

L'ORAFEO

valenzano

ORGANO UFFICIALE DELL'ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
P.ZZA DON MINZONI 1 - 15048 VALENZA
PUBBL. BIM. 2/85 SPED. ABB. POST. GR. IV/70
DIRETTORE RESPONSABILE: STEFANO VERITÀ





**LINEA
UOMO**

DB *Dario Bressan*

FABBRICA GIOIELLERIA - CREAZIONI PROPRIE - EXPORT
15048 Valenza (Italy) - via Trieste, 13 - tel. 0131/94611

ESSERE ANCHE CON UN GIOIELLO



RENATO FERRARIS GIOIELLI

15048 Valenza (AL)
Via Mazzini, 40 - Tel. 0131.953320

Fiere: Valenza (Marzo/Ottobre)
stand n. 243

“FOR YOUR

Show for the trade only: October
GIOIELLO VALENZANO
(Valenza Jewels)



EYES ONLY"

Show for the trade only: March

VALENZA GIOIELLO MODA (Fashion Jewelry Show)

Valenza has the greatest concentration of working goldsmiths in the world. Here, an ancient and expert tradition finds expression in valuable creations which defy the passage of time, in jewelry which creates fashion. Trade visitors from the furthest corners of the world meet here in Valenza. And it is here that you will find a site for trade fairs which has been designed for people like you who come to Valenza to work.

The most welcoming stands, the most stimulating rendez-vous and the most relaxing ones - five minutes seated at a bar drinking a cup of coffee, smoking a cigarette, are equivalent to whole hours in a hectic day. The banking services, the Customs services - everything, in fact - has been designed to enable visitors to work as profitably as possible.

Special care has been taken in the organisation of the Customs service, which is in fact unique in trade fairs in this sector in Italy. This service enables you to develop your business dealings as swiftly and simply as possible.

You will find that Valenza is, in all respects, the perfect centre of gold working in Italy.



VALENZA
PRODUCE

Associazione Orafa Valenzana
Piazza Don Minzoni 1 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 91851 / 953221 - Telex 210106 Exoraf I

“SOLO PER I

GIOIELLO VALENZANO

(Mostra riservata agli operatori: ottobre)



TUOI OCCHI'

VALENZA GIOIELLO MODA

(Mostra riservata agli operatori: marzo)

A Valenza c'è la maggior concentrazione di artigiani orafi di tutto il mondo. Qui una lunga, sapiente tradizione si esprime in creazioni preziose che sfidano il tempo, in gioielli che fanno la moda. Qui convengono gli operatori dei più lontani paesi.

E qui oggi troverai una sede per le manifestazioni fieristiche pensata appositamente per chi come te viene a Valenza per lavorare.

Gli stand più accoglienti, i luoghi di incontro più stimolanti e quelli più rilassanti - cinque minuti seduti al bar bevendo un caffè, fumando una sigaretta, valgono oro nell'arco di una giornata intensissima - i servizi bancari, quelli doganali, tutto insomma è stato progettato perchè gli operatori possano lavorare nel modo più produttivo.

A Valenza, sotto tutti i punti di vista, troverai il centro ideale dell'oreficeria italiana.



VALENZA
PRODUCE

Associazione Orafa Valenzana
Piazza Don Minzoni 1 - I5048 Valenza
Tel. (0131) 91851/953221 - Telex 210106 Exoraf I



R.T. sas di Riccioli - Tabacchetti & C. - via G. Calvi, 7 - 15048 Valenza (Italy)
tel. (0131) 93237/94632 - telex 210660 RT I
Fiere: Vicenza, Monaco, Valenza, Milano, Basilea, New York, Barcellona.

rt
gioielli



R.T. sas di Riccioli - Tabacchetti & C. - via G. Calvi, 7 - 15048 Valenza (Italy)
tel. (0131) 93237/94632 - telex 210660 RT I
Fiere: Vicenza, Monaco, Valenza, Milano, Basilea, New York, Barcellona.

rt
gioielli



**SALVATORE
ARZANI**

gioielleria
15048 Valenza
viale Repubblica
tel. 0131/93141



**SALVATORE
ARZANI**

gioielleria
15048 Valenza
viale Repubblica
tel. 0131/93141

Corti & Minchiotti

CREAZIONE GIOIELLI

15048 Valenza - Via Tortrino, 16 - Tel. (0131) 975307

Valenza (marzo/ottobre): stand 113-128

Vicenza (gennaio/giugno): stand 252

Basilea: 17/ 357-358

Gold Italia

New York: Sheraton Center Floor Boot 293



I classici... con fantasia.



PASERO-ACUTO-PASINO

ORAFI - GIOIELLIERI

15048 Valenza - Via G. Carducci, 17 - Tel. 0131/91108
2076 AL

Fiere: VALENZA Mostra del Gioiello Valenzano - Marzo/Ottobre - Milano/Aprile



GIULIANO MAZZETTO

Fabbrica gioielleria
15048 VALENZA - Viale Manzoni 45
Tel. (0131) 93.391
Mostra Gioiello Valenzano
Bari - Oro Levante

BARIGGI F.lli

15048 VALENZA - VIA TRIESTE 13 - TEL. (0131) 975201





GIORGIO VISCONTI
GIOIELLERIA

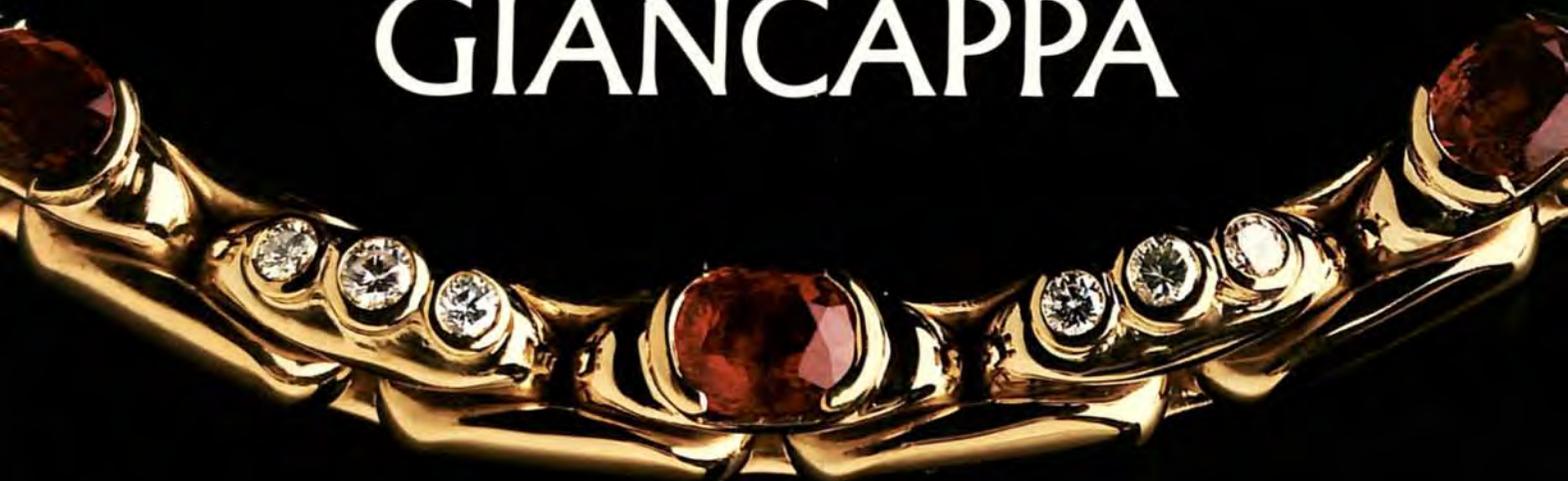
15048 VALENZA - VIALE GALIMBERTI 12A
TEL. (0131) 91161-94598
2149 AL

Mostra Gioiello Valenzano - Stand 216-227





Rougir d'amour GIANCAPPÀ



giancappà

gioielli

Viale Galimberti, 26 • Telef. (0131) 977903 • VALENZA (Italy)
LABORATORIO ANALISI GEMMOLOGICHE (AL 2590)

f.lli moraglione - valenza (al) - via sassi, 45 - tel. 0131/91719-975268





NEW ITALIAN ART

Via Mazzini, 16 - Tel. (0131) 953721
15048 Valenza - Italy - 1813 AL



Milano Piero o. r. l.

15046 SAN SALVATORE MONFERRATO (AL) - Via Ernesto Panza 51 - tel. (0131) 33.370
Sede secondaria: 20123 MILANO - P.za S. Maria Beltrade 1, tel. (02) 8690490-867927

Partecipa alle Fiere di: Valenza, stands 219/220/223/224 — Vicenza, stand 637 — Basilea, Halle 17, stand 370
Gold Italia - New York (JA), stand 128

VERDI G. & C.

15048 Valenza
Largo Costit. Repubblica, 14/15 - Tel. (0131) 94619
1865 AL



NOVARESE & SANNAZZARO SAS

FABBRICA GIOIELLERIA 320AL

15048 Valenza - Italy - Via Dante, 10 - Tel. (0131) 91150

Fiere: Vicenza - Valenza - Basilea





Gianni Bavastro

15048 Valenza - Via Bologna 38 - Tel. (0131) 93.346-977.646





LENTI & VILLASCO
OREFICERIA - GIOIELLERIA - CREAZIONI PROPRIE
15048 Valenza - Via Alfieri, 15 - Tel. (0131) 93584
1164 AL

FIERE - Vicenza: gennaio/giugno stand 627 - settembre stand 312/313 - Milano: aprile stand 861 - Valenza: ottobre stand 134



MAIORANA CARMELO & C. s.n.c.
GIOIELLERIA

Circonvallazione Ovest lotto 14 B/B COINOR
15048 Valenza - 1874 AL

Fiere - gennaio, giugno, settembre: Vicenza, Gold Italia
marzo, ottobre: Mostra del gioiello Valenzano



Aimetti

GIOIELLI

Via Carducci, 3 - Tel. 0131/91123
15048 VALENZA (Italy)
1720 AL

Fiere: Milano - Vicenza - Valenza

Mussio Ceva & C.



Gioielleria - Oreficeria
15048 Valenza (Al) - Via Camurati, 45
Tel. (0131) 93327
994 AL

Vicenza Gennaio-Giugno
Mostra Gioiello Valenzano - Gold Italia - Basilea - Orolevente
Marzo-Ottobre

DD

DAVITE & DELUCCHI

VALENZA

Vicenza (Gennaio/Giugno): stand 662

Valenza (Marzo/Ottobre): stand 553/544

Gold Italia: stand 809

Basilea: stand 20-735







EFFE-VI
di VERITA & FANTINI





FINE JEWELRY MANUFACTURERS

15048 VALENZA (Italy) - Via Trieste
Phone (0131) 94012/91286
Telex 215419 EFFEVI I

NEW YORK OFFICE: 527 Madison Avenue
Suite 810 - NEW YORK, N.Y. 10022
Phone (212) 688-9056/7

Linea "MENESTRELLO"



FIERE:

Vicenza - stand 129-130
New York - JA Trade Fair - stand 130-131
Milano, Macef - stand A15-17
Milano, Gold Italia
Basilea - stand 17/254-456
Valenza - Gioiello Moda - stand 442-449
Valenza - Mostra Gioiello Valenzano - stand 442-449
Los Angeles - Pacific Show - It. Trade Commissioners
Dallas - Jewelry Show
New Orleans - Jewelry Show

Mettete
a profitto
la qualità.



De Beers
Il nome dei diamanti.



1985: è il momento di raccogliere i frutti della Qualità. La Qualità che è stata oggetto delle campagne pubblicitarie De Beers e che oggi i vostri clienti vi chiedono. La Qualità professionale che sapete offrire da sempre.



E la Qualità "di vendita" che deriva da una serie completa di iniziative promozionali per la gioielleria con diamanti: materiale di supporto per il punto vendita e per la pubblicità locale, materiale da inviare ai vostri clienti e corsi differenziati di formazione professionale. Il tutto al servizio della vostra competenza e capacità.



Poiché il tempo è denaro, sprecarlo non conviene: compilate il tagliando qui sotto e spedite-lo al piú presto. Prima vi metterete in contatto col Centro Promozione del Diamante, prima potrete mettere a profitto la Qualità.



Le quattro caratteristiche che determinano la qualità e il valore di un diamante: peso, purezza, colore e taglio.

Sono interessato a entrare in contatto col Centro Promozione del Diamante per promuovere la gioielleria con diamanti.

Ragione sociale della gioielleria

OV

Indirizzo

Città

C.A.P.

Tel.

Un diamante è per sempre.

Compilare e spedire al Centro Promozione del Diamante
Via Durini, 28 - 20122 MILANO.



Foto Poggi per O.V.

Gioielli prodotti e distribuiti da

viale della Repubblica 5 - 15048 VALENZA (Italy) - tel. 0131/94621-1354 AL

Leva gioielli

Panelli Mario & C.



FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA - EXPORT - 1761 AL

15048 VALENZA (ITALY) - VIA FAITERIA 10 - P.O. BOX 166
TELEX 214506 PANELL I - TEL. (0131) 94591 - 92113



gioielli di Raia & Maddaloni snc
via Banda Lenti, 1 tel. 0131/951809 15048 Valenza (AL)

Vicenza: gennaio/giugno/settembre - stand 1172
Firenze Gift Mart: febbraio - stand 45
Milano Gold Italia: marzo/aprile
Valenza: marzo/ottobre - stand 145



FIERE:
VALENZA - MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
marzo/ottobre

LESSIO per O.V.

MILANO - aprile - stand 711 - 713

BASILEA - aprile

VICENZA - gennaio/giugno - stand 334



15048 VALENZA - VIA C. ZUFFI, 10 - TEL. 0131/94690-951201



DEAMBROGIO F.LLI

Oreficeria - Gioielleria
15048 VALENZA Viale della Repubblica, 5H
Tel. (0131) 93.382 1043 AL

Vicenza: Gennaio-Giugno - Stand 423
Milano: Gold Italia Aprile - Pad. 27, Sal. 4, Stands 837-839
Basilea: Aprile - Pad. 13, Stand 313
Vicenza Gemmologia: Settembre - Stands 317-318
Mostra del Gioiello Valenzano: Marzo-Ottobre - Stands 430-437



B.B.G.
Laboratorio Orafo
Beltrami, Bernadotti, Guarona



15046 San Salvatore Monferrato
Via del Pratone 10
Tel. (0131) 371.012
2155 AL





effe *pi*

Regalli & Cassini

Fabbrica oreficeria - Export
15048 VALENZA (Italy)
Via Mantova, 2 - Tel. (0131) 93433
1084 AL





 enrico terzano

Oreficeria e gioielleria
15048 Valenza - Viale Vicenza, 4/8
Tel. (0131) 94884
Fiera di Valenza
Marzo/Ottobre - stand 412



NOVARESE & SANNAZZARO SAS

FABBRICA GIOIELLERIA 320AL

15048 Valenza - Italy - Via Dante, 10 - Tel. (0131) 91150

Fiere: Vicenza - Valenza - Basilea



Taverna & C.

FABBRICA OREFICERIA GIOIELLERIA Viale Repubblica, 3-15048 VALENZA-AL-TEL.0131 - 94340



GARAVELLI ALDO & C.

VALENZA



Renzo
CARBONI
presenta

esbo campese - pubblicità - foto - piccoli & piccoli




CARBONI

Fiera di Valenza, marzo e ottobre, stand 109-116

via rosselli 6-8 / 15048 valenza (al) / tel. 0131-91842



DEAMBROGIO F.LLI

Oreficeria - Gioielleria
15048 VALENZA Viale della Repubblica, 5H
Tel. (0131) 93.382 1043 AL

Vicenza: Gennaio-Giugno - Stand 423
Milano: Gold Italia Aprile - Pad. 27, Sal. 4, Stands 837-839
Basilea: Aprile - Pad. 13, Stand 313
Vicenza Gemmologia: Settembre - Stands 317-318
Mostra del Gioiello Valenzano: Marzo-Ottobre - Stands 430-437





GHISLIERI F.LLI

FABBRICA OREFICERIA, GIOIELLERIA

15045 SALE (AL) - VIA MAMELI, 5 - TEL. (0131) 84.292
1293 AL

VITTORIO LAZZARIN

Gioielli

Via Mameli 65 - Casale Monferrato (AL)

Tel. (0142) 74993

Via P. da Cannobio 9 - Milano

Tel. (02) 875004

AL 2184

Fiere:

Vicenza - stand 1162

Valenza - stand 575

Milano Gold Italia - stand 228





GIANFRANCO CANU & C.

gioielli export

15048 VALENZA - Viale Manzoni 54 - Tel. (0131) 953698 P.O. Box 151 - Telex 214254 CGEFFE I
2701 AL

NEW YORK - BRAVURA Cr. Ltd. - 366 Fifth Avenue - N.Y. 10001 - Tel. (212) 594-3412

FIERE:

MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO

VICENZA - Gennaio/Giugno

BASILEA - Aprile Pad. 17/362

NEW YORK - Febbraio/Luglio



GIOIELLI TERZANO F.LLI

di Ninetto
Corso Garibaldi, 123 - Valenza
telefono (0131) 92174



BARIGGI
linea safari



15048 VALENZA - VIA TRIESTE 13 - TEL. (0131) 975201

it's safari time

BY BARIGGI



BARIGGI
linea safari



it's safari time

BY BARIGGI



**It's always
safari time**

15048 Valenza
Corso Garibaldi 139
Tel. (0131) 952.190
2572 AL

Fiere: Vicenza stand 1182
Milano Gold Italia
Basilea: 13/13661
New York: Sheraton Center booth 286
Valenza: Mostra Gioiello Valenzano, stand 336



Diego Benetti designer



ÖRO TREND

di FERRARIS & C. s.n.c.
15048 VALENZA (ITALY)
Vicolo Varese, 8/B
Telefoni:
Valenza (0131) 952579
Arezzo (0575) 29295

FIERE:
Vicenza: Gennaio/Giugno
Firenze: GIFT MART Febbraio/Settembre
Valenza: Marzo/Ottobre Stand 206A - 215A
Milano: GOLD ITALIA Marzo
Basilea: Aprile

ORAFI NORD ITALIA



di PALAZZOLO Marcello & Ferruccio S.D.F.
Produzione: gioielleria minuta
Sede: 31015 CONEGLIANO (TV) - Via Manin 116/1 - Tel. (0438) 62885-62298-24360
Filiale: 15048 VALENZA - Via Cunietti 10/B - Tel. (0131) 954478

FIERE: MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO Marzo/Ottobre - CAMPIONARIA DI MILANO Aprile
MACEF Febbraio/Settembre - VICENZA Gennaio/Giugno/Settembre
BARI Orolivante - TOUR GIOIELLO INN Taormina/Roma/Rimini/Sanremo



SORO s.n.c.

OREFICERIA GIOIELLERIA - EXPORT

Via M. Nebbia, 55 - 15048 Valenza
Tel. (0131) 92777 - 93222
1838 AL



Fileri

GIOIELLI
ROMA - VALENZA

ROMA - VIA DELL'ARTE, 85 - Tel. (06) 5917411/5914986
VALENZA - VIA CIRCONVALLAZIONE OVEST, 18 - Tel. (0131) 955114





PLATINO, IL RITORNO DI UN MITO.

15048 Valenza - Viale Manzoni 17 - Tel. (0131) 92315
20122 Milano - Galleria Unione 4 - Tel. (02) 865.290
90144 Palermo - Via Botticelli 7 - Tel. (091) 298855





MARIO RUGGIERO

perle coltivate - coralli - cammei

15048 Valenza Italy - Via Canonico Zuffi, 10 - Tel. (0131) 94.769 / 977.388 - Cable RUMA Valenza
Fiere: Valenza stand 546 / 551 - Vicenza stand 202 / 203



BOSCO GIOVANNI

VIA MANTOVA, 1 - TELEF. 0131-93570 - 15048 VALENZA
FIERE: MILANO - BASILEA - VALENZA - VICENZA

Leo Pizzo



VALENZA - CIRCONVALLAZIONE OVEST, 78 - TEL. (0131) 977282

Leo Pizzo



FIERA MILANO - VICENZA - VALENZA - BASILEA



COBRILL

International

38 via S. Salvatore - Valenza - tel. 94.549-92041



MARIO TORTI & C.

OREFICERIE

15048 Valenza - Circonvallazione Ovest 22

tel. (0131) 91302/93241

20121 Milano - Piazza Diaz 7

tel. (02) 800354

1055 AL



OREFICERIA
GIOIELLERIA

Ricci Gian Pietro & C. s.n.c.

15048 VALENZA - Via Cremona 29/A - Tel. 0131/94368
1545 AL





Valenza AL Italia Via Piacenza,14 Tel. (0131) 953671 (5 linee)

*Gei
gisielli*

di **GIANSANTE - BUTERA & C.**
15048 Valenza - Via M. Nebbia, 43
Tel. (0131) 91.135
2352 AL

Valenza - Marzo/Ottobre
Milano - (Gold Italia) Marzo
Firenze - Gift Mart
Vicenza - Gennaio/Giugno/Sett.
Monaco - Inhorgenta
Basilea - Aprile



Bucolo srl
Via Vercelli, 33
15048 VALENZA (AL)
Tel. 0131/955317
stand n. 257





IL MIO CUORE PER...

BBP
ORAFI GIOIELLIERI
di G. BAIARDI & C. S.p.A.

15048 VALENZA (Italy) - Via Ariosto, 16 - Tel. 0131-94500



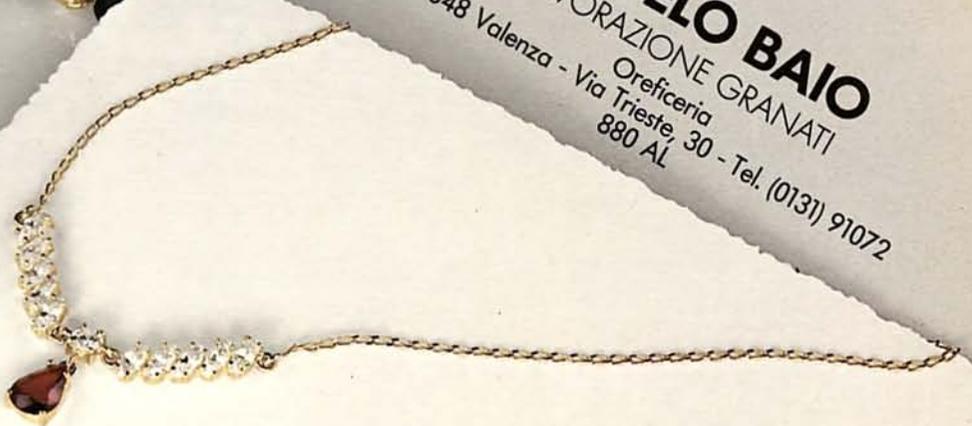




GR

GABRIELLA RIVALTA
81, Salita Sant'Anna 15033 Casale Monferrato Alessandria
0142.70281
Fiera di Milano' 83, stand 683

ANGELO BAILO
LAVORAZIONE GRANATI
Oreficeria
15048 Valenza - Via Trieste, 30 - Tel. (0131) 91072
880 AL



MACAONE

gioielli snc

15048 Valenza Largo N. Machiavelli, 2 - Tel. (0131) 951.952 - P.O. Box 156 - 2670 AL

FOTO PRIVITERA per O.V.



Mostra Gioiello Valenzano - marzo-ottobre stand 323



St. Photochrom - Valenza



ITALGOLD

SALE OFFICE - MILANO - PIAZZA VELASCA, 5 - Tel. 02/804585

HEAD OFFICE - VALENZA PO - VIA C. ZUFFI, 7 - Tel. 0131/94797

FACTORY - VALENZA PO - VICOLO VARESE, 2 - Tel. 0131/91145

abr



ABR via Lega Lombarda, 14-Tel. 0131/92082

LUIGI TORRA

Oreficeria - Gioielleria
Via Salmazza, 7/9 - 15048 VALENZA
Tel. (0131) 94.759 - 2071 AL



Mostra Gioiello Valenzano
stand 456/459

preziosi **R**ICCI GABRIELE & C. s.n.c.

15048 VALENZA
Via Martiri di Cefalonia, 30
Tel. (0131) 91101



RCM
GIOIELLI

di Ricci Corbellini Manfrinati
Via Camurati 45
15048 VALENZA (I)
Tel. 0131 / 97.53.92
Tlx 214317 RCMVAL I

Pendente:
cuore brillante kt 10.58
tepers kt 26.07

Orecchini:
cuore brillante kt 4.05
tepers kt 16.16



Fiere, alle quali partecipiamo:
 Vicenza - Gennaio (mostra internazionale)
 Monaco - Febbraio (inhorgenta)
 Valenza - Marzo (gioiello moda)
 Milano - Marzo (gold italia)
 Milano - Aprile (campionaria)
 Basilea - Aprile (fiera europea)
 Vicenza - Giugno (mostra internazionale)
 Vicenza - Settembre (gemmaologica)
 Valenza - Ottobre (mostra gioiello valenzano)



FOS s.r.l.
 Semilavorati per Orafi
 Catene a macchina
 Piazza Gramsci, 13 - 14
 I - 15048 Valenza Po
 ☎ 0131/91001 r.a.
 c.p. 131
 cable: FOSVALENZA
 telex: 212378 FOSVAL - I
 Marchio di Stato: 283 AL



VALENZA
PRODUCE

MADE IN VALENZA
MADE IN VALENZA
MADE IN VALENZA



**MOSTRA DEL GIOIELLO
VALENZANO
5-9 OTTOBRE 1985**



ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza
Tel. 0131.91851/953221



VALENZA
PRODOTTE

MADE IN VALENZA
MADE IN VALENZA
MADE IN VALENZA

L'ORAFO

Valenzano

Organo Ufficiale dell'Associazione Orafa Valenzana
 Pubblicazione bimestrale Nr. 2/85
 aprile/maggio



Direttore responsabile: Stefano Verità
Direttore editoriale: Rosanna Comi
Commissione stampa: Paolo Staurino
 (Presidente)
 U. Bajardi
 G. Prandi
 G. Ponzone
 A. Raccone
 P. Vaglio-Laurin

Autorizzazione del Trib. di Alessandria
 nr. 134

**Direzione, Redazione, Pubblicità,
 Amministrazione:**
 Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza -
 Tel. 0131/91.851

Abbonamenti:

Italia: L. 45.000
 Europa: L. 60.000 (via terra)
 L. 90.000 (via aerea)
 Altri Paesi: L. 120.000 (via aerea)
 Copie singole: L. 5.000 (le copie sono
 vendute solo nelle edicole di Valenza).

Distribuzione in Italia: in omaggio
 a dettaglianti e grossisti, a rotazione.
 Di questo numero sono state stampate
 14.000 copie.

Spedizione in abbonamento postale
 gruppo IV Pubblicità inferiore al 70%

Grafica: Visual due
 Vittorio Prina, Massimo Castiglioni
 Fotocomposizioni: Linotipia Colombo -
 Milano

Impianti litografici: Plus Color Milano
 Stampa: Grafica Comense

Associato
 all'Unione Stampa Periodica Italiana.



In copertina:
 Strutture e sovrastrutture in una compo-
 sizione di perfetta simmetria.
 Oro e diamanti conducono al disegno
 centrale che racchiude uno smeraldo
 quale unica nota di colore.
 Foto: Aldo Poggi.

VALENZA NEL MONDO - Stefano Verità	Pag. 87
GIOIELLO-MODA ANNO SECONDO	» 88
INVESTIRE NEL FUTURO - R. Castellaro	» 92
LA SVOLTA FISCALE	» 94
L'ULTIMO ADDIO	» 95
UN UOMO DA RICORDARE	» 97
VICENZA ORO - Luciano Arati	» 98
RETROSPETTIVA	» 99
DOLLAR UP, GOLD DOWN - Luciano Arati	» 100
UN MACEF IN SORDINA	» 101
DIVORZIO IN PASSERELLA	» 102
IL TEMPO ATTRAVERSATO - Dieter Von Loe	» 106
GEMS & GLAMOUR	» 110
OK SPILLA	» 122
BUTTERFLY '85	» 126
LA PITTURA TIBETANA - Franco Ricca	» 130
DAI MERCATI FINANZIARI	» 138





**MOSTRA DEL GIOIELLO VALENZANO
5-9 OTTOBRE 1985**

ASSOCIAZIONE ORAFA VALENZANA
Piazza Don Minzoni, 1 - 15048 Valenza
Tel. 0131.91851/953221

VALENZA NEL MONDO

La Notizia

fatti & commenti dal mondo orafa

Caratterizzazione del prodotto: se ne parla da tempo nei campi più svariati, che hanno saputo tutelarsi da deviazioni produttive e commerciali tendenti a svilire un'immagine pazientemente costruita attraverso anni di duro lavoro, con i famosi certificati D.O.C. (denominazione di origine controllata).

Per i gioielli non si è fatto nulla, o perlomeno troppo poco, a riprova di una certa presunzione di valutazione non tanto nelle proprie capacità, sicuramente buone, ma nell'andamento e nell'evoluzione del mercato.

Un errore che è costato e può ancora determinare gravi danni se non si corre al riparo tutti insieme, con volontà e determinazione.

"Valenza Produce" è nata da questa ansia di riscatto, da una felice intuizione tesa a non lasciare più nulla al caso, come i tempi e l'evoluzione del gusto richiedono.

Prima di addentrarci nel discorso, vediamo cosa è stato fatto in direzione di questa iniziativa per comprenderne appieno gli scopi.

L'intento di sollecitare la creatività dell'artigianato orafa a presentare nuove modellazioni e nuove linee era già stato sperimentato con il concorso del "Gioiello Inedito" e, per accrescerne l'efficacia, si è deciso di affiancar-

gli la "Sezione speciale", composta da oggetti preziosi ispirati ad un tema di anno in anno prescelto (nel 1984 si è puntato sulla spilla).

Gli oggetti selezionati, una vera e propria collezione, sono diventati e lo saranno maggiormente in futuro, il primo veicolo promozionale della nostra produzione.

Esposti per la prima volta collettivamente nella hall della Mostra di ottobre, hanno suscitato un interesse crescente, lasciandoci intendere che quella prescelta era la via da seguire. Di qui il proseguo dell'iniziativa anche nella recente "Valenza - Gioiello Moda", dopo che il mar-

chio di "Valenza Produce" era stato regolarmente registrato.

Con simboli e colori sempre identici, atti a richiamare ricordi e sensazioni sia nel dettagliante sia nel fruitore finale del prodotto, la collezione conoscerà nei prossimi mesi i suoi momenti più intensi quando verrà presentata in rapida successione sui maggiori mercati del mondo attraverso la partecipazione alle più quotate rassegne del settore.

Vediamo il programma di quest'anno. Dopo "Gold Italia", eccola presente in aprile alla prestigiosa esposizione di Basilea per poi spiccare il volo, a settembre, con destinazione Tokio.

Ottobre sarà un mese particolarmente proficuo per "Valenza Produce" che calamiterà i visitatori non soltanto dell'8ª Mostra del Gioiello Valenzano ma pure di quella Parigina. E resta da definire la partecipazione all'esposizione di New York.

L'iniziativa si appresta dunque a decollare per contribuire a diffondere, ad affermare e quindi a salvaguardare, l'immagine del prodotto valenzano. Gli oggetti di questa invidiabile collezione non saranno mai presenti ad

alcuna asta televisiva o ad altre manifestazioni similari, di dubbia estrazione, contribuendo alla rinascita di quel rapporto di assoluta fiducia che un tempo legava il venditore al compratore.

E quanto questo problema sia sentito, è stato ampiamente suffragato dal plebiscito di firme raccolte tra i dettaglianti in occasione di "Valenza - Gioiello Moda" per la soppressione o la regolarizzazione delle aste TV.

Con "Valenza Produce" la città indossa una nuova veste, abbandona ogni indugio, torna a guidare in veste di protagonista la schiera dei produttori orafi di qualità.

Su questa base, mi sento di proporla all'attenzione di tutti, produttori, dettaglianti o consumatori. I risultati non mancheranno!

Stefano Verità
Presidente dell'Associazione
Orafa Valenzana

GIOIELLO-MODA ANNO SECONDO

La Notizia

fatti & commenti
dal mondo orafa

“Valenza - Gioiello Moda” ha aperto sabato 2 marzo i suoi battenti invitando i visitatori a scoprire i suoi mille segreti, il caleidoscopio di colori racchiusi nelle trecentosettantadue vetrine che esaltano il manufatto valenzano.

Per una volta, dopo le decisive innovazioni realizzate nel settembre 1984, la sua struttura non presenta novità di rilievo: solo la reception è stata separata dall'uscita per assicurare un più ordinato afflusso e i servizi hanno subito sapienti ritocchi, sia in ordine alla capienza sia alla funzionalità.

I lavori di preparazione si sono comunque protratti sino all'ultimo, com'è ormai tradizione in ogni fiera, perché l'ansia di perfezione è sempre presente nell'equipe dell'Associazione Orafi Valenzana e in coloro che danno esecuzione alle sue direttive e va a tutto beneficio degli espositori.

Ne risulta un insieme unico, ammirevole, che non teme il confronto con le più quotate e prestigiose rassegne mondiali.

Bastano i dati complessivi per concordare su questo giudizio: ai 252 stands degli espositori si aggiungono traenti, Export Orafi M.P.O., Istituto Gemmologico Italiano, Federazione Pietre Preziose, Associazione Disegna-

tori Orafi e Scuole (Istituto Statale d'Arte “Benvenuto Cellini” e Centro di Formazione Professionale della Regione Piemonte) dieci riviste specializzate, quattro banche, una delle quali in grado di espletare qualsiasi operazione, la dogana, una casa di spedizione, una agenzia di informazioni commerciali, interpreti per tutte le lingue europee, un ufficio viaggi e prenotazioni, l'ufficio stampa, un fotografo, oltre a tutti quei servizi in grado di assicurare il massimo comfort al visitatore: bar e tavola calda,

telefoni, guardaroba e pronto soccorso.

All'esterno, ai taxi si uniscono i bus da e per Milano e l'elicottero che assicura la massima celerità (il servizio è della “Heliflights”).

Nulla insomma è stato trascurato per consentire ai visitatori un'adeguata accoglienza in un ambiente confortevole, reso unico dalla presenza di tanti orafi con i frutti migliori della loro creatività.

Non per nulla Valenza rappresenta la maggior concentrazione di artigiani gioiellieri del mondo: milleduecento aziende sia pure di piccole dimensioni, sono parecchie e assicurano lavoro ad oltre cinquemila persone.

Qui gli operatori del settore, ai quali la mostra è riservata in esclusiva, possono ammirare in anteprima un prodotto che alla tradizione va sempre più sostituendo il gusto del nuovo, del diverso e stilisticamente ancora più apprezzabile.

Scorci sugli affollati corridoi della seconda Mostra Gioiello-Moda. Le vetrine di “Valenza Produce” hanno polarizzato l'attenzione di tutti i visitatori.



(segue a pag. 90)



**Alla Mostra Gioiello-
Moda oltre 250 stand
offrivano al visitatore un
vastissimo e qualificato
panorama della produzione
orafa valenzana.**

Un soffio di mondanità è stato portato da Andrea Giordana, che ha visitato la Mostra in compagnia della deliziosa Benedetta Buccellato, nota attrice di prosa che a Valenza si è già esibita in numerosi spettacoli al Teatro Sociale.

In particolare evidenza le creazioni che trovano il massimo grado di esaltazione nelle ventisei vetrine di "Valenza Produce" che fanno bella mostra di sé nella hall della Mostra.

Su questa iniziativa unica e qualificante che, partita in sordina in occasione della 7ª Mostra del Gioiello Valenzano nell'ottobre scorso, ha trovato un'immediata entusiastica accoglienza e grande interesse tra i dettaglianti, rimandiamo i lettori all'editoriale.

L'altra iniziativa che chiama in causa i dettaglianti è la firma di una petizione di suffragio all'esposto inviato dal-

l'Associazione Orafa Valenzana ai Competenti Ministeri, inteso a far cessare o perlomeno a regolarizzare le aste televisive di gioielli, sulla cui serietà e legalità da tempo si esprimono parecchi dubbi.

Anche qui l'adesione è plebiscitaria, a riprova di quanto l'argomento sia sentito dall'intera categoria.

Ma torniamo ai visitatori che fanno parlare di sé per la loro notorietà: accanto ai giornalisti italiani troviamo gli americani Mrs. Nancy Stanley e Mr. John Van Beekum del quotidiano "The Huston Chronical" che s'intrattengono a lungo tra gli stands; sempre parlando di ospiti stranieri, resta significativo l'arrivo di Melvin Strump, direttore della sezione gioielli del Fashion Institute of Technology di New York, uno dei più importanti del mondo che, unitamente a Susan Perry, stilista di gioielli della "Van Cleef Arpels", sempre di New York, visita pure l'Istituto Statale d'Arte Benvenuto Cellini e il Centro di Formazione Professionale della Regione Piemonte gettando le basi per scambi culturali e di persone che non potranno non tornare estremamente utili.

Altri sviluppi particolarmente importanti potrebbe avere la proposta degli esponenti



(segue a pag. 92)



L'arrivo di Andrea Giordana e di altre star della TV hanno portato a Valenza un tocco di mondanità anche se in realtà la visita del noto presentatore faceva parte di un piano di lavoro. L'A.O.V. ha infatti programmato con Andrea Giordana un piano promozionale – già in svolgimento – che prevede l'inserimento di gioielli valenzani nella fortunata trasmissione televisiva "Viva le donne".

Giorgio Visconti allaccia al polso di Andrea Giordana un bracciale d'oro che con un portachiavi pure in oro, è stato il dono di benvenuto dell'A.O.V.

Nella foto in alto: Beatrice Cori è introdotta da Stefano Verità, alle bellezze valenzane.

Naturale occasione di incontri, la Mostra ha fatto convergere a Valenza numerose personalità e operatori del settore. Nelle foto: il sindaco di Alessandria e il Dr. Rossa, presidente della Provincia di Alessandria.

RELAZIONE DEL
PRESIDENTEINVESTIRE
NEL FUTURO

della "Ma.Co. Promotion", la Compagnia che cura gli interessi dello stilista e sarto Capucci, intenzionati ad un ritorno in grande stile del "maestro" della moda nei più grandi centri mondiali magari in accoppiata con i gioielli valenzani. Le manifestazioni sarebbero ampiamente pubblicizzate grazie ai massicci interventi delle televisioni americane, giapponesi, francesi ed italiane.

La biondissima Beatrice Corri, affascinante presentatrice della Rai-Tv, chiude questa carrellata di presenze che naturalmente comprende tante autorità provinciali e locali, una "costante" sempre gradita.

D'obbligo una segnalazione riguardante la presenza di tre associazioni tra le più importanti d'Italia: Associazione Orafa Lombarda, Federazione Nazionale Argentieri, Federazione Nazionale Coralli e Cammei, che in un'apposita sezione hanno presentato una selezione della loro produzione, aprendo la strada ad altre significative collaborazioni.

Per il resto, la seconda edizione di Valenza - Gioiello Moda è vita di ogni giorno, associativa, di promozione e sviluppo, che l'Associazione Orafa Valenzana sapientemente guida.

L'ultimo atto del Consiglio di Amministrazione dell'Associazione Orafa Valenzana, che ha concluso il suo mandato biennale e verrà rinnovato in questi giorni, si è compiuto venerdì 8 marzo con l'assemblea annuale dei soci, svoltasi nella hall del prefabbricato della Mostra del Gioiello.

Assai vasta la tematica affrontata, dalle realizzazioni passate ai programmi futuri, incentrati su una maggiore imprenditorialità e professionalità, unite ad un crescente spirito associativo che rendono le aziende valenzane al passo dei tempi.

In apertura di seduta è stato nominato Presidente dell'Assemblea Elio Provera che dopo 50 anni di attività orafa ha indirizzato una accorata lettera al Presidente dell'A.O.V. Stefano Verità, in cui annuncia il suo ritiro. È seguita la nomina di un congruo numero di soci onorari, i cui nomi verranno resi noti nel corso dei festeggiamenti programmati in occasione del quarantennale di fondazione dell'Associazione e che si terranno con tutta probabilità in giugno.

In qualità di probiviri sono poi stati eletti Elio Provera, Dante Porta, Luigino Visconti (effettivi), Mario Tricceri e Luigi Baggio (supplenti).

A questo punto, Stefano Ve-

rità ha iniziato il suo circostanziato intervento, evidenziando il lavoro svolto e tracciando la falsariga di quelli che dovranno essere i traguardi futuri.

Tra le realizzazioni, da annotare la revisione dello statuto, condotta a termine dalla Commissione Studi e Programmazione presieduta dal rag. Carlo Buttini; la sistemazione della sede A.O.V., grazie ai nuovi rapporti instauratisi con l'Export Orafi M.P.O. con la quale sono allo studio iniziative comuni; l'abbattimento dell'I.V.A. dal 38% al 18%, grazie alla consulenza di Gianfranco Pittatore e all'opera appassionata del consigliere Paolo Vaglio Laurin, in stretta collaborazione con la Confedoraf; la costituzione di una Associazione Disegnatori e Stilisti.

Ci sono poi le battaglie in corso, come quella contro le aste televisive e la ricerca di un nuovo accordo con le

compagnie di assicurazione, un problema che la Commissione Viaggiatori presieduta da Grancarlo Canepari ha esaminato a lungo.

"E come non ricordare - ha proseguito Verità - l'impegno di Mario Cominetti per la riuscita delle mostre sociali; di Paolo Staurino, presidente della Commissione Stampa; di Gianpiero Arata, solerte segretario dell'Associazione, del vice presidente Adelio Ricci; del direttore Mario Diarena e degli impiegati tutti. Non posso inoltre dimenticare l'ottimo lavoro svolto dalla Commissione Finanziaria diretta dal rag. Giuseppe Verdi; dal Collegio Sindacale presieduto dal comm. Giulio Doria; dalla Commissione di Disciplina di cui è presidente Gianpiero Ferraris".

Con un accenno alle attività culturali e di supporto informativo e tecnico (convegno nazionale sulla sicurezza; conferenze sul factoring, sulla legge dei marchi, sul decreto Visentini; presentazione dei quaderni tendenze moda in collaborazione con l'International Gold Corporation), il Presidente dell'Associazione Orafa ha concluso l'esame del passato per poi tuffarsi nel futuro.

E qui la disamina dell'attuale situazione delle aziende è stata tanto pietosa quanto accurata: in base a sondaggi attendibili, il nucleo principale che compone l'attività valenzana risulta basato su produzioni in fase di maturità o declino.

Come risollevarsi da quella che appare come una vera e propria crisi d'identità, accentuata dalle diverse componenti che influenzano il mercato nazionale che resta uno dei più importanti a livello mondiale come dimostrano le cinquanta tonnellate di oro trasformato nel 1984?

“È indispensabile – ha sottolineato Verità – un cambiamento di indirizzo con l'individuazione di nuove strategie di penetrazione commerciale e con adeguati investimenti promozionali. Bisognerà esaminare a fondo la convenienza nella partecipazione alle diverse fiere e mostre che da tempo hanno cessato di essere occasioni commerciali, anche perché il ruolo del rappresentante, basato sull'assistenza e su visite periodiche alla clientela, è per ora insostituibile. Certo l'introduzione della vendita su ordinazione, come avviene in tanti altri settori, con campionari selettivi e qualificati, permetterebbe e favorirebbe quel diverso rapporto che è necessario ricreare tra produzione e commercio”.

Sui mercati esteri, Verità ha reso noto che le strategie di promozione e penetrazione attuate dall'I.C.E. hanno dato significativi risultati, permettendo alle nostre esportazioni di superare, nel 1984, i 3.000 miliardi, con un aumento percentuale del 32% rispetto al 1983 e con una punta del 66% in più sul solo mercato statunitense.

Anche per la provincia di Alessandria, l'andamento è positivo: l'aumento dell'export verso gli Stati Uniti ha toccato l'80%, mentre pure Giappone, Repubblica Federale Tedesca e Arabia Saudita registrano percentuali in aumento rispettivamente del 40,30 e 20 per cento. Gli aumenti sono però dovuti in massima parte alla lievitazione del dollaro e all'invio all'estero di oggetti ad elevata percentuale di materia prima.

Indispensabile dunque seguire l'esempio di alcune imprese che hanno modificato profondamente le linee del prodotto, con variazioni nella gamma e spostamenti qualitativi, allargando il proprio campo d'azione con la personalizzazione dell'oggetto reso più adatto alle esigenze del mercato, mercato che trova il consumatore su posizio-

ni assai diverse da quelle del passato, quando il gioiello era inteso soprattutto come un bene rifugio o d'investimento.

Oggi il gioiello è un bene voluttuario, pertanto il monile classico realizzato a Valenza, con dovizia di brillanti e pietre di colore, è sempre meno attuale.

“Pertanto nell'immediato futuro assumerà crescente importanza la programmazione e la stessa Associazione Orafa dovrà mettere a bilancio una graduale trasformazione che la veda sempre più erogatrice di servizi, correlati dalla massima efficienza. In questo contesto, ecco la progettata realizzazione di un centro studi finalizzato a sviluppare analisi, proiezioni, ricerche di mercato, indicazioni di tendenze stilistiche”.

Questa, in conclusione, la ricetta del Presidente dell'Associazione orafa: “Occorre migliorare l'immagine di Valenza agli occhi degli operatori, e a questo proposito ci faremo presto carico del problema alberghiero, per cercare di risolverlo almeno parzialmente, favorendo nel contempo il rilancio dell'iniziativa privata e le aggregazioni spontanee, per favorire la competitività delle aziende.

“L'immagine del prodotto valenzano agli occhi del consumatore va creata ex novo e

la campagna promozionale avviata su “Valenza Produce” è il primo tentativo serio in tale direzione. Certo non sarà sufficiente se non verrà accompagnata da una regolamentazione del settore, da una nuova morale in fatto di operazioni commerciali.

“L'Associazione Orafa intende essere nave ammiraglia di un convoglio che naviga verso le nuove frontiere di una professione che sin dal suo nascere ha sempre racchiuso un fascino enorme: chi non vuole rimanere indietro deve rafforzare i legami con la stessa, raddoppiare l'impegno animato da uno spirito associativo e di conquista, che sappia far rivivere l'incredibile espansione degli anni '60”.

Rodolfo Castellaro



Di Omodeo & Ferraris la spilla a forma di foglia con brillanti. Presentata alla sezione spille del concorso Gioiello Inedito, ottobre 1984.

LA SVOLTA FISCALE

L'AOV ha organizzato un incontro-dibattito per illustrare l'applicazione della nuova normativa fiscale. Tra i relatori, professionisti particolarmente esperti in materia fiscale relativa al settore orafa.

Quando leggerete queste note il vostro destino sarà ormai segnato!

In senso fiscale naturalmente. È scaduto il 31 marzo, infatti, il termine ultimo per scegliere il modo di pagare le imposte nel triennio 1985/87.

Di tale durata è il famoso Decreto Visentini (D.P.R. n. 853 del 19/12/84) faticosamente convertito in legge entro il 17 febbraio 1985, data di decadenza.

Mai provvedimento governativo è assurdo a simile notorietà suscitando un vespaio di polemiche che hanno visto gli uni contro gli altri i lavoratori dipendenti e i cosiddetti "autonomi".

Anche a livello parlamentare il Governo ha dovuto combattere una dura battaglia per approvare la legge, ricorrendo ripetutamente al voto di fiducia.

È indubbio che il Decreto contiene elementi del tutto nuovi per la nostra normativa fiscale, se non esplosivi, specie per quanto riguarda i famigerati accertamenti induttivi, considerati alla stregua di una vera e propria miniera vagante. Fortunatamente gli emendamenti decisi pri-

ma della trasformazione in legge hanno mitigato quelli che minacciavano di diventare effetti dirompenti.

Sull'argomento comunque era importante saperne il più possibile e l'Associazione Orafa Valenzana si è preoccupata di organizzare un incontro-dibattito condotto dai componenti lo Studio Economico Aziendale DO-RAS: Carlo Frascarolo, Franco Frascarolo, Guido Ghidini, Diego Mattacheo (recentemente scomparso), Vittoria Orecchia, Granfranco Pittatore, Giuseppe Sogliano, Rodolfo Vignolo, Mario Vignolo.

La manifestazione in un primo tempo programmata presso il Centro Comunale di Cultura, è stata in seguito spostata al Teatro Sociale in previsione di una forte affluenza di pubblico che, in effetti, è stata superiore ad ogni stima. Erano più di quattrocento gli orafi che affollavano platea e palchi del Teatro, seguendo con estrema attenzione le parole degli oratori.

Dopo un breve preambolo del Presidente dell'A.O.V. Stefano Verità, ha iniziato gli interventi il dr. Franco Frascarolo che ha parlato del Decreto Visentini nei suoi aspetti generali, lasciando a Rodolfo Vignolo e a Vittoria Orecchia l'esame dei particolari.

Il primo ha trattato della normativa I.V.A. spiegando nel dettaglio le nuove direttive da seguire; la seconda ha illustrato le imposte dirette (IRPEF e ILOR), con i nuovi coefficienti da applicare nel caso si scelga la forfettizzazione; ha evidenziato inoltre i termini di convenienza della contabilità ordinaria.

In ultimo Gianfranco Pittatore ha disquisito sulle società chiarendo le problematiche derivanti dalla scelta forfettaria o dalla contabilità ordinaria e affrontando tutta la parte inerente le giacenze, le imprese familiari (trasformabili in società di persone) e le società di comodo, che possono essere sciolte entro il 30 giugno prossimo in esenzione fiscale totale.

Nell'intento di fare cosa gradita agli operatori del settore, riportiamo di seguito un estratto della nuova normativa IVA, riguardante in particolare il settore orafa.

Articolo 1

Accorpamento delle aliquote IVA e riduzione delle stesse a quattro con decorrenza

1/1/1985: Le aliquote 8 e 10% sono unificate al 9%. Le aliquote 15-20 e 30% sono unificate al 18%. La tabella "B" del DPR n. 633/1972 che riguarda i prodotti soggetti all'aliquota del 38% è stata sostituita con la seguente: a) Lavori in platino, esclusi quelli ad uso industriale, costituente elemento prevalente del prezzo; b) Pelli da pellicceria; c) Vini e spumanti D.O.C.; d) Autovetture ed autoveicoli con motore di cilindrata superiore a 2.000 cc, se a benzina e superiori a 2.500 cc se a gasolio; e) Motocicli con motore di cilindrata superiore a 350 cc; f) Tappeti orientali. Pertanto la gioielleria e l'oreficeria con o senza pietre preziose, le pietre preziose sciolte e le perle sono assoggettate, con decorrenza 1/1/1985 all'aliquota unica del 18%.

Articolo 2

Comma 1 - Per gli anni 1985/87 l'IVA dovuta dagli esercenti imprese commerciali che nell'anno 1984 hanno tenuto la contabilità semplificata, viene determinata riducendo l'imposta relativa alle operazioni imponibili delle percentuali stabilite dalla "Tabella A" del presente decreto, a titolo di detrazione forfettaria, a fronte dell'IVA corrisposta sugli acquisti ed importazioni.

La citata Tabella A contempla le seguenti detrazioni forfettarie che per il nostro settore sono:

- 1) Produzione di beni prevalentemente composti di metalli preziosi diversi dall'oro, 60%.
- 2) Produzione di beni composti prevalentemente di oro, 30%.
- 3) Riparazioni e manutenzioni, 32%.
- 4) Attività di sola lavorazione con beni forniti dal committente, 27%.

Per questi due ultimi punti le percentuali enunciate sono elevate di due punti se l'impresa artigiana è iscritta nel relativo Albo.

- 5) Commercio all'ingrosso di oreficeria e pietre preziose 80%.
- 6) IVA relativa a prestazioni ricevute in dipendenza di rapporti di agenzia, mediazione e rappresentanza di commercio, procacciatori d'affari compresi, purché il tutto sia relativo all'attività esercitata:

senza deposito	91%
con deposito	82%
- 7) IVA relativa a prestazioni ricevute in conto lavorazione, eseguite da terzi, di beni formanti oggetto dell'attività, impiegando esclusivamente materiali forniti dal committente 73%.

Resta ferma la detrazione nei

modi ordinari della imposta pagata per le seguenti operazioni: a) Acquisti ed importazioni di beni ammortizzabili in più di tre anni. b) Locazioni finanziarie e noleggi di beni strumentali purché di durata non inferiore alla metà del periodo di ammortamento.

Comma 2 - La riduzione forfettaria di cui sopra non si applica sull'imposta relativa alle cessioni di beni ammortizzabili in più di tre anni, per i quali l'imposta afferente l'acquisto sia stata o avrebbe potuto essere detratta nei modi ordinari.

Comma 3 - Ai contribuenti che effettuano operazioni di cui al primo comma art. 8, lett A e B, (riguarda le esportazioni), al primo comma art. 8 bis e primo comma art. 9 (servizi internazionali), compete - in aggiunta a quella prevista nel comma 1 - la detrazione forfettaria di un importo calcolato mediante l'applicazione della percentuale della tabella "A" sull'imposta che sarebbe applicabile per analoghe operazioni effettuate nel territorio nazionale. Questo a condizione che le operazioni siano annotate distintamente nei registri di cui agli artt. 23 e 24 del DPR 633 (corrispettivi e fatture clienti).

Non si applica invece la sopraddebita detrazione forfet-

(segue a pag. 96)

Antonio Manca, Direttore de "L'Orafo Italiano" si è spento a Milano la sera del 20 febbraio scorso.

Scompare con lui un personaggio e un importante amico per gli orafi gioiellieri italiani.

Ha tenuto alta per quarant'anni la bandiera del prestigio, della creatività, dell'intraprendenza del nostro settore.

Antonio Manca ebbe le sue prime esperienze giornalistiche presso la Gazzetta di Parma, il primo dei quotidiani italiani, poi come Corrispondente di Guerra. In questa veste ebbe anche un'esperienza radiofonica: raccontava dai microfoni dell'EIAR le imprese quotidiane dei suoi bersaglieri impegnati nella disperata difesa del patrio suolo.

Nell'immediato dopoguerra, in una Milano ancora governata dai partigiani ma con tutti i settori produttivi proiettati verso la ripresa e la normalizzazione l'On. Guindani, Deputato alla Costituente per il partito Repubblicano e presidente degli Orafi Italiani offrì ad Antonio Manca l'opportunità di riprendere le pubblicazioni de L'Orafo Italiano.

Il resto è storia dei nostri giorni.

Antonio Manca ha propiziato, seguito e raccontato la



evoluzione, lo sviluppo, l'espansione del settore orafa.

Attraverso le pagine della sua rivista, in convegni e riunioni internazionali Antonio Manca ha sempre esaltato il settore che aveva imparato a conoscere e per il quale ha speso la sua vita.

Giornalista, scrittore, commediografo sognava di ritirarsi nella sua casa di Zoagli a dare sfogo alla sua passione di scrivere. Aveva mille progetti nel cassetto il tal senso.

Invece un po' la passione per il suo lavoro, un po' perché troppo coinvolto nella vita e nei problemi del settore, un po' per colpa di un destino crudele non ha potuto appagare i suoi desideri e l'ultima crisi l'ha colto al suo tavolo di lavoro mentre selezionava delle foto per il suo giornale.

Alla moglie Signora Licia, al figlio Cristiano e a tutta la famiglia de L'Orafo Italiano giungano le condoglianze de L'Orafo Valenzano.

taria ai cessionari e commissionari per l'esportazione di beni acquisiti senza applicazione dell'imposta a norma dello stesso primo comma, lettera "A", dell'art. 8.

Comma 4 - Le disposizioni del 1° comma lett. C art. 8, relative alla facoltà di acquistare od importare senza applicazione dell'imposta non si applicano ai contribuenti che fruiscono della detrazione forfettaria.

Comma 6 - Per gli anni 1985/87 gli imprenditori commerciali che nell'anno 1984 hanno realizzato un volume d'affari non superiore ai 18 milioni:

a) sono esonerati dall'obbligo di emissione della fattura e devono annotare le operazioni a norma dell'art. 24 del DPR 633 (registro corrispettivi); fermi restando gli obblighi dell'emissione della ricevuta fiscale e della bolla d'accompagnamento.

b) sono esonerati dall'obbligo di registrazione degli acquisti e delle importazioni, fermo restando l'obbligo della numerazione progressiva e della conservazione delle fatture e bolle doganali.

c) possono eseguire le liquidazioni periodiche ed i versamenti tenendo conto, in detrazione, dell'imposta afferenti gli acquisti e le importazioni di beni ammortizzabili in più di tre anni e di quella afferente le locazioni finan-

ziarie ed i noleggi di tali beni, purché di durata non inferiore alla metà del periodo di ammortamento; a condizione che la documentazione sia allegata in originale od in fotocopia alla dichiarazione annuale.

Comma 7 - Nella determinazione dell'IVA per l'anno 1984 dei contribuenti a contabilità semplificata l'imposta afferente gli acquisti di beni diversi da quelli strumentali ammortizzabili in più di tre anni, risultanti da fattura registrata nel mese di Dicembre 1984, è ammessa in detrazione a condizione che i beni siano stati consegnati entro il mese stesso; l'imposta afferente gli acquisti di servizi, risultanti da fatture registrate nel mese di Dicembre 1984, è ammessa in detrazione a condizione che i corrispettivi siano stati pagati entro il 31/12/1984.

Comma 14 - Per i contribuenti che esercitano attività in relazione alle quali la tabella "A" del decreto stabilisce percentuali di riduzione diverse, l'IVA viene calcolata separatamente per ciascuna attività.

Comma 15 - La disposizione si applica a condizione che le operazioni effettuate nelle

diverse attività, siano annotate distintamente nei registri di cui agli artt. 23 e 24 del DPR 633. In mancanza della distinta annotazione si applica per tutte le attività la percentuale di riduzione meno elevata.

Comma 16 - I contribuenti ammessi ai regimi forfettari hanno comunque facoltà di optare per il regime ordinario con effetto per l'intero triennio 1985/87, nella dichiarazione annuale IVA per l'anno 1984 e cioè entro il 5 Marzo 1985.

Comma 24 - Oltre a quanto finora precisato, resta fermo in ogni caso l'obbligo di tenere le scritture contabili prescritte ai fini dell'Imposta sul Valore Aggiunto.

Detto questo, dobbiamo necessariamente passare alle note più dolenti che riguardano le penalità a cui vanno incontro i soggetti inadempienti alla nuova normativa.

Comma 25 - I contribuenti che effettuano acquisti od importazioni senza pagamento dell'IVA in violazione del comma 4° del presente decreto (in sostanza coloro che acquistano in esenzione IVA pur non avendone diritto) sono puniti con la pena pecuniaria da due a sei volte l'ammontare della imposta non applicata.

Comma 26 - I contribuenti che si avvalgono del regime

semplificato, ora definito "forfettario", qualora nell'anno abbiano effettuato acquisti senza applicazione dell'imposta per un ammontare di corrispettivi superiori a 10 milioni di lire, e non abbiano provveduto alla regolarizzazione nei modi e nei termini stabiliti dal 633, ferma restando la pena pecuniaria da due a quattro volte l'imposta evasa, sono altresì puniti con l'arresto fino a due anni o con l'ammenda fino a 4 milioni.

Gli stessi soggetti, qualora abbiano effettuato acquisti per un ammontare di corrispettivi non superiore a 10 milioni di lire, sono puniti con l'ammenda fino a 4 milioni.

Articolo 3

Comma 10 - Una delle poche note positive di questo nuovo decreto è portata dal comma 10 dell'articolo 3 che eleva da 25 a 50 milioni il limite oltre il quale si cade nelle sanzioni penali (arresti fino a 2 anni o ammenda fino a L. 4 milioni) per le cessioni di beni e prestazioni di servizi non fatturati.

UN UOMO DA RICORDARE

Comma 29 - Gli uffici IVA, previa richiesta al contribuente di chiarimenti da inviare per raccomandata nei successivi 45 giorni, possono rettificare le dichiarazioni annuali presentate dai contribuenti forfettari, determinando induttivamente l'ammontare dei ricavi sulla base di presunzioni desunte in relazione al tipo di attività, dimensioni ed ubicazione dei locali occupati, dei beni strumentali impiegati, qualità e retribuzione degli addetti, acquisti di materie prime e semilavorati, consumi di carburante e lubrificanti, assicurazioni stipulate, nonché altri elementi che potranno essere indicati dal Ministero Finanze.

Tra i criteri selettivi sarà data adeguata rilevanza alla esistenza di infrazioni agli obblighi di fatturazione, agli obblighi relativi alle bolle d'accompagnamento, alle ricevute e scontrini fiscali.

Comma 30 - Se l'indicazione di elementi di cui al precedente comma e richiesta nel modello di dichiarazione si applicano, in caso di omissione delle indicazioni, la pena dell'arresto fino ad un anno o dell'ammenda fino a 2 milioni ed, in caso di falsità, le pene previste dalla legge n. 516/1982.

Il 5 gennaio scorso, improvvisamente, il rag. Spartaco Mattacheo, personaggio unico e qualificante della nostra città ci ha lasciati per un viaggio senza ritorno.

Di lui, della sua statura morale, forniamo un doveroso ricordo attraverso gli scritti del dr. Gianfranco Pittatore e del dr. Egidio Mascherini, entrambi della Cassa di Risparmio di Alessandria, istituto bancario in cui ha operato a lungo in qualità di componente il collegio sindacale.

Personaggio umanissimo, vero cristiano, professionista di rara competenza, operatore pubblico che ha portato dovunque un eccezionale bagaglio di capacità, preparazione, saggezza e buon senso: questo in rapida sintesi il primo giudizio su Spartaco Mattacheo.

Semplice, schietto, serio e sereno, modesto sì da celare l'intelligenza fervida e penetrante, lascia una lezione di vita e di stile che ogni galantuomo dovrebbe proporsi di prendere a modello di condotta e di costume.

Cittadino dotato del più spiccato senso civico, impegnato nel mondo politico, non si intruppò mai nel gregge dei conformisti e dei laudatores dei potenti e di chi sta in alto.

È tanto difficile, oggi, essere uomini e non essere gregge: Mattacheo ci riuscì appieno. Per questo lascia di sé un ricordo incancellabile.

Lui, più di tutti, aveva saputo calare nella vita di tutti i giorni gli insegnamenti della scuola di maestri come Luigi e Vittorio Manfredi, o Luigi Illario.

Il senso della pietas cristiana dalla quale era animato lo portava soprattutto ad occuparsi degli umili e dei poveri, degli indifesi e dei reietti; ne sono esempio fulgido gli anni spesi per la "San Vincenzo" che hanno lasciato tracce ed eredità ancor oggi vive.

Spartaco Mattacheo seguì sempre la via che porta alla verità e alla giustizia per questo diciamo che non è morto: egli cammina in mezzo a noi.

Egli, anzi, ci precede.

E. Mascherini.

Quelli che riteneva autentici doveri verso la sua città che tanto ha amato, l'hanno spinto a ricoprire via via numerose cariche, sia nella civica amministrazione sia nelle istituzioni di carattere sociale e culturale, quali l'Ospedalingo - Casa di Riposo e l'Istituto Tecnico "Carlo Noè", ma i suoi impegni pubblici non forniscono da soli la misura esatta delle sue grandi doti.

Partecipe sensibile dei problemi della Città, alla soluzione dei quali ha dato giorno dopo giorno e fino all'ultimo il Suo prezioso contributo con l'affetto la costanza e la modestia di chi nel proprio paese è nato e vissuto; partecipe costruttivo della crescita di Valenza, ha operato per anni con competenza e serietà professionali nell'Associazione Orafi, nell'Export Orafi e nelle altre strutture economico-finanziarie.

Se Spartaco Mattacheo è per Valenza un Uomo da ricordare, per me è soprattutto uno stimato collega ed un caro amico da rimpiangere.

G. Pittatore

VICENZA ORO

Favoriti il settore oreficeria e catename.
Meno brillanti gli affari per la gioielleria.

Il maltempo record che ha colpito l'Italia del Nord nella seconda decade di gennaio avrebbe potuto rappresentare un serio handicap per l'esordio ufficiale del Dottor Vittorio Mariotti a Segretario Generale della Fiera di Vicenza.

Aeroporti chiusi, treni a singhiozzo per il blocco delle stazioni di Milano e Bologna, autostrade sepolte sotto una spessa coltre di neve, strade nazionali bloccate da decine e decine di automezzi abbandonati, le strutture fieristiche isolate, le zone parcheggio praticamente sparite e i padiglioni pericolanti per il peso della neve sui tetti.

Questa era la situazione a 24 ore dall'apertura della prima edizione di Vicenza Oro con la regia del Dott. Mariotti.

Con uno sforzo organizzativo veramente lodevole, che ha impegnato l'intera struttura dell'Ente Fiera a tutti i livelli, con una carica di ottimismo abilmente ostentata per caricare gli espositori titubanti e con una meritata dose di fortuna a mezzogiorno del 17 Gennaio, con un paio di ore di ritardo sul programma, Vicenza Oro apriva i cancelli al pubblico dei compratori.

Su ottocento espositori solo una quindicina non ha potuto raggiungere in tempo il proprio stand. Per questo vanno accomunati nell'elo-

gio agli organizzatori anche gli espositori e i visitatori. Milanesi e Valenzani che hanno raggiunto Vicenza dopo 9-10 ore di viaggio.

Altri che hanno passato addirittura la notte nelle vetture bloccate sull'autostrada con il tormento del freddo, con i disagi del bivacco e con la preoccupazione per i preziosi campionari spinti all'estremo.

Comunque tutto si è risolto per il meglio e se si eccettuano quattro o cinque stand danneggiati da infiltrazioni d'acqua e disturbati dal continuo inarrestabile stillicidio, tutti gli altri espositori hanno potuto lavorare normalmente.

I primi compratori ad arrivare a Vicenza, Miss Fortunoff in testa, sono stati quelli provenienti da oltre oceano che avevano programmato da tempo il loro viaggio e che si sono trovati loro malgrado al centro della bufera senza più poter cambiare itinerario.

Questi compratori hanno comunque fatto buon viso a cattivo gioco e hanno lavorato molto bene soprattutto con i produttori di oreficeria e di catename di Vicenza, di Arezzo e di Milano.

Meno brillante l'andamento per la gioielleria anche per la scarsa partecipazione di compratori italiani che, forzati magari dal mal tempo hanno rimandato i loro acquisti di gioielleria a Marzo programmando di visitare la Mostra "Gioiello Moda" di Valenza.

Il Dott. Mariotti ha presentato alla stampa il bellissimo filmato in multivision che farà il giro del mondo per promuovere tutta l'attività dell'Ente Fiera di Vicenza che si articola su ben 18 Mostre merceologicamente differenti.

Vicenza Oro I ha pure tenuto a battesimo un consorzio di produttori di gioielli d'argento sponsorizzata dalla A.P.I. (Associazione Piccole Industrie), dalla Regione Veneto e dalla Camera di Commercio di Vicenza.

Il Dott. Bottazzi, Presidente dell'A.P.I., ha presentato nel corso di una affollata Conferenza Stampa, il programma promozionale completo che gli Enti patrocinatori hanno studiato per il lancio sui più importanti mercati del mon-

do del "Gioiello d'Argento" prodotto dal Consorzio Vicentino.

Il Presidente Nazionale dei Fabbricanti Orafi, Luigi Stella, affiancato dal Dott. Fabio Torboli dell'Intergold, dal Dott. Petracchi del Club degli Orafi e dall'Avv. Galla Presidente dell'Ente Fiera, ha presentato alla stampa internazionale un consuntivo sull'andamento del settore orafa italiano nel 1984.

Essenzialmente, dati i precedenti meteorologici, abbiamo vissuto una Fiera molto attiva sia come cronisti che come osservatori delle tendenze estetiche e degli orientamenti commerciali del settore.

Un breve cenno alla Mostra delle Macchine e degli Utensili per l'oreficeria.

Allestita sotto un tendone (Valenza insegna) offriva un buon panorama all'operatore interessato.

Peccato che la novità dell'esposizione e la impenabile dislocazione abbiano di molto limitato l'affluenza dei visitatori. Andrà sicuramente meglio la prossima volta.

Luciano Arati

RETROSPETTIVA

Nell'ambito di Vicenza Oro è stata allestita un'esposizione dei gioielli di Mario Buccellati, il gioielliere di Gabriele D'Annunzio.

L'esposizione, curata personalmente dalla signora Claudia Buccellati, è stata una graditissima occasione per ripercorrere attraverso i pezzi esposti una delle grandi strade maestre dell'oreficeria italiana.

I gioielli esposti, patrimonio della famiglia Buccellati, sono l'esaltazione del gioiello e del suo artefice, fusi in una inscindibile realtà nella quale storia, oreficeria, personaggi fanno parte di un contesto denso di significati.

L'esposizione è stata una piacevolissima sorpresa per tutti i visitatori, sia per il suo contenuto storico-culturale, sia per la rara possibilità di poter ammirare da vicino oggetti di tanta bellezza.



Meraviglioso e raro bracciale completamente snodato; in oro ed argento platinato, contiene 1100 rose di diamante ed 11 brillanti centrali. Il solo lavoro di oreficeria è quantificabile in più di 1000 ore.



Bracciale rigido mezza fascia oro ed argento platinato sfornato a tralci. Tipico oggetto dannunziano, databile intorno al 1935, riprende i colori rosso e bleu con 13 zaffiri incisi e 154 rubini, colori tipici delle insegne di D'Annunzio, Principe di Montenevoso.

Ispirati ai pizzi di Burano, dei quali conservano tutta la delicatezza, il bracciale in oro, argento e brillanti ed il portasigarette in argento, entrambi dei primi anni '20. Il bracciale, leggerissimo e completamente snodato, è stato ottenuto da una unica lastra sfornata ed incisa in oltre un anno di lavoro.

DOLLAR UP, GOLD DOWN

Nel consueto clima non proprio euforico che contraddistingue solitamente l'edizione cosiddetta di primavera della Mostra Nuovaiorchese i produttori europei e i produttori e grossisti americani si sono misurati nel primo confronto stagionale di oltre oceano.

La meno massiccia partecipazione di compratori rispetto all'edizione di Luglio, non ha comunque impedito alla Mostra di chiudere con un bilancio attivo.

L'apprezzamento del dollaro USA su tutti i mercati del mondo ed il contemporaneo ribasso del prezzo dell'oro fino, sceso più volte sotto il livello dei 300 \$ per oncia troy, hanno incentivato l'interesse dei compratori americani soprattutto verso il catename e l'oreficeria "Made in Italy".

Questa tendenza che già alla Fiera di Vicenza di gennaio aveva dato un taglio particolare al pur ottimo andamento del mercato è risultata ancora più evidente a New York.

Su quest'ultima piazza però la gioielleria è sembrata meno sacrificata che a Vicenza tanto che, rispetto a precedenti edizioni primaverili, il bilancio medio dei produttori di gioielleria è risultato, dalle stime ufficiali e anche da una nostra personale inchiesta, migliore e più attivo del solito.

La particolare buona predisposizione all'acquisto del grossista americano, è stata naturalmente captata e sfruttata dai produttori italiani, sia dai fortunati titolari di uno stand, sia dai fortunatissimi titolari di una coesistenza, sia dai meno fortunati che hanno affollato la inospitale hall dello Sheraton, le cui camere si erano trasformate per l'occasione in una succursale della Mostra.

Le decine e decine di produttori, vicentini e valenzani, che sono stati costretti dalle circostanze ad operare in condizioni non certo prestigiose e soprattutto con scassissime garanzie di sicurezza, se è vero che hanno legittimato l'importanza di questo show che richiama a New York il meglio dei compratori di USA e Canada, è anche vero che hanno denunciato i limiti di questa Mostra che ha sicuramente messo in moto un meccanismo più forte, più importante e in continua crescita rispetto alle strutture tecniche e alle dimensioni che si erano date alla nascita e che, pur nel progressivo costante sviluppo, sono ormai arrivate alla massima dilatazione.

Il rapporto fra le cinquanta ditte italiane che espongono ufficialmente e il numero sempre crescente di coloro che operano ai margini della Mostra è una chiara dimostrazione.

Nelle sedi attuali un ampliamento è improponibile e inattuabile. Per la nuova sede, che è già in ritardo di quattro anni sul programma previsto, bisognerà aspettare ancora almeno due anni e poi superare le crescenti perplessità degli operatori americani prima di trasferirvi lo Show.

Le perplessità di varia indole di espositori e visitatori americani sulla bontà della nuova sede sono tali da condizionare ogni decisione degli organizzatori se è vero che l'American Jewellers Association ha affidato ad una ditta specializzata in sondaggi l'incarico di effettuare presso i dettaglianti, i grossisti e i produttori americani sulla opportunità o meno di cambiare sede, sulla opportunità o meno di accettare il trasferimento nel nuovo Convention Center ubicato in una zona periferica di Manhattan, lontano dagli alberghi e con un minor quoziente di sicurezza generale.

I risultati di questa indagine saranno resi noti a luglio e dovranno dare una risposta definitiva al futuro degli Shows di New York.

Non sappiamo come risponderà il visitatore americano anche se il sondaggio sembra compilato apposta per frenare ogni tipo di innovazione. Dopo Vicenza non è stato facile trovare qualche cosa di

nuovo nelle vetrine di New York, fatta eccezione per qualche pezzo notevole presentato dai gioiellieri americani. Ma anche i produttori USA si riservano di presentare le loro nuove collezioni complete alla Fiera di Basilea. E su questo terreno, anche se il dollaro si stabilizzasse sulle attuali quotazioni, i gioiellieri europei, creatività a parte, non dovrebbero temere il confronto.

In the usual climate, not quite euphoric, that normally marks the spring edition of the New York exhibition, the European producers and the American producers wholesalers have had their seasonal overseas meeting. The smaller number of buyers compared with the July exhibition, didn't prevent in any way the exhibition from closing with an active balance.

The rise of the U.S. dollar onto all world and the simultaneous fall of the refined gold price, often below U.S. \$ 300 per troy oz., have given an incentive to American buyers and above all towards the "Made in Italy" chain-work and goldsmith's.

In new York however, the jewelry trade seemed to be less sacrificed than in Vicenza so that with reference to previous spring editions, the producers' average accounts, both from official

UN MACEF IN SORDINA

sources and our own personal survey, were better and more active than usual.

The particular willingness of the American wholesalers to buy has naturally been intercepted and exploited by the Italian producers, both by those lucky ones who have a stand and by those very lucky who own a co-exhibition and by those less lucky who crowded the inhospitable hall at the Sheraton, whose rooms were transformed in this occasion into a branch of the main exhibition.

The tens and tens of producers from Vicenza and Valenza were forced by the circumstances to operate in not quite exceptional conditions and, above all, with very scarce guarantees of security. It's true that they've legitimated the importance of this Show which calls to New York the best of the buyers from the U.S. and Canada, it's also true that they've informed against the limits of this exhibition. It has certainly started a stronger more important and a continuously growing mechanism, with respect to the technical structures and dimensions that were created at the beginning and that in the progressive constant development have now reached the breaking point.

The relation between the fif-

ty Italian firms that officially exhibit and the always growing number of those who operate on the fringes of the exhibition is a clear demonstration.

On the present exhibition sites an expansion is both improbable and impracticable. The new site is already four years late in the construction programme and we must wait at least another two years and only afterwards we should get over the problem of American operators perplexity before transferring the Show.

The different perplexities of American exhibitors and visitors about the quality of the new site is such that it affects every decision made by the organizers. It seems that the American Jewelers Association has appointed a specialized market research company to sound out the retailers, wholesalers and American producers about the possibility of either changing the site or of accepting a transfer to the new Convention Centre located in the outskirts of Manhattan, far from the hotels and with even less general security.

The result of this survey will be made public in July and they should give a more definite prospect of future New Yorker Shows.

Luciano Arati

Belli, ricchi, invitanti il "parterre" e i tre anelli del padiglione 31 hanno vissuto un Macef riflessivo, nel senso che i compratori hanno dimostrato molta curiosità ma poca propensione all'acquisto.

Sono stati premiati coloro che avevano delle novità ma neanche in maniera adeguata alle aspettative.

Come era già avvenuto per la Fiera di Vicenza il cattivo tempo ha in parte condizionato un regolare afflusso di visitatori anche al Macef. Per due giorni la nebbia ha tenuto chiusi, quasi ininterrottamente, gli aeroporti milanesi.

Si parlava ad esempio di un volo charter organizzato dai commercianti della Puglia che non è mai potuto partire da Bari per l'indisponibilità operativa di Linate e Malpensa.

Ciononostante molti compratori di ogni parte d'Italia sono arrivati a Milano lasciando però solo un piccolo segno del loro passaggio fra gli stand del Macef. Fra le note positive va segnalato innanzi tutto che il padiglione 24 è ormai entrato nell'itinerario del visitatore qualificato e che quindi questa area espositiva ha perso quasi del tutto, per gli espositori, la qualifica di area di parcheggio in attesa di passare nel padiglione 31.

Non molte le novità presentate ma significative.

Man mano che ci si avvicina ai traguardi internazionali di Gold Italia e di Basilea si scoprono le tendenze delle nuove collezioni 1985.

Si è trattato al Macef per lo più di timidi sondaggi d'opinione di ristrette analisi di mercato, per trarre, da questo primo impatto della novità con il dettagliante, gli auspici per il successo finale delle nuove linee.

Qualche operatore ha creduto di attribuire la scarsa predisposizione all'acquisto dei dettaglianti ai postumi dello "Shock Visentini".

Altri invece l'hanno attribuita al fatto che fra metà gennaio e fine marzo, in circa settanta giorni, il dettagliante italiano ha potuto e potrà scegliere di comperare in ben sei diversi punti espositivi fra Vicenza, Roma, Milano, Firenze, Valenza e ancora Milano per Gold Italia. Forse c'è una buona dose di verità in ambedue le supposizioni e per avere una diagnosi più esatta sulle condizioni di salute del dettagliante italiano bisognerà aspettare appunto che passino questi settanta giorni ricchi di Fiere e pregni di novità fiscali.

L.A.

DIVORZIO IN PASSERELLA

Una linea affusolata e slanciata prevalentemente verticale e giocata essenzialmente su forme geometriche quali il rettangolo o il triangolo rovesciato (spalle larghe, forme strette sul corpo). Oppure una linea ad "X", con vita stilizzata, spalle voluminose e forme femminili ben evidenziate: una moderna rivisitazione del più puro stile anni '50.

Queste le principali tendenze emerse nel corso delle ultime sfilate di Milano Collezioni, passerella "top" dello stilismo italiano (ormai giunto a livello internazionale). All'interno di questi due principali filoni, si alternano le lunghezze più disparate dalla gonna all'ennesima proposta del "mini", vissuto come tendenza d'avanguardia anziché con la tipica provocazione degli anni di Mary Quant.

Sarà soprattutto una donna-donna, femminile e un po' provocante, con quell'allure tipica degli anni '40 che furoreggiava nel cinema Hollywoodiano del dopoguerra.

La donna '85 è sicura di sé e del proprio corpo, valorizzato da tessuti aderenti e sottolineato da stoffe fluttuanti.

Una femminilità ritrovata, dunque, anche se quasi tutti gli stilisti hanno inspiegabilmente eliminato dalle loro sfilate un irrinunciabile accessorio: il gioiello.

Ci sembra, questa, una proposta-moda che non troverà molte donne disposte ad accettarla.

Prezioso o no, fatto con oro e brillanti o con cordoncini colorati e vetri luccicanti, l'accessorio bijoux è troppo importante perché la donna accetti passivamente una moda che va a suo svantaggio.

Perciò, sicuramente vedremo anche gli abiti di questi stilisti rinunciatari accompagnati da bigiotteria e gioielli.

Cerchiamo di indovinar quali potrebbero essere.

Giorgio Correggiari

Una collezione piena di contrasti con ampiezze esasperate alternate ad abitini tubolari e aderenti con una ricerca di materiali molto elaborata: tessuti elasticizzati, filo di carta, jersey elasticizzato, lino cotone, seta e lana con un particolare trattamento "stropicciante". Anche i colori seguono la tendenza choc del contrasto: si va dai classici e riposanti bianco, beige e blu al viola deciso alle tinte acide.

Con questo stile benissimo le grandi spille a fiore, come quelle viste alla Mostra del Gioiello Valenzano, che riprendono il tema della fantasia stile "tappezzeria" a grandi fiori sparsi utilizzata da questo stilista. Bene anche gioielli con tormaline e quarzi multicolori, facilmente accostabili ad ogni tessuto.



No ai bijoux. Questo, secondo gli stilisti dell'abbigliamento, l'imperativo per la primavera-estate 1985. Ma le donne ubbidiranno?



2

Laura Biagiotti

Profondamente attratta dall'eleganza dell'India lontana, dalle vesti dei maharajas e dei viceré, Laura Biagiotti propone per la primavera/estate '85 un look ispirato ad un'atmosfera favolistica.

Su questa collezione giocata in gran parte sull'impiego di garza bianca leggerissima e trasparente, saranno perfetti tutti i gioielli in oro giallo e brillanti, che aumenteranno la preziosità e la ricchezza di questi abiti di struttura semplice ma di grande effetto.

È questa la collezione che forse più si presta a far risaltare l'oro in tutte le sue più appariscenti proposte.

Orecchini voluminosi, lunghe catene, vistosi collier e spille raffiguranti maschere orientali, come quelle presentate in questo stesso fascicolo.



3



4

Foto
1-2 Giorgio Correggiari
3-4 Laura Biagiotti

Giorgio Armani

Non rinuncia all'abito razionale, ma lo condisce con il sale della fantasia, una buona dose di ironia, un rinato gusto del sex-appeal.

Molte proposte di giacche, anche lunghe come spolverini, mentre la classica giacca Armani di foggia maschile è presentata sia con gonne che con pantaloni di crespò, lino e seta tagliati a jeans.

Anche Giorgio Armani, come tutti gli altri, ha fatto sfilare le modelle senza gioiello. Che sia il tentativo di lanciare una "moda nella moda"?

La collezione Armani è ricca di blazer e spencer i cui revers si prestano ad essere "vestiti" con spille di linea sobria, in sintonia con l'asciuttezza della linea.

Anche per questa serie di modelli bene i collier rigidi in oro e bracciali in luminoso metallo giallo dal sobrio disegno.

Gioielli che a Valenza sono stati studiati e proposti proprio per questo stile fatto sì di praticità ma con grande raffinatezza nei particolari.



Anche Versace e Armani, i due più apprezzati stilisti del momento, hanno eliminato i bijoux dalle loro sfilate.

**Un capriccio? Una "moda nella moda"?
Foto 1-2 Giorgio Armani
3-4-5 Gianni Versace.**



Gianni Versace

2 "Da molto tempo desideravo puntualizzare gli elementi essenziali di un guardaroba femminile che fosse in sintonia con l'epoca in cui viviamo - dice Gianni Versace. Ho voluto creare un guardaroba per donne individuali e diverse le une dalle altre, unite da una radice comune: il tempo in cui viviamo, il classico e l'avanguardia profondamente fusi".

Questa è la sintesi della collezione Versace espressa con le parole del suo creatore e questa potrebbe anche essere la filosofia del gioiello adatto alla donna che si riconosce in questo stile. L'idea base della collezione è l'abito trasformabile a seconda dell'umore e dei desideri della donna che lo indossa.

Il risultato è una silhouette allungata con forme in continuo mutamento e una serie di capi difficilmente definibili.



li: chi può dire se il lungo cardigan è un golf oppure un abito? Se la camicia è un giubbotto o la giacca uno spolverino? Se è un capo da sera o da giorno?

Il tipo di donna che indossa gli abiti di Versace sicuramente sceglierà gioielli prestigiosamente ricchi di brillanti per la sera o di linea geometrica per il rever del blazer per il giorno.



IL TEMPO ATTRAVERSATO

Perché cambia il gioiello. Stili di vita e mode che cambiano in sintonia con gli umori, le tensioni, le aspirazioni che caratterizzano ogni momento storico. Il gioiello come manifestazione inserita in un contesto di enormi proporzioni.

Un certo modo di vestire, di gestire, di parlare descrivono la personalità di ogni individuo, lo stato sociale al quale appartiene.

Anche i gioielli e il modo di indossarli sono segnali attraverso i quali viene manifestato il proprio modo di pensare, l'appartenenza a un gruppo sociale.

Un gioiello è dunque caratterizzante anche se deve avere particolarità che evidenzino la sua unicità e di conseguenza quella di chi lo indossa.

Questa premessa è di particolare interesse poiché, come vedremo più avanti, l'influenza della personalità del consumatore è determinante.

L'evidenza di questo fenomeno può essere sintetizzata dalle tendenze e dalle contro-

tendenze: in ogni mercato infatti – gioielleria compresa – ogni trend porta con sé il seme di una contro-tendenza e con il successo dell'una si sviluppa parallelamente anche l'altra.

Ad esempio, se la massa tende a comprare gioielli di livello medio basso, quasi certamente si formerà un gruppo che per distinguersi chiederà un prodotto di livello superiore.

E se il mercato è prepotentemente invaso da metallo giallo è inevitabile che come contro-tendenza un'élite di consumatori indirizzi le sue preferenze verso il metallo bianco o di altro colore.

Queste osservazioni conducono a interessanti conclusioni sulla funzione del gioiello come status sociale, come elemento che insieme all'architettura o a uno stile di vita sono sinonimi di un'epoca.

“ZEITGEIST”

Ad ogni epoca corrisponde un preciso stile, una moda, che riassumono le evoluzioni intervenute o in atto in tutti i settori e momenti nei quali l'uomo manifesta la sua creatività.

In ogni periodo emergono particolari elementi caratterizzanti che lo definiscono; elementi che spariscono o si modificano alla formazione di un successivo periodo storico o sociale, inevitabilmente contrassegnato da altre “mode”.

Questo stile, questa moda, che in lingua tedesca è molto appropriatamente definito “Zeitgeist” lo si ritrova nell'architettura, nell'interior design, nella grafica, nel vasellame, nell'abbigliamento, nei gioielli e in tante altre manifestazioni del quotidiano.

Cerchiamo insieme di ripercorrere le ultime tappe della nostra civiltà.

Nella prima metà del secolo scorso, l'Europa ha vissuto l'evoluzione della classe media, quella borghese. I suoi obiettivi erano la cultura, l'istruzione, l'educazione e la modestia.

Lo stile di quel tempo era il “Biedermeier”: distinzione, chiarezza e discrezione erano le sue caratteristiche, che si ritrovano anche nell'architettura e in numerose manifestazioni del gusto.

La seconda metà del secolo

scorso è invece contrassegnata da un notevole sviluppo economico.

In Germania l'epoca fu chiamata “Gründerjahre” e in Francia “Belle Époque”. In quegli anni i valori etici finirono sempre più nel dimenticatoio; denaro e posizione sociale rappresentavano l'essenziale. Tipico di quegli anni lo stile neoclassico con le sue ville, i mazzi di fiori alla Makart, i tendoni di velluto e un abbigliamento vistoso. Allo stesso modo si presentava il gioiello che doveva essere grande, pomposo e molto caro: un ritorno allo stile sontuoso e fastoso dell'epoca feudale.

Verso la fine del secolo una nuova generazione soppiantò la precedente. Gli ideali dei loro genitori dovevano apparire a questi giovani superficiali, arroganti e sostanzialmente inumani.

Una gioventù anticipatrice dei nostri attuali "verdi" che ritornava alla natura, ai valori spirituali. È di quell'epoca la "Wandervogelbewegung". Gli artisti della secessione viennese realizzarono allora ciò che la gioventù di tutta Europa sentiva inconsciamente.

Come un colpo di vento si affermò lo stile Liberty che ancora oggi emana lo spirito di quel tempo.

Quando il mondo dopo la prima guerra mondiale tornò al quotidiano nuovi ideali erano spuntati all'orizzonte: il progresso, la chiarezza della logica, la tecnica.

Con questi si intendeva ricostruire il mondo dalle radici. E proprio questi concetti si ritrovano nelle linee chiare dell'art déco.

Gli anni tra il 1935 e il 1945 provocarono una brutale interruzione anche perché in Germania vagava un "Ungeist", uno spirito malsano, arrogante che si identificava con il potere e si imponeva nell'arte e in tutte le altre manifestazioni dell'uomo.

Uno stile monumentale e celebrativo che pervadeva l'architettura e altri settori ma che non ha mai trovato riscontri in gioielleria, forse perché nessuno – nel suo intimo – si identificava in esso.

La seconda guerra mondiale troncò quell'epoca in modo

tragico. Cominciava un nuovo periodo in cui tutto, denaro ed energie, doveva essere investito nella creazione di un'esistenza con diversi ideali. Con il lavoro e la ricostruzione si ricominciò a guadagnare, a consumare di più, a possedere di più. Con le maggiori disponibilità economiche si formò anche la necessità di sostenere l'abbienza raggiunta. Guardando indietro, lo "Zeitgeist" di quell'epoca parla da sé con i suoi mobili, le automobili, l'edilizia: tutto doveva essere grande ed appariscente; anche i gioielli.

La rivolta studentesca del 1968 impresse la prima incrinatura a questa mentalità ma dovettero trascorrere altri dieci anni perché si notassero i primi reali segni di cambiamento.

È dalla fine degli anni '70 che si rivive un ritorno ad una mentalità che dà più importanza alla voglia di vivere, alla felicità che non ai valori materiali, alla vanità del potere.

Sono stati rivalutati i valori spirituali a scapito di quelli esteriori. Non a caso è in questo periodo che sono stati conati termini come "Lebensqualität" e "realizzarsi".

Sono ormai le espressioni chiave della nostra epoca, che testimoniano il nostro attuale stile di vita.

Gettiamo uno sguardo sul mondo degli anni '80. Che cosa è cambiato e in che modo. L'architettura, l'interno degli uffici, l'interior design, la grafica, i poster, l'abbigliamento... niente è più come dieci anni fa. Non è logico dunque, che cambi anche il design del gioiello?

ZEITGEIST

To every age corresponds a precise style that summarizes the intervened or the present evolutions regarding all sectors and moment in which the man shows his creativity.

With the rise of a new social era, also its own style is developed and this lasts up to the beginning of the following one, again characterized by a different style.

This trend does not only concern jewels but it is even more marked in architecture, furniture, design, publishing, household appliances and in many other fields.

Let's try to look back at the latest stages in the progress of our civilization.

During the first half of last century, Europe lived the development of the middle-class, the bourgeois one. It's aims were: culture, instruction, education and unpretentiousness.

The style of that time was the "Biedermeier"; its features were distinction, clearness and discretion; the same

ones that are found in architecture, interior design, clothing and jewelry.

The second half of last century, on the contrary, was marked by a remarkable economic development. That period was called respectively in Germany "Gründerjahre" and in France "Belle Epoque".

In those years all the ethical values more and more sank into oblivion, money and social standing were considered the sole essential conditions.

Typical of those years was the neo-classic style with its villas, the Makart-style bunch of flowers, the velvet curtains and a showy dressing.

The jewels followed the same trend as they had to be big, pompous and very expensive. A return to the sumptuous and magnificent style of the feudal era.

Towards the end of the century, a new generation supplanted the former one. The ideals of their parents probable seemed superficial, arrogant and substantially inhuman to these young people.

A youth, anticipator of our present "green lo-by", that went back to nature, to the spiritual values.

The "Wandervogelbewegung" is of that period.

The artists of the "Viennese secession" realized in that period what all the European youth was unconsciously feeling. Like a gust of wind the Liberty style took over.

When the world, after the first world war, went back to everyday life, the Liberty style was forgotten. New objects had appeared on the horizon: progress, logic clearness and technics.

With these aims they intended to reconstruct the world starting from the roots. These are the conceptions found within the clear lines of "art déco".

The years between 1935 and 1945 caused a brutal interruption also because in Germany a "Ungeist" was spreading around; an unsound and arrogant mentality which identified itself with power and that imposed itself on art and on all other works of man.

A monumental and celebrating style that pervaded architecture and other sectors but that never realized itself in

jewelry, perhaps because no one – in his heart – identified himself with it.

The second world war interrupted that period in a tragic way. A new era was starting in which everything, money and energies, had to be invested in creating a new existence with different ideals.

With the work and the reconstruction, people started to earn again, to waste more and to possess more. With the greater economic means the need to ostentate achieved wealth became stronger and stronger.

Looking back, the "Zeitgeist" of that period speaks for itself through its furniture, its cars, its buildings: everything had to be big and conspicuous, also jewelry.

The student rebellion of 1968 brought about the first crack of this mentality, but other ten years had to pass before any real sign of change appeared.

It's only at the end of the 70's that we see a return to a mentality which gives more importance to the desire to live, to happiness than to material values and the vanity of power.

The spiritual values are once again fashionable to prejudice of material values.

It is not by chance that in this period terms such as "Lebensqualität" and "Rea-



lizzarsi" have been coined. They are the key expression of our time, which testify our present style of life. Let's take a look at the world of the 80's. What's changed and in which way? Architecture, office and interior design, graphics, posters, dresses... nothing is like it was ten years ago any more.

Isn't it logical then that also jewelry design would change?

Dieter Von Loe



In ogni periodo emergono particolari elementi che lo caratterizzano. Questo stile, che i tedeschi chiamano Zeitgeist, lo spirito del tempo, lo si ritrova nell'architettura, nella grafica, nei poster, nell'abbigliamento, nei gioielli. La moda del momento lega tra loro come un comune denominatore tutte le forme dell'espressione. Senza rendersene conto, l'uomo acquisisce ed assorbe facendoli propri tutti i mutamenti che la sua epoca gli propone. Nelle foto qui pubblicate, due manifesti e due realizzazioni architettoniche: in ciascuno di essi è ben riconoscibile lo "spirito" che ha animato l'ideatore.



Gems and Glamour

Amalgamati in un
suntuoso disegno la
catena e il centro di
questo collier realizzato
con brillanti e rubini
carré.

Elaborated twisted
necklace with central
design made precious
with rubies and
brilliant.

Jewels by: Effe-Vi (110),
RCM (112), C. Barberis
(114), Piero Milano (115),
Garavelli (116), Damiani
(117), Verdi (118),
Lani (119), New Italian
Art (120).
Photos: Ugo Zacché.
Dresses by Barocco and
Lancetti.







La fredda raffinatezza
del diamante abbinata
al fuoco del rubino in
una superba parure di
gemme tagliate a
cuore.

The cool glamour of the
diamond combined
with the ruby fire in a
superb set of gems cut
in the shape of hearts.

*Piccoli vulcani,
pieghettature, volumi
tondi e geometrici, una
fantastica lavorazione
per questo collier d'oro
e brillanti.
Little volcans, pleats,
round and geometric
volumes, a queer
manufacture for this
gold and brilliant
necklace.*

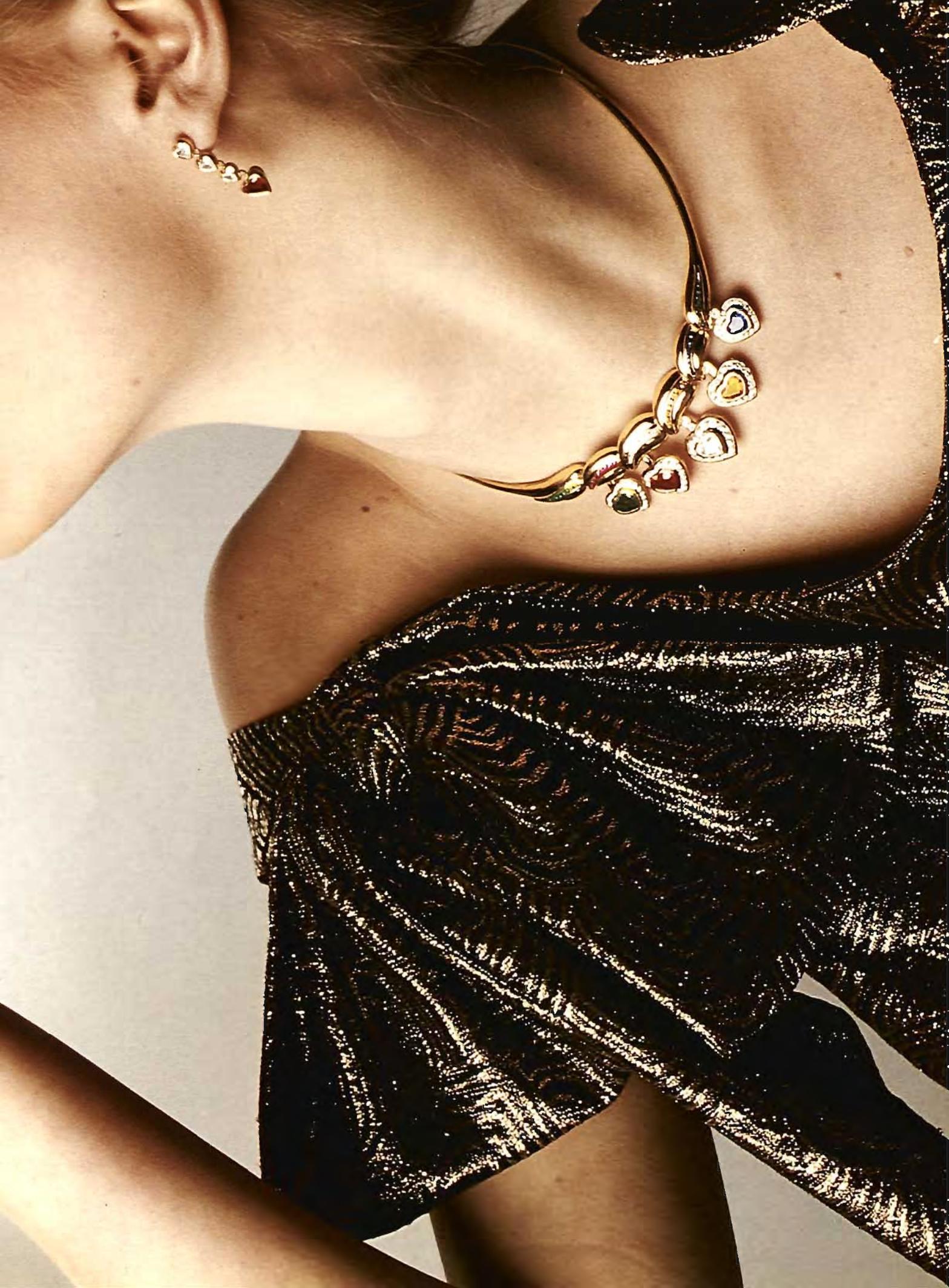


**Volute in oro di diverso
colore sono il tema sul
quale si sviluppa
questo collier ricco di
movimento e di
volume. Diamanti
centrali evidenziano il
disegno.**





**Collana rigida ad
anello in oro e
brillanti. La modella
indossa un collier
con rubini, smeraldi,
zaffiri e diamanti
tagliati a cuore
incastonati tra
decine di brillanti.
Gold and brilliant
rigid ring-shaped
necklace. The model
is wearing a
necklace with rubies,
emeralds, sapphires
and diamonds cut in
the shape of heart
set among
tens of brilliants.**



Di linea rigorosa la
raffinatissima collana in
oro e diamanti. I tagli a
brillante e carré
disegnano un effetto
estremamente ricercato.
With a rigorous line the
really refined necklace
with gold and
diamonds. The brilliant
and carré cuts give an
extremely refined effect.





Gioiello ispirato al classicismo e ideale per le toilettes da gran sera. Il tema colore è svolto da decine di rubini e corindoni gialli e blu accompagnati da brillanti.

A collier inspired to classicism is ideal for the evening toilettes. The colour theme is developed by tens of rubies and yellow and blue corundums set with diamonds.



Uno scoppio di luce
nella cascata di brillanti
al centro di un
importante collier per
occasioni impegnative.
A light burst in the
brilliant fall in the
center of an important
necklace for compelling
occasions.



Suggeriscono una lavorazione artigianale queste spille dal taglio moderno e disimpegno. Molto attuali le forme a triangolo, a barretta, a goccia con perle e brillanti. These brooches with a modern and informal cut suggest a handicraft workmanship. Really up-to-date the triangle, bar and drop shapes with pearls and brilliants.

Brooches by Dierre (122), Aimetti (123), Repposi (124), Arzani (125).
Photos by Aldo Poggi.



Maschere in tormalina rosa ed ametista
per due soggetti ispirati all'Oriente.
Indossabili come spille o come pendenti.
Masks made in pink tourmaline and
amethyst for two subjects inspired to East.
They can be worn either as brooches or
as pendants.



SPILLA OK



Le tipiche geometrie arrotondate dell'Art
Décò brillano di preziosi bagliori in
questa raffinatissima composizione in
platino e brillanti. The typical rounded
geometries of Art Décò sparkle of
precious flashes in this extremely refined
composition with platin and brilliants.

SPILLA OK



Classica ma essenziale questa delicata
composizione floreale sarà splendida per
fermare uno svolazzante foulard di seta o
appuntata sul rever di una giacca. Classic
but essential, this refined floral
composition will be splendid to fasten a
fluttering silk neckerchief or pinned on a
jacket rever.



Cristallo di rocca dal quale lo smeraldo emerge per volume e colore. La collana rigida fa da supporto all'insolito insieme. Rock crystal from which the emerald stands out for volume and colour. The rigid necklace is the support to the unusual whole. Jewels by Mussio Ceva & C. (126), Mazzetto (127), Novarese & Sannazzaro (128), Leo Pizzo (129). Photos by Aldo Poggi.



BUTTERFLY '85

Oro su oro. Con lo stesso colore, ma diversamente lavorato, l'oro è l'unico elemento in questa parure che si offre lieve nel peso ma sostenuta nel disegno. Gold on gold. With the same colour but differently manufactured, gold is the sole element in this set.



Delicata e un po' romantica la catena-collana formata da tanti piccoli cuori con zaffiro centrale. Delicate and a little romantic the chain-necklace formed by hearts with a central sapphire.



Sautoir con ricche boules in oro e brillanti che si trasforma in catena da collo e bracciale. Orecchini ed anelli estivi in onice nera o in corallo rosso. Sautoir with rich boules in gold and brilliants: it changes into necklace or a bracelet. Earrings and rings either in black onyx or in red coral.

LA PITTURA TIBETANA

Franco Ricca

Uno sconosciuto artigianato artistico
ricco di preziose ricerche decorative e di spiritualità

In collaborazione con l'assessorato alla cultura della Regione Piemonte, il centro Comunale di Cultura di Valenza ha realizzato l'importante mostra "Pittura Buddista Tibetana" composta da una serie di preziose "Thang-Ka" (dipinti a tempera su tela) di varie epoche.

Una sezione della mostra era dedicata al libro tibetano e più precisamente ad una serie di copertine lignee intagliate, databili fra il XV e il XVIII sec.

La mostra si è avvalsa del supporto didattico informativo di un moderno sistema audiovisivo controllato da un computer.

Si tratta di un'arte poco nota in occidente, ma di estremo interesse, non priva di interrelazioni con le altre culture.

L'articolo di Franco Ricca, illustre conoscitore delle arti tibetane, della cui esperienza si è avvalso il comitato organizzativo della mostra, costituisce un inedito apporto alla conoscenza ed alla divulgazione dell'arte del Tibet.

L'opera è quella di artisti-artigiani e per molti aspetti affine a quella orafa per la ricerca della decorazione che raggiunge i massimi livelli d'espressione compositiva e per i gioielli stessi che ornano le divinità rappresentate, ricchi di significati d'alta spiritualità.



1) Hevajra abbracciato a Nairatmyâ, particolare di thang-ka dedicatata ad un importante ciclo tantrico.

2) Il Buddha Śâkyamuni, particolare di thang-ka tibetana del XVIII sec.



2



1) Gruppo di bodhisattva e di semidei in una thangka del XVIII sec.

2) Scene della vita del Buddha, da una thangka del XVIII sec.

Nell'ottavo secolo il Tibet dei grandi re rappresentava uno dei maggiori poteri militari dell'Asia e le sue truppe dilagavano nel Turkestan soggiogando le città-stato che vi fiorivano e sgominando le guarnigioni cinesi dislocate lungo la Via della Seta. I primi modelli ai quali si ispirò la pittura tibetana furono quindi quelli proposti dalle straordinarie realizzazioni dell'arte buddhista centroasiatica.

Ma gli stili affermatosi in queste regioni derivavano a loro volta per un verso dall'India, culla del Buddhismo, e per altro verso dall'Asia Occidentale e specialmente dalla Persia, mentre lungo la stessa Via della Seta giungeva dall'Est la grande fioritura dell'arte cinese dei T'ang.

I modelli centroasiatici offrivano quindi fin dall'inizio una varietà di stili dai quali i Tibetani seppero trarre le forme peculiari loro proprie con intelligente sincretismo.

L'influenza cinese, religiosa e artistica, fu dapprima assai notevole, ma successivamente essa si attenuò e sembrò quasi scomparire quando i Tibetani presero ad importare direttamente dall'India i testi buddhisti e a favorire in ogni modo l'afflusso di dotti ed artisti indiani, Kashmiri e nepalesi. L'influenza indiana, attraverso la mediazione nepalese, è continuata fino a tempi

recenti, anche se l'avvento delle dinastie Mongola e Mancù in Cina ed i rapporti da queste stabiliti con il Paese delle Nevi ebbero naturalmente conseguenze apprezzabili (nel campo della pittura la loro influenza incise essenzialmente sulla rappresentazione dei personaggi minori e sulla concezione dei paesaggi di sfondo).

Poiché monaci e pittori si spostavano continuamente dall'uno all'altro monastero, le più diverse influenze stilistiche si estesero a tutti i centri di cultura tibetani, dal Kham orientale, parte del Sichuan cinese, fino al Ladakh e allo Zanskar, oggi appartenenti al Kashmir indiano.

Il più libero stile cinese e il più stereotipo stile indiano continuarono a fiorire l'uno a fianco dell'altro e, inseritisi sul già ricco substrato preesistente, contribuirono insieme a caratterizzare una produzione che, pur nella varietà degli esiti e nella differenziazione degli accenti può riconoscersi senza esitazioni come pittura tibetana.

I popoli dell'area culturale tibetana sono interessati alla pittura essenzialmente in quanto espressione del loro sentimento religioso e supporto delle loro pratiche meditative e culturali. La raffigurazione di una divinità è atto di devozione religiosa allo stesso titolo della sua evocazione nel corso della meditazione, o della recitazione di un testo sacro nel rito.

La relazione che lega cultura e Buddhismo in tale area è per molti versi paragonabile a quella che esisteva tra cultura e Cristianesimo nell'Europa medioevale. Per cogliere appieno il significato della pittura tibetana è quindi necessario

integrare i criteri meramente estetici con il riferimento ai sistemi filosofico-religiosi che vi sono sottesi e dai quali deriva il complesso simbolismo che la caratterizza.

La destinazione culturale e rituale delle opere impone naturalmente regole molto precise all'artista: proporzioni, colori, atteggiamenti, gesti ed attributi devono corrispondere alle minuziose prescrizioni dei testi canonici. Ciò non impedisce tuttavia l'affermarsi, all'interno di tali schemi, della maestria e della sensibilità dell'esecutore e non esclude la valutazione critica e il riconoscimento della qualità estetica da parte del committente.

I pittori tibetani, siano essi laici o monaci, si sottopongono ad un tirocinio di diversi anni, lavorando nelle botteghe di maestri riconosciuti ed accompagnandoli nei monasteri dove la loro opera sia stata richiesta. Malauguratamente le

opere sono generalmente anonime (mentre compare abbastanza spesso il nome del donatore) e una storia della pittura tibetana che si fonda sull'analisi dei contributi forniti dalle varie personalità si presenta estremamente difficile, ed è comunque tutta da fare.⁽¹⁾

Nella pittura tibetana, che si estende dai grandi dipinti murali che completamente ricoprono le pareti interne di templi e monasteri fino alle miniature che decorano i manoscritti e le loro preziose copertine lignee, un ruolo di particolare importanza è affidato alle *thang-ka* (rotoli dipinti).

Le *thang-ka* sono dipinte su un supporto rappresentato da un tessuto più o meno fine, generalmente di cotone, su cui viene stesa una base di calce e colla. La tecnica di pittura è sostanzialmente quella della tempera, realizzata usando pigmenti minerali sospesi in acqua e tenuti insieme da un collante. Più raramente si fa ricorso a coloranti animali o vegetali (specialmente il rosso lacca e l'indaco), mentre a partire dal secolo scorso si sono introdotti in misura crescente i colori sintetici importati dall'Occidente.⁽²⁾

Il dipinto vero e proprio, chiamato "specchio", viene circondato da due strisce di stoffa chiamate "arcobaleno rosso-giallo", intese a separare l'area mistica interna dal mondo fenomenico esterno. Il tutto viene poi incorniciato con broccati, quasi sempre di provenienza cinese.

La parte inferiore del broccato reca spesso applicato un rettangolo di stoffa differente o di prezioso ricamo che sembra avere un ruolo per il praticante e che riceve il nome di "porta della meditazione".

Nello schema generale delle *thang-ka* una grande importanza viene attribuita al valore simbolico del colore. La classificazione in cinque colori fondamentali (bianco, blu, giallo, rosso, verde) riflette lo schema quinario secondo cui il Buddismo tibetano concepisce il processo di emanazione dell'universo dall'unica e ineffabile realtà dell'Assoluto. In effetti la *thang-ka* appartiene ad un piano di realtà trascendente e ci introduce in una sfera diversa, nella quale la figura della divinità si rivela pienamente soltanto a coloro che siano riusciti a provocarne l'epifania attraverso il processo di meditazione ed evocazione. In questo processo l'immagine dipinta rappresenta unicamente un primo sostegno materiale dell'attenzione e concentrazione del meditante.

L'iconografia tibetana è il prodotto di un'evoluzione del Buddismo iniziata in India e proseguita nel Tibet in modi originali. A questa evoluzione appartengono sia l'assimilazione di gran parte del pantheon indiano non buddhista e della simbologia propria del Tantrismo, sia l'introduzione di nuovi specifici sistemi simbolici elaborati

dalle varie scuole di pensiero e dalle diverse tradizioni monastiche tibetane.

Le divinità pacifiche possono essere rappresentate in abiti monastici, oppure in drappi regali, parate dei gioielli che l'iconografia indiana tradizionalmente assegna ai re (diadema, orecchini, pendenti, collare, collana di perle, ghirlanda, bracciali, braccialetti, cavigliere). Le immagini divine sono circondate da un alone che rappresenta la natura luminosa del dio, dalle cui irradiazioni emana l'universo.

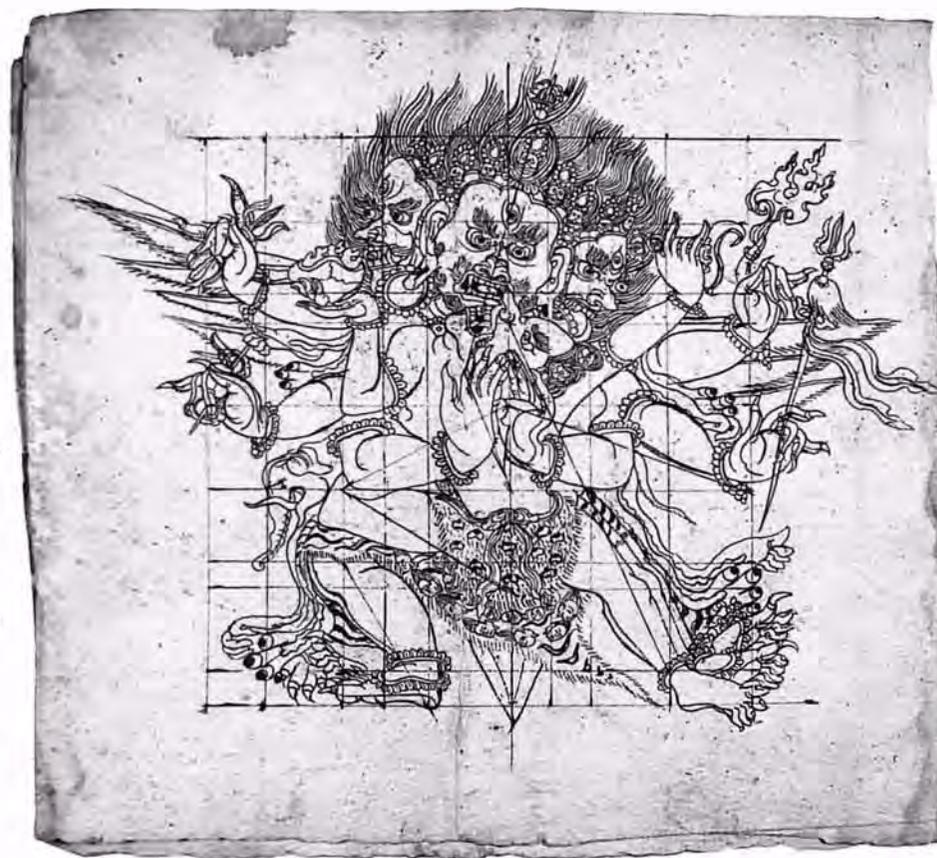
Spesso questo alone assume la forma di un'aureola che circonda la testa che variamente si raccorda, si salda, o si sovrappone al nimbo che avvolge l'intera figura.

Le divinità terrifiche hanno corone di teschi, ghirlande di teste recise, ornamenti fatti di serpenti o di ossa umane, e impugnano armi atte a tagliare, recidere, smembrare. Questo apparato terribile e macabro riflette la doppia natura della loro funzione. Da un lato queste divinità sono chiamate al compito di difendere la dottrina buddhista contro i nemici della religione, e questo ruolo è reso manifesto dal loro carattere itifallico e dal valore apotropaico del gesto in cui atteggiano le mani. Dall'altro lato esse hanno la funzione di recidere i

legami che il meditante conserva con le illusioni del mondo fenomenico, e in particolare con la radice di tutte le illusioni: il proprio Ego.

Le rappresentazioni visive del disfacimento a cui il nostro corpo è soggetto costituiscono il supporto psicologico di questo processo di annichilazione del Sè a cui il meditante è chiamato.

L'analisi iconografica delle thang-ka implica una buona conoscenza del Buddismo Tantrico, poiché ogni immagine è un simbolo e in ciascuna di esse ogni particolare ha un suo specifico significato. Occorre sapere ad esempio che il raggiungimento della liberazione viene concepito come effetto del congiungimento della "compassione" maschile con la "conoscenza trascendente" femminile, congiungimento simbolicamente rappresentato dall'unione sessuale, che costituisce un motivo continuamente ricorrente.



Schema iconometrico per la costruzione di Heruka, dall'album di disegni di un pittore tibetano del primo '800.

Altro aspetto tipico dell'iconografia tibetana è la presenza di elementi di mostruosa violenza e ferocia nelle divinità terrifiche.

L'introduzione di queste singolari rappresentazioni del sacro può essere generalmente ricondotta all'assimilazione da parte del Buddhismo di divinità originarie di altre religioni (in particolare delle sette shivaite) piegate tuttavia a nuovi compiti. Va comunque sempre tenuto presente che tutte le divinità di questo pantheon sterminato, le furiose come le pacifiche, non sono per il buddhista altro che creazioni del nostro intelletto, emanazioni della nostra mente, destinate unicamente a sollecitare la nostra consapevolezza ed a promuovere l'illuminazione.

Un capitolo ancora in gran parte inesplorato dell'arte tibetana è rappresentato dalle belle copertine lignee dei libri sacri conservati nelle ricche biblioteche dei maggiori monasteri. Nei libri tibetani i fogli che costituiscono un volume, scritti sulle due facciate, vengono impilati senza rilegatura, avvolti in un drappo di seta o di cotone e posti tra due pesanti blocchi di legno come copertine (che possono in un certo senso paragonarsi alle senesi "Tavole di Biccherna").

Su tali copertine l'intaglio ha preso il posto e la funzione che nei libri nepalesi era riservata alla pittura. La tradizione pittorica nepalese si è in qualche modo conservata nella suddivisione del campo in comparti distinti, dedicati a figure isolate di divinità, e nella caratterizzazione cromatica fondamentale contraddistinta dal rosso-cuoio del fondo, ottenuto generalmente con lo stesso cinabro usato per le thang-ka e per i dipinti murali. Su tale fondo sono venute gradualmente assumendo un'importanza crescente le dorature più o meno estese delle parti emergenti. Sia le dorature, sia il rosso di fondo (o eventuali altri colori applicati in taluni casi) sono spesso quasi spariti negli esemplari antichi per l'uso continuo o per la lunga permanenza in edifici in rovina.

Per quanto le copertine lignee consentano in via di principio all'artista gradi di libertà molto maggiori di quelli disponibili negli spazi ristretti destinati alle miniature nei fogli interni, questa possibilità non è stata sfruttata per realizzare opere "integrate" che investano l'intera superficie in un'unica realizzazione figurativa secondo una concezione unitaria e globale dell'intaglio. Le copertine sono rimaste divise in compartimenti distinti, con una distribuzione simmetrica delle varie figure.

Da forme inizialmente semplici e contenute, che spesso richiamano le miniature dei manoscritti nepalesi e la prolungata influenza dell'arte Pāla

del Bihar e del Bengala, si approda ad un rigoglioso sviluppo della decorazione, con una tecnica che rivela la perfetta padronanza del mezzo e con soluzioni che inglobano una varietà di elementi di diversa provenienza, completamente assorbiti all'interno di una concezione estetica pienamente tibetana.

Grande rilievo assumono in molti casi gli archi che inquadrano le divinità, la sommità dei quali talvolta invade il bordo esterno della copertina. Si tratta di uno sviluppo dello schienale del trono originario, dilatato per arrivare a contenere l'aureola e il nimbo dorati che circondano la figura divina e proiettato in avanti a costituire una sorta di arco trionfale, secondo uno schema di origine iranica.

Gli animali più o meno fantastici che in questi archi compaiono provengono dalla scultura indiana del quinto secolo e il tipo della stilizzazione che li caratterizza richiama le forme dell'Asia Centrale. Negli esemplari più antichi del Tibet Occidentale, le numerose piccole figure umane e divine sono incorniciate da viticci e volute vegetali che hanno probabilmente la loro origine nell'arte ellenistica del Mediterraneo orientale, pervenuta fino al Tibet attraverso la mediazione dell'arte del Gandhara.

Sono quindi riscontrabili nelle copertine lignee del Tibet elementi che riflettono tutte le correnti culturali incrociatesi durante molti secoli in questo vero cuore dell'Asia. Il carattere particolarmente conservativo del libro, associato alla sacralità che gli deriva dal contenere le parole del Buddha, sembra averci preservato in questi piccoli capolavori la testimonianza di ricerche formali e soluzioni stilistiche di grande antichità e di straordinario interesse.



(1) Il più recente tentativo di analisi degli stili della pittura tibetana è rappresentato da: Pratapaditya Pal, "Peinture Tibétaine", Ed. Ravi Kumar, Basilea 1984.

(2) Una dettagliata ed aggiornata analisi delle tecniche relative alle thang-ka tibetane è fornito da: J. and D. Jackson, "Tibetan Painting Methods and Materials", Ed. Aris and Phillips, Warminster 1983.

1) Particolare di copertina lignea del XV sec. riprodotto Prjñāpāramitā, la Sapienza Trascendente personificata.

2) Particolare di copertina lignea di un libro tibetano del XVI sec.

DAI MERCATI FINANZIARI

NESSUNO SGANCIAMENTO DALLA TIRANNIA DEL DOLLARO

Londra - Nel primo scorcio del 1985 l'oro ha mostrato una "performance" fiacca, pur resistendo onorevolmente alle persistenti pressioni ribassiste causate dalla sfrenata ascesa del dollaro contro le valute europee. I prezzi del metallo a Londra hanno contenuto le oscillazioni entro una gamma di 290-300 dollari l'oncia fino al 25 febbraio, il giorno "nero" in cui il metallo ha rotto gli argini di difesa crollando sotto le pesanti spinte del dollaro ad un nuovo minimo dall'agosto 1979 di 284,75 dollari, accusando la perdita più ampia da un anno di 14,25 dollari.

Sulla sua scia si sono mossi argento, platino e palladio, rispettivamente a 545 cents l'oncia sullo spot al fixing della mattinata, in ribasso di 55 cents rispetto alla chiusura precedente, a 248 dollari l'oncia sul mercato libero, in ribasso di 20,75 dollari ed a 112 dollari, con una flessione di 8,60 dollari.

Le flessioni, hanno osservato gli analisti, sono state causate soprattutto da vendite di operatori professionali e di speculatori, piuttosto che da investitori dato che l'interesse di questi ultimi è calamitato dall'elevato rendimento dei titoli statunitensi a

reddito fisso e dalla domanda dei trasformatori.

Il 27 febbraio ha siglato per contro il momento della rivincita per i metalli preziosi, che hanno ripreso fiato grazie alla forte flessione segnata dal dollaro in seguito ai massicci interventi concertati dalle banche centrali europee che hanno venduto forti quantitativi di valuta statunitense per tamponare i rialzi giunti a livelli incontrollabili. A Londra l'oro bullion è stato quotato a 290,75/291,75 dollari l'oncia contro 287,75/288,25 in apertura a 186/186,50 alla chiusura del 26 febbraio.

Comunque sul mercato non si sono manifestate un'eccessiva euforia od una forte propensione all'acquisto ed alcuni operatori si sono limitati ad osservare che la flessione del dollaro potrebbe essere solo a carattere temporaneo anche in base alle dichiarazioni della settimana scorsa del presidente americano Reagan, il quale ha asserito che gli Stati Uniti non sono favorevoli ad interventi della banca centrale per frenare i rialzi del dollaro, e che, essendo il mercato dominato dai ribassisti, nessuno intende impegnarsi eccessivamente in acquisti che potrebbero tradursi in una perdita.

IMPORT ORO GIAPPONESE RECORD NEL 1984

Tokyo - L'import giapponese di oro ha toccato l'anno scorso un record di 191,98 tonn. contro un massimo precedente di 167,30 tonn. raggiunto nel 1981 e 104,41 tonn. del 1983. Lo indicano i dati doganali diramati dal ministero delle finanze. La maggiore esportatrice è stata la Svizzera con 101,34 tonn. (52,98 tonn.). L'aumento è attribuibile alla maggiore richiesta dell'industria della gioielleria e degli investitori privati, attratti dai bassi prezzi. Sempre dai dati doganali emerge che nel gennaio 1985 i giapponesi hanno importato 24,75 tonn. di oro contro 24,66 tonn. nel dicembre 1984 e 20,36 tonn. nel gennaio 1984. La Svizzera è stata la maggior esportatrice con 12,3 tonn. (14,03 tonn.).

CINA PROGRAMMA MASSICCIO AUMENTO DI UTILIZZO IN OREFICERIA

Pechino - La Cina intende aumentare di venti volte la produzione di gioielli in oro rispetto al 1984 quando le vendite erano ammontate a 29 milioni di yuan. La produzione cinese di oro, di cui non vengono forniti i dati ufficiali, è stimata dagli esperti in 45-50 tonn. annue.

SCAMBI SULL'ORO ALLARGATI AD ALTRE CITTÀ TURCHE

Ankara - Gli scambi sull'oro in Turchia, iniziati nel dicembre 1984 ad Istanbul, saranno estesi ad altre tre città, secondo un decreto della gazzetta ufficiale. Da esso si apprende che a partire dal 1 febbraio, gli uffici della banca centrale di Ankara, di Smirne e di Adana inizieranno ad acquistare ed a vendere oro.

DE BEERS: VENDITE DIAMANTI +1% NEL 1984

Londra - La De Beers consolidated mines ha annunciato che la sua organizzazione centrale di vendita (CSO) ha venduto l'anno scorso diamanti per 1,61 miliardi di dollari, con un incremento dell'1% rispetto al 1983. I risultati del 1984, ha osservato la società, confermano il graduale miglioramento registrato dal settore negli ultimi due anni, anche se essi sono stati parzialmente condizionati dall'alto livello dei tassi di interesse e dall'apprezzamento del dollaro.

PROBABILE CHIUSURA DEL MERCATO A TERMINE LONDINESE

Londra - Il mercato a termine dell'oro a Londra sarà molto probabilmente chiuso. Il consiglio del London Gold Futures Market (LGFMI), infatti, ha avviato una serie di consultazioni per valutare la possibilità di porre fine all'attività.

In particolare, dopo avere interrogato i principali operatori del mercato, è emerso che non esistono le condizioni per continuare questo tipo di contrattazione. Il mercato londinese a termine dell'oro, aperto nell'aprile 1982, ha sempre registrato scambi ridotti e poco interesse.

EXPORT/IMPORT GRAN BRETAGNA NEL 1984

Londra - L'export britannico di oro bullion calcolato sulla base delle transazioni interbancarie e del mercato londinese è ammontato nel 1984 a 521.659.920 grammi e le importazioni a 436.170.257 grammi. Lo comunica l'ufficio delle dogane.

KRUGERRAND: PIÙ VENDITE IN GENNAIO

Johannesburg - Le vendite di krugerrand in tutto il mondo sono salite in gennaio a 290.576 once contro 274.799 in dicembre. Lo ha annunciato la Intergold, osservando che la maggior parte della domanda è pervenuta dall'Estremo Oriente.

HABER INC. SPERIMENTA NUOVO PROCEDIMENTO RECUPERO ORO E ARGENTO

New York - La Haber Inc. comunica di avere raggiunto un accordo a lungo termine con un consorzio indipendente di società minerarie americane per l'estrazione annua di un valore minimo di 20 milioni di dollari di minerale aurifero ad alto tenore di argento, nella zona sud-occidentale degli USA: in cambio riceverà il 50% del valore dei metalli recuperati. La Haber ha messo a punto un nuovo procedimento di recupero per lo sfruttamento di miniere che non danno più alcuna resa con i sistemi tradizionali.

PRODUZIONE SUDAFRICANA DI ORO IN LIEVE AUMENTO

Johannesburg - La produzione sudafricana di oro è salita lievemente nel 1984 a 68.552 kg contro 679.527 nel 1983. Secondo quanto pubblicato dalla camera delle miniere in dicembre sono stati prodotti 57.008 kg contro 57.286 in novembre e 53.546 nel dicembre 1983.

INIZIATA LA PRODUZIONE NELLA MINIERA DI KIDSTON

Sydney - La miniera di oro di Kidston nel Queensland è entrata in produzione il 7 gennaio con tre mesi di anticipo sui programmi. Lo ha annunciato la società che la gestisce, la Kidston Gold Mines Ltd., precisando che per il primo anno di attività il ritmo estrattivo dovrebbe essere di 281.000 onces di oro e 164.000 onces di argento.

EXPORT ISRAELIANO DI DIAMANTI AUMENTATO NEL 1984

Tel Aviv - Le esportazioni israeliane di diamanti lavorati sono aumentate nel 1984 del 3,5% a 1,04 miliardi di dollari. Lo ha annunciato il presidente del mercato internazionale dei diamanti, Schnitzer, aggiungendo che le esportazioni di pietre sono salite del 4,7% a 2,29 milioni di carati, cui il 49% destinato agli Stati Uniti (36% nel 1982).

ORO A TERMINE IN OLANDA: IN APRILE INIZIERANNO LE CONTRATTAZIONI

Amsterdam - I preparativi per l'introduzione del mercato dell'oro a termine ad Amsterdam procedono senza intoppi, per cui le contrattazioni potrebbero iniziare in aprile. Lo ha anticipato un portavoce della commissione del mercato a termine dell'oro, precisando che inizialmente saranno trattati contratti da 500 grammi a 12 mesi in fiorini al grammo. Le altre condizioni saranno annunciate in marzo. Secondo un portavoce il mercato dovrebbe avere un minimo di 20 membri, ma è probabile che il numero sia superato.

AMAX SCOPRE GIACIMENTO DI ORO E ARGENTO NEL NEVADA

Londra - La statunitense Amax ha scoperto nel Nevada occidentale un giacimento di minerali di oro e argento, costituito da almeno 3,8 milioni di tonn. di materiale con un contenuto medio di 4,46 grammi di oro e 25,03 grammi di argento per tonn. Lo ha reso noto il presidente della società, Pierre Grousseland.

PROSSIMAMENTE IN ATTIVITÀ MINIERA AUSTRALIANA DI PINE CREEK

Sydney - La miniera di oro e argento di Pine Creek entrerà in attività verso la fine del 1985. Lo ha annunciato la Renyson Goldfields Cons., precisando che la miniera è in grado di produrre una media annua di 53.000 once di oro e 20.000 di argento per un massimo di nove anni.

IN AUMENTO LA PRODUZIONE MONDIALE DI ORO

Washington - La produzione mondiale di oro dovrebbe salire quest'anno del 5,4% a 48,4 milioni di once rispetto al 1984, nel 1986 del 3,5% a 50,1 milioni e nel 1987 dell'1,9% a 51 milioni. Queste le previsioni pubblicate dal "Gold Institute", un'associazione mondiale per la fornitura di oro e di prodotti in oro. Nel rapporto è notato che la quota della produzione mondiale coperta dal Sud Africa dovrebbe calare entro il 1987 al 43,5% contro il 48,4% del 1983 e quella sovietica al 19% contro il 20%. Per contro, la quota produttiva globale degli altri quattro maggiori produttori (Canada, Stati Uniti, Brasile e Cina) dovrebbe salire al 22% dal 17,6%.

KRUGERRAND: MENO VENDITE IN FEBBRAIO

Johannesburg - Le vendite di krugerrand a livello mondiale sono calate in febbraio a 136.918 once contro 290.576 in gennaio e 187.960 nel febbraio 1984. Lo ha reso noto l'Intergold, aggiungendo che nei primi due mesi di quest'anno le vendite sono ammontate a 427.494 once contro 430.158 once nel corrispondente periodo dell'anno scorso. La flessione di febbraio è stata imputata dalla Intergold alla relativa staticità dei prezzi dell'oro durante il mese considerato, che ha frenato la domanda di krugerrand.

GIACIMENTO AURIFERO IN TERRANOVA

Calgary - La BP Canada Inc. ha annunciato di avere scoperto un importante giacimento aurifero vicino alla superficie sulla costa meridionale di Terranova. I risultati delle prime trivellazioni hanno rivelato che due pozzi a profondità 14,3 mt. e 11,9 contengono rispettivamente 7,57 e 7,39 grammi di oro per tonnellata estratta.

ORO A TERMINE

Boca Raton, Florida - I funzionari del Comex (Commodity exchange di New York) e dello SFE (Sydney Futures Exchange) hanno firmato il 7 marzo l'accordo che collega i due mercati degli scambi a termine di oro per contratti da 100 once troy. Lo riporta il "Financial Times". Secondo i funzionari, se le autorità dei due mercati daranno la loro approvazione in tempi brevi, gli scambi incrociati potranno iniziare nel quarto trimestre, garantendo praticamente un'attività continuata per tutte le 24 ore. Il Comex tratta da 70 a 80.000 contratti al giorno, mentre Sydney solo 500. Negoziati per collegamenti analoghi sono in corso fra Chicago - Hong Kong e Filadelfia - Hong Kong.

FORTE CALO VOLUME AFFARI IN FEBBRAIO

Londra - Il giro di affari sul mercato a termine dell'oro a Londra è calato in febbraio a 960 lotti contro 4.752 in gennaio, di riflesso alla decisione del comitato di borsa di cessare appena possibile le contrattazioni a termine sul metallo. Lo riporta l'International Commodities Clearing House (ICCH).



PER LEGGERE L'INVIDIA... NEGLI OCCHI DELLE ALTRE DONNE



Siamo presenti alle seguenti Fiere:

VICENZA: Gennaio - Giugno -
Settembre - Stand 1196

MACEF-MILANO: Febbraio -
Settembre - Pad. 31 - 3^a Post. -
Stand H 11

GOLD ITALIA-MILANO: Marzo -
Aprile - Pad. 28 - Salone 4^a - Stand U 16

BASILEA: Aprile - Stand 13/616

CAMPIONARIA-MILANO: Aprile

VALENZA: Marzo - Ottobre -
Stand 136/137



di TODOERTI LUIGI - Oreficeria-Gioielleria

oreficeria e gioielleria

ponzone & zanchetta

15048 VALENZA (ITALY)
CIRCONVALLAZIONE OVEST, 90 - TEL. (0131) 94043
1207 AL



PIETRO LOMBARDI

Oreficeria
15048 Valenza (Italy)
Via Noce, 14
Tel. (0131) 951204
1443 AL

RASELLI FAUSTO & C.

Fabbrica oreficeria
15048 Valenza - P.zza Gramsci, 19 - Tel. (0131) 91516
923 AL

LESSIO per O.V.





Leva Santino

PRODUZIONE MONTATURE
EXPORT IN TUTTO IL MONDO
CATALOGO CON PIÙ DI 1000 MODELLI COLLEZIONE 83-84

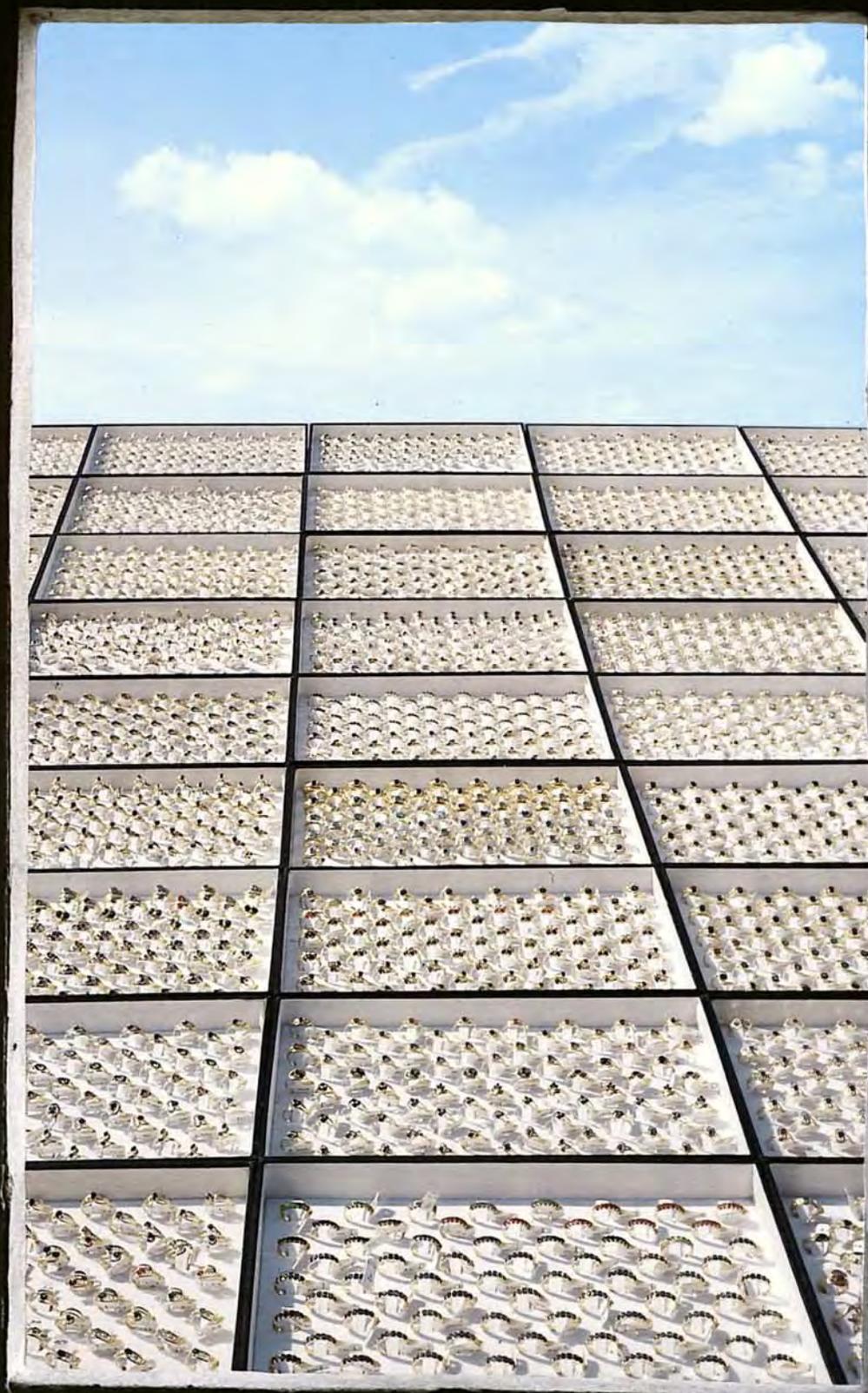
15048 VALENZA - VIA CAMURATI, 12 - TEL. 0131-93118

O.V. - Inviatemi gratuitamente il vostro
nuovo catalogo 83-84
Ditta Indirizzo



RE CARLO
Oreficeria-Gioielleria

Uffici: Via Camurati, 34 Fabbrica: Via Roma, 17 15048 Valenza (AL) Tel. (0131) 94208-953801 AL 1845



GIUSEPPE MASINI

gioielleria - oreficeria - creazioni proprie - Marchio AL 1586

15048 Valenza - via del Castagnone, 68 - tel. (0131) 953695 (4 linee r.a.)

20122 Milano - via Paolo da Cannobio, 10 - tel. (02) 800592 - 3498185



ellepi

GIOIELLI LIVIO PINATO

15048 Valenza
Circonvallazione Ovest 24
Tel. (0131) 977.339 - 1217 AL

Vicenza: stand 1066
Milano Gold Italia: stand 845
Valenza: stand 131/142

OREFICERIA

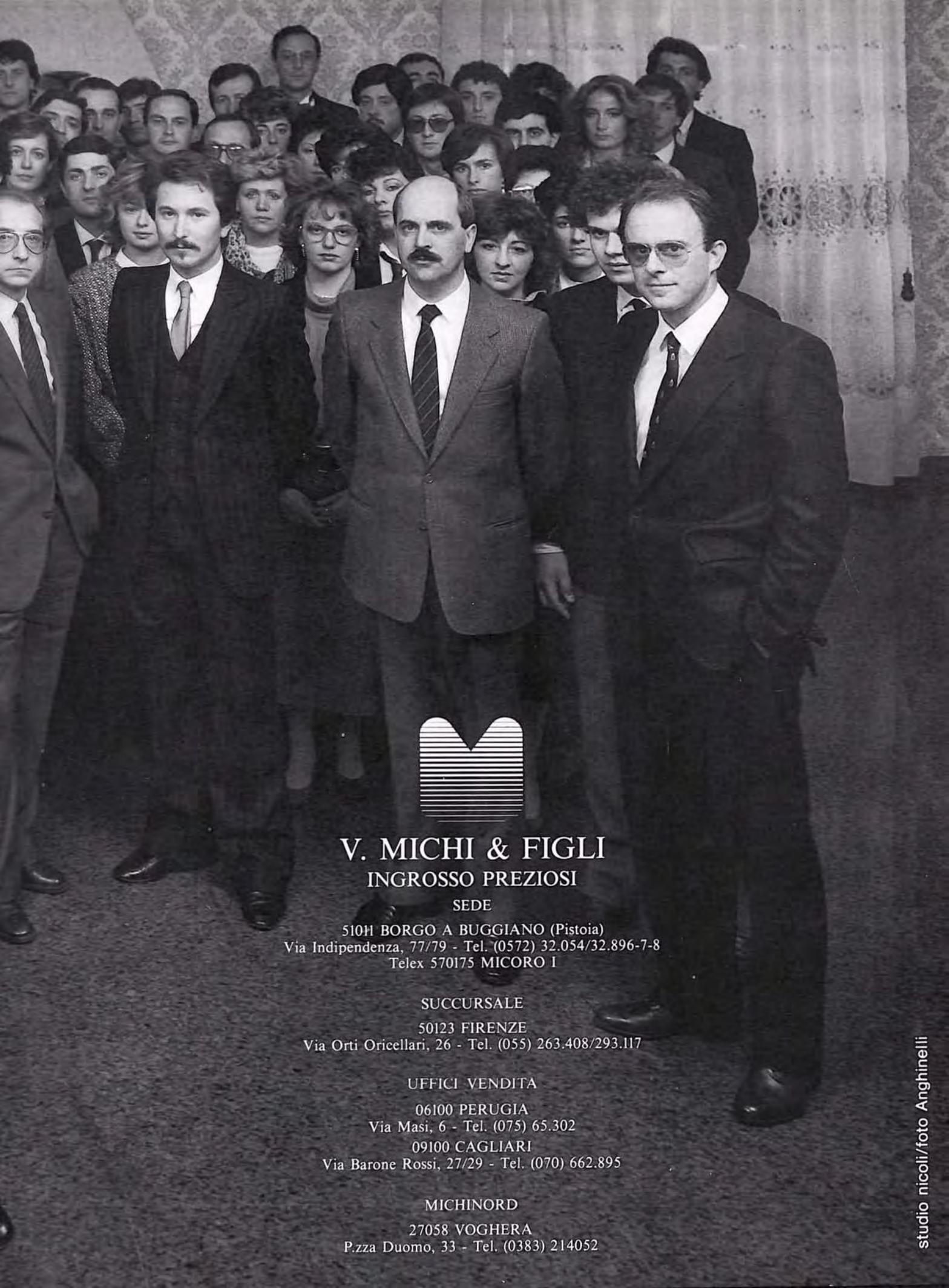
B

GIOIELLERIA

B. MARTELLI in **BOLGEO**

15048 VALENZA
Via Bologna, 12 - Telefono (0131) 94745 - 970242





V. MICHI & FIGLI
INGROSSO PREZIOSI

SEDE

510H BORGO A BUGGIANO (Pistoia)
Via Indipendenza, 77/79 - Tel. (0572) 32.054/32.896-7-8
Telex 570175 MICORO I

SUCCURSALE

50123 FIRENZE
Via Orti Oricellari, 26 - Tel. (055) 263.408/293.117

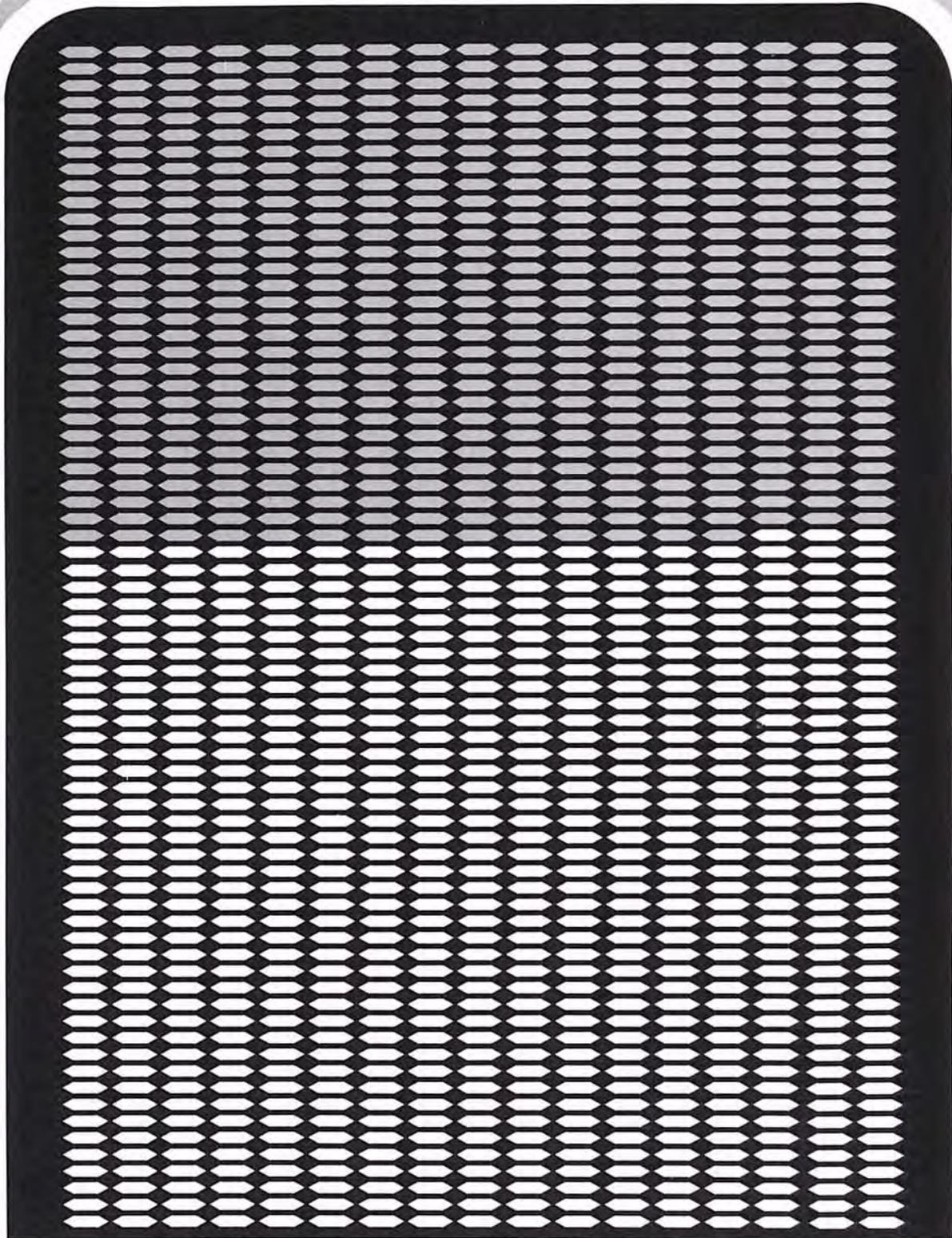
UFFICI VENDITA

06100 PERUGIA
Via Masi, 6 - Tel. (075) 65.302
09100 CAGLIARI
Via Barone Rossi, 27/29 - Tel. (070) 662.895

MICHINORD

27058 VOGHERA
P.zza Duomo, 33 - Tel. (0383) 214052

VALENZA HA
1200 **AZIENDE ORAFE**
700 **SONO ASSICURATE**
CON NOI



GOGGI ASSICURAZIONI
ALESSANDRIA - P.za Turati, 5 - Tel. 56238/41772
VALENZA - P.za Gramsci, 15 - Tel. 952767
TELEX 211848

BARBERO & RICCI



OREFICERIA - GIOIELLERIA - EXPORT

*15048 VALENZA - Via Ariosto, 6 - Tel. 0131/93444 - 1031 AL
Basilea: Halle 44 - stand 312 / Vicenza (Gennaio-Giugno) stand 257 / Valenza (Ottobre) stand 368*



KIMBERLEY DIAMONDS ITALIA S.R.L.

VALENZA (ITALIA) - Viale Dante 24
Tel. (0131) 93592 - 93478 - telex 21051

KIMBERLEY DIAMONDS INC.

JOHANNESBURG (S. AFRICA)
L.C. Diamonds Cutting Works
Dashing Centre - 1 st floor
240 Commissioner street
Tel.: 29-2191/7 - 29-1081/88
Telex 84133 SA



diamanti e pietre preziose

viale Dante, 24
tel. 93.592 - 93.478
telex 21051

i nostri diamanti sono una scelta accurata in tutti i tagli
sia classici che fantasia

Banca Popolare di Novara

AL 31 DICEMBRE 1983

Capitale	L. 18.846.028.000
Riserve e Fondi Patrimoniali	L. 885.238.865.454
Fondo Rischi su Crediti	L. 102.387.529.969

Mezzi Amministrati oltre 15.165 miliardi
378 Sportelli e 94 Esattorie

Succursale all'estero in Lussemburgo

Uffici di Rappresentanza a Bruxelles, Caracas, Francoforte
sul Meno, Londra, Madrid, New York, Parigi e Zurigo.
Ufficio di Mandato a Mosca.

TUTTE LE OPERAZIONI ED I SERVIZI DI BANCA, BORSA E CAMBIO

Distributrice dell'American Express Card.
Finanziamenti a medio termine all'industria, al commercio,
all'agricoltura, all'artigianato e all'esportazione,
mutui fondiari ed edilizi, «leasing», factoring, servizi
di organizzazione aziendale, certificazione bilanci e gestioni fiduciarie
tramite gli Istituti speciali nei quali è partecipante.

**LA BANCA È AL SERVIZIO DEGLI OPERATORI IN ITALIA
E IN TUTTI I PAESI ESTERI**



UN PRESTIGIOSO APPUNTAMENTO A NAPOLI

25-26-27-28-29 MAGGIO 1985



18° SALONE

INTERNAZIONALE

DEL REGALO

12° SALONE
DELL'OROLOGERIA,
GIOIELLERIA,
OREFICERIA
ARGENTERIA



Organizzazione:

ENTE AUTONOMO MOSTRA D'OLTREMARE
E DEL LAVORO ITALIANO NEL MONDO

LANARC - Libera Associazione Napoletana Agenti
e Rappresentanti di Commercio

Per informazioni rivolgersi a:

Mostra d'Oltremare - 80125 NAPOLI - P.le Tecchio, 52 - Tel. (081) 7258111
Telex 722244 ENTAMO I



ART LINE di Ceva & C. snc
fabbrica gioielleria

15048 valenza
via martiri di Iero, 9
tel. (0131) 94275
1131 AL



BAJARDI LUCIANO snc
fabbrica gioiellerie
export

15048 valenza
viale santuario, 11
tel. (0131) 91756

BALDI & C. snc
fabbrica oreficeria
gioielleria

15048 valenza
viale repubblica, 60
tel. (0131) 91097
marchio 197 AL

BALDUZZI,
GULMINI & FUSCO
chiusure per collane

15048 valenza
viale b. cellini, 28
tel. (0131) 953261

BARBIERATO SEVERINO **fabbrica oreficeria**

creazione propria

15048 valenza
via sassi, 9
tel. (0131) 94807
marchio 2080 AL - CCIAA 113948 AL

BEGANI & C. **gioielleria**

15048 valenza
via s. giovanni, 17
tel. (0131) 93109
1030 AL

GIUSEPPE BENEFICO

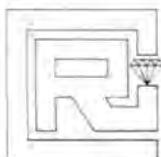
brillanti
pietre preziose
coralli

20124 milano
p.za repubblica, 19
tel. (02) 662417

15048 valenza
viale dante, 10
tel. (0131) 93092

BUZIO, MASSARO & C. snc **fabbrica oreficeria** **e gioielleria**

15048 valenza
viale b. cellini, 61
tel. (0131) 92689
1817 AL



CANTAMESSA FRANCO & C.
produzione gioielleria
e commercio preziosi

15048 valenza
via giusto calvi, 18
tel. (0131) 92243
408 AL

ditta espositrice alla mostra
del gioiello valenzano
stand 515

CEVA RENZO & C. snc
gioiellieri

15048 valenza (AL)
via sandro camasio, 4
tel. (0131) 91027
328 AL

COVA GIANCARLO & C. snc
oreficeria a peso

san salvatore monferrato (AL)
via prevignano, 41
tel. (0131) 33354
1396 AL

DE GASPARI & BARBERIS
fabbrica orficeria
e gioielleria

15048 valenza
via san salvatore, 28 (casa visca)
tel. (0131) 93266
1002 AL

ESSEBI di Siligardi Alberto
fabbrica oreficeria

15048 valenza
p.zza gramsci, 7
tel. (0131) 93431
2000 AL

FRACCHIA & ALLIORI
gioielleria

lavorazione anelli con pietre fini

15048 valenza
circ. ovest, 54
tel. (0131) 93129
marchio 945 AL



FREZZA REMO
oreficeria gioielleria

15048 valenza (AL)
via martiri di cefalonia, 28
tel. (0131) 953380
telex exporaf 23196
785 AL

MARIO LENTI
fabbrica gioielleria
oreficeria

15048 valenza
via mario nebbia, 20
tel. (0131) 91082
483 AL

LUNATI
fabbricanti gioiellieri
export

15048 valenza
via trento
tel. (0131) 91338/92649
marchio 160 AL

MANCA
gioielli

15048 valenza
via mario nebbia, 7
tel. (0131) 94112
1258 AL

mg

MANDIROLA GINO
anelli - oggettistica per uomo
fantasie

15048 valenza
via bergamo, 34
tel. (0131) 92078
1433 AL

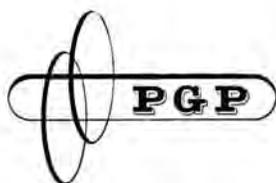
ERMES MORAGLIO
laboratorio oreficeria
lavorazione propria

15048 valenza
via b. cellini, 63
tel. (0131) 91228
1983 AL

B. TINO & VITO PANZARASA

dal 1945 orficeria e gioielleria
della migliore produzione valenzana

28021 borgomanero (NO)
via d. savio, 17
tel. (0322) 81419



PGP di Pagella & C.

fabbrica orficeria
gioielleria - export

15046 san salvatore
monferrato (AL)
via don guarona, 3
tel. (0131) 371154
1884 AL

gold italia - stand 641
fiera vicenza (gen-giu-sett) - stand 1175
fiera valenza (marzo) - stand 558
macef (febb-sett) pad. 31 - stand G105

GIAN CARLO PICCIO **oreficeria gioielleria**

15048 valenza
via p. paietta, 15
tel. (0131) 93423
1317 AL



RACCONE & STROCCO

chiusure
per collane e bracciali

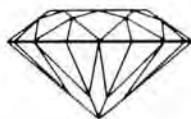
15048 valenza
via XII settembre, 2/A
tel. (0131) 93375

SISTO DINO
fabbricante gioielliere
export - creazioni fantasia

15048 valenza
v.le dante 46/B, ang. via ariosto
tel. (0131) 93343
marchio 1772 AL

VALENTINI & FERRARI
oreficeria gioielleria
export

15048 valenza
via galvani, 6
tel. (0131) 93105
marchio 1247 AL

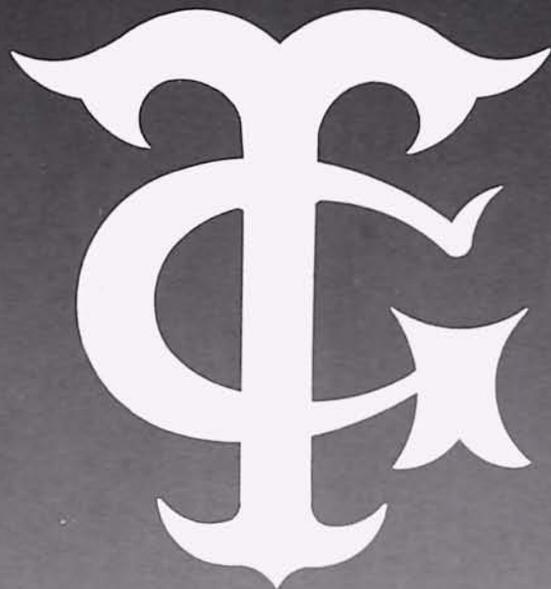


VALORAFABA di De Serio & C.
fabbrica orficeria
gioielleria

15048 valenza
via camurati, 8/B
tel. (0131) 94915
2191 AL

VARONA GUIDO
fabbrica orficeria
anelli battuti con pietre sintetiche e fini
montature

15048 valenza
via faiteria, 15
tel. (0131) 91038



GIORGIO TESTERA

15048 Valenza – Via XX Settembre, 16B – Tel. (0131) 94029

MOSTRA GIOIELLO VALENZANO - MARZO/OTTOBRE 1984 - STAND 565



We exhibit at:

- VICENZA
January - June
- RJA NEW YORK
February - July
- MILANO
April
- BASLE
April
- DUESSELDORF
March - September
- VALENZA
Permanent show



Export Orazi Mostra Permanente Oreficeria s.r.l.

15048 Valenza (Italy) Via Mazzini, 1 Piazza Don Minzoni, 1 Teleg. Exportorafi - Valenza
 Telefono (0131) 953641-2-3-4 Telex 210106 Exoraf

**LA MOSTRA PERMANENTE E' ORA APERTA ANCHE AI GIOIELLIERI ITALIANI
 TUTTI I GIORNI FERIALE DELL'ANNO.
 ESPONGONO 200 DITTE PRODUTTRICI
 PRESENTARSI MUNITI DI LICENZA DI P.S.**



Distribuzione Nord Italia Gioiellerie Morosetti di C. Moro

MILANO 30 Marzo - 4 Aprile 1985
GOLD ITALIA 1985
Padiglione 28 IV - Stand 16 Bis - Z 17

BASILEA 11-18 Aprile 1985
MOSTRA EUROPEA DELL'OROLOGERIA
E DELLA GIOIELLERIA
Stand 17/366

VENDORAFA

VENDORAFA s.r.l. - Via Mazzini, 15 - 15048 Valenza Po (Italy) - Tel. (0131) 952891/2/3 - Telex 210627 VENDOR I - P.O. Box 201