

# L'ORAFI VALENZANO

ORGANO UFFICIALE DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA



**12**  
ANNO IX  
1966

# trau

ARREDAMENTI METALLICI S.p.A.  
CAPITALE SOCIALE LIRE 450.000.000  
STABILIMENTI IN TORINO E RIVOLI C. VICA  
50.000 MQ. - CAPACITÀ PRODUTTIVA KG. 100.000/GIORNO

MERCURIO D'ORO ■ 1966 ■ OSCAR DEL COMMERCIO

SETTORI DI PRODUZIONE:

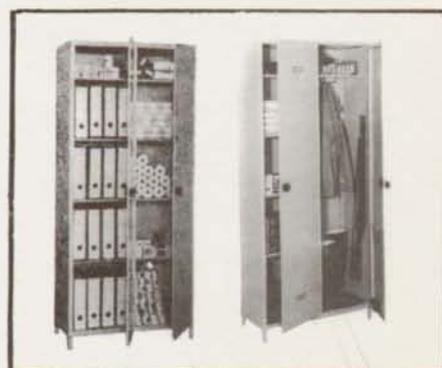
- ARREDAMENTI PER UFFICI
- CLASSIFICAZIONE ORGANIZZATA VISITRAU
- ARMADI SCOMPONIBILI BREVETTATI
- SCAFFALATURE, BANCONATE
- STUDI PER LA CASA, ARMADIETTI UTILITÀ
- LAVORAZIONI SPECIALI DI ALTA PRECISIONE

ORGANIZZAZIONE DI VENDITA:  
IN ITALIA 9 FILIALI ■ 90 AGENZIE  
ALL'ESTERO 17 RAPPRESENTANZE

PREZZI COMPETITIVI ■ QUALITÀ SUPERIORE



agenzia dolo 12



DIREZIONE COMMERCIALE: RIVOLI - G. Vica - CASELLA POSTALE 227 FER - TORINO  
AGENZIA DI ALESSANDRIA E PROVINCIA: G. Calvi - Via Mazzini, 10 - Telef. 65748 - ALESSANDRIA

**S. D. F. UMBERTO BONIARDI & FIGLI**  
FORNITURE PER GLI OREFICI

**M I L A N O**  
Via Valpetrosa, 5  
Telefono 892.877 - 873.665

FILIALI:

VALENZA PO - Via Tortona, 41 - Telef. 93.324

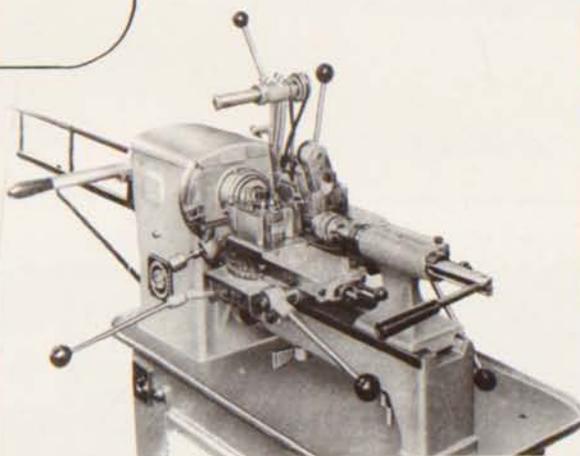
VICENZA - Via J. Cabianna, 11 - Telef. 37.115

ROMA - Via Della Mercede - Telef. 675.840

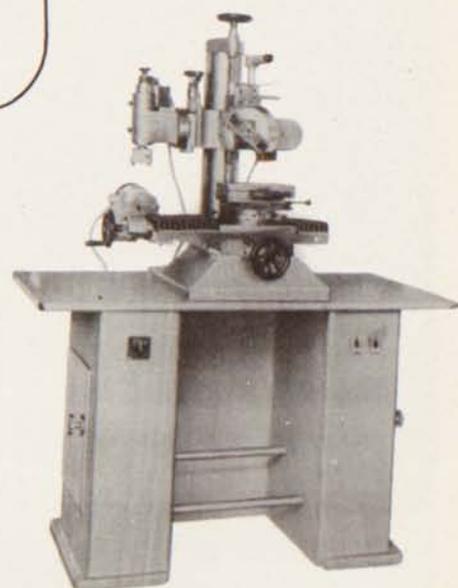
**Una catena  
di successi!**



MACCHINA PER DIAMANTARE  
Mod. 461/A per facettare bracciali - fedi - cerchietti - medaglie - bottoni da polso. Munita di dispositivo a camm intercambiabili per decorazione automatica dei bracciali.



TORNIO SEMIAUTOMATICO per la produzione in serie di castoni tondi e quadri. Utilizzabile anche per torniture al diamante di piccole e medie serie.



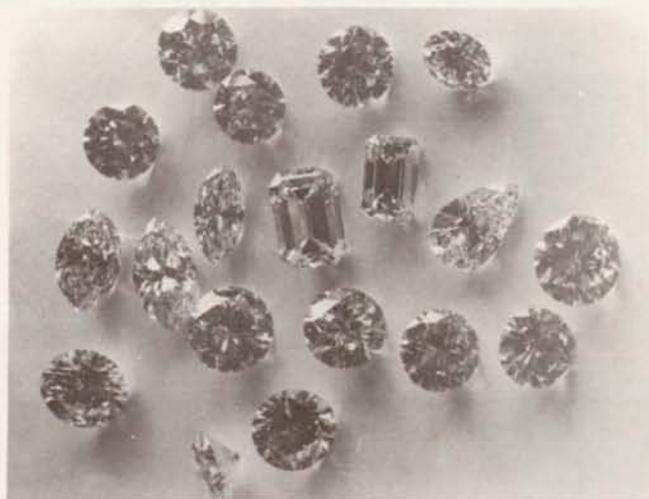
Mod. UNI/2 a due teste per: fedi - cerchietti - casse orologio - medaglie - bottoni da polso

SONO PRODOTTI DALLE



OFFICINE  
MECCANICHE  
BREVETTI BONIARDI

# GIUSEPPE BENEFICO



*BRILLANTI*

*PIETRE PREZIOSE*

*CORALLI*

*MILANO*

*Piazza Repubblica, 19 - Tel. 662.417*

*VALENZA*

*Viale Dante, 10 - Tel. 93.092*

**363 AL**

**F.LLI DORIA**



**fabbricanti  
orafi gioiellieri**

Viale Benvenuto Cellini, 36

Tel. 91.261

**VALENZA PO**





**fraccari**

s. r. l.

per i metalli preziosi

VALENZA

Uffici - Via G. Melgara, 2 - Telefoni 93.114 - 93.115 - Stabilimento - Viale Repubblica, 39 - Telefono 93.116

per tradizione al servizio dell'arte orafa

leghe preziose per uso orafa

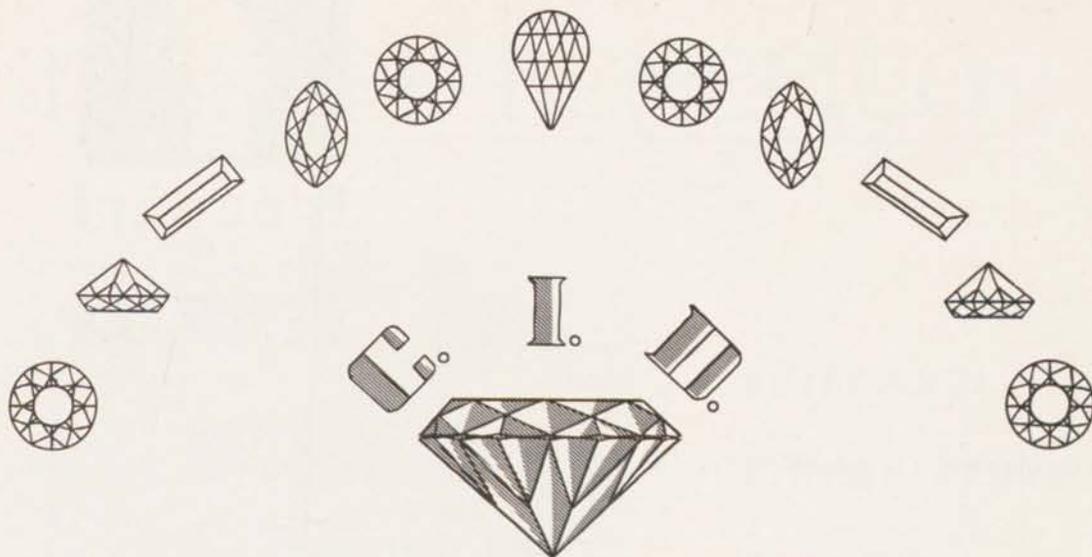
laminati - trafilati - leghe saldanti

fusioni - analisi - affinazioni

trattamento ceneri e residui

sali di metalli preziosi

metalli preziosi elettroliticamente puri



COMPAGNIA  
ITALIANA  
DIAMANTI

**IMPORTAZIONE E VENDITA BRILLANTI DI OGNI TIPO**

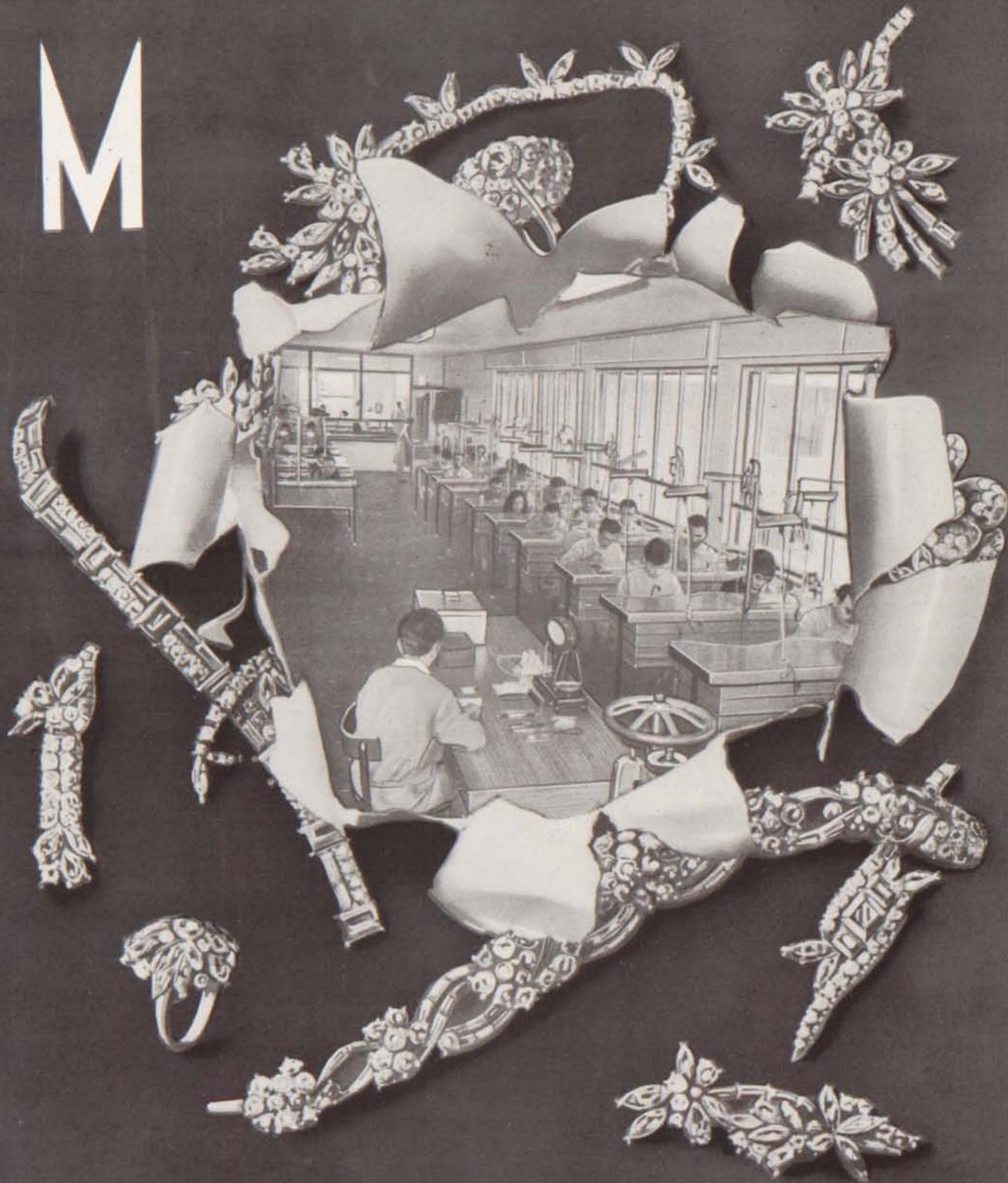
**CORSO GARIBALDI, 146 - TELEFONO 94.342 - VALENZA PO**

**Carlo Illario e Fratelli s. p. a.**

gioiellieri ed  
orafi in  
valenza  
po

*viale benvenuto cellini, 15 . tel. 91.318*

M



*F.lli Moraglione*

FABBRICANTI ORAFI GIOIELLIERI



MANUFACTURING JEWELLERS  
EXPORT

V A L E N Z A

MARCHIO 428 AL - VIA SASSI, 45 - TEL. 91.719

# Istituto Bancario San Paolo di Torino

ISTITUTO DI CREDITO DI DIRITTO PUBBLICO — FONDATO NEL 1563

FONDI PATRIMONIALI: L. 18.700.000.000

Depositi fiduciari e cartelle fondiari in circolazione: oltre 1.000 miliardi

Direzione Generale: TORINO - Piazza San Carlo, 156

Sedi a GENOVA - MILANO - ROMA - TORINO

**200 FILIALI IN ITALIA**

Uffici di rappresentanza a Francoforte - Londra - Parigi - Zurigo

TUTTE LE OPERAZIONI ED I SERVIZI DI BANCA

CREDITO FONDIARIO

SEZIONE AUTONOMA OPERE PUBBLICHE

BANCA AGENTE PER IL COMMERCIO DEI CAMBI

**SUCCURSALE DI VALENZA - Corso Garibaldi, 10**

## FREZZA & RICCI

OREFICERIA - GIOIELLERIA

ANELLI UOMO

785 AL

VALENZA PO

VIA MARTIRI DI CEFALONIA, 28 • TELEF. 91.101



di **MARCHISIO G. e C.**

già **MARCHISIO & FIGLIO**

M 813424

Via Goito, 11 h TORINO (Italy) Tel. 688.938 - 683.519

CONCESSIONARIO PER VALENZA PO:

**Ditta NEGRO G.**

CORSO GARIBALDI, 144/46

ASTUCCI PER OREFICERIA  
POSATERIA E ARGENTERIA  
VETRINE COMPLETE

SCHMUCKETUIS - KASSETTEN FUER  
BESTECK UND SILBERZEUG  
AUSSTELLUNGSPLATEAUX

CASINGS FOR GOLDSMITH OBJECTS  
FOR TABLEWARE AND FOR SILVER-  
WARE - EXHIBITORS FOR  
SHOP WINDOWS

Marchio 160 AL

# Lunati

FABBRICANTI  
GIOIELLIERI  
EXPORT

VALENZA PO : VIA TRENTO, 5 - TELEF. 91.338 - 92.649

The logo for JELRUS is rendered in a bold, red, sans-serif font. The letters are thick and blocky. The word "JELRUS" is enclosed within a red, hand-drawn style oval that has a slightly irregular, textured appearance. The entire logo is centered in the upper half of the page.

**GOMMA PER OREFICERIA :**

Massima elasticità e durata

Minima retrazione

**CERA PER MODELLI :**

Massima elasticità e fluidità

Minima fragilità

**A. F. L. R. I. S. E. N. Co. Ltd.**

R

---

*C. Rota & Figlio*  
*Gioiellieri*

**VALENZA**

VIA SAN SALVATORE, 64

TEL. 91.306



UFFICI VENDITA PER L'ESPORTAZIONE: PARM - VALENZA

*quando si parla di*

# ORO

*si pensa alla **Metalli Preziosi S.p.A.***

unica fra le società italiane ad aver ottenuto l'attestato "Good Delivery" sul mercato di Londra per le verghe d'oro di sua produzione che stampigliate con il marchio



sono riconosciute e accettate ufficialmente in tutto il mondo.

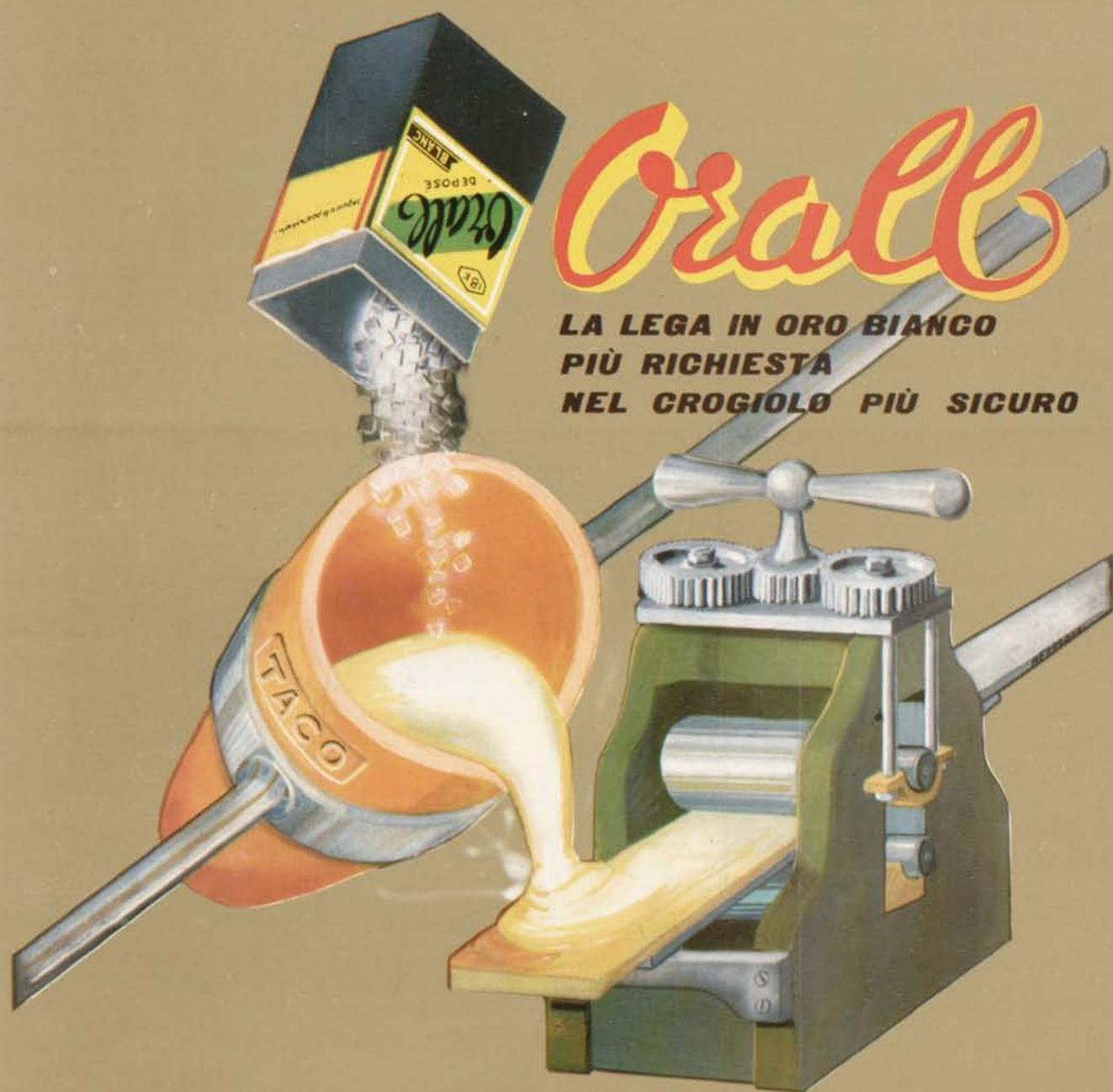
Forte di questa affermazione di serietà che conferma l'indiscussa qualità dei suoi prodotti, la Metalli Preziosi, oltre alla sua già nota gamma di semilavorati e saldature, offre all'orefice una nuova produzione: masselli grezzi di fusione nel titolo garantiti di 750‰ nei colori giallo, rosa e rosso.

*Per ulteriori informazioni, interpellateci! L'organizzazione commerciale M.P. con sede in Milano e filiali in Bologna, Firenze, Genova, Padova, Roma e Torino è a Vostra disposizione.*

***Metalli Preziosi S.p.A.***

consociata italiana della Johnson, Matthey & Co., Limited London

Sede Sociale: **Milano** - Piazza Pio XI, 6 - tel. 86.42.41 - 86.15.71



# Orall

**LA LEGA IN ORO BIANCO  
PIÙ RICHIESTA  
NEL CROGIOLO PIÙ SICURO**

*Concessionario esclusivo:*

**LUIGI DAL TROZZO**

**FORNITURE DI MACCHINE ED UTENSILI  
PER OREFICI - GIOIELLIERI - ARGENTIERI**

MAGAZZINO:

VIA PORPORA, 64 - TEL. 23.03.60 - 29.37.32

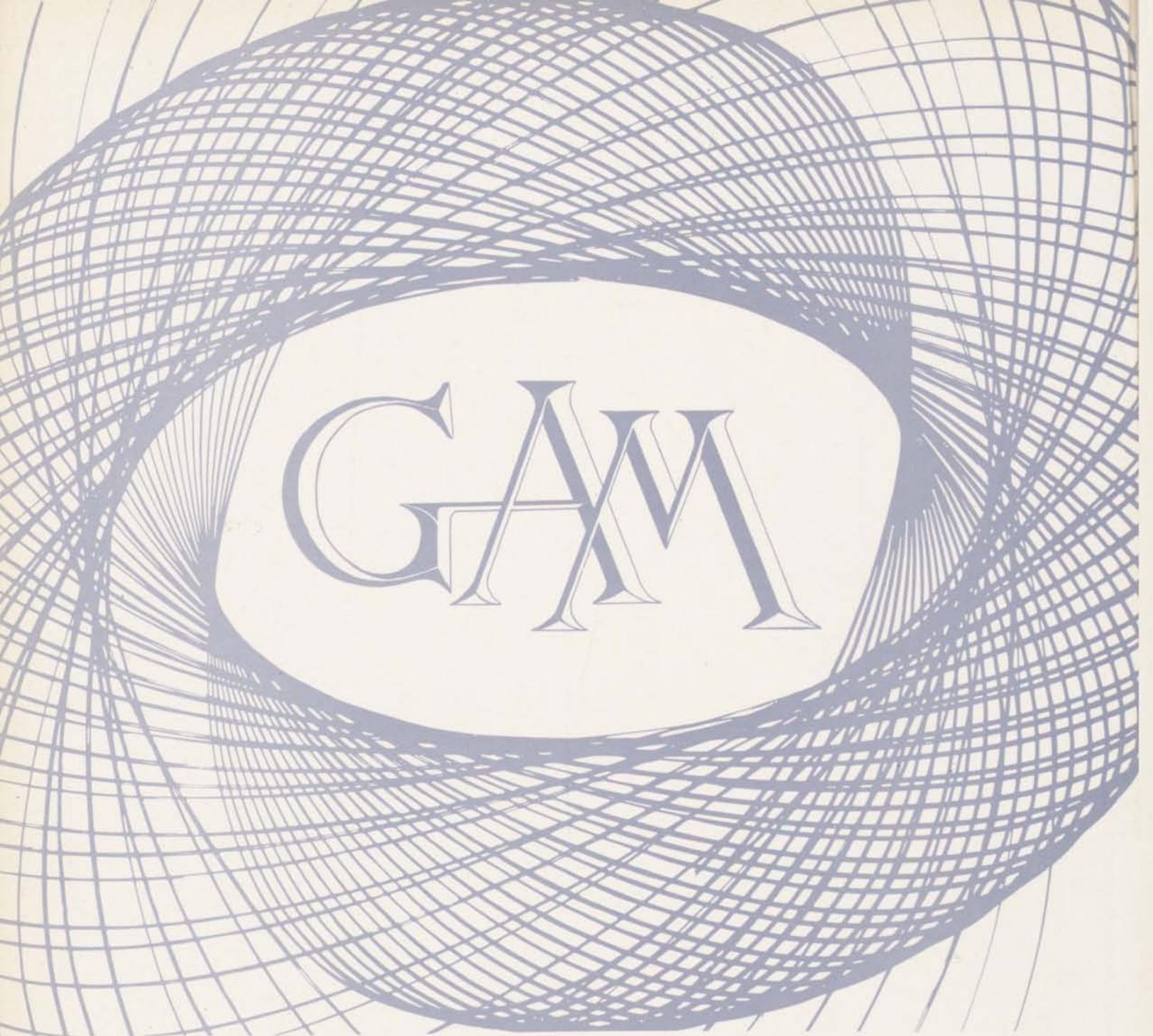
NEGOZIO: VIA FALCONE, 7 - TEL. 87.42.84

**MILANO**

**FILIALI**

**VALENZA PO:** Viale Dante, 9 - Telefono 91.982

**VICENZA:** Viale della Pace, 37a b - Tel. 37.304



GAM

GARAVELLI ALDO ANNARATONE PIETRO MOLINA OTTAVIO

*siglano l'oreficeria di successo nel mondo*

GAM

Sede Centrale: Viale Dante, 24 - telefono 92.324 - VALENZA PO

Filiale: Via Flavio Baracchini, 10 - telefono 806.148 - MILANO

S.R.L. JEWELLERY MAKERS

# BATAZZI & C.

S. R. L. - Capitale Sociale L. 3.000.000

**VALENZA**

VICOLO DEL PERO N. 25 - TELEFONO 91.343

Laboratorio  
per la lavorazione  
dei metalli preziosi  
delle ceneri  
e dei residui  
auro-platino-argentiferi

**FONDERIA  
LAMINAZIONI  
AFFINAZIONI  
CLORURI  
NITRATI  
PLACCATI**

# BANCA POPOLARE DI NOVARA

AL 31 DICEMBRE 1965

CAPITALE L. 2.030.064.000 - RISERVE L. 15.760.859.282

287 FILIALI

81 ESATTORIE

UFFICI DI RAPPRESENTANZA A LONDRA  
E A FRANCOFORTE SUL MENO

DEPOSITI FIDUCIARI E CONTI CORRENTI IN CREDITO OLTRE 800 MILIARDI

BANCA AGENTE PER IL COMMERCIO DEI CAMBI  
TUTTE LE OPERAZIONI DI BANCA

FILIALE DI **VALENZA** - VIA LEGA LOMBARDA N. 5  
TEL. 92.754 - 92.755

**Bonzano Luigi**  
**fu Giacomo**

*Oreficeria Gioielleria - Vasto assortimento in fantasia*

**Marchio 717 AL**

**IMPORT - EXPORT**

**Valenza Po**

Via S. Salvatore, 71 - Telefono 91.465

**FRATELLI VARONA GIOIELLIERI**

**MARCHIO 330 AL**

*Via Canonico Zuffi, 10 - Tel. 91.179*

**VALENZA PO**

**FABBRICAZIONE PROPRIA GIOIELLERIA E OREFICERIA**

# BAJARDI LUCIANO

FABBRICA OREFICERIA  
E GIOIELLERIA

MARCHIO 131 AL

VALENZA PO

TELEFONO 91.756 - VIALE SANTUARIO, 11

*Maestro Tullio Tascherio*

GIOIELLIERE

*Collane e  
Bracciali*

758 AL

VIA ROBERTI 3  
VALENZA

92-259



LEVRETTE

DITTA

**CERVI ENRICO & C.**

S.A.S

OROLOGERIE

MONTRES

**LEVRETTE**

WILHELM  
ESCLUSIVISTA ITALIA E COLONIE

VALENZA PO - VIA TRIESTE, 4A - TELEFONO 91.498

# scorcione felice

139 AL

DI ALBERTO VITALE & BICE SCORCIONE



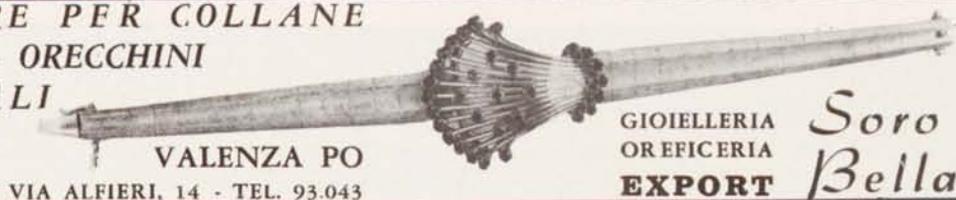
## EXPORT

FABBRICA GIOIELLERIA

VIALE BENVENUTO CELLINI, 42/44

VALENZA PO ☎ 91.201

CHIUSURE PER COLLANE  
GEMELLI - ORECCHINI  
BRACCIALI



1047 AL

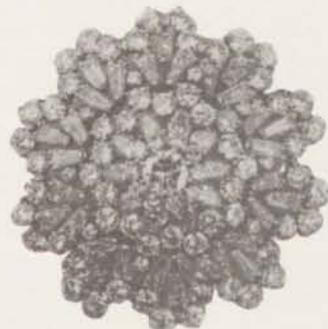
VALENZA PO  
VIA ALFIERI, 14 - TEL. 93.043

GIOIELLERIA  
ORIFICERIA  
EXPORT

*Soro &  
Bellato*



*Coggiola & Pagella*  
ORAFI - GIOIELLIERI



VIALE DELLA REPUBBLICA, 5 D  
(Condominio Tre Rose) - TEL. 93.289

VALENZA PO

# LINO GARAVELLI

*Gioielleria*

Marchio  
424 AL

VIA XXIX APRILE, 68 - TEL. 91.298

VALENZA PO

# CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA

FONDATA CON R. BREVETTO 21 AGOSTO 1838 A SCOPO DI BENEFICENZA

DIREZIONE GENERALE E SEDE CENTRALE - ALESSANDRIA

TUTTE LE OPERAZIONI DI BANCA

SERVIZIO CASSA CONTINUA

Agenzie di Città :

A - CORSO ACQUI, 13

B - PIAZZA MENTANA, 7 a

C - VIA DOSSENA, 13

## F I L I A L I

Arquata Scrivia - Bergamasco - Borgo San Martino - Bosio - Camino - Capriata d'Orba - Carpeneto  
Cassine - Castelceriolo - Castellazzo Bormida - Castelnuovo Bormida - Cellamonte - Felizzano - Frugarolo  
Gabiano - Novi Ligure - Oviglio - Predosa - Quargnento - Quattordio - Rivalta Bormida - S. Giuliano  
San Salvatore Monferrato - Sezzadio - Solero - Spinetta Marengo - Valenza

MARCHIO 200 AL

*Carlo Montaldi & C*

*Gioiellerie*

Via P. Paietta, 1 (Palazzo Garden) - Tel. 91.273

Valenza Po

# FRASCAROLO & C.

*Gioiellieri*

CORSO MATTEOTTI, 49 - TEL. 91.507

VALENZA PO



GIOIELLERIA OREFICERIA

*Carlo Baggio fu G.*

DI BAGGIO, PICCIO & BERISONZI VALENZA PO

Marchio 1078 AL

Via P. Paietta, 15 - Tel. 93.423

VALENZA PO

*ANELLI E SPILLE  
IN FANTASIA*

*Modelli propri*

**EXPORT**

## Sergio Pastore

**OREFICERIA - GIOIELLERIA**

Viale della Repubblica, 41 - Tel. 91.904

VALENZA PO

Marchio 525 AL

## FRANCO ANNARATONE

FABBRICA OREFICERIA

Via Pellizzari, 2 - Telef. 91.583

VALENZA PO

*E' sorta la*

FOM



di VALENZA PO



*..... un nuovo complesso orafa che pone la moderna organizzazione produttiva e la lunga esperienza commerciale, conferitale dai suoi titolari, al servizio del gioielliere italiano di classe.*

**Altri recapiti in Italia :**

**MILANO :** Via Paolo da Cannobio, 10

**FIERA INTERNAZIONALE DI MILANO :** Padiglione 27 - Stand 241

**NAPOLI :** Via Liborio Romano, 3-7 - Tel. 32.49.07 - 32.23.24

# PHILICO

PHILIPPI & Co. KG.  
PFORZHEIM (Germania)

ESCLUSIVA PER L'ITALIA

## ROSMONDO SPINELLI

VIA FAÀ DI BRUNO, 14 - TEL. 59.30.04 - MILANO

PRESENTIAMO ALCUNI FRA I PIU' INTERESSANTI APPARECCHI DELLA LINEA **PHILICO** 1966, APPOSITAMENTE STUDIATI PER I LABORATORI ARTIGIANI DI OREFICERIA E GIOIELLERIA.

SOLTANTO GLI APPARECCHI DELLA **PHILICO**, LA PRIMA AD INSTALLARE IN ITALIA IMPIANTI DE GENERE, VI CONSENTONO RISULTATI PERFETTI E COSTANTI. GLI IMPIANTI **PHILICO** OFFRONO LE MAGGIORI GARANZIE. PER QUESTO SONO IMITATI E MAI EGUAGLIATI.

**APPARECCHI PER DORATURA E RODIATURA — BRILLANTATURA GALVANICA DELL'ORO — APPARECCHI PER RECUPERARE L'ORO DAI BAGNI DI BRILLANTATURA SCARTATI.**

### ALTRI PRODOTTI **PHILICO** :

**SALI SPECIALI DBP<sup>®</sup>**, PER LA BRILLANTATURA DELL'ORO.

**SALI PER SGRASSAGGIO E LAVAGGIO.**

**ORO CIANURO DOPPIO AL 68 %** E SUOI DERIVATI PER BAGNI DI DORATURA LUCIDA, NEI SEGUENTI COLORI: ROSE', GIALLO CHIARO, GIALLO FORTE MEDAGLIA, ROSSO, VERDE.

MALGRADO LE NUMEROSE IMITAZIONI I NOSTRI PRODOTTI VENGONO PREFERITI DALLE MIGLIORI AZIENDE PER L'INEGUAGLIABILE QUALITA' DEI RISULTATI.

**CHIEDETE E PROVATE I NOSTRI SALI PER LA BRILLANTATURA DELL'ORO. NOTERETE SUBITO IL MIGLIOR RISULTATO E L'ELEVATO RENDIMENTO!**



### PICCOLO BANCO GALVANICO

Una nuova, praticissima apparecchiatura per dorature e rodiature di gioiellerie ed oreficerie.



### APPARECCHIO DI RECUPERO ORO

Con la massima facilità e minima spesa si recupera totalmente l'oro dai bagni di brillantatura già utilizzati.

### PICCOLO IMPIANTO PER LAVAGGIO E SGRASSAGGIO AD ULTRASUONI

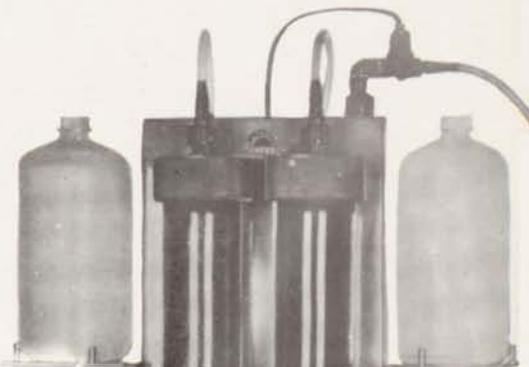
Potenza Watt 150

Un apparecchio al vertice della perfezione tecnica! Asporta con la massima facilità paste abrasive, sassomarcio ecc.... anche nelle cavità più profonde e negli interstizi del tessuto metallico. Completamente transistorizzato e a funzionamento automatico, è garantito per la sua efficacia e l'incomparabile durata.



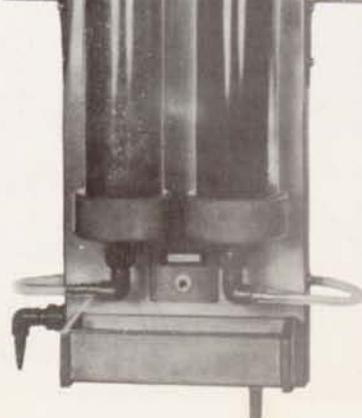
### PICCOLO BRILLANTATORE

Impianto di minimo ingombro per la brillantatura elettrolitica dell'oro. Indicatissimo per piccoli oggetti: spille, anelli, ecc.



### PICCOLO DISTILLATORE DEMINERALIZZATORE

Da questo apparecchio di ridotte dimensioni potete ricavare con poca spesa l'acqua distillata e demineralizzata indispensabile ad una perfetta riuscita delle vostre operazioni galvaniche.



# l'orafo valenzano

RIVISTA MENSILE EDITA A CURA DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA — Direzione, Redazione, Amministrazione, Pubblicità: VALENZA PO (Alessandria) - Piazza Don Minzoni, 1 - Tel. 91.851 — Pubblicità per la Provincia di Alessandria: FRANCA ALGHISI — Spedizione in abbonamento postale Gruppo III — LA PUBBLICAZIONE È ESEGUITA CON MULTILITH 1850 DAL CENTRO STAMPA A.O.V. Via Mazzini, 1 - Valenza — Autorizzazione del Tribunale di Alessandria registrato col n. 134 e successive modifiche.

■ DIRETTORE RESPONSABILE:

Giorgio Andreone

■ AMMINISTRATORE:

Mario Genovese

■ COMMISSIONE STAMPA:

Giulio Doria

Aldo Annaratone

Piero Lunati

Aldo Pasero

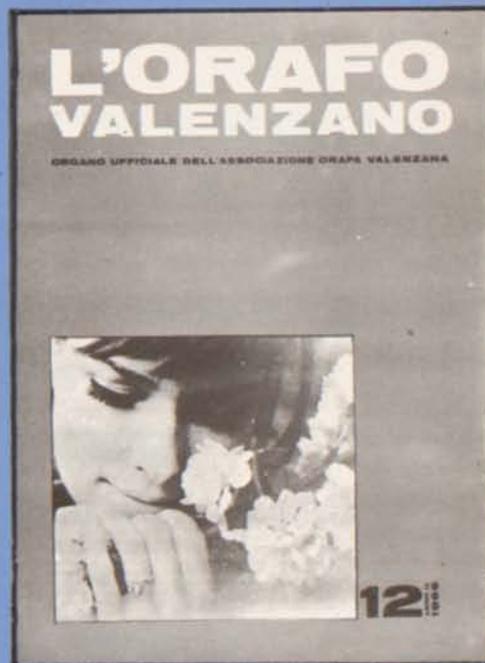
Paolo Staurino

Prezzo del fascicolo: Italia L. 250

Abbonamento: Italia L. 2.500 - C. C. P. 23/12595

Esteri: L. 5.000 - \$ 7,20 - Fr. n. 40

D.M. 32,30 - Lg. 2,17



## IN COPERTINA

« PIU' ELOQUENTE DI MILLE PROMESSE UN DIAMANTE DI FIDANZAMENTO E' LA PROVA SFOLGORANTE DI UN AMORE CONDIVISO ». COSI' COMINCIA LO SLOGAN DELLA PAGINA PUBBLICITARIA RAFFIGURATA IN COPERTINA E CHE APPARIRA' NEL CORSO DEL 1967 CON NUMEROSE ALTRE SU ALCUNE DELLE PIU' DIFFUSE RIVISTE FEMMINILI. SU QUESTA INTERESSANTE INIZIATIVA E SULLE STATISTICHE CHE L'HANNO PRECEDUTA SI VEDANO I NOSTRI SERVIZI A PAG. 26 E PAG. 41.

# **L'ORAFI VALENZANO**

ANNO IX

DICEMBRE 1966

**NUMERO  
DODICI**

## **SOMMARIO**

- 24 **Diamond International Awards.**  
Regole per il 1967.

### **ATTUALITA'**

- 26 **La nascita del Centro Promozione Diamante.**

### **IL CORRIERE DELLE GEMME**

- 29 **I minerali e le loro proprietà**  
di Francesco P. Sassi

### **GLI ITINERARI DELL'ORAFI**

- 30 **Monza ed il suo tesoro. - Parte prima**  
di E. Lanza e A. Ferrazzi

### **STATISTICHE**

- 41 **Le opinioni e i desideri della donna italiana media sui diamanti**  
e gli anelli di fidanzamento.

### **ANAGRAFE**

- 50 **Iscrizioni, modifiche, cancellazioni di Aziende orafe alla Camera di**  
Commercio, Industria ed Agricoltura di Alessandria.

### **COMMERCIO CON L'ESTERO**

- 52 **Richieste ed offerte di merci e rappresentanze.**

### **I MODELLI DEL MESE**

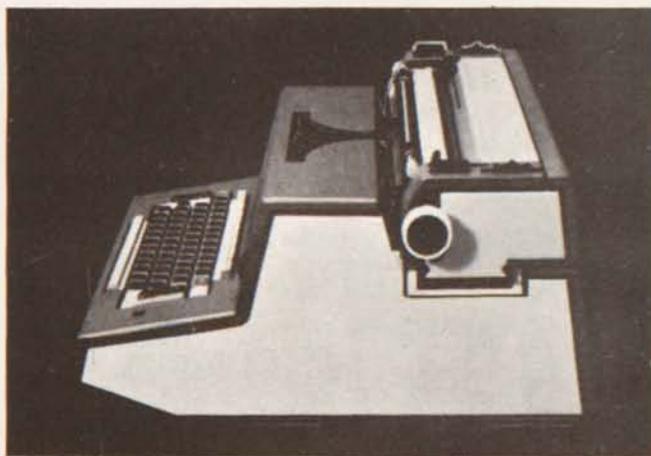
- 47 **Idee dell'I.P.O.**  
49 **Idee di D.A.F.**  
51 **Idee di Rina Poggioli.**

# Olivetti Tekne 3



Nessun'altra macchina  
ha una tastiera così comoda.  
Appena nove gradi d'inclinazione:  
un primato. Finalmente  
si può scrivere nella più naturale  
posizione delle dita.

Tutta elettrica.  
Una volta disposto  
il foglio in macchina si opera  
direttamente in tastiera. Non solo  
per scrivere, ma  
per fissare i margini, incolonnare,  
centrare i titoli, avanzare  
o arretrare il carrello. Per ogni funzione  
un comando: e la TEKNE 3 esegue.



---

Ing. C. Olivetti & C., S.p.A - Ivrea



# CONCORSI

## Diamonds - International Awards Regole per il 1967

### DATE DA RICORDARE:

- 14 aprile:** Scadenza per la presentazione dei disegni all'esame della Giuria.  
**28 aprile:** Notifica dei premi ai vincitori i cui disegni sono stati scelti dalla Giuria.  
**1 agosto:** Scadenza per la consegna dei gioielli realizzati dai disegni premiati.  
**26 settembre:** Consegna dei Premi « Diamonds-International Awards » a New York.  
**20 novembre:** Restituzione dei gioielli premiati ai titolari dopo la chiusura delle Esposizioni a New York, Londra e Milano.

### 1. DIAMONDS - INTERNATIONAL AWARDS

I « Diamonds - International Awards » che dal 1954 vengono annualmente assegnati per disegni di gioielli in diamanti, fanno parte del programma di informazione sul diamante attuato dalla De Beers Consolidated Mines, Limited.

I « Diamonds - International Awards » vengono assegnati a 30 disegni scelti dalla Commissione Giudicante e ritenuti i migliori tra tutti quelli presentati. I disegni vengono giudicati in base alla loro bellezza, originalità, funzionalità, fantasia e all'impiego dei materiali. Il premio non viene assegnato se il disegno prescelto non è realizzato in un gioiello finito. Il « Diamonds - International Awards » consiste in una placca che rappresenta, in bassorilievo, una divinità della bellezza che tiene in mano un diamante. Ogni anno, l'assegnazione dei premi viene riportata dalla Stampa nazionale, da quella specializzata e di settore, in tutto il mondo. I vincitori dei premi acquistano un prestigio personale sia in patria che all'estero.

I premi per il 1967 verranno presentati a New York, martedì 26 settembre 1967. I pezzi vincenti verranno esposti al pubblico prima a New York, poi a Londra e quindi a Milano.

### 2. CHI PUO' CONCORRERE

Gioiellieri (dettaglianti, grossisti o fabbricanti), disegnatori di gioielli, persone a cui interessa il disegno dei gioielli preziosi, sono invitati a sottoporre i loro disegni alla Commissione Giudicante del « Diamonds - International Awards » per il 1967. I gioiellieri che non dispongono, nelle proprie ditte, di disegnatori, possono ugualmente presentare disegni che essi hanno commissionato altrove. I disegnatori, che non hanno la possibilità di realizzare in proprio il disegno prescelto per la premiazione, devono essere in grado di farlo eseguire da un fabbricante di gioielli.

### 3. NUMERO DEI DISEGNI

Ogni partecipante, sia esso persona o ditta, può presentare **un massimo di sei disegni**.

Se un disegnatore desidera, sia sottoporre disegni a proprio nome, sia preparare disegni su commissione per presentazione da parte di clienti, il numero dei disegni **non potrà mai superare un totale di sei**.

### 4. DISEGNI

I disegni da presentarsi si devono riferire solamente a gioielli femminili. Disegni relativi a gioielli per uomini o ad oggetti d'arte non saranno accettati.



I disegni presentati devono riferirsi a gioielli compresi in uno qualsiasi o in tutti i seguenti gruppi di prezzi. La scelta dei gruppi è fatta in base ad un preventivo dei costi di produzione.

Gruppo A - fino a L. 470.000  
Gruppo B - da L. 470.000 a Lire 1.700.000  
Gruppo C - da L. 1.700.000 a L. 4.700.000  
Gruppo D - oltre L. 4.700.000

I disegni devono riferirsi solo a pezzi di gioielleria. Il 60 % almeno del valore dei materiali impiegati in ciascun pezzo deve essere costituito da diamanti. Il pezzo può comprendere altre pietre preziose; non sono, tuttavia, accettati disegni relativi a pezzi comprendenti gemme sintetiche o artificiali.

Ogni disegno deve essere presentato sotto forma di schizzo o dipinto, su carta montata su cartone o simile, misure: cm. 25 per 35. Se il disegno su carta è più grande o più piccolo del pezzo che rappresenta, si deve indicare sul foglio la scala in centimetri. Non saranno accettate fotografie di modelli o pezzi finiti.

Sulla montatura di cartone o sul foglio di carta non devono apparire né il nome del partecipante né qualsivoglia altro segno indicante l'origine del disegno.

Chiunque presenti disegni per il « Diamonds - International Awards » 1967 deve servirsi del modulo di domanda allegato alla copia del regolamento, richiedibile al « Centro Promozione Diamante », via Durini, 28, Milano.

Il nome della ditta o persona che presenta il disegno, oppure i disegni, verrà indicato sulla facciata del modulo. Se il disegno è prescelto, il premio verrà assegnato a quel nome.

Sul retro del modulo va indicato il nome del disegnatore (persona o ditta) che ha creato ciascuno dei disegni presentati. Una breve descrizione dei metalli, o altre gemme, o insoliti particolari di costruzione, ecc. vanno indicati per ciascun disegno. Il

gruppo nel quale ciascun disegno concorre verrà indicato ma non verrà menzionato il costo preventivato di produzione.

I disegni da presentare vanno inviati a:

Diamonds - International Awards  
c/o N.W. Ayer and Son, Inc.  
1271 Avenue of the Americas  
New York, N.Y. 10020  
U.S.A.

**Tutte le domande devono arrivare a New York prima o entro il 14 aprile 1967.**

I disegni non provenienti dagli Stati Uniti vanno spediti con il maggior anticipo possibile su questa data. Vanno inoltre calcolati almeno 10 giorni per il disbrigo delle pratiche doganali negli Stati Uniti. I plichi devono essere spediti per posta aerea o per pacco postale aereo.

Per facilitare il disbrigo delle pratiche doganali, la seguente descrizione del contenuto va riportata sull'esterno del plico, **in lingua inglese:**

Designs submitted for 1967 Diamonds - International Awards competition. No commercial value.

(Disegni presentati per il Concorso Internazionale Diamanti 1967. Campione senza valore).

Se il plico è assicurato, non gli si deve dare un valore superiore alle 150.000 lire (\$ 240); va inoltre aggiunta una nota che dichiara che per questa valutazione viene fatta solamente per « motivi doganali ».

#### **5. COMMISSIONE GIUDICANTE**

I trenta migliori disegni saranno selezionati da una Commissione Giudicante nominata per la sua

esperienza nel campo del disegno.

I giudici si riuniranno per due giorni per esaminare i disegni sotto il profilo della loro bellezza, originalità, fantasia, impiego di materiali e per la loro idoneità come gioielli femminili. Il loro giudizio sui migliori disegni presentati, è inappellabile.

**I nomi dei partecipanti saranno tenuti nel più assoluto riserbo.**

I giudici non conoscono i nomi dei partecipanti di cui esaminano i disegni.

#### **6. NOTIFICA AI VINCITORI**

**I premi « Diamonds - International Awards » vengono notificati alle ditte o ai singoli concorrenti i cui disegni sono stati scelti dalla Commissione Giudicante.**

Detta notifica perverrà agli interessati entro il 28 aprile 1967. I disegni verranno immediatamente rispediti ai rispettivi autori in modo che possano iniziare a fabbricare i pezzi per la mostra degli esemplari che hanno vinto l'« Award ». Ai vincitori saranno inviate istruzioni affinché facciano pervenire i pezzi entro il 1° agosto 1967. **Tutti i gioielli derivati dai disegni scelti, rimarranno di proprietà dei rispettivi proprietari.**

I disegni non selezionati quali vincenti verranno irrtornati a coloro che li hanno presentati, il più presto possibile, a partire dal 28 aprile 1967.

#### **7. PROCLAMAZIONE DEI VINCITORI**

I nomi dei vincitori dei premi 1967 verranno annunciati il 26 settembre 1967. Fotografie dei

### **RAPPRESENTANTE**

**CON BUONE REFERENZE CHIEDE RAPPRESENTANZA PER  
VENDITA BARI E PUGLIE ED EVENTUALI ALTRE ZONE**

### **ARTICOLI DI GIOIELLERIA**

Indirizzare :

**SANTORO MICHELE - VIA ANDREA DA BARI. 55 - BARI**

gioielli vincenti e relazioni dell'Awards verranno rilasciate alla Stampa internazionale, sia generica che specializzata, e soprattutto alla Stampa del paese e della città da cui proviene il pezzo vincente.

Nessun vincitore può annunciare la vincita del suo premio 1967 o farne pubblicità prima del 26 settembre 1967. Vi sarà un catalogo del « Diamonds - International Awards » 1967, che conterrà fotografie dei pezzi vincenti e testi descrittivi in lingua inglese, francese, tedesca e italiana. Tutti coloro che presenteranno disegni nel 1967 riceveranno una copia del catalogo.

## 8. MEDAGLIE RICORDO

Dietro richiesta dei vincitori del premio, agli stessi verranno consegnate medaglie ricordo in argento.

## 9. ACCADEMIA DIAMONDS - INTERNATIONAL

I partecipanti che vincono tre volte, in tre anni diversi, il « Diamonds - International Awards » diventano membri della Accademia Diamonds - International. I membri dell'Accademia, se lo desiderano, sono liberi di continuare a presentare disegni per questi concorsi annuali, ma non sono obbligati a farlo.

I disegnatori che, in tre anni diversi, ricevono per tre volte il premio o, per tre volte, ricevono la medaglia del disegnatore per i pezzi che hanno vinto il premio, ottengono pure di divenire membri della « Diamonds - International Academy ».

I membri dell'Accademia sono invitati a partecipare a una mostra speciale di gioielleria che si tiene ogni anno.

## 10. CERTIFICATO DI LODE

Coloro che per cinque anni presentano disegni per il « Diamonds - International Awards », riceveranno un certificato di lode per l'interesse dimostrato alla progettazione di gioielleria in diamanti. Non verrà dato alcun pubblico annuncio dell'avvenuta concessione di questi attestati, ma chi li riceverà potrà usarne nel modo che riterrà più opportuno.

# ATTUALITÀ

## La nascita del Centro Promozione Diamante

Quattro anni or sono, e precisamente dal numero di marzo 1963, la nostra rivista iniziava una breve serie di articoli che prendevano in esame l'iniziativa, allora sorgente, di reclamizzare presso il pubblico, nelle forme e nei modi più opportuni, i diamanti. Si era passato in rassegna quanto si andava facendo in Inghilterra, in Francia, in Germania, e si riferiva sull'attività del Comitato Italiano Pubblicità Diamanti, del cui sorgere il nostro periodico aveva dato informazione fin dai primi passi, e precisamente dall'ottobre 1961.

Da allora, costantemente, abbiamo seguito con la massima attenzione ciò che si è fatto o cercato di fare nel settore, rammaricandoci però che in Italia le cose non si svolgessero con lo stesso ritmo — assai più serrato — di quanto non si facesse in altri Paesi. Le ragioni di ciò — lo sappiamo — sono sempre state complesse e molteplici, e non serve certo tornarci sopra per dipanarle.

Ciò che conta, è che oggi, finalmente, le cose stanno prendendo un'altra piega, con la nascita del Centro di Promozione Diamanti, di cui diamo notizia nelle righe che seguono. Non possiamo che rallegrarci di questa ondata d'attività e di iniziative che tornerà a sicuro vantaggio non soltanto della Società De Beers, ma anche di tutti coloro che, in Italia, producono o vendono gioielli con diamanti. Esprimiamo in questa occasione due auguri che scaturiscono da nostre profonde convinzioni in materia. L'uno è che la categoria comprenda appieno l'importanza delle iniziative intraprese e collabori senza riserve, per quanto sta in essa, per rendere proficua ed operante l'azione appena iniziata, e che — altrimenti — finirebbe per non corrispondere alle attese. A quanto sembra, questo risultato positivo comincia a verificarsi, almeno stando alla partecipazione numerosa nel rispondere ai questionari inviati dall'Agenzia cui è affidato questo compito.

L'altro, si riferisce al fatto che l'azione promozionale non deve limitarsi al settore diamanti, ma è invece utile ed opportuno che si propaghi anche al campo della orficeria e della gioielleria in genere. Naturalmente sotto il patrocinio di organi diversi e più direttamente interessati a questo tipo di « Promotion ».

Sappiamo che tutto ciò può verificarsi e lo si dovrà fare se non si vuole che un mercato come il nostro ceda gradualmente il campo ad altri prodotti che si servono delle più moderne tecniche di informazione e pubblicità a vantaggio della loro produzione. Il come, il quando, dipendono in gran parte dalla maturità e dalla dinamicità della nostra intera categoria.

Ma questo ci porta fuori dall'argomento d'oggi che riguarda senza alcun dubbio il più importante avvenimento pubblicitario del nostro specifico settore fino ad oggi verificatosi in Italia. Auguri dunque a tutti gli interessati di buon lavoro e di feconda collaborazione.

G. A.

Nel corso di un incontro organizzato dall'Agenzia J. Walter Thompson (Italia) con un folto gruppo di gioiellieri italiani è stato presentato il Centro Promozione Diamanti recentemente costituito per conto della Società De Beers Consolidated Mines.

Mr. Jeremy Pudney, dirigente della De Beers, si è rivolto ai presenti per illustrare, nelle sue grandi linee, gli scopi per i quali è nato il Centro e le prime iniziative intraprese dalla sua Società, in accordo con il Comitato Italiano Pubblicità Diamanti, « per contribuire — com'egli



All'inaugurazione del Centro Promozione Diamanti. Una veduta d'insieme della sala: i gioiellieri intervenuti e, in prima fila, il Vice Prefetto Ispettore, Dott. Giovanni Suriano, il Rag. Giovanni Bottari, Presidente del Comitato Italiano Pubblicità Diamanti, ed il Sig. James Martin della Walter Thompson, mentre assistono ad una delle relazioni esposte nel corso della serata.

ha detto — ad inserire gli operatori orafi italiani nella posizione che loro compete in un mercato — come quello diamantario — in continua espansione ». Dopo aver reso noto che l' Agenzia Thompson rappresenta ormai la Società De Beers in Italia, nei settori pubblicitario e promozionale, l'oratore ha ceduto la parola a Guido Lopez, capo servizi Pubbliche Relazioni della Thompson, non senza rendere omaggio, nel concludere, all'arte ed all'industria orafogioielliera italiana.

Il Signor Lopez ha tracciato in breve un quadro dei più recenti sviluppi della situazione.

In breve, è stato costituito un Centro Informazione per la stampa, già in embrione presso il Comitato Pubblicità Diamanti, ed ora organizzato e potenziato in forma autonoma. Accanto a questo Centro di Informazione che opererà esclusivamente nel settore della stampa e della propaganda, funzionerà un Centro di Promozione, riservato alla categoria operativa, vale a dire a disposizione di ciascuno dei produttori e — soprattutto — negozianti interessati a promuovere le proprie vendite di diamanti.

Dopo le dichiarazioni del Capo Servizi Relazioni Pubbliche dell' Agenzia Thompson, prendeva la parola il Ragionier Bottari, Presidente del Comitato Italiano Pubblicità Diamanti, il quale esprimeva l'adesione del Comitato all'azione della So-



cietà De Beers e della Agenzia Thompson e la soddisfazione per la nascita dei due Centri, ai quali, egli assicurava, non mancherà l'appoggio del Comitato.

Prendeva quindi la parola il Dott. Ruggero Ariotti, direttore del Servizio Ricerche di Mercato, che esponeva i risultati fondamentali dell'inchiesta (la prima del genere svolta in Italia) condotta dall'aprile al giugno 1966 per avere indicazioni sul possesso da parte delle donne italiane, di diamanti ed anelli con diamanti, e sulle loro opinioni e desideri.

Non ci dilunghiamo su questo argomento, poichè daremo ad esso più ampio spazio in altra parte di questo stesso numero. Concludeva quindi l'incontro Mr. James Martin, dirigente della J. Walter Thompson Italia, il quale esponeva in dettaglio il programma d'azione propagandistica e le direzioni lungo le quali essa si svolgerà in modo prevalente. Esse possono così riassumersi:

- 1) Pubblicità del diamante rivolta verso il pubblico;
- 2) Relazioni Pubbliche;
- 3) Attività promozionale rivolta verso i gioiellieri.



In occasione dell'incontro sono stati presentati gli oggetti vincitori di Concorsi francesi ed inglesi per anelli di fidanzamento con diamante. Accanto a gioielli di maggior valore vi sono anelli il cui costo è inferiore alle centomila lire. Il più a buon mercato è un modello da L. 85.000.

La pubblicità al pubblico consiste in una serie di nove diversi avvisi su quattro fra le più diffuse e note riviste femminili: Grazia, Annabella, Amica e Famiglia Cristiana, più altre cinque doppie pagine su Selezione dal Reader's Digest.

Esse hanno per obbiettivo di diffondere la tradizione del diamante di fidanzamento, aumentandone insieme il valore sentimentale ed emotivo, nella sua veste di simbolo della promessa di matrimonio. Parallelamente, riaffermare le grandi qualità del diamante, vale a dire la sua grande bellezza, l'unicità del suo prestigio, il suo significato, la sua durata, la costanza del suo valore ed ogni altro importante significato ad esso connesso.

Nella loro pratica realizzazione gli annunci pubblicitari raffigurano, quasi tutti, una fanciulla che sta sognando o contemplando il suo diamante di fidanzamento corredati di testi evocativi che sottolineano tutti i più importanti simboli e significati a cui è collegato il diamante. Altri testi, negli annunci, sono

dedicati alla scelta del diamante ed alla opportunità di rivolgersi al proprio gioielliere di fiducia.

Parallelamente all'azione pubblicitaria vera e propria, si svolge l'attività rivolta alle Relazioni Pubbliche che è affidata essenzialmente al Centro Informazione. Questa è in gran parte destinata ad affiancare l'azione pubblicitaria di cui si è parlato, ma anche ad informare la categoria di quanto si sta facendo per la promozione del diamante. A questo scopo, oltre alla divulgazione delle notizie, appariranno, come sono già recentemente apparsi, sulla stampa specializzata, annunci pubblicitari-informativi diretti a tutta la categoria operativa che potrà in tal modo essere tempestivamente avvertita delle possibilità di collaborare in modo individuale e personalmente più proficuo alla campagna promozionale.

Sarà cura del Centro Informazione diffondere attraverso tutti i mezzi disponibili, come la stampa, la radio, la televisione, ogni possibile avvenimento che

graviti intorno al diamante e che possa contribuire ad accrescere l'interesse verso questa gemma ed il suo prestigio.

Ad esempio, l'esito del Concorso nel quale vengono assegnati i Diamonds International Awards e la presentazione a Milano, nel prossimo ottobre, dei gioielli vincenti.

Infine, largo posto è stato dato all'attività Promozionale vera e propria, sia attraverso studi ed indagini statistiche che servano di orientamento ai produttori ed ai venditori di gioielli con diamanti, sia creando e fornendo ai negozianti i mezzi pubblicitari più adatti per imprimere alle vendite dei diamanti un ritmo ed una consistenza maggiori.

Sono già stati approntati eleganti opuscoli a colori completi di una adatta custodia-espositrice da distribuire alla clientela, e di targhette; la seconda edizione, migliorata, del libricino « Come vendere più diamanti » riservata ai negozianti; materiale per arredare vetrine e banchi in modo adatto alla presentazione di anelli con diamanti, ed è in programma la preparazione di diapositive a colori e di films pubblicitari, che potranno essere messi a disposizione di coloro che intendono reclamizzare il proprio negozio da soli od in gruppi nelle sale cinematografiche della propria città.

Per quanto concerne la pubblicità stampata sui quotidiani e settimanali locali, sono già disponibili, gratuitamente per i negozianti che ne faranno richiesta, clichés di annunci appositamente predisposti, ai quali sarà molto semplice aggiungere il nome e l'indirizzo del negoziante che intende avvalersene. Questa iniziativa garantirà una propaganda omogenea e ben curata, senza altre spese che quelle dello spazio disponibile.

Queste, in sintesi, le principali possibilità offerte per il 1967 ai negozianti ed ai produttori di gioielleria italiani con la nascita del Centro Produzione Diamanti. L'esposizione di James Martin si fermava a questo punto e la riunione si concludeva con l'augurio di buon lavoro per incrementare nell'interesse comune un settore così importante della vendita dei prodotti orafi.

# IL CORRIERE DELLE GEMME

Sunto della lezione tenuta da F. P. Sassi il 22-11-1966 al corso di aggiornamento didattico su «La lavorazione e l'impiego delle pietre dure nell'arte dell'oreficeria», per gli insegnanti di disegno professionale e di arte applicata in servizio negli Istituti d'arte.

E' noto che le pietre preziose sono dei materiali naturali, cioè dei minerali. Vediamo oggi cosa sono in realtà i minerali, quali sono le loro proprietà e da quali fattori esse dipendono. La crosta terrestre è costituita da materiali solidi più o meno cementati di varia composizione e di varia genesi chiamati rocce (ad es. graniti, marmi, calcari, basalti, ecc.). Se noi suddividiamo una roccia, ad esempio un granito, in tanti frammenti di dimensioni opportune, e di ciascuno facciamo l'analisi chimica, vedremo che tali frammenti possono essere raggruppati in alcune categorie: i frammenti appartenenti a ciascuna categoria hanno tutti la stessa composizione chimica, che in via generale è del tutto diversa da quella dei frammenti appartenenti ad un'altra categoria. Tali frammenti vengono chiamati minerali. Più rigorosamente, un minerale è un corpo solido omogeneo formatosi spontaneamente in natura, con una composizione chimica definita e, come risulterà chiaro più avanti, avente nella maggior parte dei casi una struttura atomica ordinata. I minerali aventi una tale struttura atomica si chiamano minerali cristallini, gli altri, molto rari in natura, si chiamano minerali amorfi.

## LA MORFOLOGIA DEI CRISTALLI

Noi ci soffermeremo in particolare sui minerali cristallini. Dal punto di vista morfologico, cioè considerando la forma esterna, un cristallo è un corpo omogeneo avente la forma di un solido geometrico delimitato da

facce, spigoli e vertici; in conseguenza della omogeneità, due porzioni adiacenti di questo corpo ugualmente orientate e di dimensioni non tanto piccole da raggiungere quelle atomiche, hanno le stesse proprietà chimiche e fisiche. Le facce, gli spigoli ed i vertici delimitanti un cristallo debbono essere originali, e dipendono unicamente dalla natura chimica del cristallo stesso e dalle condizioni di ambiente in cui esso si è formato. Le gemme che si trovano in commercio possono non essere più dei cristalli nel senso scientifico della parola, proprio perchè alcune facce originali possono essere state sostituite da elementi artificiali durante la lavorazione. Le dimensioni di un cristallo possono essere le più varie; eccezionalmente si arriva a dimensioni dell'ordine del metro, come ad esempio in certi cristalli di quarzo, di mica, ecc.; dall'altro estremo, esistono minerali talmente piccoli che la loro morfologia può essere rilevata soltanto col microscopio elettronico; ad esempio alcuni minerali delle argille hanno usualmente dimensioni dell'ordine del micron (1 micron =  $10^{-4}$  cm) (1).

La forma dei cristalli viene paragonata a quella dei solidi geometrici; così si parla di cristalli cubici, ottaedrici, prismatici, ecc. Questo paragone però ha dei limiti e richiede delle precisazioni. Dal punto di vista geometrico, il cubo è un solido che ha sei facce eguali a forma di quadrato, delimitate da 12 spigoli eguali e 8 vertici, e intersecantisi in modo da for-

(1) ovvero, la millesima parte di un millimetro (N.d.r.).

## Le proprietà dei minerali

di **FRANCESCO P. SASSI**

ASSISTENTE ORDINARIO DI PETROGRAFIA  
DELL'UNIVERSITÀ DI PADOVA

mare angoli diedri di  $90^\circ$ . Un cristallo cubico presenta tutte queste caratteristiche meno, eventualmente, una: forma delle facce ed uguale estensione di esse. Un cristallo cubico può quindi, ad esempio, avere la forma di un parallelepipedo retto; tuttavia quello che importa è che le sei facce ed i 12 spigoli di questo apparente parallelepipedo siano fisicamente equivalenti. In via generale due o più facce, oppure due o più spigoli sono fisicamente equivalenti quando ogni proprietà fisica determinata su una delle facce considerate (ad esempio la durezza) o, rispettivamente, lungo uno degli spigoli (ad esempio la propagazione della luce entro il cristallo in una direzione parallela allo spigolo stesso) deve essere del tutto identica rispettivamente a quella misurata sulle altre facce o lungo tutti gli spigoli in questione. L'equivalenza di sviluppo areale non ha quindi importanza, mentre è indispensabile l'equivalenza di comportamento; in altre parole, ritornando all'esempio prima citato, le sei facce di un cristallo ad abito cubico debbono essere indistinguibili l'una dall'altra per le loro proprietà fisiche e chimiche, cosa possibile anche se esse non hanno uguale superficie.

E' opportuno sottolineare che, per quanto irregolare possa essere lo sviluppo delle facce di un cristallo rispetto al solido geometrico che gli compete, gli angoli diedri fra facce corrispondenti sono sempre uguali, e addirittura caratteristici di ogni specie mineralogica. E' per questo che in cristallografia morfologica la determinazio-

ne fondamentale per classificare un cristallo consiste nel misurare gli angoli diedri tra le facce del cristallo, operazione che viene effettuata con degli strumenti chiamati goniometri. Quanto affermato poco fa viene rigorosamente enunciato nella cosiddetta « legge della costanza dell'angolo diedro », secondo la quale gli angoli diedri fra facce omologhe di una stessa fase cristallina di uno stesso composto od elemento chimico sono sempre uguali a temperatura costante.

Abbiamo finora parlato della morfologia dei minerali cristallini assimilandola a quella di solidi geometrici. Consideriamo ora, sempre dal punto di vista morfologico, i minerali amorfi.

### I MINERALI AMORFI E LORO DIFFERENZE RISPETTO A QUELLI CRISTALLINI

A differenza dei cristalli, essi non hanno forma definita e, con un comportamento analogo a quello dei liquidi, assumono la forma dello spazio a loro disposizione, pur avendo forze di coesione paragonabili a quelle dei solidi.

Indagando più a fondo sulle differenze fra minerali cristallini e minerali amorfi, ci accorgiamo ben presto che tali differenze non sono soltanto esterne, cioè di aspetto, ma riguardano l'intima disposizione. Basta ad esempio dare un colpo di martello ad un cristallo e ad un minerale amorfo per vedere che il comportamento è diverso; mentre i cristalli in genere si rompono secondo superfici piane ben determinate,

come vedremo dettagliatamente più avanti parlando della sfaldatura, i minerali amorfi si rompono secondo superfici curve ad andamento casuale (frattura concoide). Se estendiamo questo tipo di indagine vedremo che i minerali amorfi hanno sistematicamente un comportamento diverso da quello delle sostanze cristalline. Il motivo fondamentale di questo comportamento differenziale consiste nell'intima struttura di questi corpi solidi.

### LA STRUTTURA INTERNA DEI CRISTALLI

I vecchi studiosi pensavano che i cristalli fossero costituiti dalla giustapposizione di un grandissimo numero di poliedri elementari; così, ad esempio, un cubo di salgemma sarebbe stato costituito, secondo tali studiosi, da una ordinata e regolare giustapposizione di un grandissimo numero di cubetti piccolissimi, così come un muro è fatto tutto di mattoni uguali. Questo modo di vedere considerava quindi i cristalli come continui, cioè privi di vuoti, anche alla scala submicroscopica, e ciò urtava contro alcune proprietà fisiche dei cristalli quali la dilatazione termica e la comprimibilità.

Questa vecchia idea, che pure è stata molto fruttuosa nello sviluppo della cristallografia, è ormai superata. Oggi infatti sappiamo con certezza, sulla base di delicate e complesse indagini con i raggi X, che un cristallo è costituito dalla giustapposizione non di poliedri elementari per così dire « pieni », bensì di « celle elementari » en-

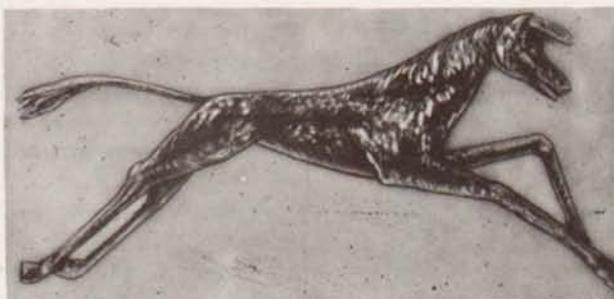
tro le quali si hanno particelle (ioni o atomi) in ben determinate posizioni.

Nel salgemma (NaCl), vedendo le cose nel piano per semplificare, avremo due serie di filari paralleli fra loro che si intersecano a 90° in modo da formare maglie quadrate ai cui vertici vi sono le particelle; quindi su ciascuno di questi filari la distanza fra ioni  $\text{Na}^+$  e ioni  $\text{Cl}^-$  è costante:  $(2,813 \cdot 10^{-8} \text{ cm.})$ .

Perpendicolarmente al piano ora descritto si trova un'altra serie di filari paralleli fra loro che determina così nello spazio celle di forma cubica tutte identiche fra loro.

Abbiamo detto che nella cella ogni ione o atomo occupa una posizione ben precisa; in realtà è più esatto dire che ogni particella oscilla intorno ad una posizione ben precisa, con ampiezza direttamente proporzionale alla temperatura del cristallo. Quando la temperatura supera un certo limite, le particelle si allontanano dalle loro posizioni, si mescolano disordinatamente fra loro e l'edificio cristallino perde così la sua individualità rompendosi: avviene in tal modo quello che si chiama fusione.

Le celle elementari delle diverse specie mineralogiche hanno varia forma e varie dimensioni lineari ed angolari, forma e dimensioni che sono caratteristiche della specie mineralogica. Ovviamente, caratteristica della specie è anche la natura chimica delle particelle costituenti il reticolo cristallino; così ad esempio nel salgemma trove-



## E. GORETTA

FABBRICA

ARGENTERIE 971 AL  
E POSATERIE

ALESSANDRIA

VIA CARLO PISACANE, 17 - TELEF. 46.72

remo sodio e cloro, nella fluorite calcio e fluoro, nel diamante carbonio, ecc.

Da quanto sinora detto si comprende come le particelle si distribuiscono in un reticolo cristallino non a caso; esse infatti si localizzano nello spazio secondo ben determinate leggi di simmetria. Le configurazioni possibili che ne derivano, detti gruppi spaziali, sono 230, che vengono raggruppati in 32 classi e 7 sistemi. E' proprio dalla maniera con cui si dispongono nello spazio le particelle che dipendono la forma esterna del cristallo e le sue proprietà fisiche.

A questo punto viene da domandarsi quale è il legame, cioè la forza, che tiene unite fra loro le particelle del reticolo cristallino. Senza voler scendere troppo in particolari, diremo che vi sono vari tipi di legami che sostanzialmente dipendono dalla natura chimica delle particelle costituenti il reticolo cristallino, con la precisazione però che in uno stesso reticolo, cioè in uno stesso cristallo, possono esistere più tipi di legami. Nel caso più comune, di strutture le cui particelle sono costituite da ioni, si tratta di un legame dovuto all'attrazione elettrostatica fra ioni carichi positivamente (cationi) ed ioni carichi negativamente (anioni). La forza dei vari tipi di legami è molto varia e, in via del tutto generale, si può dire che in uno stesso reticolo cristallino alcune particelle possono essere legate da legami molto forti, altri da legami molto deboli.

## LE PROPRIETA' DEI CRISTALLI

Ci siamo così resi conto del fatto fondamentale che i cristalli sono caratterizzati da una disposizione regolare delle particelle costitutive, e che questo fatto determina il particolare comportamento dei cristalli. In altre parole, ed in senso più generale, diremo che le proprietà fisiche dei minerali dipendono dal fatto di possedere o meno una struttura cristallina e, se la posseggono, le proprietà dipendono dal tipo di struttura stessa.

Fra le proprietà dei minerali alcune hanno un valore ben determinato e costante per una data specie mineralogica, e prendono il nome di proprietà scalari; altre invece, dette proprietà vettoriali, variano a seconda della direzione che si considera, il che significa, in altre parole, che un certo minerale può avere un comportamento in una direzione, un altro in una direzione diversa dalla precedente. Tanto per fissare le idee, citiamo per esempio la cianite, che ha durezza notevolmente diversa a seconda della direzione.

## LA SFALDATURA

Non è il caso di elencare ed illustrare tutte le proprietà fisiche dei cristalli, perchè il discorso diverrebbe troppo lungo. Ci soffermeremo soltanto su alcune proprietà che hanno maggiore attinenza con la lavorazione delle pietre preziose, prima fra tutte sulla sfaldatura. Abbiamo già accennato che i minerali cristallini, cioè quelli che posseggono una struttura

cristallina, hanno la possibilità di rompersi secondo superfici piane. Cerchiamo di capire ora qualcosa sulla natura di queste superfici. Se noi percuotendo un cristallo lo rompiamo, significa che la nostra percussione ha vinto le forze di attrazione reciproca delle particelle costituenti il reticolo cristallino. Tenendo ciò presente è ovvio che se, come spesso accade, in un reticolo cristallino accanto a particelle tenute insieme da legami molto tenaci ve ne sono altre tenute insieme da legami più deboli, è ovvio che alla percussione saranno proprio i legami più deboli a rompersi. Le modalità con cui un cristallo si rompe dipenderà quindi proprio dalla localizzazione, nell'ambito del cristallo, dei legami deboli o, più rigorosamente, dalla distribuzione delle forze di coesione nell'ambito del reticolo cristallino. D'altra parte, il fatto che la superficie secondo cui un cristallo si sfalda rimane intatta alla percussione, vuol dire che entro di essa le particelle hanno forti legami ed alta densità; dal punto di vista strutturale quindi i piani di sfaldatura equivalgono alle facce esterne di un cristallo. Questa affermazione, se da un lato trova piena giustificazione nelle moderne concezioni strutturalistiche, dall'altro lato concorda pienamente con l'esperienza, che ci indica i piani di sfaldatura come paralleli a facce presenti o possibili nel cristallo.

Non in tutti i minerali la sfaldatura presenta lo stesso grado, cioè avviene con la stessa facilità. Ed in uno stesso minerale si possono trovare due o più tipi di sfaldatura che si

# LEGNANI PAOLO

Viale Galimberti, 6 - Tel. 91.561 - VALENZA PO

C. C. I. Alessandria n. 90416

Marchio 1437 A1

*Creazione propria - Gemelli - Spille in fantasia e in smalto*

esplicano con diversi gradi. Si parla quindi di sfaldature facilissime, facili, buone, distinte, poco facili, difficili.

La sfaldatura è una proprietà molto importante prima di tutto perchè è un ottimo carattere diagnostico per il riconoscimento di molte specie mineralogiche, ed in secondo luogo perchè nella lavorazione delle pietre preziose la presenza di sfaldature non può essere assolutamente trascurata, in quanto determina in maniera decisiva le operazioni di taglio; ne consegue che coloro che operano in questo campo devono conoscere perfettamente la posizione dei piani di sfaldatura caratteristici delle varie pietre preziose.

### IL COMPORTAMENTO OTTICO

Per ragioni di brevità tralasciemo l'illustrazione di tutte le altre proprietà fisiche, anch'esse importantissime, dei minerali, non senza però aver fatto un cenno, sia pur troppo breve rispetto all'importanza dell'argomento, alle proprietà ottiche dei cristalli, proprietà che, se da un lato contribuiscono in maniera decisiva ai pregi estetici delle pietre preziose, dall'altro hanno un enorme valore per il riconoscimento dei minerali.

Tutti sanno che quando un fascio di luce bianca colpisce un qualsiasi corpo, una parte di esso viene assorbito; nel caso, molto frequente, in cui tale assorbimento interessi in modo preferenziale una porzione dello spettro visibile, il corpo in parola appare colorato di conseguenza. Tutto questo è vero

anche per i minerali; è da notare però che quei minerali che posseggono una struttura cristallina possono presentare una notevole anisotropia anche nei fenomeni di assorbimento. Solo per fare un esempio, certamente noto a voi tutti, ricordiamo il fenomeno osservabile in un cristallo prismatico di rubino, fenomeno che fornisce un validissimo criterio per distinguere un rubino vero da uno falso: quando i raggi luminosi si propagano attraverso le due facce basali il rubino appare rosso intenso; quando invece esso viene osservato attraverso una coppia di facce del prisma appare rosso chiaro. Questo comportamento si riallaccia al cosiddetto pleocroismo, fenomeno per cui in certi minerali cristallini si verifica una variazione di assorbimento della luce, e quindi una variazione di colore, al variare della direzione di vibrazione dei raggi luminosi polarizzati che colpiscono i minerali in parola. Altro fatto interessante nel comportamento ottico dei cristalli è che, mentre in alcuni un raggio incidente che lo attraversa viene deviato secondo le normali leggi della rifrazione, in molti altri un raggio incidente si scinde in due raggi entrambi polarizzati (birifrangenza): in alcuni casi uno dei due raggi segue le ordinarie leggi della rifrazione, in altri nemmeno uno. Questi fenomeni si complicano ulteriormente durante l'attraversamento del cristallo per l'intervento di effetti di interferenza; la conseguenza più sorprendente di tutti questi processi è che, osservando un cristallo birifrangente al microscopio da mineralogia

in campo scuro (nicols incrociati), ad eccezione che in determinati casi, il cristallo appare illuminato, a colori spesso vivaci. Lo studio dei minerali al microscopio si basa proprio su questi fenomeni di birifrangenza e d'interferenza, sicchè occorre un microscopio che non sia soltanto una specie di potente lente d'ingrandimento (come il microscopio da biologia), ma che sia polarizzante, che possieda cioè particolari dispositivi capaci di selezionare ed apprezzare i vari effetti di interferenza.

Fra le proprietà dei minerali un cenno particolare in questa sede merita anche la lucentezza in quanto è noto che i minerali particolarmente dotati sotto questo riguardo sono proprio le pietre preziose. La sensazione di lucentezza è prodotta nell'occhio umano dalla luce riflessa dalla superficie di un minerale. L'intensità della lucentezza dipende essenzialmente dalla quantità di luce riflessa ed in generale è più grande quanto maggiore è l'indice di rifrazione del minerale. Ricordiamo ad esempio la lucentezza tipica del diamante, che costituisce parte essenziale dei pregi commerciali di questa pietra. A proposito del diamante si può dire che la particolare bellezza di questa pietra è dovuta al fatto che alla pregiatissima lucentezza adamantina si aggiungono quei particolari riflessi cromatici vivacissimi, ad esempio azzurrognoli, dovuti a fenomeni di dispersione, cioè alla forte differenza fra gli indici di rifrazione relativi alle varie radiazioni dello spettro visibile.

FINE





## Quagliotto Natale

**FABBRICA OREFICERIA**

VIA S. CAMASIO, 12 - TELEFONO 92.168

**VALENZA PO**

**ANELLI PER UOMO**

**BRACCIALI IN FANTASIA**

**COLLANE IN ZAFFIRO BIANCO**



## LEVA SANTINO

**OREFICERIA - GIOIELLERIA**

Anelli a griffes Lapidé

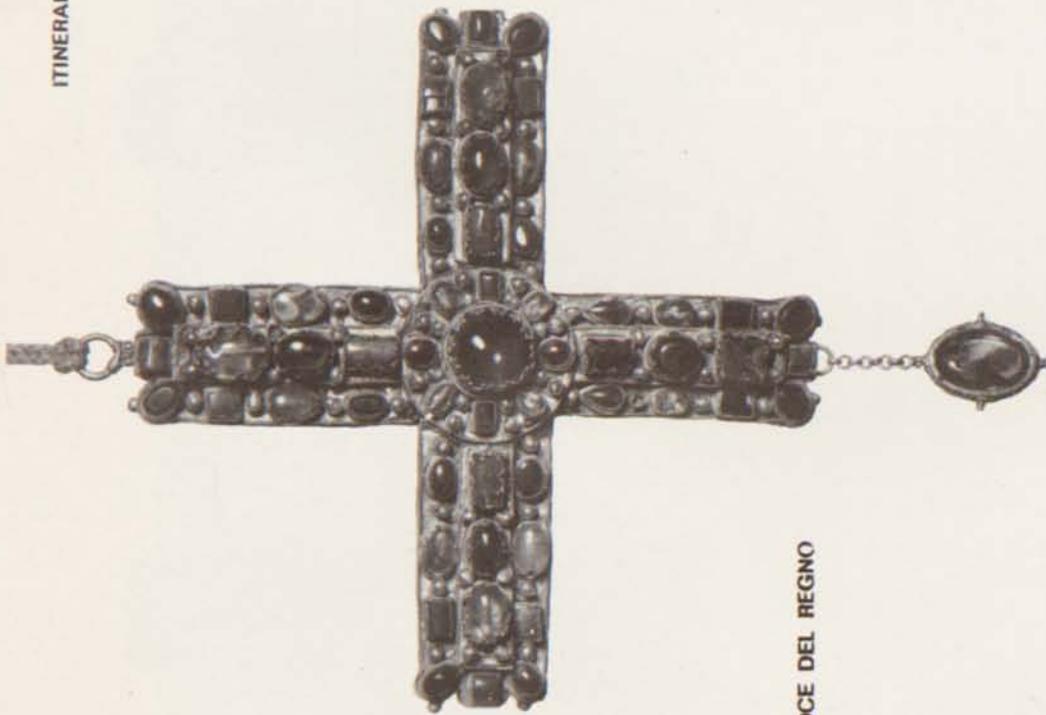
Fermesse

Via Lega Lombarda, 80

Condominio Visconteo

Telef. 93.118 VALENZA PO





LA CROCE DEL REGNO

# MONZA

## ED IL SUO TESORO

trali dei bracci sono riportate alla croce, come coperchi, per mezzo di cerniere. Il rosone centrale è anch'esso riportato. La croce ha uno spessore di 2 cm. circa e, osservandola ci poniamo immediatamente una domanda: a cosa servivano i 12 vani corrispondenti alle gemme delle parti riportate? Se la risposta vuole essere logica, si dovrebbe dire che lo scopo è quello di dare maggior luce alle gemme e quindi maggior bril-

lio; però, se pensiamo che questa croce fu portata sul petto da tutti i re che cinsero la Corona del Ferro dopo Berengario I, ci lascia un poco perplessi il fatto che, oggi, non siano visibili anelli o attacchi che servissero a questo uso.

Di grande valore è la grossa ametista che pende dal braccio verticale, con incisa la figura di Diana cacciatrice. L'insieme è opera di oreficeria italiana del IV secolo.

## Presentazione

La pausa, serena e distensiva, di una vacanza o di un fine settimana può sovente tramutarsi in noia quando per pigritia, o più semplicemente per indecisione, non ci si metta d'impegno a ricercare una meta le cui caratteristiche siano tali da soddisfare i nostri più congeniali interessi.

Questo si verifica per chiunque di noi, qualunque sia la nostra arte o professione.

Per un orafio, programmare una vacanza, od anche un semplice weekend, per recarsi in un luogo dove possa ammirare singolari capolavori prodotti in passato dall'arte ch'egli pratica non dovrebbe essere troppo difficile.

L'Italia, sotto questo aspetto, è un Paese fortunato, prodigo di bellezze e di tesori, non soltanto d'oreficeria, certo, ma sempre tali da suggerire spunti fecondi, ampliare il proprio angolo visuale, consolidare la propria cultura generale e professionale.

Si tratta dunque soltanto di scegliere, e se imbarazzo v'è, è proprio quello della scelta di una località piuttosto che di un'altra.

Queste poche considerazioni sono, in fondo, l'origine della rubrica « Itinerari dell'orafa », che la nostra rivista inaugura in questo numero, con la speranza di incitare quelli fra i suoi lettori che ancora non lo fanno a guardarsi un po' intorno per vedere ed imparare sempre più, ed aiutare gli altri — che già lo fanno — a scegliersi una meta.

L'itinerario che presentiamo questa prima volta riguarda Monza, il luogo che ospita uno dei più celebrati tesori d'Italia. I motivi che ci hanno indotto a questa scelta, oltre naturalmente alla fama del Tesoro, sono la facilità delle vie di comunicazione che rendono la città accessibile comodamente da ogni punto dell'Italia Settentrionale, e l'approssimarsi della stagione primaverile. La Fiera di Milano, inoltre, richiama in aprile molti gioiellieri da ogni parte d'Italia e ciò potrebbe costituire un'ottima occasione anche per chi è distante per dedicare una mezza giornata alla visita del Tesoro di Monza.

L'itinerario, pur senza trascurare i pregi architettonici, o le notizie storiche più importanti, è stato preparato soprattutto tenendo conto di ciò che maggiormente interessa all'orafa ed è il frutto di un lavoro « di gruppo » nel senso che ciascuno di coloro che hanno partecipato alla visita raccontata dall'itinerario ha approfondito un aspetto particolare: storico, artistico o tecnico.

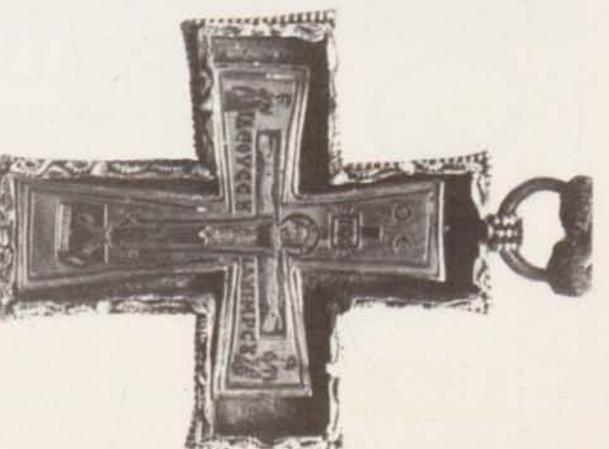
Speriamo che il risultato sia utile e gradito ai nostri lettori poiché ci permettiamo di adottare lo stesso criterio per gli « Itinerari » successivi. Ed ora non ci rimane che augurare: buon viaggio!

Valenza, 15 febbraio 1967

Giorgio Andreone



(RECTO)



(VERSO)

CROCE PETTORALE DI SAN GREGORIO MAGNO

Siamo però più attirati dalla piccola **Croce detta di San Gregorio Magno**, che misura cm. 7,5 di lunghezza per 6,5 di larghezza. L'interesse che emana da questa croce è dovuto a quanto è raffigurato in così piccolo spazio: la croce è composta da una lamina d'oro niellata inserita in una custodia aurea a motivo filigranato (con re-

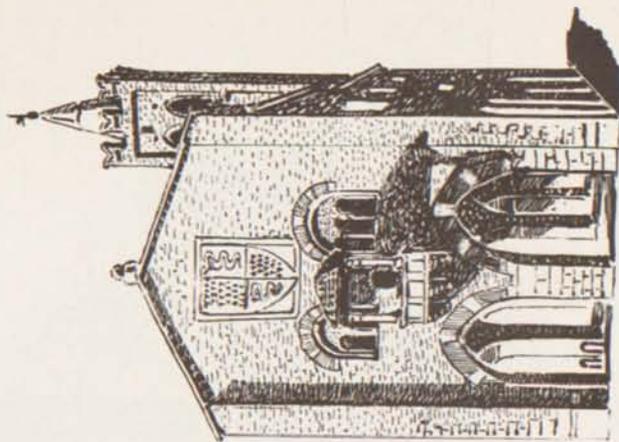
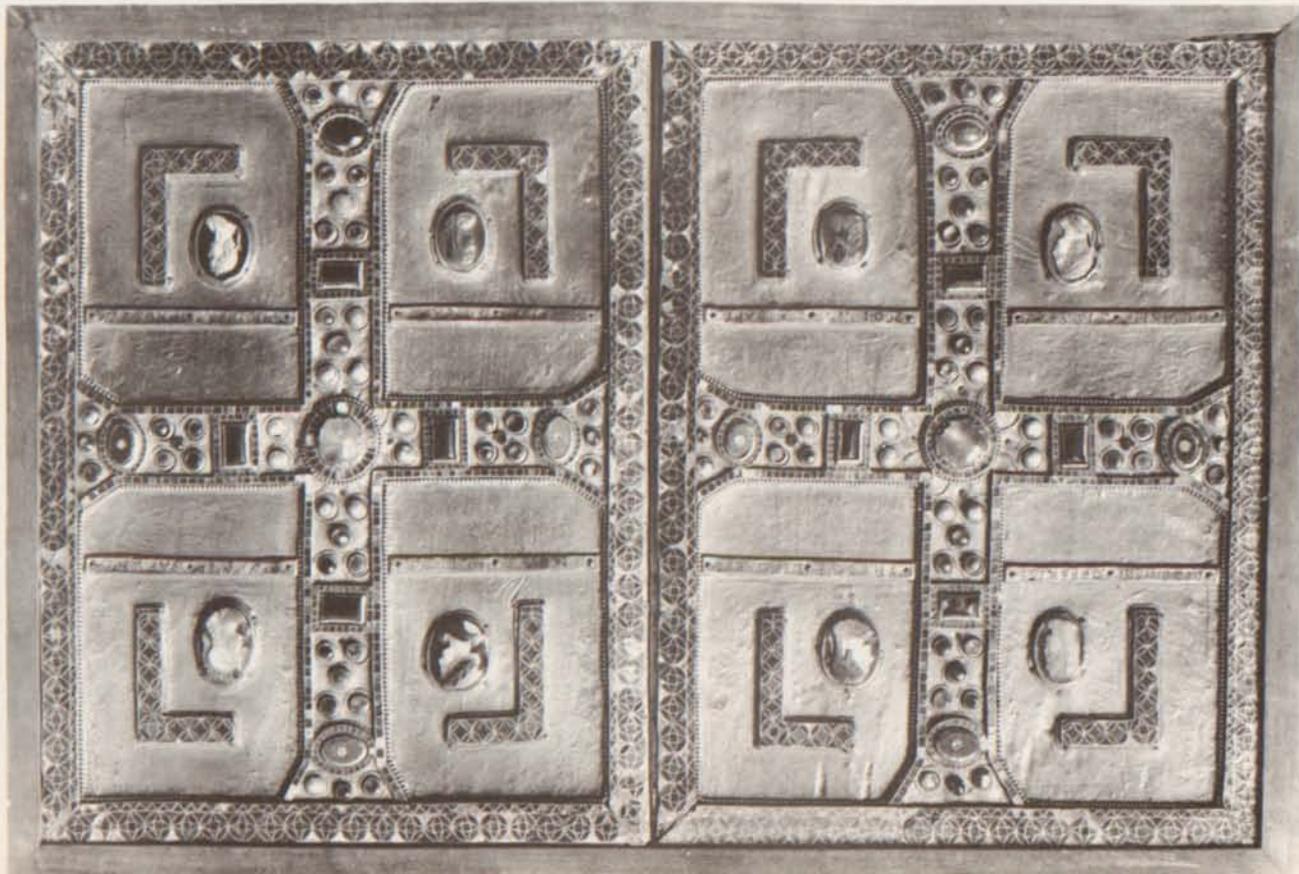
in uso la sovrapposizione dei piedi, usanza di epoca posteriore; con questa figurazione i chiodi sarebbero portati al numero di quattro invece di tre.

Nella medesima bacheca possiamo ammirare la croce pettorale, detta anche **Croce del Reno** o di **Berengario**, in oro e pietre preziose. La sua forma, di primo acchito, richiama una croce greca ma le misure reali (cm. 23,5 per 23) smentiscono questa forma ed anche la guida precisa che solo tre sono i bracci uguali. Su questa croce c'è una grande profusione di gemme così suddivise: 24 granati, 16 giacinti, 16 smeraldi e 70 perle; le pietre trasparenti sono a cabochon incastonate da alte bastine in oro, le parti cen-

## Un po' di storia ed i principali monumenti

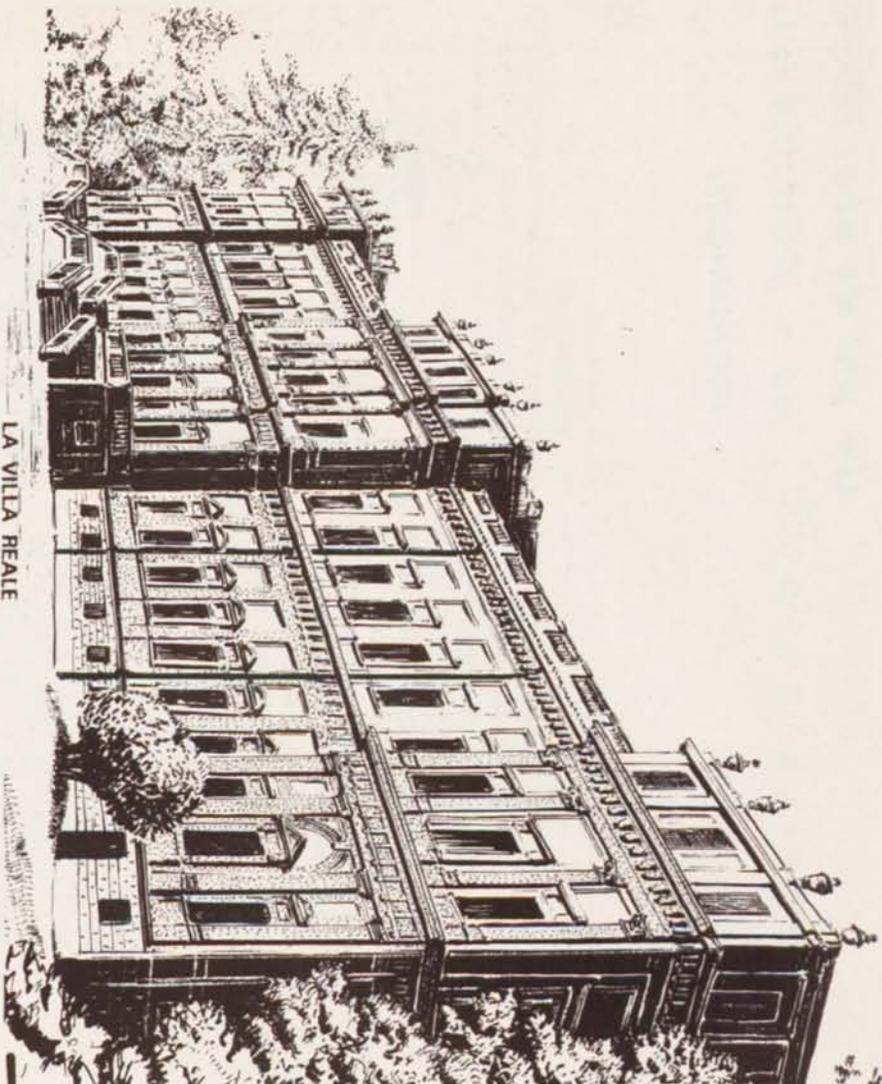
Venendo da Milano, la prima impressione su Monza non è particolare: potrebbe essere uguale a quella su qualsiasi altra città delle circostanti. Ma prima di avvicinarci al centro storico, che rappresenta ciò che veramente ci interessa, ci scambiamo gli appunti presi su Monza durante la settimana. Il nostro « storico » vuole, a buon diritto, avere la precedenza, quindi gli concediamo la parola: « Di origine quasi certamente gallica, Monza sorge alle soglie della Brianza. Che fosse già nota ai tempi dei Romani lo confermano alcune lapidi ed i resti del ponte di Arena sul Lambro, venuti alla luce durante lavori di demolizione nel 1960. Monza fu eletta quale sua sede regale dalla regina longobarda Teodolinda (sec. VI-VII, di origine bavara, aveva sposato Agilulfo, duca di Torino e re longobardo); in età comunale, poi, la città, già fervida di attività industriali e commerciali, cercò di sottrarsi alla influenza di Milano e, ad affermare chiaramente la propria autonomia, proprio in tale occasione venne eretto l'Arenario, datato 1293, che è, in ultima analisi, un palazzo co-

COPERTINA DI EVANGELIARIO DI TEODOLINDA



L'ARENARIO

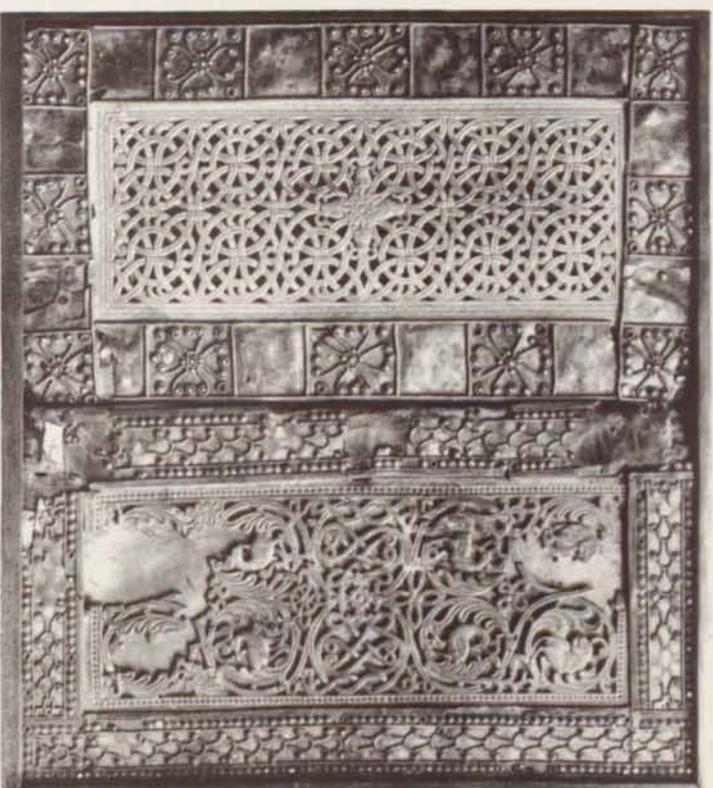
munale edificato ad imitazione del piccolo Broletto, o Palazzo della Ragione, di Milano. Nel grande salone del piano nobile dell'Arenario, si tenevano le sedute del Consiglio Comunale, le assemblee dei mercanti e sotto il vasto portico, i mercati.



LA VILLA REALE

La torre merlata è del '300 ed ha merli ghibellini. Sul lato occidentale del palazzo, venivano eseguiti pubblicamente i castighi e le pene di corda e berlina. Interessante è la « Parlera », balconcino sormontato da un tetuccio poggiante su due colonne: sul parapetto frontale si può notare un leggio sporgente che evidentemente serviva al banditore per la lettura dei decreti e delle comunicazioni. In quel tempo, come si è detto, Monza era sede di importanti

scambi e commerci delle industrie tessili e laniere e rappresentava pure il mercato principale della bassa Brianza. E con un lento ma progressivo incremento di costruzioni e del commercio, si arriva al secolo XVIII allorché Monza, per il suo clima salubre, viene eletta residenza estiva dal Viceré Arciduca Ferdinando d'Austria: si dà inizio alla costruzione della « Villa Reale », complesso di edifici neoclassici (1777-80) su progetto del Piermarini. Più

LEGATURA DEL SACRAMENTARIO GREGORIANO  
DI BERENGARIO I

ed i cerchi intrecciantisi tra loro dimostrano una eccellente maestria di disegno e di traforo: la cornice ha spazi vuoti alternati con altri a motivo cruciforme, sempre in filo ritorto. Entriamo nel nucleo centrale a forma ottagonale del museo, ove sei bacheche racchiudono gli oggetti più importanti del periodo bizantino. La prima bachecca a destra ci presenta una copertina di evangelario « di Teodolinda », opera d'oreficeria del secolo VI.

Per ogni valva un orlo di granato a cerchi e a stelle racchiude una croce greca che porta incastonati nei suoi bracci rubini, smeraldi, perle, crisoliti e granati. Nei campi delineati dalla croce sono incastonati sei cammei raffiguranti imperatori e consoli, i due in basso sono stati sostituiti con la figura del Cristo e della Vergine (opera rinascimentale). La ricerca positiva è qui molto semplice, ma il gusto sobrio dell'equilibrio dà un senso di ampiezza e di respiro, rendendo più apprezzabili gli ornamenti e le diciture.



LE AMPOLLE DI PELTRO

te monetaria e dell'oreficeria romana e bizantina.

La seguente bacheca ci presenta due copertine in avorio e argento: la prima è detta « Dittico di Re Davide e di San Gregorio Magno » e fu chiamata così quando, verso il sec. IX, venne trasformata e le precedenti figure di origine bizantina del V secolo furono sostituite con quelle attuali. Questo dittico è importante perchè esso rappresenta un tipico esemplare di arte carolingia; sul verso, esso funge da custodia al « Codice Purpureo », raro esemplare di pergamena tinta in porpora e scritta in oro a caratteri onciali, che viene fatto risalire al sec. VIII.

La seconda copertina, la « Legatura del Sacramentario Gregoriano di Berengario I », è più apprezzata dall'orafa il quale, attirato dalla finezza del traforo, dalla squisitezza del modellato e dal perfetto disegno delle due valve, ammira anche le due differenti cornici d'argento. L'opera misura cm. 30 per 28; la valva sinistra è formata da un motivo di rami e foglie intrecciate, nascenti da un fiore (o rosetta) al centro e diramantesi verso la parte superiore e quella inferiore. Restano visibili soltanto sei degli otto animali (leoni e colombe) che ornavano il finale delle girali. La cornice, non più completa in tutti i suoi elementi

tardi Eugenio Beauharnais se ne appropriò abbellendola, ingrandendola e rendendola il fulcro di una vita di corte brillante e spensierata. Cadde Napoleone, tornarono gli Arciduchi nonostante l'opposizione dell'aristocrazia lombarda. Ma fu il soggiorno di Umberto I a segnare un ritorno alla vita brillante nella villa. Proprio in Monza, il 29 luglio 1900, Umberto trovò morte per mano di un anarchico: sul luogo del delitto, venne eretta la Cappella Espiatoria che, a mio modesto parere, non ha tanto un valore artistico quanto morale ».

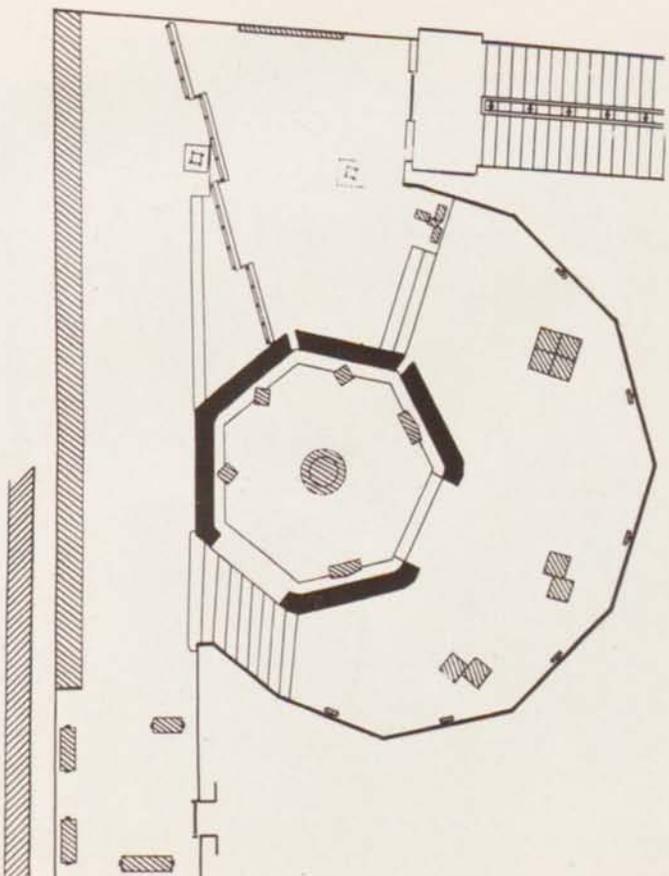
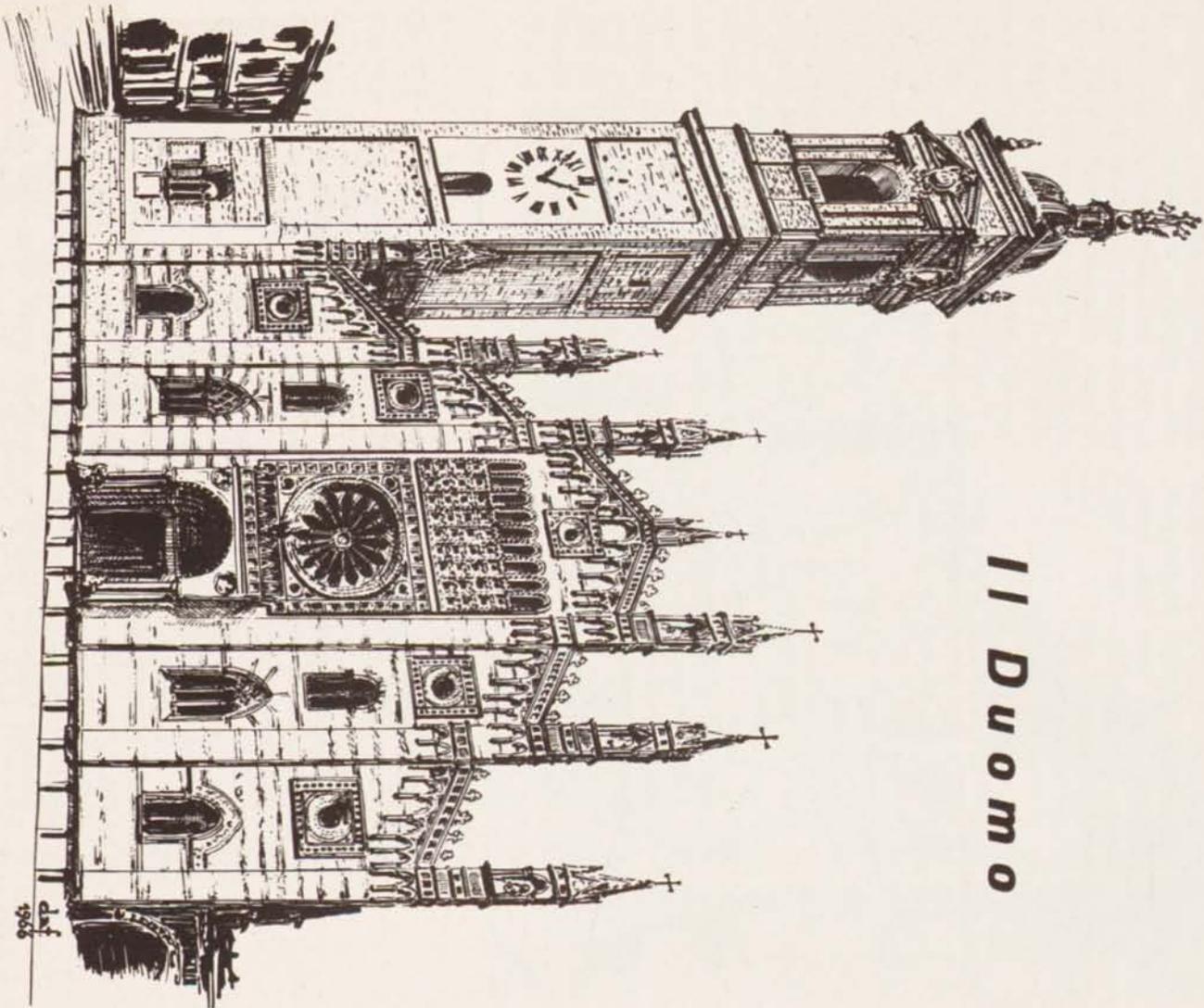
E così il nostro storico termina il suo discorso introdotivo su Monza, con... presentazione in anteprima di alcuni monumenti. Ora lasciamo parlare il nostro « artista », cioè l'orefice, che sembra impaziente di dirci quanto sa sui tesori di Monza: « Io penso che tutti voi resterete sbalorditi. In questa città vedremo raccolte di oreficeria sacra e profana che non possono essere ignorate dall'orafa moderno, il quale non potrà fare a meno di apprezzare insieme alla finezza, il gusto, l'eleganza della

fattura e la policromia gemmaria dei singoli pezzi. Pezzi di oreficeria che risalgono ai periodi, romano, bizantino, romanico, gotico, rinascimentale e barocco: non possiamo poi ignorare gli oggetti incisi in avorio, in legno pregiato, in peltro e gli stupendi arazzi. La raccolta è divisa tra il Duomo e il Museo Serpero. Per quanto si riferisce al Tesoro del Duomo, risulta che parte del materiale fosse già stato riunito dalla regina Teodolinda, ma solo pochi anni or sono, per interessamento della signora Anita vedova del Dott. Filippo Serpero in memoria del marito, fu data dall'architetto Jan Andrea Battistoni la possibilità di disporre i singoli pezzi nella luce e nel modo più appropriati, ottenendo in tal modo una loro giusta valorizzazione. Comunque, non si può soltanto parlare di gioielli, bisogna vederli: la visione diretta confermerà quanto io ho detto, superando forse le aspettative! ».

Ha inizio così, e siamo tutti impazienti, la nostra vera e propria visita alla cittadina lombarda.

8

# Il Duomo



LA PIANTA DEL MUSEO SERPERO

Seguendo l'itinerario suggerito dalla piantina che abbiamo acquistato all'entrata, iniziamo la nostra visita e ci troviamo di fronte ad una vetrina: «Racchiuse in una bacchetta, 16 ampolle di peltro, provenienti dalla Palestina, di diametri vari tra i quattro e i sette centimetri, del secolo VI». Benchè questi oggetti non appaiano di aureo splendore, non ci lasciano indifferenti, anzi ci invitano ad osservarli per prenderne una profonda visione ed apprezzarne il delicato modellato.

Bisogna tener conto dell'abilità dell'artefice in quanto le raffigurazioni sulle due parti sono state ottenute per mezzo di fusioni e quindi saldate insieme a forma caratteristica di piccole borrhaccine. Presentano scene connesse con episodi della vita di Cristo. Gli studiosi Smirnov ed, in seguito, Ainalov ritengono queste scene riproduzioni di affreschi e mosaici dell'età tardo-romana esistenti nei santuari palestinesi ora perduti. Oggi si è constatato che si accostano di più all'ar-

## Il tesoro

Lasciata la cappella di Teodolinda, dopo aver ammirato a lungo e attentamente la stupenda Corona, ci dirigiamo ora al Tesoro del Duomo, a lato della cattedrale: siamo finalmente giunti alla parte più interessante della raccolta aurea. Gli storiografi hanno raccolto negli archivi molti documenti al fine di presentare nel modo più chiaro e logico gli avvenimenti di cui gli oggetti del museo sono stati testimoni, ma il loro valore reale e storico supera certamente quello ad essi attribuito.

Dopo aver osservato gli splendidi affreschi zavattariani dai ricchi e fastosi ornamenti quattrocenteschi, ci avviciniamo al Tesoro con la narrazione degli affreschi nella mente. Ma ci troveremo di fronte a oggetti tali da rimanerne veramente stupefatti: la fantasia corre, ricorda vicende belle, accosta congiure a fatti storici, glorie immaginarie o reali a corti barbariche o italiane. Di fronte a questi preziosi ricordi del passato, si sente nell'animo un certo non so che, un senso di rispetto verso gli artefici sconosciuti e un

forte desiderio di conoscere, e divulgare, i segreti che essi, in ogni loro molecola, conservano da secoli.

Si accede al vero e proprio Tesoro attraverso un cortile lastricato circondato da portici con le volte affrescate: nel centro, un finto pozzo, e lungo le pareti, pezzi di vetrate, sarcofagi e parti di guglie. Anche questo luogo ha la sua storia: è detto ex-cimiterino e due sono le date della sua origine, la prima, 1714, appare su un ornato della volta: na del lato est, la seconda, 1729, si legge su un pilastro nell'ala nord. Il nome « cimiterino » è dovuto appunto alla funzione di questo (caratteristica tuttora rilevabile nelle chiesette alpine) sino al 1962, allorchè fu iniziata la costruzione del nuovo museo.

Attraverso una scaletta scendiamo nel luogo che racchiude le preziose reliquie dei tempi che furono e ci troviamo davanti ad una spettacolare opera di architettura moderna, la prima del suo genere in Italia (la seconda è quella che racchiude il Tesoro di San Lorenzo nel Duomo di Genova).

Ci troviamo davanti al Duomo. Il primo colpo d'occhio ci fa esclamare: « Che bello! ». Indubbiamente la facciata che ci sta davanti è un qualcosa di particolare, che non si può paragonare ad altre costruzioni, che non richiama alla mente monumenti analoghi. Non sappiamo la data della prima parte della costruzione. Una fantasciosa leggenda popolare ne attribuisce l'erezione ad un sogno fatto dalla regina Teodolinda nel preciso sito ove ora sorge la basilica, consacrata a San Giovanni Battista per ottenerne la protezione sull'esercito longobardo.

Diverse date si sovrappongono: infatti la costruzione raggiunse la struttura attuale dopo successivi arrangiamenti e modifiche; il campanile è del 1606, opera di Peregrino de' Peregrini. Guardiamo la facciata: è del tipo « a vento », ed è in posizione obliqua rispetto all'asse delle navate: in stile gotico-pisano a bande alternate di marmo bianco e verdi (prima del restauro ottocentesco erano bianche e nere). È divisa in cinque zone da sei pilastri che terminano ognuno con una piccola edicola

contenente una statua di santo. Ornano il profilo degli spioventi, tra pilastro e pilastro, foglie gotiche al di sotto delle quali sta un fregio spartito da quadri in marmo policromo; allacciata al fregio medesimo funge da sostegno la sottostante serie di archi ogivali ciechi. Sotto a questi, cinque finti rosoni iscritti in quadri a bande spartite ornano le parti superiori vuote. La parte centrale della facciata è di vero interesse artistico: il rosone grande ricostruito dai fratelli Bertini nel 1890 è sormontato da un ordine di fregi a casettoni sovrapposti ornati da rosette; poggia su questi una linea di nove nicchie cieche, affrescate prima del restauro. Decorano la facciata sei finestre, quattro bifore e due trifore, queste ultime opera di Matteo da Campione. Un altro elemento non gotico ma ugualmente consuetudine alla chiesa è il protiro a terrazza: lo ornano il busto di Teodolinda e Agilulfo; in centro una statua in rame del Battista, opera francese del XIV secolo, le due colonne anteriori del protiro poggiano su due leoni. La lunetta del portale è un basorilievo raffigurante nella par-

te inferiore il battesimo di Gesù con i Santi Giovanni Battista ed Evangelista, Pietro e Paolo, la Vergine ed un Angelo; nella parte superiore Teodolinda, aiutata dal marito Agilulfo (secondo altri, la figura rappresenta Matteo I Visconti) e dai figli Adalardo e Guademburga, offre la corona del ferro sormontata dalla Croce del regno al Battista; infine, a destra, la Croce del Regno, quattro calici e la chioccia con i pulcini.

Dopo aver ammirato e studiato nei minimi particolari la facciata, procediamo all'entrata nella chiesa. L'interno, a tre navate, non corrisponde allo stile della

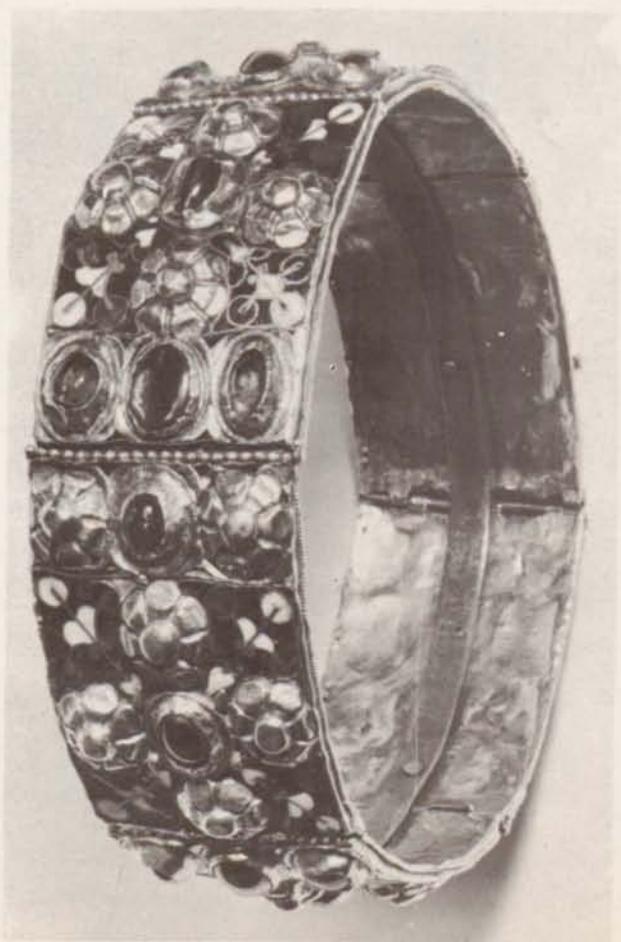
facciata perché affrescato in stile barocco: nella navata sinistra, troviamo la Tribuna dell'Organo di Matteo da Campione.

Nel transetto di sinistra s'apre la Cappella di Teodolinda, chiusa da una cancellata, opera del Beltrami; gli affreschi dei fratelli Zavattari (1444) che ornano le pareti sono di grande interesse artistico e storico (preceduti, nella Lombardia, dagli affreschi di Masolino da Panicale a Castiglione Olona). Gli affreschi, divisi in cinque bande, illustrano la storia della Regina, del suo popolo e quella della costruzione della basilica.

## La corona del ferro

L'altare racchiude la celeberrima « Corona del ferro ». Molti la conoscono come la « Corona di ferro », o « Corona ferrea ». Queste due definizioni ci sembrano invero eccessive, in quanto la corona è per la maggior parte in oro, ricca di smalti e di gemme, ed il ferro a cui è legato il suo nome non è altro che un leggero cerchio posto al suo interno. Pare che la corona sia stata donata da Papa Gregorio alla Regina Teodolinda, anche se non esiste documentazione storica che attesti il fatto. Ma indubbiamente l'aspetto più interessante è quello artistico.

si uniscono tra loro mediante cerniere verticali (qualche storico vuole che fosse una torques) che formano così unite un cerchio di 15 centimetri di diametro. Ogni placca è ornata da quattro rose sbalzate, con sette petali ciascuna, disposte a croce; nel centro della croce a castone porta un grosso cabochon; tra una rosa e l'altra nasce, quale ornamento, un motivo decorato a fiori, di cui alcuni smaltati in bianco e azzurro ed altri in bianco e rosso bruno (frutto di posteriori restauri): un fondo bellissimo di smalto translucido verde racchiude tutti gli ornamenti della placca. Altri castoni, con cabochon di colore diverso, sono disposti sui



LA CORONA DEL FERRO

fianchi delle placche. La corona somma così 26 rose sbalzate, 22 pietre preziose, 24 smalti. Difficile è stabilire una data precisa della sua fattura o riconoscere in essa uno stile preciso: la sua origine potrebbe essere barbarica o romanica, ma più probabilmente bizantina. Il più alto valore, per molti, rimane

quello religioso: si tramanda infatti che il cerchio di ferro posto all'interno della Corona, sia stato ricavato da uno dei tre chiodi della Croce di Cristo, ritrovata da Sant'Elena (1), e sia stato donato da lei al figlio Costantino perché se ne cingesse il capo a protezione durante le battaglie (2).

1) Sul ritrovamento e sull'esaltazione della Croce da parte di Sant'Elena, ci restano la tradizione orale di Jacopo da Varagine e gli affreschi di Piero della Francesca nella chiesa di San Francesco ad Arezzo.

2) Infatti nell'elogio funebre tenuto a Milano al funerale dell'imperatore

Teodosio, Sant'Ambrogio dice: « Elena, madre di Costantino ha cercato e trovato i chiodi di Cristo, da uno ha ricavato un diadema per il figlio, da un altro un « frenum »... c'è un morso da cavallo, che è quello che si conserva nel Duomo di Milano.

## STATISTICHE

# Le opinioni e i desideri della donna italiana media sui diamanti e anelli di fidanzamento

### PREMESSA

Nell'aprile del 1966 la più importante Società del mondo nel settore dei diamanti — la De Beers Consolidated Mines Ltd. — ha dato il via ad una ricerca di mercato per valutare le opinioni, i desideri e in genere l'atteggiamento della donna italiana nei riguardi dei diamanti, e per rilevare il possesso dei diamanti fra le varie categorie sociali, regioni, centri, classi di età, etc. Questa indagine, basata anche sull'esperienza di precedenti ricerche in altri Paesi del mondo, ha particolarmente approfondito le abitudini e i dati di fatto riguardanti l'istituzione del fidanzamento e l'usanza del dono dell'anello in tale occasione. L'indagine è stata condotta dal Reparto Ricerche di Mercato della J. Walter Tompson (Italia)

S. p. A. attraverso una tecnica di ricerca basata su tre fasi.

**Primo stadio, discussione di gruppo.** Sono state effettuate due discussioni collettive con gruppi di 8 signore ciascuno. Il primo gruppo era formato da donne nubili, il secondo da donne sposate.

**Secondo stadio, interviste in profondità.** Sono state effettuate 33 interviste individuali, molto approfondite, con donne di vario ceto e residenti in diverse zone d'Italia. Tali interviste, della durata di circa un'ora e mezza sono state condotte senza l'ausilio di un questionario. Le intervistate hanno parlato liberamente e diffusamente consentendo al ricercatore di raccogliere informazioni sulla natura degli atteggiamenti indagati.

**Terzo stadio, indagine quantitativa.** Nel corso della terza fase sono state intervistate 200 donne, selezionate mediante l'impiego di un campione quota. Tale campione è rappresentativo di tutte le donne italiane comprese fra i 16 e i 55 anni d'età, nubili e sposate, d'ogni classe sociale ad esclusione della categoria F (indigenti).

In questa e nelle pagine che seguono sono pubblicati alcuni dati, i più significativi, risultanti dall'indagine, suddivisa in due fondamentali categorie: **Atteggiamenti** (ossia ciò che le donne pensano, desiderano, preferiscono riguardo alle pietre preziose) e **Possesso** (ovvero dati quantitativi sul possesso attuale di diamanti — particolarmente anelli di fidanzamento — da parte delle donne italiane.

### ECCO I RISULTATI:

## GLI ATTEGGIAMENTI

#### Cosa deve regalare un uomo alla sua fidanzata

Il 74 % delle intervistate ha dato a questa domanda una risposta ben precisa: « Un anello con diamante ». Un altro 14 % ha indicato altri anelli.

Il 6 % delle intervistate ha risposto indicando altri gioielli, e una stessa percentuale di donne ha menzionato altri tipi di regali.

Da queste percentuali risulta che nove donne su dieci, quando pensano al dono più indicato per il fidanzamento, si riferiscono immediatamente ad un anello, di un tipo o di un altro.

Tre su quattro si riferiscono specificamente a un anello con diamante.

#### Tra le pietre preziose più note, il diamante è in prima fila

Richieste di indicare quale pietra preferissero tra diamante, smeraldo, rubino e zaffiro, le intervistate si sono espresse secondo queste percentuali di preferenza:

diamante	60 %
smeraldo	19 %
rubino	11 %
zaffiro	10 %

Come si vede, il diamante è preferito dalla grande maggio-

ranza, mentre nessun'altra pietra viene preferita da almeno un quinto delle intervistate.

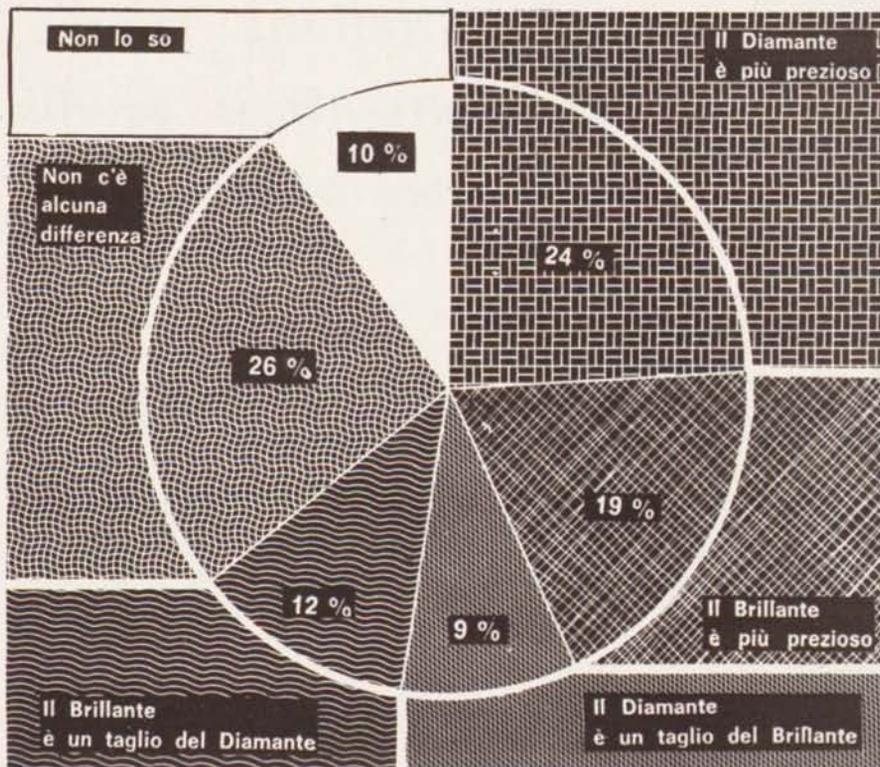
#### Quanto si pensa che costino i diamanti

Alle 2000 donne intervistate è stato chiesto quale fosse, secondo loro, il prezzo minimo di un anello con diamante. L'opinione della maggioranza a questo proposito è apparsa orientata verso un costo di 50.000 lire o meno; tale opinione risulta essere maggiormente diffusa più si scende la scala sociale, sino a raggiungere il 71 % fra le intervistate di classe operaia.

## LA CONFUSIONE SULLE DEFINIZIONI DI DIAMANTE E BRILLANTE

Risposte delle intervistate sulla differenza fra diamante e brillante

Confusione sul nome



Quando si parla di questa pietra preziosa vengono alle labbra due parole spesso intercambiabili fra loro: **brillante** e **diamante**. Le cose si aggrovigliano ulteriormente quando la parola **brillante** viene usata non soltanto per indicare la pietra in sé ma un suo taglio particolare. Dal grafico qui riprodotto si può rilevare l'entità di tali incertezze: il 24% delle intervistate pensa che, tra i due, il diamante sia più prezioso del brillante; il 19% delle intervistate ha l'opinione opposta. Un quarto, circa, delle intervistate pensa che non sussistano differenze, mentre solo il 12% concepisce il brillante come un taglio del diamante.

## IL POSSESSO

### IL POSSESSO DI GIOIELLI

#### Che tipo di gioielli posseggono le donne italiane

I gioielli di gran lunga più diffusi fra le donne italiane sono gli anelli. Dall'inchiesta è risultato che il 66% delle intervistate ne possedeva almeno uno con una o varie pietre preziose.

Al secondo posto (come risulta dal grafico qui in basso) sono risultati gli orecchini (16% delle intervistate), seguiti dalle spille (14%) e dalle collane (7%).

Il 31% del campione è risultato in possesso di gioielli diversi dall'anello. Più di un terzo di questi gioielli comprendeva almeno un diamante.

ANELLI: 66%

ORECCHINI: 16%

SPILLE: 14%

COLLANE: 7%

BRACCIALI: 6%

OROLOGI: 1%

### Chi possiede diamanti

Il 43% delle intervistate ha affermato di possedere almeno un diamante. La percentuale (come si rileva dal grafico) si fa più alta nel Sud e nelle grandi città di oltre 250.000 abitanti. Ovviamente, la percentuale è pure maggiore nelle classi so-

ciali più elevate, sino a raggiungere il 66% fra le donne di classe superiore e media superiore. La percentuale raggiunge il 48% fra le donne sposate, mentre fra le nubili il possesso di almeno un diamante scende al 29%.

### IL POSSESSO DI DIAMANTI

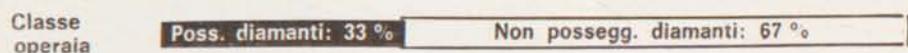
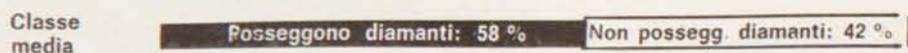
#### Raffronto fra le zone d'Italia

IN ITALIA	Posseggono diamanti: 43%	Non posseggono diamanti: 57%
AL NORD	Possegg. diamanti: 38%	Non posseggono diamanti: 62%
AL CENTRO	Posseggono diamanti: 45%	Non posseggono diamanti: 55%
AL SUD	Posseggono diamanti: 48%	Non possegg. diamanti: 52%

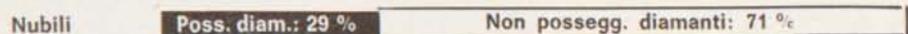
#### Raffronto fra piccoli e grandi centri

CITTA' PICCOLE	(con meno di 10.000 abitanti)	
	Poss diamanti: 33%	Non posseggono diamanti: 67%
CITTA' GRANDI	(con più di 250.000 abitanti)	
	Posseggono diamanti: 55%	Non possegg. diamanti: 45%

## Raffronto fra gruppi di diversa condizione sociale



## Raffronto fra gruppi di diverso stato civile



## Quante donne sposate posseggono l'anello di fidanzamento

Sul totale delle donne sposate comprese nell'indagine, il 67 % possiede un anello di fidanzamento, di un tipo o di un altro. Più in particolare, come è dimostrato dal grafico relativo, tra le signore intervistate il possesso è risultato suddiviso nelle seguenti percentuali:

24 % un anello con diamante solitario

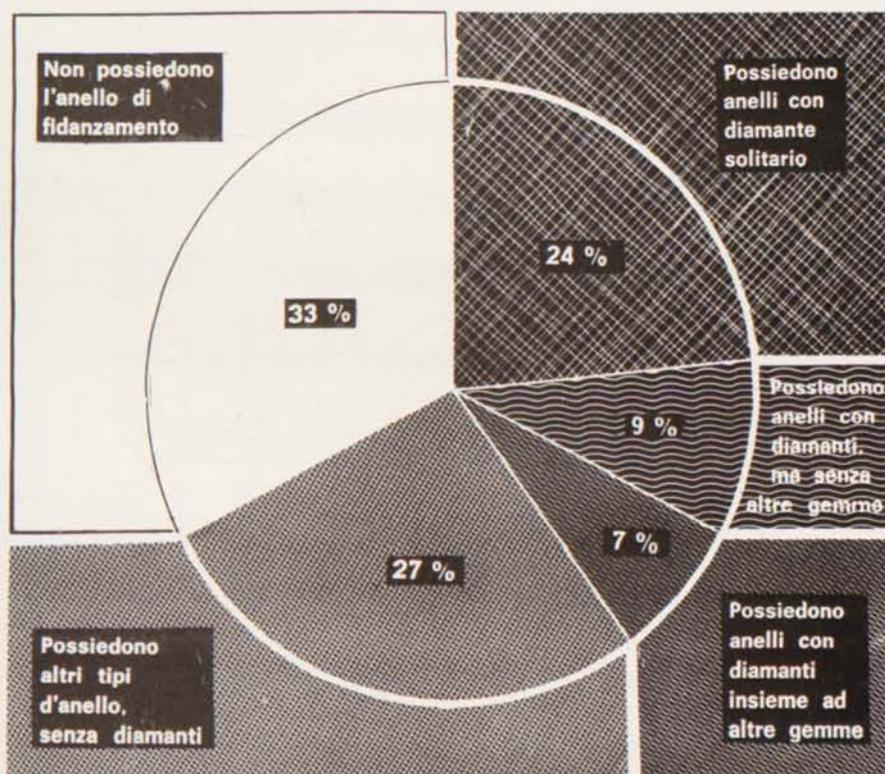
9 % un anello di diamanti (in totale, il 33 % possiede anelli contenenti solo diamanti)

7 % un anello con diamante più altre pietre preziose (quindi, il 40 % possiede anelli contenenti almeno un diamante, solo, con altri diamanti o con altre pietre preziose).

I risultati di cui sopra sono stati anche analizzati sulla base di diversi parametri. Le risultanze appaiono nel grafico a fianco. E' piuttosto interessante notare che l'usanza dell'anello come dono di fidanzamento si va sempre più diffondendo; ciò è reso evidente dal fatto che, mentre ben l'83 % delle donne sposate d'età inferiore ai 35 anni possiede un anello di fidanzamento di un tipo o dell'altro, questa percentuale scende al 56 % quando si tratta di signore d'età superiore ai 35 anni. Analogamente come risulta dai grafici a pag. 44:

per quel che riguarda l'età, risulta una netta tendenza, fra i giovani, a scegliere sempre fra anelli di fidanzamento con dia-

## Il possesso di diversi tipi di anelli di fidanzamento da parte delle donne coniugate



mante. Infatti, si ha una percentuale del 43 % fra le signore al di sotto dei 35 anni, mentre la percentuale scende al 27 % quando si passa ad un'età fra i 36 e i 55;

per quel che riguarda la classe sociale, l'anello di fidanzamento con diamante (o diamanti) è posseduto dal 62 % delle donne sposate appartenenti alle classi superiori e medio-superiori, e solo dal 25 % delle donne sposate di classe operaia; per quel che riguarda le zone

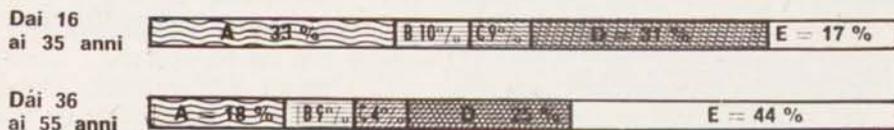
geografiche, il Sud risulta in prima fila col 37 % contro il 33 % del Centro e il 31 % del Nord. Si noterà inoltre che nel Sud è decisamente più diffuso l'anello con più diamanti, che non l'anello con solitario; per quel che riguarda la grandezza dei centri abitati, i risultati ricavati dall'inchiesta (anche se non compresi nella tabella) mostrano come la percentuale delle donne sposate in possesso di anelli con diamante varia da un 30 % per le città con meno di 10.000 abitanti ad un 41 % per le città di oltre 250.000.

## L'anello di fidanzamento con diamanti: preferenza per il solitario

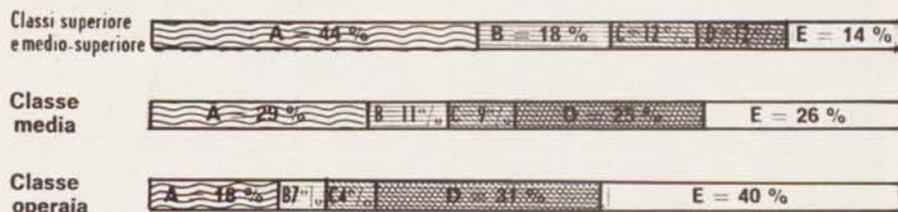
Come risulta dal grafico nella pagina successiva il solitario è decisamente preferito fra tutti gli anelli di diamanti per fidanzamento: il 60 per cento degli anelli di fidanzamento con diamanti rilevati nel corso dell'indagine è costituito da solitari. Se si passa agli anelli con più diamanti (e senza altre pietre preziose) la percentuale è del 24 %, mentre il 16 % è

**Il possesso dei diversi tipi di anello di fidanzamento da parte di donne coniugate**

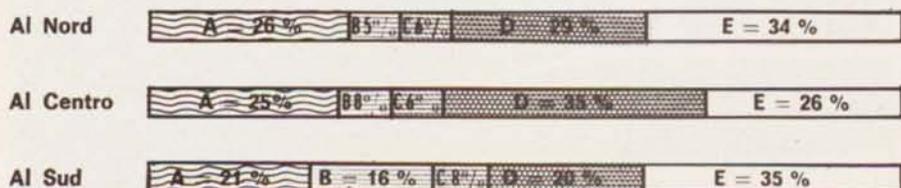
**Raffronto fra gruppi di età diversa**



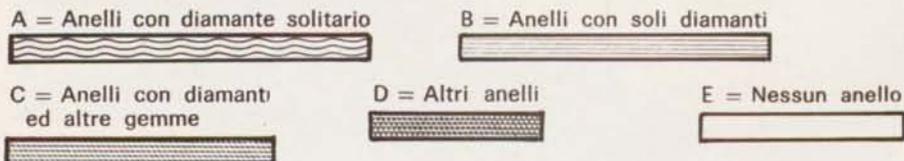
**Raffronto fra gruppi di diversa condizione sociale**



**Raffronto fra le zone d'Italia**



**Indicazioni per leggere i prospetti riportati qui sopra**



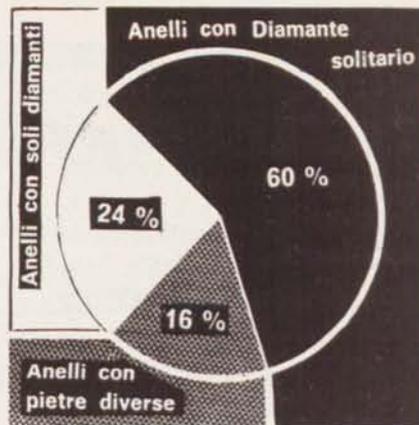
costituito da un anello con diamanti e altre pietre preziose. Il possesso di un anello di fidanzamento con diamante solitario è particolarmente elevato nel Nord Italia.

**Impressioni dei gioiellieri**

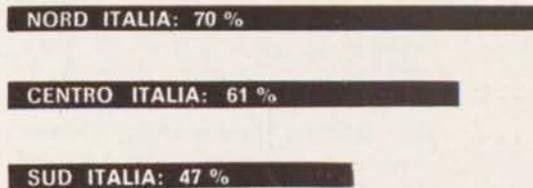
Contemporaneamente all'indagine fra le donne italiane, sono state sondate anche le opinioni dei gioiellieri — e altri commercianti di gioielleria — attraverso 75 interviste individuali, di cui 25 a Milano, 25 a Roma e 25 a Napoli, nonché attraverso un questionario spedito a 1500 dettaglianti selezionati casualmente in tutto il Paese. Tre quarti dei gioiellieri contat-

tati (o che han risposto per lettera) hanno dichiarato che il periodo natalizio rappresenta l'epoca migliore per le vendite del diamante, sia perchè si tratta di un regalo importante, sia perchè molti fidanzamenti vengono stretti ufficialmente in quest'epoca dell'anno. Un altro periodo di punta cade fra giugno e luglio, specialmente nel Sud. Le vendite di diamanti sono soprattutto collegate con le vendite di anelli, e in particolare — a gran maggioranza — con gli anelli di fidanzamento. Due terzi dei gioiellieri hanno dichiarato che gli anelli di fidanzamento incidono per l'80% e più sul giro totale di affari relativo agli anelli con diamante.

Il rapporto fra il solitario e gli altri anelli presso tutte le intervistate.



**L'anello con diamante solitario nelle diverse zone d'Italia**



Così, da parte dei commercianti, trovano conferma i risultati dell'indagine condotta sulle donne italiane, e in particolare viene confermata la tendenza verso la scelta di anelli semplici e di anelli con solitario (diamante).

L'uomo risulta essere per lo più l'acquirente diretto degli anelli di fidanzamento, ma con una certa diversità fra regione e regione, persino fra città e città. A Milano, per esempio, è diffusa l'abitudine che l'uomo si rechi inizialmente da solo presso il gioielliere per scegliere alcuni tipi di anelli entro un certo arco di prezzo, e che poi vi torni con la fidanzata per l'acquisto finale. A Napoli, invece, l'uomo spesso si reca dal gioielliere con la madre o con la futura suocera mentre a Roma sembra esservi una tendenza che la ragazza si rechi sul posto, sin dalla prima volta, insieme col fidanzato.

FINE

# ABBONATEVI

a  
**L'ORAFI  
VALENZANO**  
con sole  
**2.500 LIRE**

BASTA UTILIZZARE IL MODULO  
STAMPATO QUI ACCANTO, OD  
UNO QUALSIASI DI CONTO  
CORRENTE, SUL N. 23/12595,  
INTESTATO A «L'ORAFI  
VALENZANO», PIAZZA D.  
MINZONI, 1 - VALENZA PO (AL).

AVRETE COSI' UN VALIDO  
STRUMENTO DI LAVORO E DI  
INFORMAZIONE CHE VI  
RAGGIUNGERA' DODICI VOLTE  
L'ANNO CON LE PIU' UTILI  
NOTIZIE, LETTURE PIACEVOLI  
ED ISTRUTTIVE, ED UN AMPIO  
PANORAMA DELLA VITA E  
DEGLI AVVENIMENTI DEL  
MAGGIORE CENTRO ORAFI  
ITALIANO.

Servizio dei Conti Correnti Postali

## Certificato di allibramento

Versamento di L. 2.500

eseguito da .....

residente in .....

via .....

sul c/c N. 23/12595

intestato a: **L'Orafo Valenzano**

Rivista Mensile

Valenza (AL)

Addi (1) ..... 19 .....

Bollo lineare dell'Ufficio accettante

Bollo a data  
dell'Ufficio  
accettante

N. ....  
del bollettario eh 9

Indicare a tergo la causale del versamento

## SERVIZIO DEI CONTI CORRENTI POSTALI

Bollettino per un versamento di L. 2.500

(in cifre)

Lire Duemilacinquecento

(in lettere)

eseguito da .....

residente in .....

via .....

sul c/c N. 23/12595

intestato a: **L'Orafo Valenzano Rivista Mensile**

Piazza Don Minzoni, 1 - Valenza (AL)

nell'Ufficio dei conti correnti di **NOVARA.**

Firma del versante

Addi (1) ..... 19 .....

Bollo lineare dell'Ufficio accettante

Bollo a data  
dell'Ufficio  
accettante

Tassa L. ....

Mod. ch. 8 bis

Cartellino  
del bollettario

L'Ufficiale di Posta

(1) La data deve essere quella del giorno in cui si effettua il versamento

Servizio dei Conti Correnti Postali

Ricevuta di un versamento

di L. (\*) 2.500

(in cifre)

Lire (\*) Duemilacinquecento

(in lettere)

eseguito da .....

sul c/c N. 23/12595

intestato a: **L'Orafo Valenzano**

Rivista Mensile

Valenza (AL)

Addi (1) ..... 19 .....

Bollo lineare dell'Ufficio accettante

Tassa L. ....

numerato  
di accettazione

L'Ufficiale di Posta

Bollo a data  
dell'Ufficio  
accettante

(\*) Sbarrare con un tratto di penna gli spazi rimasti disponibili prima e dopo l'indicazione dell'importo.

La presente ricevuta non è valida se non porta nell'apposito spazio il cartellino gommato numerato o il bollo rettangolare numerato.

Spazio per la causale del versamento.  
Abbonamento a:

**L'ORAFI VALENZANO**

Rinnovo  Nuovo

Sig. ....

Via .....

Città .....

Categoria:

Produttore  Negoziante

Commerciantе  Diversi

Parte riservata

all'Ufficio dei Conti correnti

N. ....

Dopo la presente operazione il cre-

dito del conto è di L. ....

Bollo

Il Verificatore

## A V V E R T E N Z E

Il versamento in conto corrente è il mezzo più semplice e più economico per effettuare rimesse di denaro a favore di chi abbia un C/C postale.

Per eseguire il versamento il versante deve compilare in tutte le sue parti, a macchina o a mano, purchè con inchiostro, il presente bollettino (indicando con chiarezza il numero e la intestazione del conto ricevente qualora già non vi siano impressi a stampa).

Per l'esatta indicazione del numero di C/C si consulti l'Elenco generale dei correntisti a disposizione del pubblico in ogni ufficio postale.

Non sono ammessi bollettini recanti cancellature, abrazioni o correzioni.

A tergo dei certificati di allibramento, i versanti possono scrivere brevi comunicazioni all'indirizzo dei correntisti destinatari, cui i certificati anzidetti sono spediti a cura dell'Ufficio conti correnti rispettivo.

Il correntista ha facoltà di stampare per proprio conto i bollettini di versamento, previa autorizzazione da parte dei rispettivi Uffici dei conti correnti postali.

La ricevuta del versamento in c/c postale, in tutti i casi in cui tale sistema di pagamento è ammesso, ha valore liberatorio per la somma pagata, con effetto dalla data in cui il versamento è stato eseguito.

## L'Orafo Valenzano

un valido strumento di lavoro e di informazione per il produttore, il commerciante, il negoziante del settore.

Con il presente numero scadono gli abbonamenti per il 1966, ed è pertanto necessario rinnovarli tempestivamente per continuare a ricevere la rivista.

Preghiamo gli abbonati di aiutarci a far loro giungere con regolarità la rivista e di indicarci perciò chiaramente nominativo ed indirizzo.

Ci sarà molto utile se, nella compilazione della causale verrà segnato, con una crocetta nell'apposito spazio, se si tratta di un rinnovo o di un nuovo abbonamento. Così dicasi per l'indicazione di una delle quattro categorie in cui abbiamo suddiviso i nostri lettori.

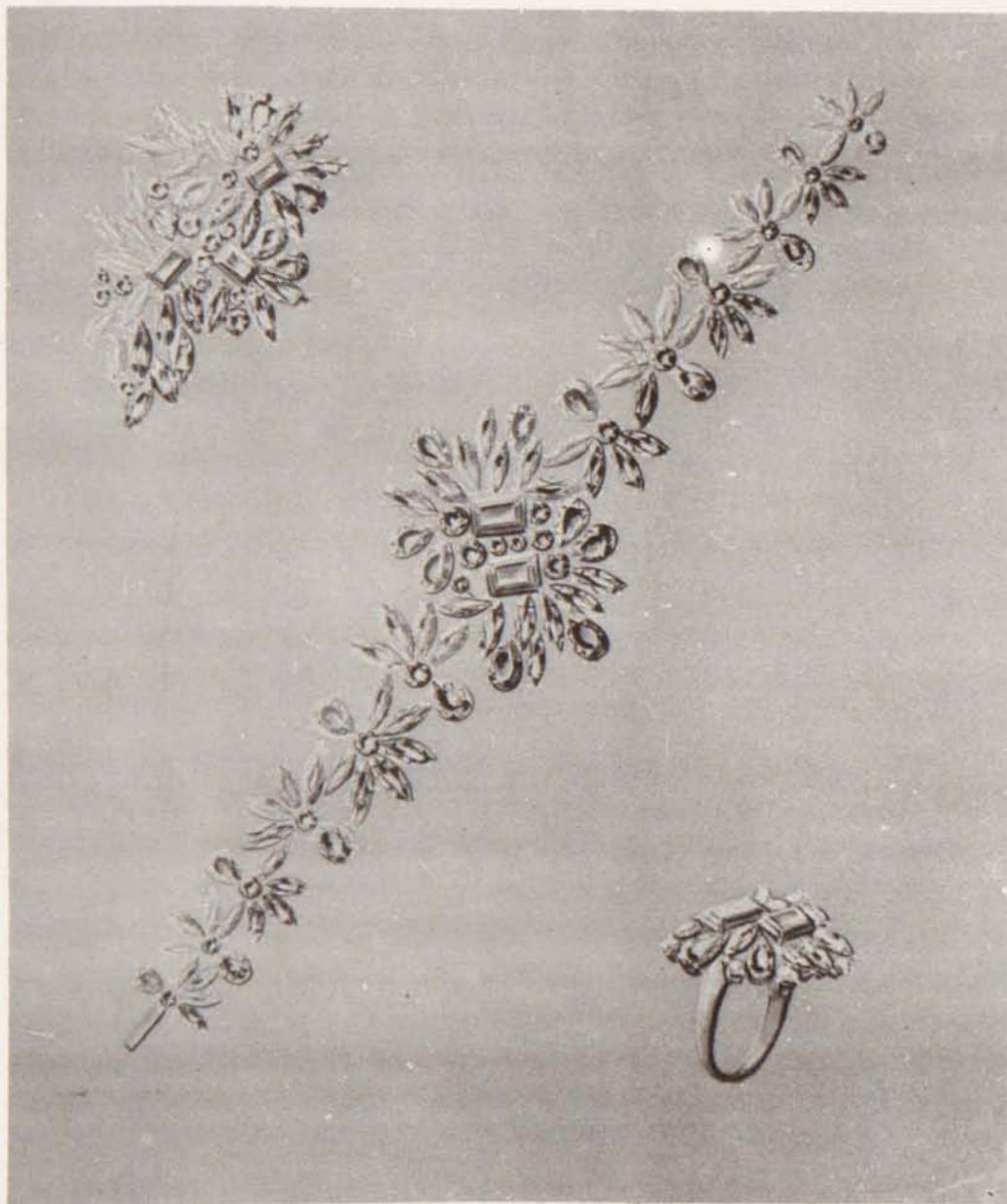
Grazie.

La rivista viene inviata gratuitamente agli iscritti della Associazione Orafo Valenzano. Di conseguenza per essi basterà essere in regola con la quota associativa. Gli iscritti che vorranno ugualmente contribuire con il loro versamento, saranno considerati abbonati sostenitori

disegni ideati e eseguiti dagli allievi



a cura dell'insegnante di composizione orafa prof. aurelio ferrazzi





# *BALESTRA DI BASSANO*

*sintesi europea della  
catena d'oro*



*AL VOSTRO SERVIZIO*

**Giovanni Balestra & Figli**

Bassano del Grappa - Via Marinoni, 5 a - Telefono 25.201  
Milano - Via Paolo da Cannobio, 8 - Telefono 866.935

**I MODELLI  
DEL MESE**



d.a.f.

DICEMBRE 1966

# ANAGRAFE

delle aziende produttrici e commerciali di oreficeria, gioielleria ed affini nella provincia di Alessandria.

## NUOVE AZIENDE ISCRITTE ALLA CAMERA DI COMMERCIO DI ALESSANDRIA DALL'11 AL 24-12-1966:

- STEFFANI VITTORINO - Valenza - v. 29 Aprile, 11 - **Lab. oreficeria.**  
CONTA & NARRATONE - Valenza - v. M. di Cefalonia, 43 - **Lab. oreficeria.**  
BARBERIS & Odone - Valenza - v. XII Settembre, 10 - **Lab. oreficeria.**  
PILOTTI TERESA - Valenza - v. Trieste, 21 - **Comm. oggetti preziosi.**

## DAL 25-12-1966 AL 10-1-1967:

- MANTELLI ENRICA - Alessandria - v. B. Buozi, 4 - **Agente commercio argenteria.**  
MORETTI MERI - Alessandria - v. M. Maggioli, 5 - **Lab. di argenteria.**  
GILLI LEOPOLDO - Valenza - c.so Matteotti, 59 - **Lab. orafa.**  
ANNARATONE & BRANCHESI - Valenza - v. M. di Cefalonia, 9 - **Lab. orafa.**  
GIACHERO MARIO - Alessandria - v. Aspromonte, 2 - **Lab. oreficeria.**  
GARAVELLI F.LLI - Valenza - vl. Repubblica, 92 - **Incass. pietre preziose.**  
MAZZA ALESSANDRO - Valenza - vl. Dante, 24 - **Comm. oggetti preziosi.**  
NICOLUCCI FULVIO - Valenza - vl. Dante, 10 - **Lab. oreficeria.**

LENTI MARCELLO - Valenza - vic. dei Sarmati, 2 - **Fabbr. oggetti di oreficeria.**

## MODIFICAZIONI DI AZIENDE ISCRITTE ALLA CAMERA DI COMMERCIO DI ALESSANDRIA DAL 11-12-66 AL 10-1-67:

- PEDRINA RINO - Valenza - v. S. Salvatore, 73 - **Lab. incastratore pietre preziose.** - Trasferimento sede in c.so Garibaldi, 140 - Valenza.  
BEVILACQUA MARIO - Casale Monf. - v. Novi, 23 - **Incisore metalli** - Precisazione indirizzo in Valenza via Novi, 23.  
BUSSONE ERMANNINO & GIAN FRANCO - S.F. - Valenza - v. Trieste, 3 - **Lab. art. gioielleria** - Modifica indirizzo in vl. Vicenza, 12 - Valenza.  
NICOLUCCI F.LLI - SF. - Alessandria - v. Isonzo, 7 - **Lab. oreficeria.** - Recesso del socio Nicolucci Fulvio e subentro del sig. Robotti Adriano - modifica ragione sociale in «Nicolucci & Robotti» fermi restando sede ed oggetto d'esercizio.

## CESSAZIONI DI AZIENDE ISCRITTE ALLA CAMERA DI COMMERCIO DALL'11 AL 24-12-1966:

AMELOTTI NELLO - Alessandria - v. Cappelletta - **Lab. art. oreficeria c. t.**

STANCHI FRANCO - Valenza - v. Cellini, 20 - **Lab. orafa.**

FISANOTTI & MASSOCCO - Alessandria - c.so Acqui, 40 - **Argentieri.**

PARETO ANGELO VITTORIO - Valenza - v.le Santuario, 61 - **Comm. oggetti preziosi.**

TALENTI & BASSAN - Valenza - v. Pinerolo, 1 - **Lab. oreficeria.**

## DAL 25-12-1966 AL 10-1-1967:

- ANNARATONE ALFREDO - Valenza - v. Fontanile, 46 - **Orafo.**  
BARBIERI MARIO - Alessandria - v. Carlo Alberto, 4 - **Lab. orafa.**  
BERTO ORESTE - Casale Monf. - Salita S. Anna, 30 - **Lab. ripar. orologi.**  
BONIARDI UMBERTO - MI ERS. - Valenza - v. Tortona, 41 - **Comm. macch. orefici.**  
MORETTO GIORGIO & C. - Valenza - v. Cavallotti, 33 - **Lab. orafa.**  
FORSINETTI PIETRO - Valenza - v. Mazzini, 53 - **Lab. oreficeria incass. pietre.**  
GARAVELLI PIER CARLO - Valenza - vl. Repubblica, 92 - **Incastratore pietre preziose.**  
TORLASCO PIETRO & ABATE LUCIO - Valenza - v. XX Settembre, 10 - **Lab. oreficeria.**

**Microfusioni perfette con  
Cere - Gomme e Rivestimenti  
Cristobalite (Gesso) della**

# "ORODENT"

VIA SASSI, 7 - TELEFONO 92.600

VALENZA PO (ITALY)

**I MODELLI  
DEL MESE**



DICEMBRE 1966

# COMMERCIO CON L'ESTERO

Richieste ed offerte dall'estero per articoli di gioielleria, oreficeria, argenteria, pietre preziose e merci affini, o per rappresentanze.

Le richieste, le offerte, i nominativi, contenuti in questa rubrica, sono desunti dal bollettino settimanale « INFORMAZIONI PER IL COMMERCIO CON L'ESTERO » edito dall'I.C.E. - Roma.

Per ciò che concerne il contenuto della rubrica, esclusivamente di carattere informativo, non si assume alcuna responsabilità o garanzia.

Gli operatori nazionali che intendono entrare in contatto con le ditte sottoindicate possono avvalersi del « SERVIZIO INFORMAZIONI SU DITTE ESTERE » dell'I.C.E., Via Lizzi - E.U.R. - Roma, richiedendo informazioni sul conto dei singoli nominativi.

Il Servizio fornirà, in via riservata, le informazioni di cui è in possesso o solleciterà tali notizie, dietro rimborso delle spese vive, ai propri corrispondenti all'estero.

## RICHIESTE

### GERMANIA

H. J. Wilm - Ballindamm 36 - 2 Hamburg, 1.  
Gioielleria fine.

### GIAPPONE

The Tokai Trading Co. Ltd. - P.O. Box 360 - Kobe, Port Japan.  
Gioielleria - bigiotteria.

### HONG KONG

Pacific Corporation - Alpha House 15th fl., G. Nathan Road - Kowloon.  
Pietre preziose e semipreziose.

Dennis Development Co. - 10, Johnston Rd., 6/F - Hong Kong.  
Gioielleria (catenine).

## STATI UNITI

Bani Products International - 885 West Longview Avenue - Mansfield, Ohio 44906.  
Argenteria fiorentina.

John Guth Import Co. - 1133 Broadway - New York, N.Y. 10010.  
Bigiotteria in mosaico.

Imports International - White Street - Buchanan, N.Y. 10511.  
Articoli da regalo, pietre preziose e semipreziose.

Maytan Jewelers, Inc. - 130 Fifth Avenue - New York, N.Y. 10011.  
Gioielleria; stampi per gioielleria.

Mason's - 32 East 11th St. - Eugene, Oregon.  
Gioielleria (anche imitazione).

## OFFERTE

### BRASILE

Importadora e exportadora Importex S. A. - Rua Goitacezes n. 43 S. 502 - Belo Horizonte (Minas Gerais).  
Minerali e prodotti in pietre semipreziose.

Brasil Pedras Exportacao Importacao - Rua Fernando Touricho n. 235 - Belo Horizonte (Minas Gerais).  
Pietre preziose e semipreziose; minerali in genere.

Gesena Comercio e Representacoes Ltda. - Rua Evaristo da Veiga n. 603 - Rio de Janeiro.  
Pietre preziose e semipreziose.

### INDIA

Goldfilled - Post Box No. 336 - 13/15, Bastion Road - Fort Bombay, 1.  
Lavori artigianali; bigiotteria; perle false; pietre semipreziose.

Marchio 542 AL

**Camurati Alfonso**

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli Contorno e Bracciali - Creazione Propria

Via G. Melgara, 19 - Tel. 91.272 Valenza Po



# FRATELLI TERZANO

## di Ninetto Edoardo Terzano

GIOIELLERIA

JEWELLERY

JUWELIERKUNST

EXPORT

Marchio 520 AL

VALENZA PO (ITALY)

CORSO GARIBALDI, 114

Telef.: Ufficio 92.174 - Abitazione 92.642

# GARBIERI ETTORE & FRATELLO

GIOIELLERI

Uffici: ALESSANDRIA  
Via Parnisetti, 9 - Tel. 51.355  
C. C. I. A. Alessandria 31787

**Export**

Fabbrica: VALENZA  
Via Morosetti, 25 - Tel. 91.705  
MARCHIO 255 AL

# NANI ELIO

Marchio 1037 AL

**GIOIELLERIE - OREFICERIE**

*Modelli esclusivi*

Strada Alessandria, 15/c  
Telefono 91.875  
VALENZA PO

# GIOVANNI

Marchio 274 AL

CREAZIONI

ALTA FANTASIA

OREFICERIA

GIOIELLERIA

**VESCOVO & C.**

S. A. S.

VIA F. CAVALLOTTI, 57 - TELEF. 91.286

VALENZA PO

# BARACCO ALESSIO

**OREFICERIA - GIOIELLERIA**

*Bracciali - Spille - Anelli - Boccole in Perle  
e in pietre fini.*

Corso Matteotti, 96  
Telef. 92.308

VALENZA PO

**EXPORT**

MARCHIO 690 AL

# LANI FRATELLI

UFFICIO VENDITE  
VIALE DANTE, 13  
TELEFONO 91.280

LABORATORIO  
VIALE DANTE, 24

GIOIELLERIA - OREFICERIA

CREAZIONE PROPRIA

VALENZA PO



## MORTARINI & PAVESE

OREFICERIA - GIOIELLERIA

SPILLE - BRACCIALI ORO BIANCO E FANTASIA

VIALE DANTE, 24 - TELEFONO 92.702

VALENZA PO



## OMODEO & FERRARIS

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Vasto assortimento: Spille - Anelli - Bracciali

Anelli in perla - Spille fantasia in oro rosso

**EXPORT**

VIA PISACANE, 12 - TELEF. 93.103 - VALENZA PO

MARCHIO  
911 AL



PIETRE DI COLORE FINI E SINTETICHE  
PERLE  
IN GENERE

1309 AL

## BUCOLO GIUSEPPE

GIOIELLIERE

VIA FELICE CAVALLOTTI, 13B - TEL. 91.431 - VALENZA PO

# Vendorafa

*Creazioni Gioielleria*

S.R.L. - EXPORT

lombardi mario & f.llo  
gatti & c. - garavelli



**CORSO GARIBALDI, 102 - TEL. 91.812 - 93.300 - VALENZA PO**

# Ravenni & Carraro

CASSE PER OROLOGI

VIA MOROSETTI, 56 VALENZA TEL. 92.079



MARCHIO  
828 AL



# GUERCI & BAILO

Fabbrica Oreficeria

Marchio 880 AL

VIA TRIESTE, 30 - TELEF. 91.072 - VALENZA PO



# Norese Sergio

FABB OREFICERIA • GIOIELLERIA

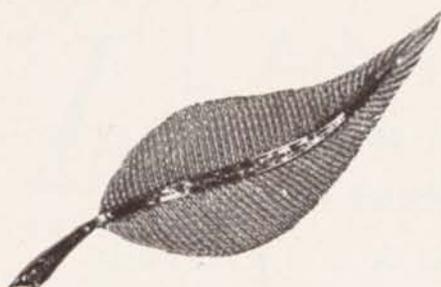
*Creazioni proprie*

Marchio 395 AL

Via P. Paietta, 31 - VALENZA (Italy)

 Laboratorio 92.312 - Abit. 92.415





## **BIROLI - DELL'AYRA & CASTELLARO**

ARTIGIANI ORAFI

LAVORAZIONE IN FILO TRATTATO

**MARCHIO 1.135 AL**

**EXPORT**

Via Enrico Fermi, 2 - Telefono 94.101 - VALENZA PO



GIOIELLERIA

*Anelli in brillanti e in perla*

*Marchio 806 AL*

*di BALDUZZI & RASELLI*

Viale della Repubblica - Cond. Tre Rose - Tel. 93.006

VALENZA PO

# **V A L E X**

*gioielleria - oreficeria*

Viale Santuario, 50 - Valenza Po - Tel. 91.321

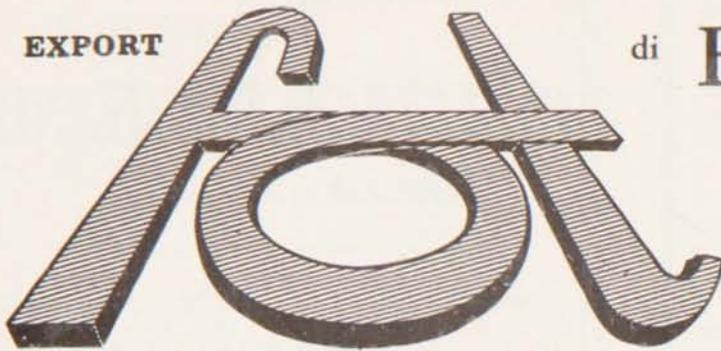
## **MARIO CIMMINO**

*PERLE COLTIVATE*

CORSO GARIBALDI 102 **VALENZA**

TEL. { 91.955  
93.031

EXPORT



FABBRICA OREFICERIA TESSUTA

di FRANCO  
PASINI

1370 AL

VIALE DANTE, 46/a TELEF. 91 664

VALENZA PO

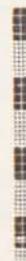
CARNEVALE ALDO

FABBRICA OREFICERIA - GIOIELLERIA

VASTA GAMMA DI SPILLE

671 AL

CREAZIONE PROPRIA



VALENZA PO

VIA TRIESTE, 26

TEL. 91.662

F<sub>F</sub>

Ferraris Ferruccio

oreficeria

gioielleria

VIA TORTRINO, 4

TELEFONO. 91.870

VALENZA PO

VASTO ASSORTIMENTO



F.LLI DEAMBROGIO

Marchio 1043 AL

GIOIELLERIA

VIALE DELLA REPUBBLICA, 5

TEL. 93.382

*fermezze - spille*

VALENZA

*bracciali in genere*

EXPORT

## **F. DABENE**

LABORATORIO ARTIGIANO

GIOIELLERIA - OREFICERIA - INCISIONI

CESELLI - SMALTI

CREAZIONE PROPRIA

PREMIO AL CONCORSO:

**"Il Gioiello d'Estate,,**

VIALE VITTORIO VENETO, 24 - TEL. 92.715

VALENZA PO



Marchio 872 AL

## **CERVARI F.lli**

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Spille oro bianco, giallo, fantasia

Creazione propria

Via Salmazza, 6 - Tel. 93.042 VALENZA PO

## **BONZANO** Marchio 276 AL **ORESTE**

ANELLI DONNA

SILLE FANTASIA - BOCCOLE

Largo Cost. Repubblica, 14 - Tel. 91.105

VALENZA PO

MARCHIO 398 AL

## **MEGAZZINI** **ALFREDO**

OREFICERIA-GIOIELLERIA

Chiusure per collane  
e bracciali con perle

TELEF. 91.005 VALENZA  
VIA G. LEOPARDI, 9



## *Agliotti* *Attilio*

FABBRICA OREFICERIA

Orecchini ed anelli in Zaffiro bianco  
e fantasia - Creazione propria

Marchio 415 AL

Viale Dante, 24 - Tel. 91.579 - VALENZA PO



## **BIANCHI** **& CALLEGARO**

GIOIELLERIA - OREFICERIA

*Anelli in oro bianco e platino*

Via Cairoli, 7 - Telef. 93.531

VALENZA PO

## **Balzana D.G.**

FABBRICA  
OREFICERIA

Marchio 773 AL

VIA TORTONA, 6  
VALENZA  
TEL. 91.755



## **PESSI & SISTO**

GIOIELLIERI

BRACCIALI

COLLANE IN FANTASIA

MARCHIO 970 AL

VIALE DANTE, 46b - TELEFONO 93.343

VALENZA PO

MARCHIO 980 AL

**RIZZETTO ADRIANO**

GIOIELLERIA

STRADA S. SALVATORE, 8 a - TEL. 92.108

VALENZA PO

**RACCONE &  
STROCCO**

643 AL

FABBRICA  
GIOIELLERIA

CHIUSURE PER  
COLLANE E  
BRACCIALI  
IN PERLE



Tel. 93.375

Via XII Settembre, 4

VALENZA PO

Marchio 974 AL

**Caniggia & Balani**

OREFICERIA

*Boccole Anelli Perla e Turchesi  
Lavorazione propria - EXPORT*

Viale Dante - Telef. 94.266

VALENZA PO

Marchio 640 AL

EXPORT

**COLOMBAN EMILIO**

FABBRICA OREFICERIA

LAVORAZIONE

IN PERLE

E ZAFFIRO

BIANCO

*Vendita a peso*



Viale Benvenuto Cellini, 32 - Tel. 92.171

VALENZA PO

**Dirce Repossi**

GIOIELLIERE

VIALE DANTE, 49 - TEL. 91.480

VALENZA PO

**LENTI &**

Marchio 574 AL

**ZEPPA**

EXPORT

FABBRICA OREFICERIA

VIA MARTIRI DI CEFALONIA, 34 - TELEF. 92.110

VALENZA PO

Marchio 1277 AL

**Orsini Giovanni**

GIOIELLERIA - OREFICERIA

*Anelli e boccole in perla  
Anelli in pietre fini*

Via Donizetti - Ang. Via Cremona, 47  
Tel. 93.303

VALENZA PO

MARCHIO 1211 AL

**Rizzetto Augusto**

ANELLI

E SPILLE FANTASIA

CREAZIONE

PROPRIA



VIA NOVI, 21 - TEL. 93.466 - VALENZA PO

**BEGANI & ARZANI**

IMPERATRICE BREVETATA

AL 1030  
VIA ENRICO FERMI 10  
TEL. 93.109

VALENZA PO



**TORTI GINO**

Marchio 1020 AL

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Lavorazione Fantasia - Modelli Esclusivi

VALENZA PO

VIA BOLOGNA 20 - TELEFONO 91.644

Marchio 1075 AL

**GIOIELLERIA**

OREFICERIA  
VALENZA PO

**F.lli GUASCO**

Via Mantova, 6 - Tel. 93.443

Bracciali - Croci in perle e brillanti  
— Vasto assortimento —

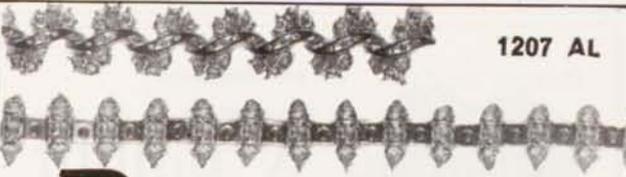


1207 AL

**Ponzone & Zanchetta**

GIOIELLERIA & OREFICERIA

VIA CAVOUR 57  
TEL. 94.043  
VALENZA PO




**PAVAN F.lli**

Fabbrica oreficeria - Gioiellerie

Marchio 1150 AL

Via Martiri di Cefalonia, 49 - Tel. 93.325

VALENZA PO

OREFICERIA  
IN SMALTO  
E PITTURA

**L'ORAFASMALTI**

1153 AL

VALENZA PO  
VIA XII SETTEMBRE, 41 - TEL. 92.745

**Tinelli & C.**

ORAFI GIOIELLIERI

Viale Repubblica, 97 - Telefono 94.348

VALENZA PO

**ORSINI** Marchio 938 AL

**FRANCESCO**

OREFICERIA - GIOIELLERIA  
LAVORAZIONE PROPRIA  
MODELLI ESCLUSIVI

Via 29 Aprile, 71 (Angolo Via Napoli)  
Telefono 93.156

VALENZA PO

Marchio 904 AL

Spalla  
Ferraris & C.

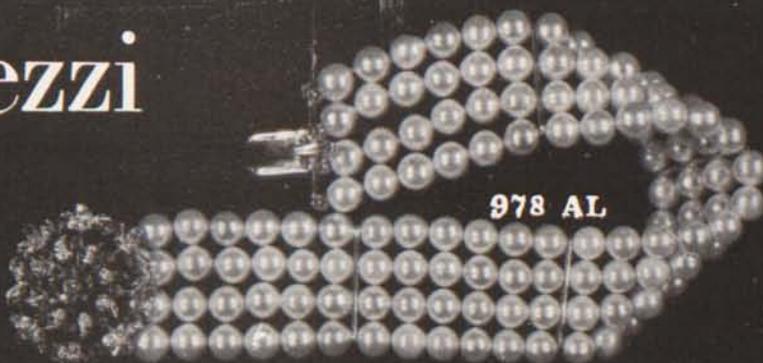
LAVORAZIONE  
ALTA FANTASIA

VIALE DANTE, 5 - TELEFONO 93.002 - VALENZA PO

a. o. malvezzi

ANELLI . FERMEZZE  
PER BRACCIALI  
E COLLANE IN PERLE  
COLLANE  
CON BRILLANTI

dario



978 AL

VIA TORTONA, 37a - TEL. 92.227 VALENZA (Italy)

**MIKAFB**  
& Co.

pietre preziose  
perle coltivate

SEDE CENTRALE: **MILANO**

VIA P. GIOVO, 19/A

C. C. MILANO 494115 - Telegr. EMUNA - Tel. 46.40.70 - 46.90.847

**VALENZA PO**

VIALE DANTE, 10  
(CONDOMINIO DANTE)

TELEF. 92.881 - 93.281

**F.LLI RAITERI**



Oreficeria in granati

VIA 7 F.LLI CERVI, 21 - TELEF. 91.968 - VALENZA PO



# PEROSO ALFREDO & FIGLI

GIOIELLERI

ROMA

VIA SISTINA, 27 - TELEFONO 47.85.76

VALENZA

PIAZZA VERDI, 3 - TELEFONO 91.366

# ORVAL S.p.A.

GIOIELLERIA - EXPORT  
ITALY

SEDE: **VALENZA**

VIA MAZZINI, 45 - TELEF. 91.215

**FIERA MILANO**

FILIALE: **MILANO**

VIA P. CANNOBIO, 5 - TEL. 867.127

# CAUTELA DARIO

*Creazione propria - Gioielleria in platino e oro bianco*

**Marchio 721 AL**

**EXPORT**

Via Trieste, 13 - Telef. 92.030

VALENZA PO

# ARGENTERI GIULIANO & F.LLO

FABBRICA GIOIELLERIA

**MARCHIO 1112 AL**

**EXPORT**

PIAZZA TORTONA. 32 - TEL. 92.758 - VALENZA PO

Marchio 945 AL

## Fracchia & Alliori

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Lavorazione anelli, spille, bracciali

Via C. Noè, 12 - Tel. 93.129 Valenza Po

Marchio 269 AL

## Aldo Pasero

OREFICERIA

Montature per cammei, monete e medaglie

Via Carducci, 15 - Tel. 91.108 Valenza Po

Marchio 1124 AL

## Gobbi & Braggione

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Spille, ciondoli in stile antico e moderno

Via 29 Aprile, 30 - Tel. 91.703 Valenza Po

Marchio 766 AL

## Giarola Silvano

OREFICERIA Spille oro bianco e fantasia

Animaletti con perle barocche e in oro bianco

Via Mazzini, 47 - Tel. 91.817 Valenza Po

Marchio 861 AL

## Bussone F.lli

OREFICERIA - GIOIELLERIA

V.le Vicenza, 12/A - Tel. 91.632 Valenza Po

Marchio 219 AL

## Mortara Pierino

OREFICERIA - GIOIELLERIA

DI PROPRIA CREAZIONE

Casa fondata

nel 1934

Via Trieste, 8 - Tel. 91.671 Valenza Po

# Ricaldone Lorenzo

FERMEZZE - SPILLE - BRACCIALI

Marchio 803 AL

Viale Galimberti, 13 - Telef. 92.784

VALENZA PO

# Forsinetti Romano

STRADA SAN SALVATORE, 8

VALENZA PO

## Oreficeria - Gioielleria

Specialità nella lavorazione  
della COLLANA

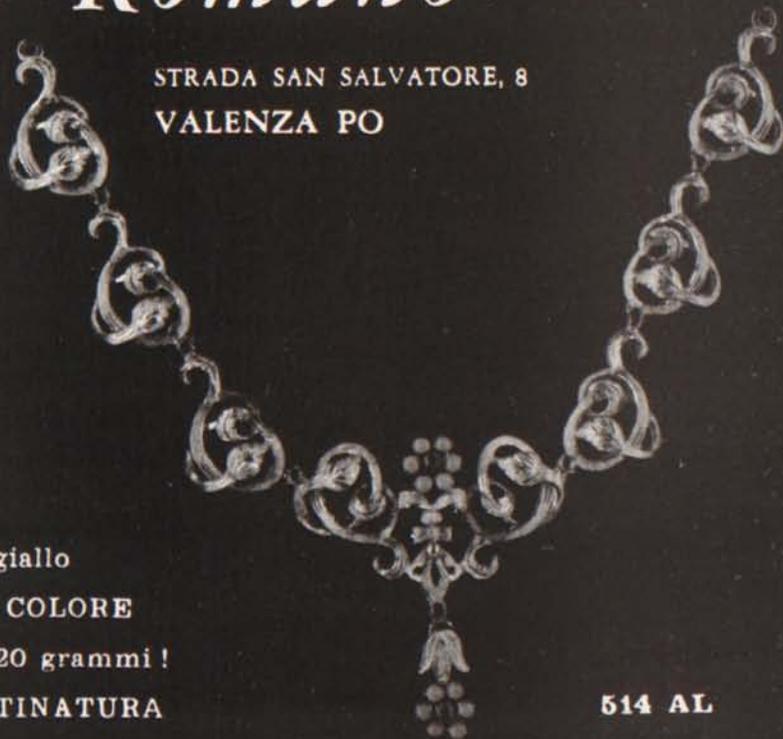
sia in oro bianco come in oro giallo

per BRILLANTI o PIETRE DI COLORE

100 modelli a scelta dagli 8 ai 20 grammi!

con FINITA - INCISIONE - SATINATURA

514 AL



# Giacometti Emilio

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Boccole anelli diamantati - Boccole anelli smaltati

Marchio 1100 AL

VIA M. NEBBIA, 40 - TELEFONO 93.197

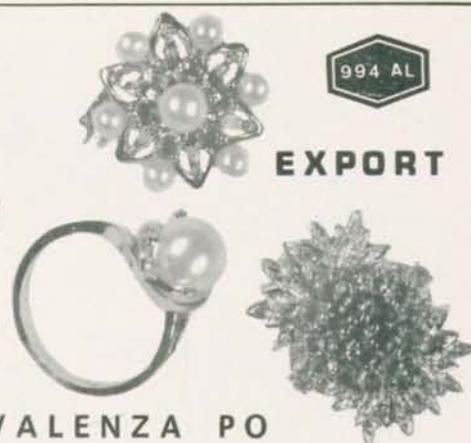
VALENZA PO

# Mussio & Ceva

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Assortimento di lavori con perle:

ANELLI - SUSTE - BRACCIALI



EXPORT

PIAZZA STATUTO, 2 - TELEFONO 93.327

VALENZA PO

# Tornati Eraldo

Marchio 838 AL

OREFICERIE - GIOIELLERIA

VIALE DANTE, 11 - TELEFONO 91.459

VALENZA PO

# BISTOLFI ORESTE

FABBRICAZIONE PROPRIA DI OREFICERIA

*Spille - Anelli alta fantasia*

LARGO COSTITUZIONE DELLA REPUBBLICA, 14-15

TELEFONO 94.619 VALENZA PO

EXPORT

Marchio 1142

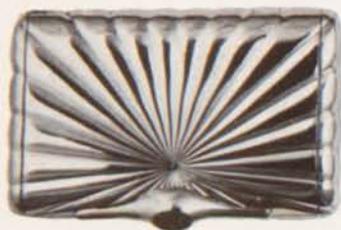
# PRATESI BARBANO & QUARTAROLI

OREFICERIA  
CREAZIONE PROPRIA

**EXPORT**

VIA DONIZETTI, 12  
TEL. 93.140

VALENZA PO



PILL - BOX A RAGGERA

ESCLUSIVITÀ:

PORTACIPRIA - PORTASIGARETTE  
BORSE IN TESSUTO - TROUSSESS  
PORTAROSSETTI - POLSINI - GUILLOCHÉ

MAROHIO 703 AL

## Ficalbi Renzo di Baldassarre

ORAFI GIOIELLIERI - LAVORAZIONE PROPRIA

VALENZA PO

VIA LEGA LOMBARDA', 35 - TEL. 92.216



CUFF - LINKS  
IN TESSUTO  
FORMA OVALE

# DASI MARCELLO

OREFICERIA - GIOIELLERIA

*Vasto assortimento in fantasia*

**EXPORT**

**VIA F. LLI ROSSELLI - VALENZA**

Marchio 1182 AL



*Raselli Fausto & C.*

**ORAFI OREFICERIA GIOIELLERIA**

VASTO ASSORTIMENTO

Via G. Calvi, 14 - ☎ Lab. 91.516 - Ab. 94.267

VALENZA PO



Marchio 923 AL

# ACUTO & ROTA

OREFICERIA

*Anelli montatura in filo oro bianco*

*Spille in fantasia oro verde*

MARCHIO 1122 AL

Viale Padova, 44 - Telef. 93-396 - VALENZA

# OMODEO GIOVANNI

OREFICERIA

Marchio 928 AL

OGGETTI IN PERLA - MONTATURE  
CHIUSURE PER COLLANE

Via M. Nebbia, 3 - Telef. 93.333

VALENZA (AL)

Marchio 614 AL

# Arzani F.lli

FABBRICA OREFICERIA - GIOIELLERIA

ANELLI - SPILLE  
BRACCIALI ALTA FANTASIA  
EXPORT

Via Tortona - Telef. 91274 - VALENZA PO

Marchio 850 AL

# ANSLISIO PIETRO

OREFICERIA

SPILLE - BRACCIALI - COLLANE  
IN ORO BIANCO E FANTASIA FINE

VICOLO DEL PERO, 31 - TELEF. 92.185

VALENZA PO

# BIANDRATE F. LLI

OREFICERIA - GIOIELLERIA

*Oggetti in perla*

VIA M. PAJETTA, 8 - TELEFONO 91.484

VALENZA PO

Marchio 1203 AL

# Caratti & De Bernardi

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli - Orecchini

Ciondoli

Vasto assortimento



Via Varese - Reg. Noce (Casa Manna)

Telef. 94.009

VALENZA PO

# ILLARIO & FARE'

FABBRICA OREFICERIA  
E GIOIELLERIA

SPILLE E CIONDOLI CON SMALTO

EXPORT 260 AL

P.za Gramsci, 16 - Tel. 91.544 - VALENZA PO



# DE GRANDI & VOLANTE

OREFICERIA - GIOIELLERIA

MARCHIO 1213 AL

*Spille fantasia in smalto - EXPORT*

VIA MARTIRI DI CEFALONIA, 43 - TELEF. 94.231

VALENZA PO

# LEGNAZZI

VALENZA PO  
VIA T. GALIMBERTI, 31  
TEL. 91.783

726 AL

FIRENZE  
LUNGARNO ACCIAIUOLI, 6/R  
TEL. 29.44.25

FABBRICANTE  
GIOIELLERIE

IMPORT

EXPORT

## Zucchelli Guido

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Marchio 927 AL

Viale Vicenza, 14 - Telef. 91.537

Anelli uomo donna

EXPORT

VALENZA PO

## CEVA VIRGINIO

Gioielliere - EXPORT

MARCHIO 851 AL

VIALE DELLA REPUBBLICA - TELEFONO 91.758 - VALENZA PO

# Giovanni Leva



OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli d'alta Fantasia :

CREAZIONE PROPRIA - EXPORT

VIALE DELLA REPUBBLICA (CONDOMINIO TRE ROSE)

TELEFONO 94.621

VALENZA PO



Marchio 823 AL

## Stefani & Zaghetto

OREFICERIA - GIOIELLERIA

*Anelli e Griffes lapidate in Montatura*

**EXPORT**

Viale della Repubblica, 30 - Telef. 93.281

VALENZA PO

## CAUCIA PIERO

FABBRICA

OREFICERIA - GIOIELLERIA

MARCHIO 100 AL

VIALE REPUBBLICA, 117  
TEL. 91735

VALENZA PO

MARCHIO 286 AL

## DE CLEMENTE & VACCARIO

*Fabbrica oreficeria e gioielleria*

VALENZA PO

VIA 29 APRILE, 22 - TEL. 91.064

## La Rosa Salvatore

GIOIELLERIA

*Fabbricazione propria*

VIA DANTE, 27 - TELEFONO 91.554

VALENZA PO

MARCHIO 266 AL

C. C. I. A. ALESSANDRIA 84489

MARCHIO 288 AL

## F.LLI CANTAMESSA

FABBRICANTI OREFICI E GIOIELLIERI

*Creazione propria*

**EXPORT**

VIALE DANTE, 45 - TEL. 91.421

VALENZA PO

Marchio 559 AL

## De Gaetano Arcangelo

FABBRICA

OREFICERIA - GIOIELLERIA

VALENZA PO

VIA CAIROLI, 12

TELEF. 92.103

Marchio 916 AL

## Ditta MARCO FERRARIS

OREFICERIA - GIOIELLERIA

VIA TRIESTE, 24 - TELEFONO 91.545

VALENZA PO

Marchio 281 AL

## Morando Ettore & Fratello

VIA MOROSETTI, 23

TELEFONO 92.111

VALENZA PO

OREFICERIA

GIOIELLERIA

LAVORAZIONE PROPRIA

Marchio 197 AL

# FRATELLI BALDI

FABBRICA

OREFICERIA - GIOIELLERIA

VIALE REPUBBLICA, 60 Valenza Po  
TEL. 91.097

# ROBOTTI & CAVALLERO

oreficeria e gioielleria

VALENZA PO

VIA SANDRO CAMASIO N. 13

TELEFONO 91.402

MARCHIO 743 AL

# Baggio Vincenzo & Fratello



FABBRICA GIOIELLERIA

*Anelli per Mignolo in smalto e spille*

Marchio 482 AL

CREAZIONE

PROPRIA

Via Martiri di Cefalonia, 3

Telefono 92.360

VALENZA PO

# MUSSIO &

AVVITATURA  
PERLE

FERMEZZE

ANELLI IN  
PERLA

# CEVA

PIAZZA STATUTO, 2

TEL. 93.327

VALENZA PO

# Soro & De Grandi

FABBRICANTI OREFICERIA - GIOIELLERIA

||||| MARCHIO 626 AL |||||

VALENZA PO

VIA MARIO NEBBIA 53 - TELEFONO N. 92.777

# BONZANO Marchio 276 AL

# ORESTE

ANELLI DONNA

SPILE FANTASIA - BOCCOLE

Largo Cost. Repubblica, 14 - Tel. 91.105

VALENZA PO

*Marchio 408 AL*

# Rino Cantamessa

GIOIELLIERE

VALENZA PO

LAB. VIA G. CALVI, 18 - TEL. 92.243

ABIT. TELEF. 91.336

# Franco Amelotti

FABBRICA OREFICERIE IN GENERE

922 AL

VIA GIOVANNI VALERIANI, 8 - TEL. 93.208

VALENZA PO

**LUNATI** Marchio 689 AL  
**GINO**

FABBRICA OREFICERIA

Specialità spille

Vasto assortimento

Viale della Repubblica, Condom. "Tre Rose", 5/F  
Telefono 91.065 VALENZA PO



Marchio 1183 AL

**DACQUINO & MAIETTI**

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli - Spille - Orecchini

Alta fantasia

Via Martiri di Lero, 9 - Telefono 94.198  
VALENZA PO

Marchio 764 AL

**FILIPPI FERDINANDO**

OREFICERIA

ANELLI PER DONNA - SPILLE

BOCCOLE - GRIFFES

in fantasia

Via Oddone, 24 - Tel. 92169 - VALENZA PO

**TINO**  
**PANZARASA**

OREFICERIA E GIOIELLERIA

della migliore produzione valenzana

BORGOMANERO  
(Novara)

Via D. Savio, 17  
Telefono 81.419

PORTASIGARETTE - TROUSSES - GUILLOCHÉES

**Ficalbi Adolfo Gino**

ARGENTIERE ORAFO

VALENZA PO  
VIA LEGA LOMBARDA 40 - TELEF. 91.608

**AMELOTTI**

Rag. Pierino

OREFICERIA

VALENZA

Marchio 516 AL.

Via Benvenuto Cellini, 15 - Telefono 91.528

**LUIGI & MARIO ZAVANONE**

Oreficeria e Gioielleria

MARCHIO 374 AL

VALENZA PO

Via Martiri di Cefalonia 22 - Tel. 91.119

**ANELLI BIAMANTATI**  
**PER DONNA E UOMO**

LAVORAZIONE ESCLUSIVAMENTE IN MONTATURA

Marchio 794 AL

EXPORT

**Guerci & Pallavidini**

VIA BERGAMO, 38 - TELEFONO 92.868  
VALENZA PO

Marchio 1058 AL

## Bariggi & Farina

Fabbricazione montature, spille e bracciali

Corso Garibaldi, 146 - Tel. 91.330 Valenza Po

Marchio 1091 AL

## Piacentini & Massaro

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli e Spille

Via Sassi, 2 - Tel. 93.491 Valenza Po

Marchio 670 AL

## GIOR di Balduzzi & Leva

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Via E. Fermi, 14 - Tel. 91.154 Valenza Po

Marchio 1269 AL

## Gardin F.lli

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli in perla - Spille e anelli in fantasia

Via Donizetti, 16 - Tel. 94.243 Valenza Po

Marchio 466 AL

## Provera Luigi

OREFICERIA Specialità: montature per cammel, spille, bracciali, boccole, anelli

Via Acqui 14 - Tel. 91.502 Valenza Po

Marchio 318 AL

## Bona Fratelli

FABBRICA OREFICERIA - GIOIELLERIA

Semilavorati, stampi in gomma per orefici

Via Novi, 9 - Tel. 91.742 Valenza Po

Marchio 902 AL

## Panelli Mario & Sorella

FABBRICA OREFICERIA

Spille in oro giallo con pietre di colore

Via S. Salvatore, 42 - Tel. 91.302 Valenza Po

Marchio 1164 AL

## Lenti & Villasco

Anelli e boccole in fantasia - Turchesi - Oggetti in Perla - Modelli esclusivi - Creazione propria

Via E. Fermi, 11 - Tel. 93.584 - Valenza Po

Marchio 784 AL

## Borio Mario

FABBRICANTE ORAFO

Articoli di fantasia e smalto

Viale Dante, 10 - Tel. 93.096 Valenza Po

Marchio 765 AL

## Fratelli Federico

FABBRICA OREFICERIA - GIOIELLERIA

Creazione propria

Via S. Salvatore, 25 - Tel. 91.886 - Valenza Po

Marchio 985 AL

## Rossi & Baroso

OREFICERIA

Fiori e polsini in smalto e articoli fantasia

Via Bergamo, 24 - Tel. 93.286 Valenza Po

Marchio 886 AL

## Cavalli Rinaldo & C.

OREFICERIA - GIOIELLERIA

Anelli - Boccole - Oggetti vari

Viale Dante, 44 - Tel. 91.044 Valenza Po

## Quargnenti & C.

Fedine diamantate in brillanti e anelli in perla

Viale L. Oliva, 8 - Tel. 91.751 Valenza Po

Marchio 1157 AL

## Pivotto & Cagnina

GIOIELLERIA

Viale Santuario, 50 Tel. 94.012 Valenza Po

Marchio 729 AL

## Pellizzari & Campara

OREFICERIA

Creazione propria - Anelli e boccole in perle

Via 29 Aprile, 45 - Telef. 91.804 VALENZA PO

Marchio 745 AL

## Fratelli Pastore

OREFICERIA

Anelli fantasia uomo e donna

Via Broscia, 12 - Tel. 92.358 Valenza Po

# BARBERO & RICCI

**OREFICERIA**

MARCHIO 1031 AL

*Anelli e Boccole in zaffiro e perla*

VIA F. CAVALLOTTI, 25 - TELEFONO 93.444

VALENZA PO



# S. I. B. P.

SOCIETÀ ITALO BELGA PREZIOSI

BRILLANTI

PIETRE DI COLORE

ASSORTIMENTO:

MEDIA E FINE GIOIELLERIA

GARANZIE

PREZZI CONTROLLATI

---

TORINO

VIA ASSIETTA, 7 - TEL. 54.30.24

# LODI & GUBIANI

Marchio  
1298 AL

**OREFICERIA**

BRACCIALI  
IN FANTASIA  
E COLLANE



# BAGNA & FERRARIS

FABBRICANTI GIOIELLERIA E OREFICERIA

DISEGNI ESCLUSIVI - CREAZIONE PROPRIA

VIALE LUCIANO OLIVA, 10 - TELEFONO 91.486 - VALENZA PO

# Varona Guido

ANELLI - POLSINI IN MONETA

ANELLI - BOCCOLE IN TURCHESE

CORALLO - CAMMEI

VIA FAITERIA, 15 - TELEFONO 91.038

VALENZA PO



# Gli orologiai-gioiellieri faranno un nuovo balzo in avanti nell'anno 1967!

**Novità: Nel 1967, articoli del « Journal suisse d'horlogerie » tradotti in italiano !**

Disponete dei nostri servizi per battere i vostri records nel 1967

Il nostro giornale non è soltanto una semplice rivista specializzata. In essa infatti oltre alle idee, ai suggerimenti, alle informazioni, scoprirete anche:

- degli uomini per servirvi
- del materiale scelto per abbellire le vostre vetrine ed intensificare la vostra pubblicità
- degli architetti per modernizzare il vostro negozio
- dei tecnici per razionalizzare i vostri laboratori
- degli specialisti nella vendita per aumentare la vostra cifra d'affari.

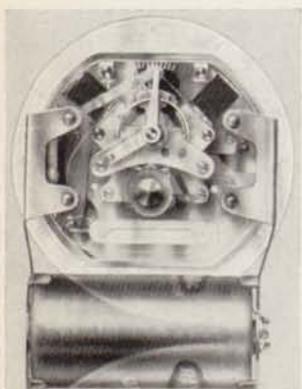


# Ecco come noi vi assisteremo nell'anno 1967



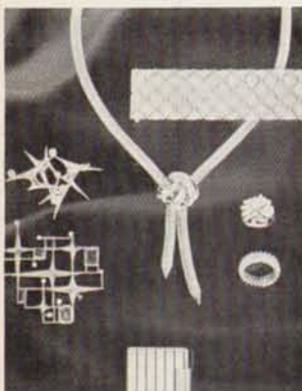
Per attirare più acquirenti nel vostro negozio:

- disponete del nostro materiale per le vetrine, dei nostri decori, pannelli, tavolette per la presentazione, ecc. I nostri abbonati beneficiano di prezzi imbattibili.
- profittate del nostro servizio di fotografie pubblicitarie a colori per la vetrina (formato 40x30 cm). Soggetti previsti per il 1967: regali, pietre preziose, orologi impermeabili, orologi automatici, sport, moda.



Per razionalizzare il vostro laboratorio:

- seguite le nostre riunioni animate dalle più importanti personalità dell'orologeria. Argomenti da trattare nel 1967: il problema delle forniture presso l'orologiaio.
- completate la vostra documentazione tecnica leggendo i nostri articoli: la riparazione e la manutenzione degli orologi elettrici ed elettronici, analisi di tutti i calibri automatici e di tutte le novità dell'orologeria che appariranno sul mercato l'anno prossimo, i misteri dell'orologio automatico, il cristallo zaffiro e semi-zaffiro, ecc.



Per scegliere giudiziosamente i vostri prodotti:

- studiate i nostri panorami a colori dei nuovi modelli di orologi svizzeri, dei gioielli europei ed americani.
- esaminate l'evoluzione delle tendenze della moda del gioiello e dell'orologio grazie ai nostri servizi di cronaca « Montres et Bijoux de Genève », Settimana della Gioielleria di Parigi, Fiera di Hannover, inchieste presso fabbricanti e rivenditori, ecc.

Per vendere di più:

- distribuite al vostro personale i nostri prontuari e le nostre guide sugli argomenti di vendita. Studieremo inoltre dei prontuari per la vendita degli orologi impermeabili, delle pendolette, dei cronografi. Continueremo ancora la pubblicazione dei nostri articoli già apparsi nel 1966 sotto il titolo: questioni del cliente - risposte del venditore.

Per meglio amministrare:

- mettete in pratica i consigli sulla gestione dei negozi analizzati nei dettagli dai nostri esperti.

E se nel 1967 decidete di trasformare il vostro negozio:

- interpellate il nostro architetto, vi consiglierà gratuitamente. Per la prima volta pubblicheremo uno studio dettagliato sul negozio d'orologeria dell'avvenire con presentazione di formule di vendita rivoluzionarie.

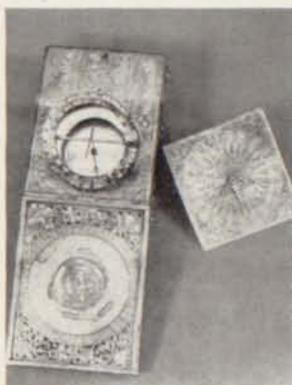
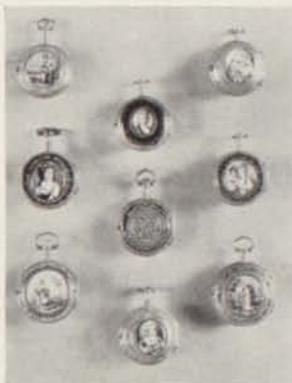
Soltanto gli abbonati al « Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria » (« Journal suisse d'horlogerie et de bijouterie ») ricevono un'assistenza così completa e a sì buon prezzo.

Il « Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria » è la rivista specializzata, dell'orologio e del gioiello, la più letta nel mondo. 70 000 orologiai-gioiellieri, grossisti, importatori e fabbricanti la leggono già ogni anno.



1. Incollare i fogli a colori su del cartone molto forte o del pavatex. (Una raccomandazione: per permettere a questi fogli di restare ben piatti, incollare su tutto il rovescio del cartone o del pavatex della carta che abbia la stessa robustezza dei fogli.)
2. Ritagliare in un pavatex dei rombi aventi il lato uguale al piccolo lato dei fogli e ricoprirli con del tessuto color rosso.
3. Disponete il tutto nella vetrina secondo la nostra illustrazione, fissando insieme i fogli con delle strisce adesive e degli spilli.
4. Un cartello rosso, bianco e oro « Capolavori d'altri tempi, capolavori d'oggi » stabilisce il rapporto tra le illustrazioni di pezzi antichi e il prodotto moderno.

# Gratuitamente a tutti i nostri nuovi abbonati:



Dodici tavole, in quattro colori, con illustrate delle pendolette e degli orologi antichi. Questi dodici pannelli vi permetteranno di animare e decorare le vostre vetrine e l'interno del vostro negozio in uno stile ricercato ed elegante.



EIM  
CARPAST-GAN  
DIT-ROST-WE  
ESSEN-DAR-PRE  
EISEN.

WELSCHE

WELSCHE

# Mettete sulle nostre spalle una parte dei vostri problemi



L'uomo-orchestra, l'orologiaio-gioielliere, deve essere uno specialista della vendita, della pubblicità, della decorazione, delle pietre preziose, dell'oreficeria, delle questioni commerciali, della tecnica dell'orologio, della contabilità, delle compere, delle relazioni pubbliche e di ben altro ancora. Molte cose, troppe specializzazioni per un solo uomo. Permetteteci allora di aiutarvi. Profittate dei nostri servizi. Costano soltanto 20 franchi svizzeri all'anno e in più riceverete i 6 numeri del « Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria » (« Journal suisse d'horlogerie et de bijouterie »), la sola rivista specializzata al mondo che si occupi di risolvere i problemi della vendita al dettaglio e dei servizi che ne derivano.

# Quello che i nostri lettori pensano del nostro giornale

Siamo abbonati al « Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria » da più di cinque anni e la vostra rivista è per noi la miglior fonte di idee per la nostra documentazione professionale.

Vandenberg's, Grand Rapids (USA)

In una delle vostre ultime riviste, avete pubblicato un articolo interessantissimo sull'arredamento e la disposizione del negozio d'orologeria e gioielleria. È cosa rara trovare una rivista specializzata in questo campo e che raggiunga così bene il suo scopo.

Gimbels, Milwaukee (USA)

In conclusione, vi dirò che provo un piacere immenso nel leggere il vostro giornale.

V.H.S. Bennett, Southampton (Inghilterra)

Le informazioni che gentilmente avete voluto fornirmi mi sono di grande aiuto... Da parecchi anni leggo il « Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria » e in esso apprezzo soprattutto i vostri articoli sulla presentazione dei nuovi modelli.

C. Lawford, Herts (Inghilterra)

Devo dirvi che il vostro giornale mi è diventato indispensabile, gli altri giornali che trattano i problemi dell'orologeria e della gioielleria non presentano che articoli di poca importanza. Constato che se si vuol restar buoni competitori si deve leggere un giornale come il vostro.

Jäkke, Rosenheim (Germania)

Abbiamo in gestione tre negozi di gioielleria a Capo Town, Africa del Sud, siamo colpiti dalla diversità degli articoli che appaiono sul vostro « Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria » e apprezziamo soprattutto quelli che trattano i problemi inerenti alla vendita.

The American Swiss Watch Co. Ltd.  
Capo Town (Africa del Sud)

Sono un vostro abbonato e sento quindi il dovere di complimentarmi con la vostra rivista perchè la ritengo una delle più complete ed esaurienti del ramo.

G. Gabrieli, Padova (Italia)



## Giornale svizzero dell'orologeria e della gioielleria

Sottoscrivo un abbonamento di un anno all'Edizione \* francese e italiana, inglese, tedesca, spagnola e faccio oggi stesso un versamento di L. 3000 al C.C.P. Torino 2/30 203 Trio Advertising S.p.A. Corso Matteotti 11, Torino

Cognome \_\_\_\_\_

Nome \_\_\_\_\_

Via e N. \_\_\_\_\_

Città e provincia \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

\* Cancellare quella che non vi interessa

## Approfittate della nostra offerta!

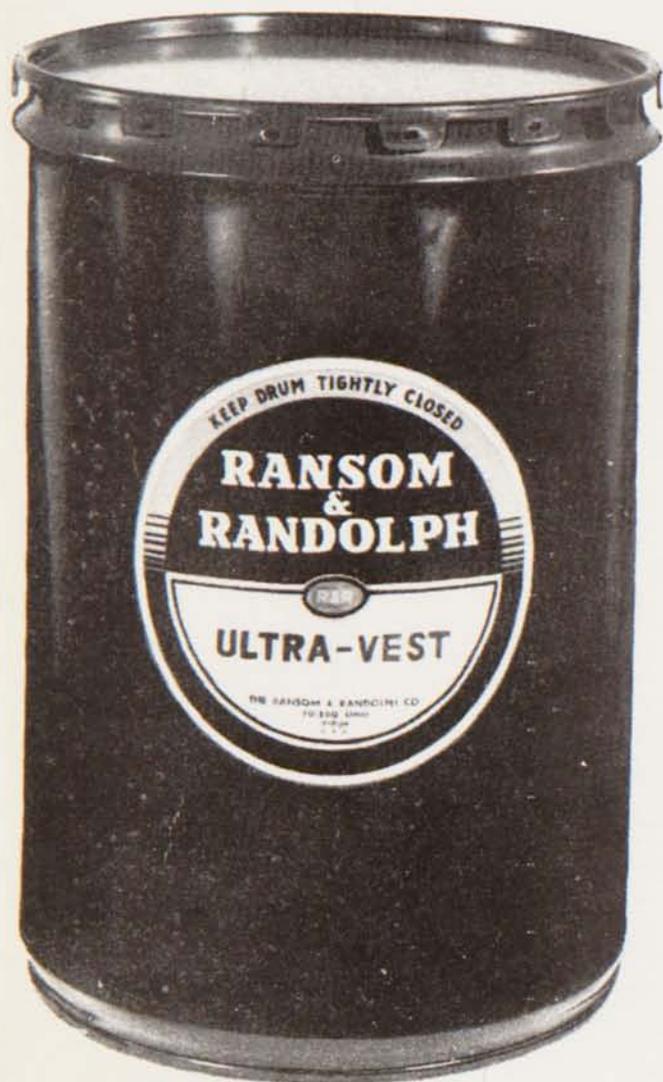
Scrivete ancora oggi stesso alla nostra agenzia, la prossima edizione del « Journal suisse d'horlogerie et de bijouterie » vi porterà nuove idee e vi sarà digià di grande aiuto

### CONDIZIONI D'ABBONAMENTO

6 numeri all'anno di circa 150 pagine ciascuno L. 3000  
Riempite, staccate e inviate il tagliando qui a fianco a:  
Trio Advertising S.p.A.  
Corso Matteotti 11, Torino  
C.C.P. TORINO 2/30 203

Non appena saremo in possesso del tagliando d'abbonamento qui a fianco, compilato, riceverete il nostro magnifico regalo e regolarmente i numeri del « Journal suisse d'horlogerie et de bijouterie »

Stampato in Svizzera



IL NUOVISSIMO  
INSUPERABILE  
RIVESTIMENTO  
PER  
GETTOFUSIONI

# ULTRA-VEST



TOLEDO, OHIO - U.S.A.

Concessionario esclusivo

## MARIO DI MAIO

SEDE: MILANO - VIA PAOLO DA CANNOBIO 10 - TEL. 800.044/899.577

DEPOSITO: VICENZA - VIALE ERETENIO 10 - Tel. 22.839

M M  
• D •

MILANO

M M  
• D •

MILANO



Il Presidente Mayer Gul

*Convenienza?*  
*Serietà?*  
*Garanzia?*  
*una sola è*  
*la risposta:*

**C I M A**

INTERNATIONAL  
CORPORATION

PERLE COLTIVATE  
PIETRE PREZIOSE

**MILANO**

VIA CROCE ROSSA, 2  
TELEF. 65.38.12 - 65.01.91

**VALENZA PO**

VIA L. LOMBARDA, 19  
TELEF. 94.361 - 94.362



La CIMA dispone di un vastissimo assortimento di perle e pietre preziose