislazione, rischiano di creare notevoli turbative nel mercato dei preziosi, di gettare discredito sul prodotto italiano e di provocare una crisi delle nostre imprese, tale da mettere in pericolo la prosecuzione stessa della plurisecolare tradizione dell'arte orafa italiana.

Il problema può essere così sintetizzato:

la vigente legislazione in materia (legge 30 gennaio 1968 n. 46) prevede che "gli oggetti di platino, palladio, oro e argento importati dall'estero per essere posti in vendita nel territorio della Repubblica, oltre ad essere al titolo legale devono essere muniti del marchio del fabbricante estero che abbia il proprio legale rappresentante in Italia e di quello di identificazione dell'importatore precisando che l'importatore all'atto in cui pone in vendita nel territorio della Repubblica gli oggetti importati, assume tutte le responsabilità e gli oneri imposti dalla legge e dal presente regolamento ai produttori nazionali e che è fatto divieto di apporre il proprio marchio di identificazione su oggetti in metalli preziosi o loro leghe, di fabbricazione altrui, ad eccezione dell'importatore per gli oggetti da esso importati." E' necessario evidenziare come il marchio di identificazione dell'importatore in nulla differisca da quello del produttore italiano. Inoltre è da rilevare come l'art. 25, I comma della legge, imponga all'importatore di apporre sugli oggetti di produzione estera l'indicazione del titolo nelle forme previste dall'art. 38 del regolamento ovvero le stesse previste per gli oggetti di produzione nazionale.

Se, infine, si tiene conto del fatto che le legislazioni di molti Stati esteri non prevedono l'obbligo per il fabbricante di oggetti preziosi di apporvi indicazioni di sorta (come d'altra parte è consentito ai nostri produttori per la merce destinata all'esportazione) si può ben intendere come sia impossibile, per l'acquirente finale distinguere tra il manufatto di produzione nazionale ed uno importato.

Ciò premesso, mi corre l'obbligo di richiamare la Vostra attenzione sul fatto che talune aziende italiane approfittando della sopraindicata impossibilità di un'agevole distinzione, importino oggetti finiti o semilavorati dall'estero (in particolare da Paesi dell'Estremo Oriente, noti per il basso costo della loro manodopera), vi appongano i marchi previsti dalla nostra normativa e li pongano in commercio (giungendo, talvolta, persino ad esportarli) come se fossero di loro produzione.

Questo comportamento, così poco lungimirante, provoca, come Ella può facilmente comprendere, delle notevoli turbative nel mercato, vista la considerevole differenza esistente tra i costi di manifattura.

Inoltre può gettare discredito sul buon nome della produzione italiana, nota nel mondo per lo stile e la cura dei particolari, essendo tali oggetti molto meno finiti e raffinati.

Infine, esso viene a danneggiare, in primo luogo, i nostri artigiani, proscutori della nobile e plurisecolare tradizione orafa italiana, i quali maggiormente soffrono di questa concorrenza impropria.

Desidero sottolineare come il settore rappresentato da questa Confedorafi abbia, oltre ad una innegabile valenza storica, artistica e culturale, anche una non indifferente rilevanza economica ed occupazionale.

Ed è per questo che sono fiducioso in un rapido intervento del Governo che, modificando l'attuale dettato normativo, consenta all'acquirente finale di poter agevolmente distinguere i prodotti orafi e gioiellieri italiani da quelli importati da Paesi extra-comunitari, ad esempio imponendo l'obbligo per le merci provenienti da queste nazioni di recare "un marchio di provenienza", sulla falsa riga di quanto già fatto negli Stati Uniti con il "Gold Labeling Act" del 1976.

Un simile provvedimento assume un particolare rilievo anche in vista dell'appuntamento europeo del 1993 a cui non possiamo giungere presentandoci come l'anello debole, attraverso il quale entrano nel mercato comunitario merci di provenienza esterna, legittimate dal comportamento irresponsabile di poche aziende. In quest'ottica bisogna inoltre tener conto del fatto che il prossimo semestre vedrà la presidenza italiana delle Comunità.

Mi consenta, infine, di riallacciarmi al tema relativo al completamento del mercato unico interno ed ai suoi riflessi sulle imprese italiane per proporre l'istituzione di una Commissione di Studio per i problemi del settore orafa, gioielliero ed argentiero, composta dai rappresentanti dei Ministeri interessati e delle Associazioni di Categoria, che possa esaminare tutti gli argomenti connessi a tale scadenza, predisponendo e proponendo quei provvedimenti, di carattere normativo e/o amministrativo, che si riscontrassero necessari.

Certo di un Vostro pronto interessamento, per cui ringrazio anticipatamente fin d'ora e ponendomi a completa disposizione per qualsivoglia necessità e/o chiarimento colgo l'occasione per rinnovare i sensi della mia stima e porgere i più cordiali saluti.

Carlo Goretti Nuzzo

Presidente Confedorafi

A supporto delle argomentazioni esposte, la Confedorafi ha presentato dei dati, relativi al 1989, che per il loro interesse proponiamo seppur sintetizzati.

OFFERTA MONDIALE DI ORO

L'offerta mondiale di oro è di circa 2.100 tonnellate metriche annue di cui il 66% provenienti da produzione mineraria proveniente da Paesi occidentali, ed il 19,5% dal riciclaggio del metallo. Il maggior produttore mondiale di oro è il Sud Africa che estrae circa il 28% dell'intera offerta mondiale. Altri Paesi produttori sono gli U.S.A., il Canada, l'Oceania, il Brasile e le Filippine.

UTILIZZO DELL'ORO

La domanda mondiale di oro è di circa 1.850 tonnellate metriche annue (1.844 tonnellate nel 1988), ed è così ripartita:

Per utilizzo:

INDUSTRIA ORAFA	80,5%
CONIAZIONI UFFICIALI E MEDAGLIE	6,3%
INDUSTRIA ELETTRONICA	7,3%
ODONTOIATRIA	2,7%
ALTRI UTILIZZI (usi decorativi)	3,2%

Per aree geografiche:

ESTREMO ORIENTE	29,2%
EUROPA	27,9%
NORD AMERICA	13,6%
MEDIO ORIENTE	12,4%
ALTRI PAESI	16,9%

SETTORE MERCEOLOGICO OREFICERIA-GIOIELLERIA

Produzione:

- 1987: L'Italia ha trasformato 259 tonnellate metriche di oro
- 1988: L'Italia ha trasformato 282 tonnellate metriche di oro
- 1989: L'Italia ha trasformato circa 290 tonnellate metriche di oro pari a quasi il 56% dell'oro lavorato in Europa e del 16% del totale mondiale, confermando la leadership della nostra produzione orafa gioielliera.

Esportazione:

- 1987: 3.251 miliardi di lire
- 1988: 3.498 miliardi di lire
- 1989: 4.167 miliardi di lire

PAESI DI DESTINAZIONE:

Per aree geografiche:

NORD AMERICA	40,4%
EUROPA	29,1%
PAESI ARABI	9,7%
ESTREMO ORIENTE	9,0%
AMERICA LATINA	4,6%
ALTRI	7,2%

Per nazioni:

STATI UNITI	(in espansione)
REGNO UNITO	(in espansione)
GERMANIA	(in espansione)
SVIZZERA	(stabile)
GIAPPONE	(in espansione)
EMIRATI ARABI	(in espansione)
ARABIA SAUDITA	(in contrazione)
HONG KONG	(in espansione)

Da sottolineare i dati relativi a:

AUSTRALIA	(+ 72%)
LIBANO	(+ 48%)
PANAMA	(+ 42%)
CANADA	(+ 39%)
AUSTRIA	(+ 35%)

IMPORTAZIONE:

Praticamente non vi sono importazioni di prodotti finiti, mentre si importa la totalità della materia prima. Sui mercati internazionali si sta affacciando la temibile concorrenza dei paesi del sud-est asiatico. Delle 290 tonnellate metriche di oro greggio importate la quasi totalità è fornita dalle banche svizzere e viene commercializzata attraverso aziende specializzate (banchi metalli preziosi). Ciò è dovuto alla legislazione italiana che fino al 1988 prevedeva il "monopolio di Stato" sull'oro, il che impediva alle aziende di rivolgersi direttamente ai paesi produttori. Anche oggi prosegue tale "tradizione", anche se si è iniziato ad intrattenere rapporti con alcune nazioni africane e dell'est europeo.

MERCATO INTERNO:

Il mercato nazionale assorbe circa un terzo della produzione, con una cifra di affari (prezzi al consumo) di quasi 4.500 miliardi di lire ed un numero di pezzi venduti che supera i 20 milioni.

Il prezzo medio dei prodotti venduti in Italia si aggira sulle 250.000 lire ed il numero degli acquirenti è di oltre 11 milioni.

Il Sud (compresa la Sicilia e la Sardegna) assorbe da solo poco meno della metà del mercato interno, seguito dal Centro, dal Nord-Ovest e, infine, dal Nord-Est. Il maggior numero di acquirenti rientra nella fascia di età compresa tra i 31 ed i 55 anni.

OCCUPAZIONE:

Nel settore vi sono circa 23.500 aziende così suddivise:

PRODUZIONE INDUSTRIALE	250
ARTIGIANATO	6.300
INTERMEDIAZIONE (grossisti, raccoglitori,...)	750
COMMERCIO AL DETTAGLIO	16.200

Gli addetti al settore sono circa 100.000, di cui 40.000 nelle aziende di produzione e 60.000 nella distribuzione. A questi devono sommarsi gli oltre 150.000 impiegati nell'indotto. ■

LA CONFEDORAFI RISPONDE A "IL SOLE 24 ORE"

"Il Sole 24 ore" del 14 giugno 1990 in uno speciale dedicato al mondo orafa, gioielliero, dopo una brillante serie di articoli ne presenta uno relativo ai problemi nascenti dal prossimo Mercato Unico che, al contrario, contiene affermazioni, attribuite a fonti anonime, tra le quali spicca quella "E' un segreto di pulcinella: tutti sanno che orafi e gioiellieri non denunciano almeno la metà dei preziosi esportati all'estero".

Venuti a conoscenza del contenuto chiaramente lesivo dell'immagine del mondo orafa e su sollecitazione delle associazioni di categoria, la Confederazione ha invitato alla direzione del quotidiano economico la nota che riproduciamo integralmente.

Oggetto: Articolo "Diamanti a prova di Mercato Unico" apparso sul supplemento "EUROPA" a "IL SOLE 24 ORE" di giovedì 14 giugno 1990.

Egregio Direttore,

con la presente desidero, innanzi tutto, rappresentarLe il mio vivo stupore e disappunto nel rilevare che il Dr. Martinelli, che mi legge in copia, nel suo articolo citato in oggetto, riportando una voce, per di più nascosta nell'anonimato, scriva che "tutti sanno che orafi e gioiellieri italiani non dichiarano almeno la metà dei preziosi esportati all'estero".

Mi consenta di dire che simili affermazioni, le quali gettano ombre sulla totalità di un settore che tanta parte ha nella creazione della ricchezza nazionale, dovrebbero essere attentamente vagliate e riscontrate, prima di venir pubblicate da un autorevole organo di informazione quale "Il Sole 24 ore".

Vorrei inoltre ricordarLe come le aziende orafe gioielliere ed argentiere italiane (che nella loro stragrande maggioranza sono imprese "sane") abbiano più volte pubblicamente denunciato, attraverso questa Confedorafi, l'esistenza di un "mondo sommerso", il quale, utilizzando il contrabbando come canale di approvvigionamento e l'abusivismo come rete di distribuzione, crea turbative sul mercato e lo inquina: purtroppo si è dovuto rilevare che ostacoli, di carattere per lo più amministrativo, non consentono di condurre una efficace lotta a tale fenomeno.

Pertanto se "il Mercato Unico sarà aperto, regolamentato e sotto controllo e, quindi, può far paura a chi produce in nero" gli orafi e gioiellieri italiani, rappresentati dalla scrivente, non solo non lo temono affatto, anzi ne auspicano la sollecita, effettiva realizzazione.

Grato per l'attenzione concessami e ponendomi a Sua disposizione per qualsivoglia necessità, colgo l'occasione per rinnovarLe i sensi della mia stima e porgerLe i più cordiali saluti.

Carlo Goretti Nuzzo
Presidente Confedorafi

CAMERA DI COMMERCIO: DATI RIGUARDANTI IL 1° TRIMESTRE '90

Il periodo considerato ha visto buoni risultati per il settore dell'oreficeria e della gioielleria che ha incrementato dell'1,4% i propri livelli produttivi nei confronti del IV° trimestre dello scorso anno, periodo per vocazione favorevole al comparto.

I soddisfacenti andamenti produttivi sono confermati dal grado di sfruttamento degli impianti, utilizzati all'88% della loro capacità potenziale. Il fatturato è cresciuto ancor più della produzione (+ 9,7% nel trimestre), normalizzando in pratica le giacenze di prodotti finiti che vengono anzi considerate scarse da circa il 40% delle aziende.

Il mercato estero ha continuato a rappresentare un importante sbocco per la produzione orafa valenzana, assorbendo oltre il 45% del fatturato del trimestre.

I costi complessivi di produzione hanno subito una flessione dello 0,4%; su di essi hanno agito come elementi frenanti un deciso calo delle quotazioni dei materiali impiegati ed in particolar modo dell'oro.

I prezzi di vendita hanno subito invece incrementi modesti e comunque molto inferiori alla media dell'intero comparto manifatturiero (+ 0,5% sul trimestre precedente, + 2% in giro d'anno).

Gli operatori del settore per i prossimi sei mesi prevedono una decisa flessione dell'attività produttiva, sia per effetto delle ferie che per l'attuale incerto andamento di mercato del metallo giallo. ■

CONGRESSO C.I.B.J.O. 1990

Nel congresso della C.I.B.J.O. 1990 svoltosi a Londra sono state adottate alcune linee di condotta e alcune risoluzioni che riportiamo per opportuna informazione. Ricordiamo che l'Italia è rappresentata nella confederazione internazionale dalla Confedorafi.

SETTORE GROSSISTI

I membri del settore hanno approvato uno standard per i rivestimenti in oro, che devono avere uno spessore minimo di 3 micron e un titolo non inferiore a 500 millesimi.

E' stata approvata la proposta ISO 9202, con l'aggiunta del titolo 750 millesimi per il palladio. Per l'oro è stato accettato, con una maggioranza minima, il titolo 375. La proposta di una rivista europea per l'industria è stata accolta favorevolmente e le verrà data ulteriore seguito.

SETTORE FABBRICAZIONE

Un ulteriore incontro avente come tema i rivestimenti in oro si svolgerà verso ottobre/novembre 1990 in concomitanza con la riunione ISO.

Il settore approva la normativa ISO 9202 ma si preferisce per il palladio il titolo 750 piuttosto che il 500. La Svezia e la Norvegia preferiscono mantenere con il titolo 835 l'argento, poiché da loro impiegato nella fabbricazione di servizi da tavola.

Rappresentanti di Italia, Francia e Germania si incontreranno per tentare di risolvere i problemi relativi alla armonizzazione dei titoli dei metalli preziosi e dei relativi controlli.

Quando saranno raccolti i dati riguardanti la legislazione vigente nei vari paesi, il settore richiederà alla segreteria generale di informarne tutti i membri. ■

NASCE L' A.N.I.P.A.

Il 7 febbraio 1990 è stata costituita l'ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIALI PRODUTTORI ARGENTIERI con sede in Roma, Via Giambattista Vico, 20. A Presidente è stato nominato l'Avv. Pietro Di Lorenzo.

L'Associazione si propone di tutelare e sviluppare gli interessi e le potenzialità del settore svolgendo anche attività sindacale compresa la stipula di contratti di lavoro. Attualmente l'Associazione conta 28 soci, prevalentemente dislocati nell'Italia Centrale, per un totale di circa 550 dipendenti. Obiettivo qualificante della nuova Associazione è quello di espandere la propria presenza tra i produttori argentieri consolidando così il processo di distacco di tali realtà produttive della Confedorafi aderente alla Confcommercio. Si ricorda che in campo nazionale già opera la FEDERARGENTIERI con sede in Milano e che aderisce alla Confedorafi. Alla Federargentieri aderivano le aziende che hanno dato vita alla nuova associazione di argentieri. Questa ha presentato domanda per entrare a far parte della Confindustria.

Le scissioni nascono sempre da contrasti di interessi. In questo caso il contrasto nasce dall'intervento promosso dalla Federargentieri sulla stampa e televisione per sensibilizzare l'opinione pubblica contro la messa in vendita di oggetti fabbricati con materiali non preziosi e ricoperti galvanicamente d'argento ma punzonati come preziosi. Sempre in riferimento a questo argomento la Federargentieri comunica che la citazione in Tribunale per "diffamazione" intentata dalla nuova Associazione nei confronti della Federargentieri, è stata respinta dal Giudice che ha riconosciuto alla Federargentieri il diritto di esprimere il proprio parere e la propria critica. ■

ARGENTO: IN CALO LA PRODUZIONE

A causa della bassa valutazione dell'argento, che recentemente ha toccato i minimi decennali, si deve registrare una riduzione dei livelli produttivi che iniziata nel 1989, è prevista in continuazione nei prossimi tre anni. Il calo totale supererà secondo stime approfondite, i 34 milioni di onces. La produzione mondiale di argento è scesa nel 1989 a 333,10 milioni di onces rispetto ai 334,50 milioni del 1988.

Tra i principali produttori di argento emergono gli Stati Uniti che con il 1992 sono destinati a superare il Perù al vertice della graduatoria mondiale. Il fatto è spiegabile con l'incremento nell'attività di estrazione dell'oro che porta ad ottenere l'argento come prodotto marginale.

fonte: Il Sole 24 Ore

Indici dei metalli preziosi

Elaborazioni Degussa, base gennaio 1977 = 100. Per il calcolo dell'indice sono state utilizzate le medie mensili dei fixing londinesi, espressi in dollari Usa per oncia troy.

	Marzo	Aprile	Maggio
Oro	297,3	283,2	278,9
Argento	115,3	114,9	115,2
Platino	321,6	309,3	315,9
Palladio	241,1	235,2	221,2
Totale	297,1	285,2	284,3
Oro/argento	77,5	74,0	72,7
Platino/oro	1,263	1,276	1,323

SCAMBI ECONOMICI IN SVIZZERA

Sono stati pubblicati ultimamente i dati relativi agli scambi economici intercorsi tra Svizzera e Paesi CEE 1989.

Interessanti sono naturalmente le cifre riguardanti i settori gioielleria, pietre ed orologeria, dove si evidenzia un aumento notevole sia a livello delle importazioni in Svizzera da Paesi europei (+47% per la gioielleria) che di esportazioni dalla Svizzera in Europa (+42,7%). I dati riferentesi all'interscambio italo-svizzero confermano l'Italia come terzo partner commerciale dello Stato elvetico preceduto soltanto da Francia e R.F.D.

UNIONE MONETARIA TRA LA RFT E LA DDR

L'Istituto Bancario San Paolo di Torino da notizia che, in relazione alla sancita unione monetaria ed economica tra la Repubblica Federale Tedesca e la DDR, l'effettuazione di investimenti diretti sarà ulteriormente liberalizzata con nuove prospettive di mercato.

Infatti la RFT e la DDR costituiscono ormai un'unica area monetaria in cui il marco tedesco (DM) sarà l'unico strumento di pagamento. Inoltre tutte le imprese statali verranno trasformate "ex lege" in società per azioni il cui capitale verrà assunto da un ente fiduciario avente il compito di promuoverne la privatizzazione. Quindi gli investitori stranieri potranno costituire liberamente nuove imprese e potranno detenere senza alcun limite partecipazioni in imprese già esistenti.

Il diritto commerciale oggi in vigore nella RFT sarà esteso anche alla DDR. Per ulteriori informazioni rivolgersi direttamente presso l'Istituto Bancario San Paolo di Torino, succursale di Valenza.

Si da notizia che la ditta **ROC-COBAROCO GIOIELLI s.r.l.** è subentrata alla **MAN.SER. s.r.l.** di Catania in tutti gli obblighi e diritti inerenti l'attività concernente ingrosso preziosi con articoli affini.

VENDITE RECORD PER LA DE BEERS

Sono stati diffusi dal C.S.O. - Central Selling Organization - i dati riguardanti le vendite di diamanti grezzi effettuati nei primi sei mesi del 1990. Le cifre sono record se pensiamo che hanno raggiunto i 2,48 miliardi di dollari con un aumento del 7% rispetto a quelle del corrispondente periodo del 1989.

La De Beers controlla l'80% del mercato mondiale dei diamanti.

CORSI SPECIALIZZATI PER ORAFI

LE ARTI ORAFE, JEWELLERY SCHOOL di Firenze, Via dei Serragli 124, tel./fax 055/2280163, organizza per l'anno scolastico 1990/91 i seguenti corsi:

- **Corso Orafo Specializzato**, durata 9 mesi (ottobre '90 - giugno '91) riservato a diplomati;
- **Corso Orafo Modellista**, durata 6 mesi (gennaio/giugno 1991) riservato a diplomati o persone con esperienza lavorativa. Sono previsti esami di ammissione.
- **Corsi pratici**, durata 6-9 mesi;
- **Corsi di incassatura**, durata 3-6 mesi (gennaio-giugno '91);
- **Corsi di storia del gioiello**, durata 6 mesi (gennaio - giugno '91) riservato ai diplomati.

Per ulteriori informazioni rivolgersi direttamente alla scuola. ■

CORSI DI VETRINISTICA A TORINO

Ogni anno a Torino si tengono, a cura dell'A.V.P. - Associazione Vetrinisti Piemontesi - corsi ad alto livello professionale sul tema "tecniche di comunicazione visuale nella società dell'immagine".

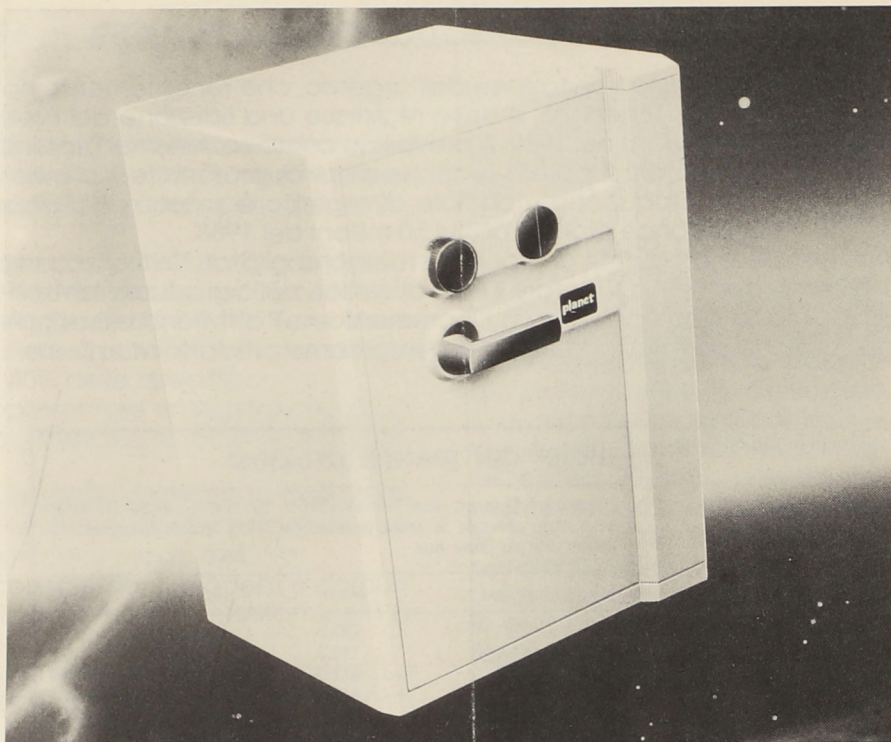
Docenti di grande nome quali i collaboratori dell'agenzia pubblicitaria "Armando Testa", gli ingegneri della Philips, i direttori commerciali di catene di distribuzione, gli esperti in marketing della Scuola di Formazione Aziendale, si alternano nello svolgimento delle lezioni.

I corsi sono realizzati con il patrocinio dell'Assessorato al Commercio del Comune di Torino, dell'Assessorato all'Artigianato della Regione Piemonte, della Camera di Commercio di Torino.

CASSAFORTE IN PLASTICA PIU' DURA DELL'ACCIAIO

E' stata presentata dal **gruppo inglese RACALL** la prima cassaforte di plastica. Il nuovo prodotto, che si chiama **PLANET**, pare destinata a rivoluzionare il mercato per almeno tre motivi: peso, pari alla metà di quello normale; spessore delle pareti minore e quindi maggiore spazio interno; grande resistenza alla fiamma ed ai tentativi di scasso.

I portavoci della ditta produttrice sono sicuri del successo commerciale di questa cassaforte che è stata costruita grazie a lunghi studi ed al ritrovamento di un nuovo materiale, battezzato **ELLOX**, un elastomero rinforzato con cristalli di corindone (il secondo minerale dopo il diamante nella scala



della durezza).

In sede di presentazione la **RECALL** ha mostrato un eloquente filmato dove si vede una sega circolare che si consuma lasciando la cassaforte praticamente intatta, mentre un martello pneumatico riesce appena a scalfirla. Per dimostrare la sua resistenza al calore la **PLANET** viene poi messa per mezz'ora in un forno a 1100 C e poi fatta schiantare al suolo da un'altezza di 9 metri senza che questa subisca danni gravi. La commercializzazione della **PLANET** è stata affidata in Italia alla **LIPS VAGO** di Cernusco sul Naviglio.

TRADUZIONI IN LINEA

L'ITALCABLE, società che gestisce le telecomunicazioni interna-

zionali, ripropone il servizio di traduzione telefonica, già offerto da oltre due anni.

La traduzione in linea consente di comunicare telefonicamente in modo semplice ed immediato con persone che parlano lingue non conosciute, grazie all'ausilio di un operatore specializzato.

Per usufruire del servizio è sufficiente telefonare al 170; il servizio è disponibile con tutti i paesi del mondo.

Le lingue utilizzate sono il **francese, l'inglese, il tedesco, e l'arabo** al prezzo di **L. 4.000 al minuto** oltre al normale costo della telefonata.

Gli orari nei quali è possibile accedere alle prestazioni in questione è il seguente: **dal Lunedì al Venerdì, dalle 8.00 alle 21.00.**

Maggiori informazioni telefonando al numero verde 1678 - 60025.

Il numero del nostro fax è: 946609
Ricordiamo che è a Vostra completa disposizione

In queste pagine pubblichiamo l'intero **Statuto del Consorzio Garanzia Credito** al fine di informare tutti coloro che operano nel settore sui benefici che si possono trarre dal partecipare a tale Consorzio.

Nello svolgere la propria funzione operativa prevista dallo Statuto ed ottemperare a quanto propostosi fin dal giorno della sua costituzione, il Consorzio Garanzia Credito ha avuto bisogno di avere alcuni "sponsor" che hanno fatto sì che gli associati traessero vantaggi sempre più significativi.

Per ciò vogliamo ricordarVi che gli accrediti saltuariamente inseriti sui conti consorziati, vengono erogati grazie al *Comune di Valenza* che dal 1988 ha stanziato importi di finanziamento significativi; alla *Camera di Commercio di Alessandria* che dal 1986

eroga contributi di rilievo; tutto questo a dimostrazione di un'attenzione costantemente rivolta a favorire quelle attività artigianali e non, che hanno portato in tutto il mondo il nome di Valenza dando lustro, stima e considerazione alla città ed alla provincia e legando il nome del "gioiello" a quello di Valenza.

Ci auguriamo che questo rapporto sia sempre più sentito e partecipato dal *Comune di Valenza* e dalla *Camera di Commercio di Alessandria* anche perchè il piccolo operatore ha oggi, senza alcun dubbio, più bisogno di ieri vista la concorrenza accanita che si sta sviluppando a livello internazionale.

Ci sono altri due importanti sponsor che vogliamo ringraziare per la grande collaborazione data al Consorzio Garanzia Credito e per la loro disponibilità ad accorda-

re agli associati linee di credito a tassi particolari; questi sono la *Cassa di Risparmio di Alessandria* e l'*Istituto Bancario San Paolo di Torino* che hanno sottoscritto con il Consorzio una convenzione particolarmente favorevole. (Fidi accordati ad oggi Lit. 4.012.000.000 suddivisi tra gli Istituti convenzionati, importo fidejussione a nostre mani Lit. 1.183.000.000, rapporti affidati 247 ed utilizzo medio delle linee di credito al 60%).

Augurando a tutti un autunno d'oro Vi ringraziamo per l'attenzione e ringraziamo ancora il **Comune di Valenza**, la **Camera di Commercio, Artigianato, Agricoltura di Alessandria**, la **Cassa di Risparmio di Alessandria** e l'**Istituto Bancario San Paolo di Torino**.

NUOVO STATUTO COME RISULTA MODIFICATO DALLA ASSEMBLEA STRAORDINARIA DEL 24 FEBBRAIO 1977, TENUTASI IN VIA MAZZINI 42, ALLE ORE 21,30.

STATUTO

Articolo 1

E' costituito ai sensi dell'articolo 2602 e seguenti del Codice Civile e con durata fino al 31 dicembre 2020, e prorogabile ai sensi dell'art. 2604 del Codice Civile, salvo quanto stabilito al successivo articolo 15, il « Consorzio Garanzia Credito della piccola impresa e dell'artigianato orafa, argentiero e affini ».

Il Consorzio avrà sede in Valenza.

Articolo 2

Il Consorzio non ha alcun fine speculativo e non potrà, comunque, distribuire utili, alle imprese consorziate. Il Consorzio ha lo scopo di fornire la propria assistenza tecnica alle imprese consorziate nelle operazioni di finanziamento bancario, di finanziamento agevolato e nei problemi di natura finanziaria in genere. Il Consorzio può compiere tutte le operazioni commerciali, industriali e finanziarie, comprese il rilascio di avalli e fidejussioni a garanzia di terzi mobiliari ed immobiliari ritenute dal Consiglio necessarie ed utili per il conseguimento dell'oggetto sociale; può anche assumere, sia direttamente che indirettamente, interessenze e partecipazioni in altri consorzi o enti aventi oggetto analogo, affine o connesso al proprio.

Articolo 3

Possono partecipare al Consorzio le piccole imprese e gli artigiani orafi, argentieri ed affini, aventi sede in Valenza e Comuni della Provincia di Alessandria. Ogni Ditta aderente si impegna a rilasciare una o più fidejussioni per un importo minimo unitario di 1.000.000 (unmilione) di lire, eventualmente sostituita da fidejussione personale del titolare o del legale rappresentante la Ditta.

Le domande di iscrizione saranno accolte ad insindacabile giudizio del Consiglio Direttivo. Il Consiglio Direttivo, inoltre potrà su conforme richiesta ed a propria discrezione sciogliere dal vincolo consortile Ditte consorziate le cui domande di concessione di fido non venissero accolte; in questo caso la fidejussione prestata sarà inefficace dopo un anno dalla data di recesso.

Articolo 4

Ogni impresa consorziate dovrà corrispondere, all'atto dell'iscrizione, una quota di lire 50.000 (cinquantamila) per ogni fidejussione di importo minimo unitario di 1.000.000 (unmilione) di lire che sarà accantonata sul Fondo Rischi di cui all'articolo 14, nonché un contributo annuo che verrà determinato di anno in anno dal Consiglio Direttivo.

Articolo 5

Possono aderire al Consorzio anche imprese non aventi i requisiti previsti dall'articolo 3, nonché enti pubblici ed enti privati a carattere economico. L'adesione ha significato di solidarietà e non dà diritto ad alcuna agevolazione a carattere creditizio.

Articolo 6

Sono organi del Consorzio:

- a) l'assemblea delle imprese partecipanti e delle imprese o enti aderenti;
- b) il Presidente;
- c) il Consiglio Direttivo;
- d) il Comitato Esecutivo;
- e) il Collegio Sindacale.

Articolo 7

L'assemblea è convocata in Valenza almeno una volta all'anno a richiesta del Consiglio Direttivo e ad iniziativa del Presidente, mediante lettera raccomandata da spedirsi almeno sette giorni prima della data di convocazione, con l'indicazione dell'ordine del giorno. Hanno diritto al voto le sole imprese consorziate; non è ammessa più di una delega per ogni rappresentante.

Articolo 8

L'assemblea provvede ad impartire le direttive generali di azioni del Consorzio, approva il bilancio preventivo ed il rendiconto consuntivo annuale, elegge il Consiglio Direttivo ed il Collegio Sindacale e delibera su qualsiasi oggetto venga posto al suo esame per meglio raggiungere le finalità del Consorzio.

Le deliberazioni dell'assemblea sono valide, in prima convocazione con un numero di voti favorevoli pari alla metà più uno dei presenti con la partecipazione dei due terzi aventi diritto al voto. Nella seconda convocazione, che potrà essere indetta nella stessa giornata, per la validità delle deliberazioni è sufficiente la presenza di un terzo degli aventi diritto al voto. Per modificare la presente normativa è necessaria la convocazione dell'assemblea straordinaria ai sensi degli articoli 2363 e successivi del Codice Civile.

Articolo 9

Il Presidente:

- a) presiede l'assemblea ed il Consiglio Direttivo;
- b) rappresenta il Consorzio nei confronti dei consorziati, dei terzi, delle autorità e in giudizio;
- c) convoca l'assemblea ed il Consiglio Direttivo;
- d) nei limiti di quanto stabilito dall'assemblea e/o dal Consiglio firma tutti gli atti necessari per l'attuazione degli scopi consortili;
- e) esegue le deliberazioni adottate dagli organi del Consorzio;
- f) firma i mandati di pagamento, gli ordini di riscossione, i bilanci preventivi, i conti consuntivi, i ruoli di riscossione e di riparto spese e in genere ogni operazione relativa al movimento dei fondi;
- g) vigila sull'osservanza dello statuto e dei regolamenti ed in particolare potrà effettuare o far effettuare controlli ed ispezioni per verificare il perfetto adempimento da parte dei consorziati degli obblighi assunti.

Nel caso di assenza o di impedimento del Presidente le sue funzioni vengono assunte dal Vice Presidente.

Articolo 10

Il Consiglio Direttivo è composto da 21 membri dei quali 18 saranno eletti dalla assemblea, uno sarà nominato dall'Unione Provinciale Artigiani di Alessandria con sede in Alessandria, Via Bergamo 12, e uno dall'Associazione Libera Artigiani della provincia di Alessandria con sede ivi, Piazza Carducci 2, e uno dall'Istituto Bancario convenzionato tra i propri Consiglieri.

Il Presidente e il Vice Presidente sono nominati dal Consiglio nel proprio ambito.

Il Consiglio Direttivo è convocato dal Presidente ed è validamente costituito con la presenza di 11 membri a delibera a maggioranza assoluta dei suoi membri presenti senza ammissione di deleghe.

Il Consiglio Direttivo è competente per l'ordinaria amministrazione nonché per la esecuzione delle norme statutarie e delle deliberazioni dell'assemblea.

Il Consiglio Direttivo dura in carica tre anni e potrà essere integralmente confermato.

Articolo 11

Il Comitato esecutivo è costituito da 11 membri, 9 dei quali nominati dal Consiglio Direttivo del Consorzio, a due dei quali spetteranno pure la presidenza e la vice presidenza del Comitato stesso, più 2 membri designati; uno in rappresentanza dell'Istituto Bancario convenzionato ed uno dalla Camera di Commercio di Alessandria.

Gli altri enti che interverranno al Consorzio avranno diritto di nominare un membro che può intervenire alle riunioni del Comitato Esecutivo con poteri di consulenza ed assistenza, ma non di voto.

I pareri del Comitato — che ha carattere puramente consultivo — saranno considerati validi con la presenza di almeno 6 dei membri che lo compongono. I pareri saranno presi a maggioranza dei presenti; non è ammessa la presentazione di deleghe.

Al Comitato Esecutivo spetta di esprimere un parere sulle domande di finanziamento proposte dai partecipanti al Consorzio; spetta inoltre di richiedere la convocazione dell'assemblea e del Consiglio Direttivo per sottoporre loro argomento di particolare interesse. Il Comitato Esecutivo dura in carica un anno e potrà essere integralmente confermato.

Articolo 12

Il Collegio Sindacale controlla la gestione del Consorzio ed è composto da tre membri effettivi e due supplenti; essi durano in carica tre anni e possono essere rieletti.

Articolo 13

Tutte le cariche sociali sono gratuite, salvo rimborso spese.

Articolo 14

Al fine di salvaguardare le garanzie fidejussorie prestate dai membri consortili, nell'ambito del Consorzio è costituito il Fondo Rischi il quale, depositato presso l'Istituto Bancario convenzionato, avrà lo scopo di coprire le perdite denunciate dall'Istituto Bancario conseguenti a finanziamenti concessi ai membri del Consorzio.

Qualora detto fondo non fosse sufficiente si procederà alla escussione delle fidejussioni bancarie mediante una ripartizione proporzionale fra tutti i prestatori i quali dovranno versare, su conforme richiesta del Consiglio Direttivo, le quote rispettive entro il termine massimo di sessanta giorni dalla data in cui l'Istituto Bancario convenzionato ha segnalato al Consorzio l'intervenuta insolvenza e l'insufficienza del Fondo Rischi. Scaduto il termine di sessanta giorni l'Istituto Bancario convenzionato potrà agire contro i singoli prestatori delle fidejussioni per le eventuali somme non recuperate ai sensi del comma precedente, in tal caso il Consorzio si impegna ad esercitare azioni di regresso a favore dei fidejussori che avessero pagato quote superiori alla ripartizione proporzionale contro gli altri fidejussori che non abbiano ottemperato alla richiesta del Consiglio Direttivo pure richiamata al comma precedente.

Alla costituzione e all'incremento del Fondo Rischi, il Consorzio provvederà mediante la quota di iscrizione di cui all'articolo 4 nonché con eventuale contributo straordinario dell'Istituto Bancario o degli Enti convenzionati e mediante trattenuta sul contributo interessi che di volta in volta saranno concordate con l'Istituto Bancario convenzionato.

Articolo 15

Qualora il Consorzio abbia ad essere posto in liquidazione, l'assemblea provvede alla nomina di un liquidatore il quale dovrà esaurire e chiudere tutte le operazioni di credito in corso e definire tutti i rapporti sia con terzi sia con i consorziati entro sei mesi.

Eventuali eccedenze saranno distribuite in proporzione all'Istituto di Credito convenzionato per la copertura delle insolvenze verificatesi.

Le eventuali ulteriori eccedenze non potranno, comunque, essere devolute ai soci del Consorzio.

Il presente statuto è redatto in conformità alla legge 30 aprile 1976, n. 374.

ANDAMENTO DEI METALLI PREZIOSI E DELLE PRINCIPALI VALUTE

In collaborazione con **RADIOCOR TELERATE**

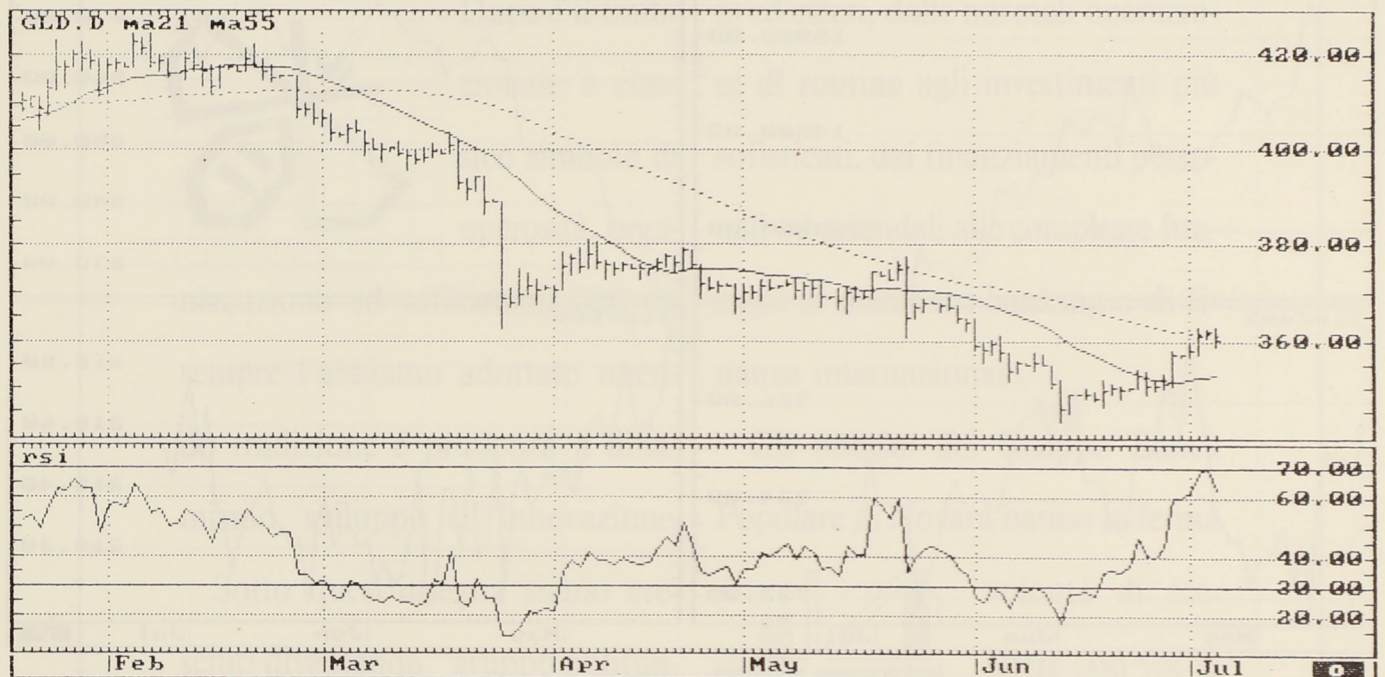


GRAFICO 1 - oro contro dollaro

5 luglio 1990

Come indicato dalle medie mobili lo scorso mese, la tendenza del grafico dell'oro contro dollaro era ribassista; dopo avere sfondato il livello "supporto" di 360 dollari per oncia, i prezzi hanno segnato una successione di minimi sempre più bassi di quelli precedenti fino al minimo storico di 342.75 dollari fatto registrare il 14 giugno.

Da questa data in poi, il grafico è salito di nuovo: come previsto, i prezzi bassissimi hanno interessato gli investitori che sono entrati sul mercato con volumi sufficienti per provocare un movimento minore al rialzo.

L'indice di forza relativa (RSI) è uscito dalla zona di ipervenduto il 21 giugno ed è salito velocemente, mentre i prezzi raggiungevano la media mobile veloce (a 21 giorni) il 25 giugno, per poi superarla decisamente il 29 giugno.

La media a breve ha leggermente cambiato direzione, i prezzi si sono stabilizzati attorno al livello chiave di 360 dollari ed hanno raggiunto la media mobile di più lungo periodo (55 giorni).

Questi segnali, anche se positivi, non danno ancora indicazione di una decisiva inversione di tendenza; la media mobile a breve non ha ancora incrociato quella a lungo periodo verso l'alto e la tendenza in atto, ossia la direzione della media a 55 giorni, è sempre ribassista.

GRAFICO 2 - lira contro oro, lira contro marco tedesco, lira contro franco svizzero, lira contro franco francese

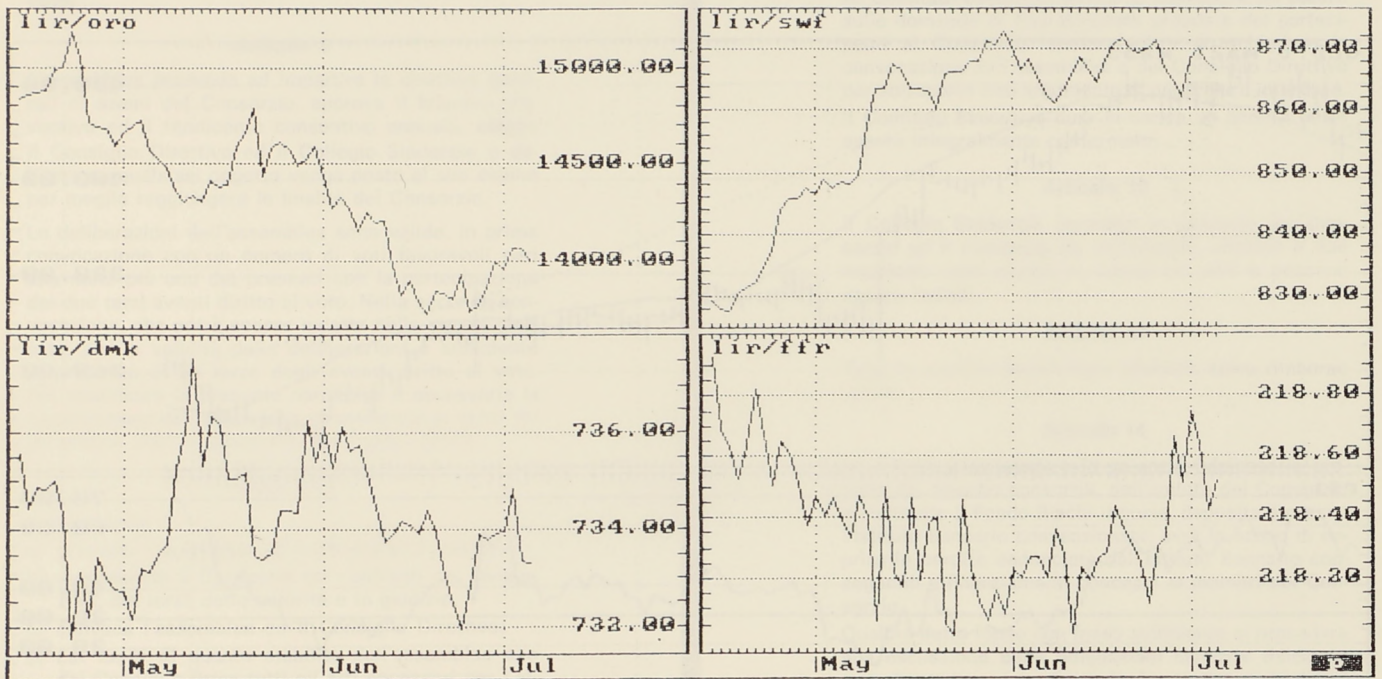
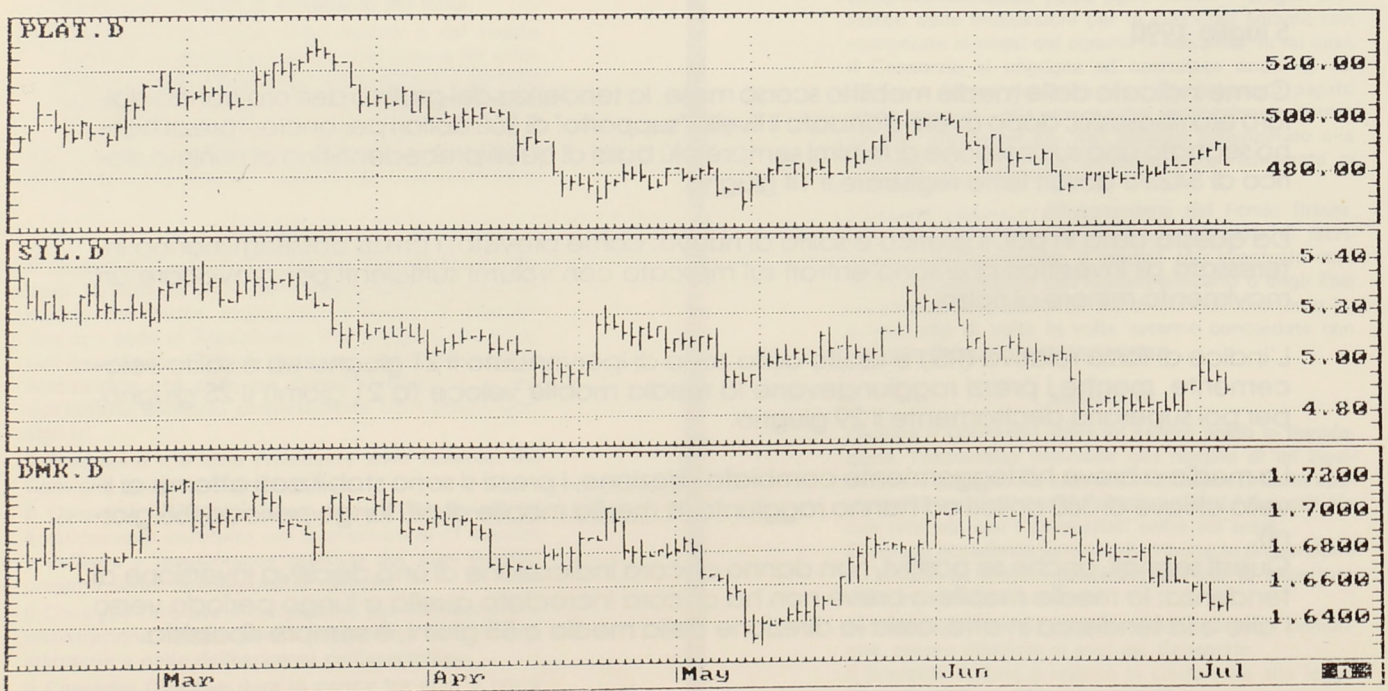


GRAFICO 3 - platino contro dollaro, argento contro dollaro, marco contro dollaro



L'APE LAVORA PER VOI



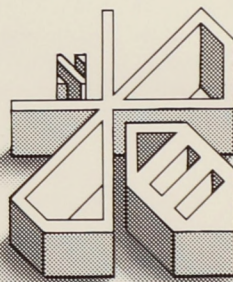
L'ape è il tradizionale e classico simbolo di operosità, organizzazione ed efficienza. Noi da sempre l'abbiamo adottato unendo tradizione e prudenza a dinamismo, sviluppo ed innovazione.

Sotto quest'insegna siamo cresciuti diventando "gruppo polifunzionale" che opera in Italia e nel mondo, nell'intero arco dello scibile bancario e parabancario.

Nel nostro "gruppo" lavorano quasi 10.000 addetti che si propongono quali risolutori professionali dei vostri problemi finanziari inter-

ni ed esteri, dalle normali operazioni di routine agli investimenti più sofisticati, dai finanziamenti personali od aziendali alle complesse funzioni di merchant banking o di finanza internazionale.

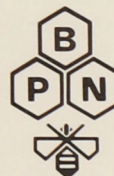
Gli uomini del Gruppo Banca Popolare di Novara hanno la ferma



volontà di scegliere con voi la strada del successo in una di-

mensione nuova. Esperienza, capacità e prudenza per dare fiducia: l'ape lavora per voi.

**Banca Popolare
di Novara**



SETTEMBRE

14/09 - IRPEF . Versamento per i dipendenti a mezzo posta.

20/09 - IRPEF. Versamento per dipendenti a mezzo esattoria.

20/09 - INPS. Versamenti per contributi per dipendenti.

20/09 - Denuncia al Comune per richiedere modifiche ai ruoli delle tasse comunali per spazzatura, suolo pubblico, passo carrabile, ecc.

24/09 - Termine ultimo per la consegna dei gioielli da parte delle ditte aderenti all'iniziativa " UN GIOIELLO PER LA VITA ".

30/09 - INPS. Prosecuzione volontaria versamenti 2° trimestre 1990.
Differita al 1° ottobre per festività.

RICHIESTE DI LAVORO**INTERPRETI**

GIAMMETTA Anna Rita, residente a Roma, laureata in lingue e letterature straniere (inglese, francese e spagnolo) e con una lunga esperienza come traduttrice simultanea, offre la sua disponibilità a ditte valenzane come hostess per fiere sia in Italia che all'estero. Per informazioni rivolgersi presso i nostri uffici.

ROSSI Valentina, di anni 22, residente a Casale Monferrato, Piazzale Aeronautica 6, tel. 0142/2788, maturità linguistica, scuola interpreti, precedenti esperienze presso fiere si rende disponibile come interprete-standista.

NOBILI Simona, di anni 20, Valenza, Viale della Repubblica 46, tel.977650, si rende disponibile

come hostess per fiere.

GIACHERO Cristina, di anni 24, residente in Alessandria, Piazza Mentana, 18, tel. 445655, ottima conoscenza della lingua francese, è interessata a lavorare in fiera.

PASETTI Manuela, di anni 29, Alessandria, Via Galileo Galilei, 12, tel. 62207, laurea in lingue, si rende disponibile come traduttrice-interprete.

ORAFI

NERONE Fabrizio, residente a Falchera (TO), Via dei Pioppi 10, tel. 011/2621517, di anni 21, in possesso di diploma in qualità di maestro d'arte, cerca lavoro come apprendista orafo.

TUNDO Riccardo, di anni 20, resi-

dente a Vova Noha (Lecce), tel. 0836/602120, maestro d'arte cerca lavoro come orafo. Disposto a trasferirsi.

DELLE CANNE Federica, di anni 21, tel. 56270, diplomata presso l'Istituto Statale d'Arte, con precedenti esperienze nel settore si rende disponibile.

ZANNONI ROBERTO, di anni 28, Alessandria, Via Caniggia, 6, tel. 231076, diplomato maestro d'arte, sette anni di esperienza lavorativa cerca lavoro come orafo.

VARIE

STRALBERG LEILA FARINA, di anni 28, residente in Valenza, Via Cuniotti 5, tel. 946089 si rende disponibile come selezionatrice di diamanti. Vanta una discreta esperienza.