



Il Futuro è il Capitale Umano

Vicenzaoro September è l'hub della formazione della filiera. Investire sulle nuove generazioni è il segreto verso una crescita maggiore >p.2

Vicenzaoro September is the supply chain's training hub. Investing in new generations is the secret to greater growth >p.2

IN EVIDENZA

DOMENICA **12** SETTEMBRE 2021

VINTAGE

Il talk di Ugo Pancani

Oggi, in Sala Canova, per capire quali orologi vintage acquistare e come prendersene cura.

Today, at the Canova Room, to understand the purchase and care of vintage watches.

>p.10



TREND

Wild Iridescence

La forma delle perle classiche lascia il passo ai profili asimmetrici delle loro "sorelle" barocche.

The shape of classic pearls gives way to the asymmetrical profiles of their Baroque "sisters".

>p.18



FOCUS

Laura Inghirami

Ai Gem Talks, ci porta a scoprire il rapporto fra il diamante e le più giovani generazioni.

At the Gem Talks, she leads us to discover the link between diamonds and the younger generations.

>p.16

SEEN ON
VO+

1991-2001
HULA HOOP70

Editor in Chief Federica Frosini
Art Director Elena Papageorgiou
Photo by Ilaria Taschini

2001-2011
SEGNO70

Editor in Chief Federica Frosini
Art Director Elena Papageorgiou
Photo by Alberto Carlo Macchi
Set and styling by Valentina Micòl Carnevali



VENDORAFA



SEEN ON

VO+
VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

1951-1961
MARGHERITE70

Editor in Chief Federica Frosini
Art Director Elena Papageorgiou
Photo by Marco Gazza
Model Bianca Mantero
Hair and make up by Elena Gaggero

1961-1971
FIREWORKS70

Editor in Chief Federica Frosini
Art Director Elena Papageorgiou
Photo by Stefania Zanetti
Set and styling by Sarah Richiuso
Light assistant, Matteo Bellomo



FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plus

Il Futuro è il Capitale Umano

Vicenzaoro September è l'hub della formazione della filiera. Investire sulle nuove generazioni è il segreto verso una crescita maggiore >p.2

Vicenzaoro September is the supply chain's training hub. Investing in new generations is the secret to greater growth >p.2



EDITORIAL

MARCO CARNIELLO
GLOBAL EXHIBITION
DIRECTOR JEWELLERY & FASHION
DI IEG

Se qualcosa sembra impossibile, a noi piace farla. Solo alcuni mesi fa non potevamo sapere se saremmo stati effettivamente qui per una Vicenzaoro che, con T.Gold e VO Vintage, ha invece riempito l'intero quartiere fieristico. Eppure a IEG ci abbiamo sempre creduto. Il futuro è di chi lo sa immaginare e noi abbiamo continuato a immaginare questo momento assieme agli espositori, alle associazioni, ai media, al mercato, nella consapevolezza del nostro ruolo di guida e stimolo della ripresa. Una ripresa che stiamo costruendo anche in questi giorni di fiera, passo dopo passo, per rimettere in marcia il business, grazie ai clienti e alle key people che da qui dettano le linee guida stilistiche, tecnologiche e produttive del futuro del gioiello e dell'orologio. Vicenzaoro si conferma piattaforma corale e sinergica di business, incontro e crescita irrinunciabile sul panorama europeo e internazionale. E IEG il partner capace di leggere i cambiamenti e reagire velocemente alla variabilità del contesto, senza mai sottrarsi al ruolo di supportare le aziende e aiutarle nella corsa verso i mercati del mondo.

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

DOMENICA 12 SETTEMBRE 2021

VINTAGE

Il talk di Ugo Pancani

Oggi, in Sala Canova, per capire quali orologi vintage acquistare e come prendersene cura. Today, at the Canova Room, to understand the purchase and care of vintage watches. >p.10



TREND

Wild Iridescence

La forma delle perle classiche lascia il passo ai profili asimmetrici delle loro "sorelle" barocche. The shape of classic pearls gives way to the asymmetrical profiles of their Baroque "sisters". >p.18



FOCUS

Laura Inghirami

Ai Gem Talks, ci porta a scoprire il rapporto fra il diamante e le più giovani generazioni. At the Gem Talks, she leads us to discover the link between diamonds and the younger generations. >p.16

Sostenibilità, Strategie in Corso

Se ne parla oggi al seminario didattico "Sustainable Development Goals: Meeting Their Challenge". Alle 14.30, Main Stage, Hall 7

Come vincere la sfida per uno sviluppo sempre più sostenibile? È questa la domanda alla quale si cerca di dare una serie di risposte durante i seminari didattici in presenza e i webinar in streaming dal titolo "Sustainable Development Goals: Meeting Their Challenge".

Meeting Their Challenge". Organizzati da CIBJO, Confederazione Mondiale della Gioielleria, sono ospitati oggi, dalle 14.30 alle 16.30, da Italian Exhibition Group nella Hall 7 del Main Stage di Vicenzaoro. Lo scopo è quello di dare risalto alle strategie del settore per stimolare l'attuazione di due dei 17 obiettivi globali di sviluppo sostenibile (SDG) approvati nel 2015 dall'Assemblea Generale dell'ONU e da raggiungere entro il 2030. Nella prima sessione,

moderata da Edward Johnson, CIBJO's JIV Moderator, gli special guest Iris Van der Veken (Direttore Esecutivo RJC), Ferial Zerouki (Senior VP Corporate Affairs, De Beers), Cristina Maria Villegas (Director of Mining, PACT), Diana Culillas (Secretary-General, Swiss Better Gold Association) si confrontano su un tema di grande attualità: "SDG 5: Gender Equality. The Role and Influence of Women in the Mining of Precious Materials", (segue a pagina 4)

Lo "Special Touch" delle Donne

Oggi, alle 13, il talk "Women in Jewellery" su diversità, inclusione e forza femminile

Un dibattito dai toni internazionali, con collegamenti in streaming e un panel tutto al femminile, si tiene oggi, dalle 13 alle 14, nella Hall 7 del Main Stage della fiera. Attorno al tavolo dei lavori si trovano riunite Sheryl Jones, Jewellery Designer and GIA alumn (collegata in streaming),

prima e unica donna afroamericana ad avere un punto vendita nella "via dei diamanti" di New York; Chaoqiu He, Fondatrice di QIU Fine Jewelry (collegata in streaming), creatrice di collezioni di pezzi unici, una delle poche donne asiatiche a visitare la Colombia per acquistare smeraldi; Laurence Ardies, giovane designer di Anversa che realizza gioielli seguendo una filiera etica; Iris Van der Veken, Direttore Esecutivo, Responsabile Jewellery (segue a pagina 4)



If something seems impossible, we like to do it. Only a few months ago, there was no way of knowing if we would really be here for a Vicenzaoro that, with T.Gold and VoVintage, has actually filled the whole Expo Center. And yet, at IEG, we always believed it. The future belongs to those who know how to imagine it and we continued to imagine this moment together, with the exhibitors, associations, media and market, in the awareness of our role as a guide and incentive to recovery. A recovery that we are still building during these trade show days, step by step to get business going again, thanks to the customers and key people who, from here, dictate the stylistic, technological and productive guidelines of the jewelry and watch future. Vicenzaoro is an unmissable collective and synergic business,

meeting and growth platform on the European and international panorama. And IEG is the partner that is able to interpret the changes and react quickly to context variability, without ever shying away from its duty to support companies and help them in the race towards the global markets.

MARCO CARNIELLO,
GLOBAL EXHIBITION DIRECTOR
JEWELLERY & FASHION DI IEG

Il Futuro è il Capitale Umano

(segue dalla prima)

C'è un leit motiv che lega i vari segmenti della filiera protagonisti come sempre della scena qui a Vicenzaoro, organizzata da Italian Exhibition Group: la formazione, che va di pari passo allo scouting di nuove idee in grado di far evolvere l'industry. Formazione dedicata alle nuove generazioni di addetti ai lavori, che siano maestri orafi o di alta orologeria, o del campo dell'high tech applicato all'ingegnerizzazione di macchinari e device per la produzione di gioielleria. Tre campi ben rappresentati in manifestazione, rispettivamente dalle oltre 800 aziende espositrici, dall'area VO Vintage dedicata ai cultori del genere d'antan, e da T.Gold, il salone dedicato alla tecnologia, realizzato da IEG in collaborazione con AFEMO. Focus su cui ha portato l'attenzione la neoelita presidente di Federorafi Claudia Piaserico, che al talk organizzato da Assogemme e IGI Italian Gemological Institute, ha parlato della necessità di riaccendere nei giovani la passione per un mestiere di cui ormai non si percepisce più la reale bellezza, quella di poter esprimere un livello di libertà creativa che pochi altri comparti permettono, soprattutto per la qualità che le aziende della gioielleria made in Italy sono in grado di esprimere. «Il principale problema che stanno riscontrando i nostri imprenditori è quello di non riuscire a trovare il giusto capitale umano su cui investire: formare un giovane con le competenze adatte significa garantirsi una chance di sviluppo e di crescita maggiore». Nella cornice di VO Vintage, si sono invece raccontati, dando suggerimenti di carriera e svelando segreti del loro percorso e dell'esperienza accumulata

negli anni, i maestri orologiai Giulio Papi, Luca Soprana e Vincent Calabrese, anche co-fondatore dell'Académie Horlogère des Créateurs Indépendants. Tre dei più grandi nomi tra gli italiani che hanno lasciato il segno nell'orologeria internazionale, vivendo in prima persona durante la loro lunga e apprezzata carriera le evoluzioni storiche del mondo dell'orologio: il superamento della fase del quarzo, il mondo dei "complicati" e "complicatissimi", l'avvento del computer nella progettazione del segnatempo contemporaneo, la necessaria competenza dell'essere umano che non potrà mai essere sostituito dai "bot". Un cenno è stato anche fatto alle scuole orologiaie frequentate, alla capacità, tutta personale, di tramandare di generazione in generazione la propria passione, agli insegnanti ai mastri incontrati nell'arco di più di 40 anni di storia dell'haute horlogerie. Diverse esperienze e storie, ma una sola passione condivisa: quella per la profonda conoscenza dei principi meccanici e delle rifiniture degli orologi di ogni epoca. Infine, all'interno del palinsesto dedicato a T.Gold, Maurizio Costabeber, Chief Technology Officer di DWS, azienda leader nella produzione di materiali nanoceramici e stampanti 3D, ha raccontato le potenzialità del gioiello 4.0 per il settore orafa e della moda. Il convegno dal titolo "Fashion Generation X. Materiali traslucidi antigraffio e pietre sintetiche per produzione diretta di manufatti e semilavorati nel mondo fashion e gioielleria" ha illustrato come con la tecnologia, materiali traslucidi antigraffio e pietre sintetiche prendono vita. IRIX V, per esempio, materiale na-

noceramico particolarmente adatto per replicare pietre sfaccettate e ornamenti traslucidi senza limiti geometrici di forma, rende possibile creare rapidamente semilavorati o prodotti finiti da integrare in creazioni di design, offrendo nuove e infinite possibilità ad artigiani e designer.

There is a recurring theme that links the various segments of the supply chain, protagonists, as always, of the scene here at Vicenzaoro, organized by Italian Exhibition Group: training, which goes hand in hand with scouting for new ideas able to make the industry evolve. Training dedicated to the new generations of workers, whether master goldsmiths or fine watchmakers, or in the field of high-tech applied to engineering machinery and devices for producing jewelry. Three areas well represented at the show, respectively by the over 800 exhibiting companies, from the VO Vintage area dedicated to the cultivators of yesteryear items, and from T.Gold, the show specifically for technology, organized by IEG in collaboration with AFEMO. A focus that the newly-elected President of Federorafi, Claudia Piaserico, brought to attention during the talk organized by Assogemme and IGI Italian Gemological Institute, when she spoke of the need to re-ignite in the young the passion for a profession that has lost its true beauty, which lies in being able to express a level of creative freedom that few other professions allow, especially due to the quality that Made in Italy jewelry companies are able to express. «The main problems that our entrepreneurs are coming up against is not being

able to find the right human capital in which to invest: training a young person to have the suitable skills means securing a chance for development and greater growth.» In the setting of VO Vintage, on the other hand, master watchmakers Giulio Papi, Luca Soprana and Vincent Calabrese, also co-founder of the Académie Horlogère des Créateurs Indépendants, told their stories, giving career suggestions and revealing the secrets of the work and the experience they have accumulated over the years. Three of the biggest names among the Italians who have left a mark on international watchmaking, have personally experienced the historical evolutions of the watch world during their long and admirable careers: overcoming the quartz phase, the world of "complicated" and "extremely complicated", the introduction of the computer in designing contemporary timepieces, the necessary human skills that can never be replaced by "bot". A mention was also made about the watchmaking schools they attended, the totally personal ability to hand their passion down from generation to generation, the teachers and masters they met in the space of more than 40 years of haute horlogerie history. Different generations, experiences and stories with one mutual passion: to spread the knowledge of the mechanical principles and final touches of watches of every era. Lastly, as part of the program dedicated to T.Gold, Maurizio Costabeber, Chief Technology Officer at DWS, a company leader in the production of nanoceramic materials and 3D printers, explained the potential of 4.0 jewelry for the jewelry and fashion sector. The conference entitled "Fashion Generation X. Translucent anti-scratch materials and synthetic stones for di-

rectly produced objects and semi-finished goods for the fashion and jewelry world" demonstrated how the translucent anti-scratch and synthetic stone technology, IRIX V, for example, can be produced, a nanoceramic material particularly suitable for replicating faceted stones and translucent ornaments with no geometric limits of shape so that semi-finished or finished items can be integrated in design creations, offering new and endless possibilities to artisans and designers.

Lorenza Scalisi

foreverunique.it

@lisao._jewels

HALL 7 STAND 510

CUORE DI PIETRA.

I gioielli sono lo specchio dell'anima e Lisa O. by Forever Unique è libertà, personalità, colore. Indossa una vita a tinte forti.



Sostenibilità, Strategie in Corso

(segue dalla prima)



Gaetano Cavalieri, President CIBJO

ovvero qual è il ruolo delle donne nell'estrazione di materiali preziosi per l'industria della gioielleria. Nella seconda sessione, moderata sempre da Edward Johnson con Jonathan Kendall, CIBJO's Executive Vice President, si discute di economia circolare e riutilizzo dei materiali, "SDG 12: Responsible Consumption Sustainable Jewellery in the Circular Economy", con Danielle Keller Aviram (Sustainable Jewellery and Fashion Consultant), Oren Schneider (CEO of CIRCA), Gabriel Andre Sauer (Managing Director, Sauer) e Philipp Reiser (Managing Partner, C. Hafner GmbH & Co. KG). Pre-

sente al dibattito Gaetano Cavalieri, Presidente di CIBJO, che in anteprima ha sottolineato l'importanza della comunicazione di queste attività. «Poniamo le basi per fornire strumenti idonei per operare nel modo migliore, affinché si possa supportare il consumatore e, quindi, incrementare la consumer confidence».

This topic will be discussed today at the educational seminar entitled "Sustainable Development Goals: Meeting Their Challenge". At 2.30 pm, Main Stage, Hall 7

How can we meet the challenge of achieving ever more sustainable development? This is the question to which a series of answers is going to be given during the didactic seminars and the streaming webinars entitled "Sustainable Development Goals: Meeting Their Challenge". Organized by CIBJO, the World Jewellery Confederation, they will be hosted today, from 2.30 p.m. to 4.30 p.m., by Italian Exhibition Group in Hall 7 of the Main Stage at Vicenzaoro. The main purpose is to highlight the strategies of the sector, in order to enhance the implementation of two of the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) approved by the UN General Assembly in 2015 and to be achieved by 2030. In the first session, moderated by Edward Johnson, CIBJO's JIV Moderator, the special guests Iris Van der Veken (RJC's Executive Director), Feriel Zerrouki (Senior VP Corporate Affairs, De Beers), Cristina Maria Villegas (Director of Mining, PACT), Diana Culillas (Secretary-General, Swiss Better Gold Association) will discuss a topic of great relevance: "SDG 5: Gender Equality. The Role and Influence of Women in the Mining of Precious

Materials", that is, which is the role of women in the extraction of precious materials for the jewellery industry. In the second session, also moderated by Edward Johnson with Jonathan Kendall, CIBJO's Executive Vice President, the topics of discussion will be circular economy and reuse of materials, "SDG 12: Responsible Consumption Sustainable Jewellery in the Circular Economy", with Danielle Keller Aviram (Sustainable Jewellery and Fashion Consultant), Oren Schneider (CEO of CIRCA), Gabriel Andre Sauer (Managing Director, Sauer) and Philipp Reiser (Managing Partner, C. Hafner GmbH & Co. KG). Gaetano Cavalieri, President of CIBJO, will be present at the debate, and in preview he underlined the importance of communication of these activities. «We lay the foundations to provide suitable tools to operate in the best way, so that we can support consumers and, therefore, increase consumer confidence».

Maristella Campi

VIOFF

The Golden Journey

La Basilica Palladiana, imponente come una nave, è l'immagine-simbolo di "VIOFFA Golden Journey", il progetto Fuori Fiera di Vicenzaoro September. Un viaggio che fa tappa tra i tanti eventi in calendario, tra i quali "CitArts", Festival di Arti Performative con mangiafuoco, mimi, maghi, trampolieri, equilibristi, acrobati; il progetto di Zanellato "Women's Voices", con le fotografie di Sonia Marin; l'esposizione d'arte contemporanea ispirata a "On the road" di Jack Kerouac a cura di Chiara Franceschini con la galleria d'arte ARTantide; le vetrine del centro con 30 dipinti a olio di Ilaria Sperotto; la mostra fotografica «A riveder le stelle», nei Chiostrini della Chiesa di San Lorenzo; l'evento diffuso, in orario aperitivo, VIWINE in bar, ristoranti e gelaterie nei pressi di Piazza dei Signori.

The Basilica Palladiana, standing majestic as a ship, is the image-symbol of "VIOFFA Golden Journey", Vicenzaoro September's OffShow initiative. A journey with stops at the many events on the calendar, including "CitArts", the Festival of Performing Arts, with fire-eaters, mimes, magicians, stilt walkers, balancing acts and acrobats; Zanellato's "Women's Voices" project with photographs by Sonia Marin; the contemporary art exhibition inspired by Jack Kerouac's "On the road" and curated by Chiara Franceschini with the ARTantide art gallery; the town center windows displaying 30 oil paintings by Ilaria Sperotto; the photographic exhibition entitled «A riveder le stelle», in the cloisters at San Lorenzo Church; and the VIWINE event at aperitif time that will be common to bars, restaurants and ice cream parlors in and around Piazza dei Signori

Lo "Special Touch" delle Donne

(segue dalla prima)



Donatella Zappieri, Jewelry Business Consultant and Director of Master Luxury and Jewelry at Créa Geneva

Council, impegnata ad approfondire il tema della gender equality, raccontando come il settore si stia avvicinando all'empowerment femminile; Linda Kozloff-Turner, Jewellery Designer e autrice del libro "100 Women of Jewellery". A fare da moderatrice è Donatella Zappieri, Jewelry Business Consultant e Direttore Master Luxury and Jewelry presso Créa Geneva, che racconta come «per la prima volta, proprio sul palcoscenico di Vicenzaoro, viene svelato il progetto di Linda Kozloff-Turner, ovvero una raccolta di storie e testimonianze di cento donne internazionali che, impegnate ognuna a proprio modo nel mondo della gioielleria, hanno lottato per raggiungere

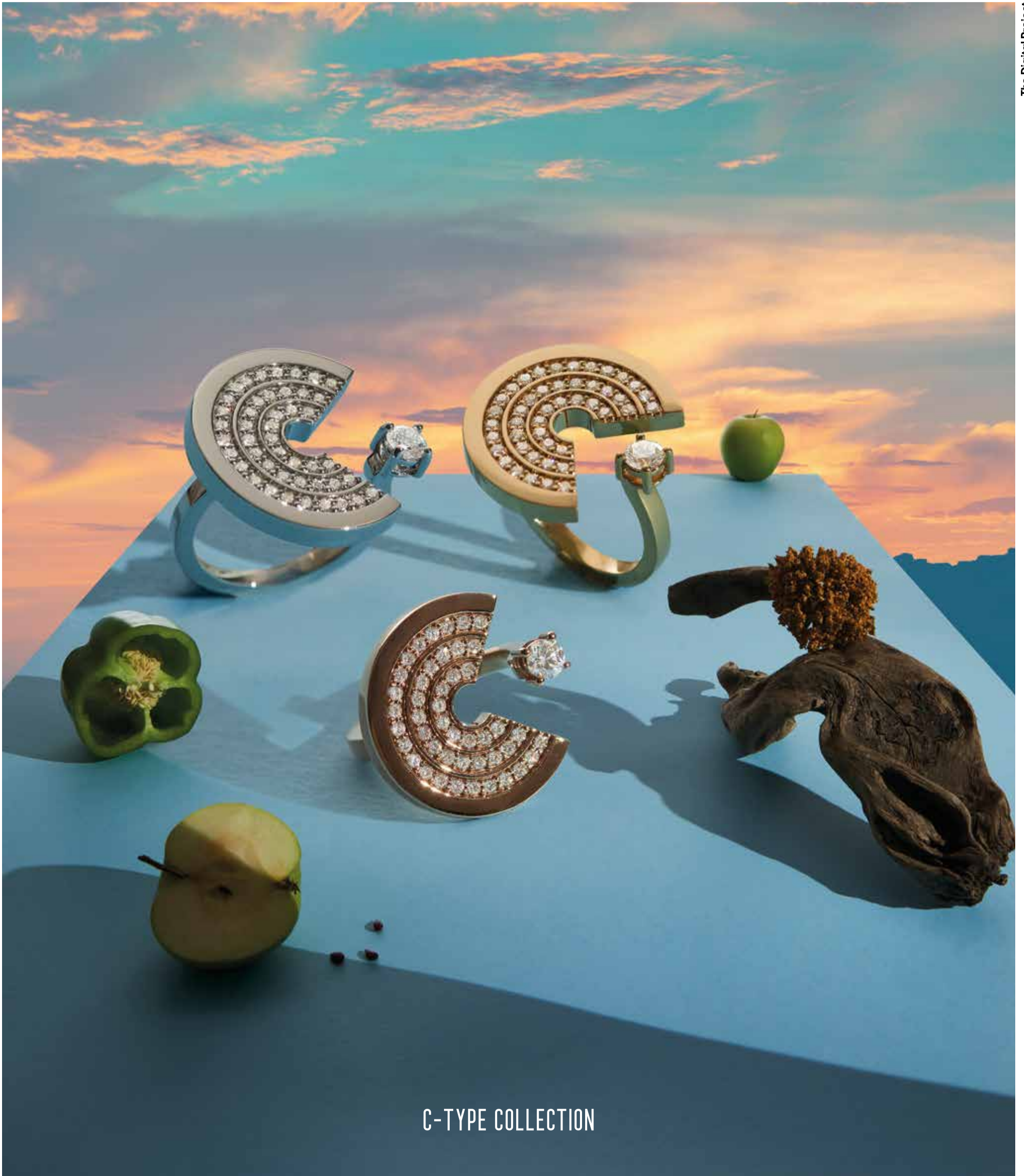
traguardi e successi. Il fine della ricerca è quello di mettere in luce quanto sia importante avere un'imprenditorialità al femminile, ma anche al tempo stesso come per le donne sia arduo raggiungere certi obiettivi». Fulcro della conversazione tra le relatrici, che sono tra le 100 protagoniste del libro, è quella di dimostrare che esistono realtà femminili che hanno fatto percorsi importanti e quindi dare un messaggio di positività. Si parla di diversità, inclusione, approvvigionamento etico, aprendo a una progettualità al femminile e mettendo l'accento sulla necessità, sempre più forte, di integrare lo "special touch" delle donne nel settore del gioiello.

Today, at 1 pm, the Talk "Women in Jewellery" about diversity, inclusion and feminine wisdom

A talk enriched by an international tone, with streaming connections and an all-female panel, will be held today, from 1 p.m. to 2 p.m., in Hall 7 of the Fair's Main Stage. The guests' table will be hosting Sheryl Jones, Jewellery Designer and GIA alumn (linked in streaming), the first and only African American woman to have a store in New York's "Diamond District"; Chaoqiu He, Founder of QIU Fine Jewelry (linked in streaming), creator of collections composed of unique pieces, one of the few Asian women to visit Colombia with the purpose of buying emeralds; Laurence Ardies, a young designer from Antwerp who makes jewels following an ethical supply chain; Iris Van der Veken, Executive Director, Head of the Jewellery Council, who is committed to investigating the issue of gender equality by explaining how this industry is approaching female empowerment; Linda Kozloff-Turner, Jewellery Designer and author of the book "100 Women of Jewellery". The moderator is Donatella Zappieri, Jewelry Business Consultant and Director of Master Luxury and Jewelry at Créa Geneva, who is going to tell how «for the first time, right on Vicenzaoro's stage, Linda Kozloff-Turner's project is unveiled, a collection of stories and testimonies by 100 international women who, each engaged in their own way in the world of jewellery, have fought to achieve goals and success. The aim of the research is to highlight how important it is to have

female entrepreneurship, but also at the same time, how difficult it is for women to achieve certain objectives». The main focus of the talk between the speakers, who are among the 100 protagonists of the book, is to demonstrate that there are women who have made important journeys, thus giving a message of positivity. They will be talking about diversity, inclusion, ethical procurement, opening up to female projects and highlighting the ever stronger need to integrate women's "special touch" in the jewellery industry.

Maristella Campi



C-TYPE COLLECTION

Dal Mito di Paul in Poi

Newman Master. Si chiama così il talk di oggi di VO Vintage. In "cattedra", Stefano Mazzariol, fondatore di una delle più grandi banche dati di orologeria d'antan al mondo e una delle collezioni più attese a Vicenzaoro

Newman Master. That's the title of the VO Vintage talk today. In "the hot seat", Stefano Mazzariol, founder of one of the world's largest yesteryear watch databases and one of the most eagerly awaited collections at Vicenzaoro



Quali sono i plus di VO Vintage?

Ho sposato questa manifestazione perché la ritengo organizzativamente la migliore in Italia, e mi riferisco non solo all'impianto fieristico ma a tutta una città dove si ha una sensazione di totale sicurezza. Già nella prima edizione mi sono trovato in un "salotto buono" dell'orologeria, frequentato da persone del settore che conosco da più di 30 anni, già di per sé indice di una grande serietà. Un appassionato del genere, venendo qui sa di poter trovare il meglio sul mercato, italiano ma non solo. In altre parti del mondo basta avere i soldi per prendere uno stand, qui invece devi essere verificato e selezionato da Watch Passion Association, e ciò a garanzia di acquisti sicuri.

Lei è noto per aver tenuto decine di conferenze. Cosa ha in programma per VOV?

Il bello di Vicenzaoro è che offre anche momenti dedicati all'approfondimento. Il talk di oggi si intitola "Newman Master", durante il quale illustrerò come riconoscere il quadrante del celebre Rolex Daytona Paul Newman. Sarà un'occasione unica per raccontare storie e curiosità su uno degli orologi vintage più celebri al mondo, il cui originale, con la referenza 6239, indossato dalla star di Hollywood per 15 anni, nell'ottobre del 2017 è stato protagonista di una vendita da record. Se normalmente un Newman costa attorno ai 200.000 \$, quello appartenuto dall'attore ha infatti raggiunto una quotazione straordinaria:

base di partenza schizzata subito da uno a dieci milioni fino al rush finale di 17.752.500 \$. I curiosi possono andare a cercare il video della Casa d'Aste Phillips di New York: 12 minuti di pura follia cui ho avuto il privilegio di assistere di persona.

Su quali pezzi punta per questa edizione?

Espongo un'ampia selezione di Daytona e tutta una gamma di Rolex vintage sportivi che di certo desteranno interesse. Fra i pezzi di maggior pregio, un Submarine del 1957 di uso militare, unico al mondo, la quotazione? Mi limiterò a dire, a livello della sua rarità!

What are the advantages of VO Vintage?

I have joined this show because, in organizational terms, I think it is the best in Italy and I don't only mean the exhibition system but the entire city where there is a sense of total security. Already at the first edition, I found myself in a "good watch living room", attended by people from the sector that I have known for over 30 years, which, in itself, is already a sign of enormous professionalism. An enthusiast of this type, coming here knows that he will be able to find the best on the Italian market, and not only. In other parts of the world, you only need money to be able to get a stand. Here, on the other hand, you are checked and selected by Watch Passion Association, and safe purchases are therefore guaranteed.

You are known to have held tens of conferences. What are you planning for VOV?

The beautiful thing about Vicenzaoro is that it also offers moments of in-depth information. The talk is entitled "Newman's Master" and I will be illustrating how to recognize the dial of the famous Paul Newman Daytona Rolex. It will be a unique chance to tell stories and curiosities about one of the world's most famous vintage watches, the original of which, bearing reference number 6239 and worn by the Hollywood star for 15 years, was the protagonist of a record sale in October 2017. If a Newman normally costs around \$ 200,000, the one the actor wore did, in fact, reach an extraordinary amount: the starting bid shot up immediately from one to ten million dollars and the final rush saw it sell for \$17,752,500. If you are curious, you can look for the video taken at the Phillips Auction House in New York: 12 minutes of pure folly that I was lucky enough to experience personally.

What pieces are you betting on at this edition?

I will be exhibiting a wide selection of Daytona and the entire range of vintage Rolex sports watches which will certainly arouse interest. The most valuable items include the world's only 1957 Submarine for military use. The price? I will only say, in line with its rarity.

Lorenza Scalisi



Non Chiamatemi Collezionista!

A tu per tu con Sandro Fratini, proprietario della più grande collezione di orologi d'epoca al mondo. Ospite del talk di domani "Fra passione e investimento"

Face to face with Sandro Fratini, owner of the largest vintage watch collection in the world, and guest at tomorrow's talk "Between passion and investment"

All'imprenditore Sandro Fratini è stato chiesto di tutto sulla sua collezione - stimata in oltre duemila pezzi - tranne che una cosa: quali sono gli orologi che non hanno acquisito il valore che sperava?

«La premessa importante è che non ho mai comprato un solo orologio pensando di rivenderlo per guadagnarci. Anche perché il motore vero che mi ha spinto a iniziare questa collezione è l'amore per gli orologi. Perciò non mi ritengo un collezionista puro. Fra i pezzi per me sempre meravigliosi ma che non hanno avuto un giusto riscontro sul mercato ci sono tutti i Rolex della serie Prince, prodotti negli anni '30-'40. Ne ho una quarantina circa, e quando ne trovo uno che mi piace lo compro senza pensarci, ma sono sorpreso che non abbiano riscosso

successo. Non hanno perso valore, ma non ne hanno neanche guadagnato. Parlo dei modelli Brancard e Railway, Classic e pure l'asimmetrico. Uno più bello dell'altro. Un altro marchio che secondo me ha disatteso le potenzialità è il Movado. I crono sono stupendi, con i pulsanti tondi che ricordano quelli di un Patek ma un po' rivisitati. Eppure, il loro valore è lo stesso di quando li ho acquistati trent'anni fa». Altra curiosità da soddisfare: l'ultimo acquisto fatto? «Due mesi fa, un Gerald Genta in acciaio, con Paperon de' Paperoni al centro del quadrante. Ne ho già parecchi, e anche questo marchio non ha avuto un andamento costante e in crescita come avrebbe meritato. Ce ne sono però alcuni valutati anche centinaia di migliaia di euro, quelli con grandi complicazioni». La sua passio-

ne è tale da aver creato anche una collezione di hotel dedicati a questo tema. «Sì, dopo i due Hotel L'Orologio di Firenze e Venezia, a dicembre apriremo a Roma. Ciascuno di essi è caratterizzato da riferimenti all'alta orologeria. Li ho immaginati come luoghi per appassionati ma anche per ospiti che amano i dettagli estetici e la cura nel servizio. Credo si capisca che c'è cuore dietro a ogni scelta».

Sandro Fratini has been asked all kinds of questions about his collection - an estimated two thousand items - except for one: which watches did not gain the value you hoped?

«First and foremost, I have never bought a single watch with the intention of reselling it for profit. Especially since, the real reason that urged me to start this collection

was my love for watches. Therefore, I don't think of myself as a true collector. Among the pieces that, for me, are always wonderful yet did not achieve the right response on the market, are all the Rolexes in the Prince series, produced in the 1930s and '40s. I have about forty and when I find one that I like, I buy it without thinking twice. I'm surprised that they weren't successful. They haven't lost value but neither has their worth increased. I'm speaking of the Brancard and Railway models, classic and even asymmetrical. Each one more beautiful than the next. Another brand that, in my opinion, did not live up to expectations, is the Movado. The chronographs are fantastic, with round buttons similar to those on a Patek but slightly revamped. And yet, their value is the same now as when I bought them thirty years ago.» Another curiosity to satisfy: what was

your last watch you bought? «Two months ago, a steel Gerald Genta with Scrooge McDuck in the center of the dial. I already have several. Even this brand didn't enjoy a constant trend and increase as much as it deserved. Some, however, the ones with the best complications, are valued at hundreds of thousands of euros». Your passion is such that a series of hotels on this theme has been created. «Yes, after the two L'Orologio hotels in Florence and Venice, in December, we will also be opening in Rome. Each one features references to fine watchmaking. I imagined them as places for enthusiasts as well as guests who love aesthetic details and accurate service. I think you can see that every decision comes from the heart».

Lorenza Scalisi



LOTO PREZIOSI

HALL 7- BOOTH 590

www.lotopreziosi.it

Personalità che Contano

“I marchi indipendenti e i nuovi scenari post-pandemia”. Qui un cenno di quanto emerso ieri durante il talk di apertura del VO Vintage

“Independent brands and the new post-pandemic scenarios”. Here is a hint of what emerged yesterday during the opening talk of VO Vintage



Mario Peserico, CEO of Eberhard Italia and President of Assorologi

Coraggio. Se c'è una dote che gravitano attorno al mondo dei marchi indipendenti dell'alta orologeria è proprio questa. Perché per scegliere di inaugurare un percorso alternativo ai colossi del lusso ce ne vuole tanto, insieme alla capacità di individuare una nicchia di mercato da coprire e conquistare. Se ne è parlato a lungo ieri, nel talk inaugurale di VO Vintage, che ha visto partecipare allo stesso panel alcuni dei nomi “trasversali” più in vista del settore. A fare gli onori di casa, Jacopo Giudici e Michele Mengoli, rispettivamente founder & creative director e chief-editor di Watchinsanity. Primo a portare la sua testimonianza Mario Peserico, qui nella duplice veste di Ceo di Eberhard Italia e di presidente di Assorologi. «Quello appena trascorso è stato un anno difficile, che ha causato una sofferenza generalizzata dell'orologeria svizzera. Facendo un rapido bilancio, l'unico mercato che ha registrato un segno positivo è stato il primo andato in crisi, vale a dire quello cinese, perché dopo un marzo e un aprile disastrosi per via della chiusura totale, è seguita una rapida ripresa che ha fatto archiviare il 2020 in netta crescita. Uniche eccezioni sono stati i mercati di Bahrein e Irlanda, ma per motivi fiscali. Il contraltare di questa situazione di

immobilità fisica del 2020 è stato un evidente risparmio di denaro, per i mancati acquisti di abiti, auto, benzina e vacanze. Denaro che in parte è stato investito nell'acquisto sui canali online di beni di lusso più durevoli, come appunto gli orologi di alto di gamma. Il 2021 sta invece avendo un andamento decisamente più positivo, soprattutto nelle aree extra megalopoli: le grandi città si sono svuotate, il turismo è stato a lungo bloccato, molti sono tornati a vivere in provincia o comunque, hanno fatto una vita più di quartiere, lontano dai distretti del lusso e degli uffici. Prova ne è la chiusura di numerose boutique, per lo più monomarca, nei centro storici, con una risalita di quelle in provincia». Su questa scia ha continuato Jacopo Corvo, Chief Commercial Officer di Corvo & C., da sessant'anni distributori in Italia di marchi di qualità. «Nel 2020, anche i big spender, normalmente molto impegnati, si sono trovati a casa con le aziende chiuse per almeno tre mesi: tempo in più che è stato proficuamente speso per informarsi su novità di settore, fare ricerca e infine togliersi qualche sfizio acquistando prodotti che magari fino a qualche mese prima neanche conoscevano. In questo, hanno di sicuro avuto un ruolo indispensabile i social media e i forum specializzati, forieri di

curiosità e pareri di esperti. Spostando il discorso sulle origini del recente successo dei marchi indipendenti, a fare da fulcro è sempre la creatività progettuale che sanno dimostrare, ciascuno con la propria personalità. Un esempio per tutti? Francois-Paul Journe, che all'Italia destina circa 80 orologi l'anno sugli 800 totali, e in alcuni rari casi concede, è il caso di dirlo, anche una ulteriore personalizzazione a richiesta. «Quando anni fa mio padre, tornando da Baselworld, mi disse che voleva iniziare a importare in Italia le sue creazioni, il mercato non era ancora pronto, e quando iniziammo a proporlo, nel 2003, era difficile farne percepire tutti i plus. E ora, per averne uno bisogna mettersi in lista d'attesa, esattamente come accade per un Rolex».

on online channels, including high-end watches. On the other hand, 2021 is showing a decidedly more positive trend, especially in extra-megalopolis areas: big cities have emptied, tourism has been blocked for a long time, many people have returned to live in the province or, in any case, have been living a more neighborhood life, away from the luxury and office districts. Proof of this is the closure of several boutiques, mostly single-brand boutiques, in the town centre, with a rise in those in the province». In this path continued Jacopo Corvo, Chief Commercial Officer of Corvo & C., distributor of quality brands in Italy for sixty years. «In 2020, even big spenders, who are usually very busy, found themselves at home with their companies closed for at least three months: more time that was profitably spent to find out about industry news, do research and finally indulge in a few whims by buying products that maybe they hadn't even known just a few months before. Social media and specialized forums, harbingers of curiosity and expert opinions, certainly played an essential role in this. Speaking of the origins of the recent success of independent brands, the fulcrum is always the design creativity that they are able to demonstrate, each with their own personality. An example among all? Francois-Paul Journe, which allocates about 80 watches a year out of the 800 total to

Italy, and in some rare cases grants - it should be said - even further customization on request. «When my father, while returning from Baselworld years ago, told me that he wanted to start importing his creations into Italy, the market was not ready yet, and when we started offering it, in 2003, it was difficult to highlight all its pluses and have them recognized. And now, to get one, you need to put yourself on the waiting list, just like a Rolex.»

Lorenza Scalisi

Courage. If there is a quality that unites all those who gravitate around the world of fine watchmaking independent brands, it is right this. Because it takes a lot of courage to choose to inaugurate an alternative path to the giants of luxury, together with the ability to identify a market niche to cover and conquer. This was discussed at length yesterday, during the inaugural talk of VO Vintage, which saw some of the most prominent “transversal” names in the sector participate in the same panel. To do the honors, Jacopo Giudici and Michele Mengoli, respectively Founder & Creative Director and Chief-Editor of Watchinsanity. Mario Peserico was the first to bring his testimony, here in the dual role of CEO of Eberhard Italia and President of Assorologi. «Last year was a truly difficult year, which caused a generalized suffering of Swiss watchmaking. If we take a quick balance, the only market that registered a positive sign was the first one that went into crisis, namely the Chinese one, since, after the disastrous months of March and April due to the total lockdown, a rapid recovery followed and closed 2020 in clear growth. The only exceptions were the markets of Bahrain and Ireland, due to tax reasons. The counterpart to this situation of physical immobility in 2020 was an evident saving of money, for the missed purchases of clothes, cars, gasoline and holidays. Money that was partly invested in the purchase of more durable luxury goods



Jacopo Corvo, Chief Commercial Officer of Corvo & C.



UNO AERRE



FASHION JEWELLERY

unoerre.it

Il Futuro dell'Orologeria

Un domani di sostenibilità e tecnologia. Se ne parla oggi nel talk delle 14.30 nella Sala Canova, Hall 8.1

A sustainable and technological tomorrow. This is the topic of the talk at 2.30 pm in the Canova Room, Hall 8.1



Dody Giussani, Editor in Chief of L'Orologio

All'interno del palinsesto dedicato all'orologeria vintage, organizzato con la regia di Michele Mengoli, advisor di VO Vintage, si tiene oggi, dalle 14.30 alle 15.30 nella Sala Canova della Hall 8.1 di Vicenzaoro, il talk "Il futuro dell'orologeria". Quattro protagonisti del settore - Alessandro Ficarelli (Product Director Panerai), Nicola Callegaro (Co-fondatore di Echo/Neutra, marca caratterizzata da "sostenibilità emozionale" e

"sustainable durability"), Antonio Carriero (Chief Digital & Technology Officer Breitling) e Giovanni Varesi (Head of Antiquorum Milano, Watch Expert attivo da diversi anni nel collezionismo) - con Dody Giussani (Direttore L'Orologio) e Diego Tamone (Watch Editor RCS Mediagroup) come moderatori, partendo dallo stato di fatto del settore si confrontano su quale debba essere la strada da intraprendere

e su quali strumenti attuare per raggiungere il pubblico di domani, puntando anche e soprattutto sulle nuove generazioni. Alessandro Ficarelli fa il punto sulla sostenibilità, con un approfondimento sul riuso delle materie e sulla certificazione dei metalli preziosi, raccontando la genesi e lo sviluppo di un innovativo orologio, costruito con il 98% di materiali di recupero. Nicola Callegaro si sofferma sulla possibilità di nascita e di crescita di nuovi brand attraverso le piattaforme di crowdfunding, meno diffuse in Italia che all'estero, dove invece proliferano proprio nel settore orologiero, analizzando quali utilizzare e perché. Antonio Carriero introduce il tema dell'innovazione, parlando dei nuovi servizi digitali che si stanno espandendo a beneficio del cliente finale, in particolare spiegando come funziona e quali vantaggi comporta la Blockchain. Giovanni Varesi, esperto di collezionismo, che proprio in questo periodo sta facendo registrare un trend di cre-

scita dai numeri importanti, anche grazie all'enorme sviluppo delle aste online nel periodo pandemico, mette infine in evidenza l'esistenza di sistemi di tracciamento per gli orologi vintage.

The vintage watch program, organized under the directorship of Michele Mengoli, the VO Vintage advisor, includes a talk today, from 2.30 to 3.30 pm in the Canova Room in Hall 8.1 at Vicenzaoro, on "The future of watchmaking." Four sector players - Alessandro Ficarelli (Product Director at Panerai), Nicola Callegaro (Co-Founder of Echo/Neutra, a brand characterized by "emotional sustainability" and "sustainable durability"), Antonio Carriero (Chief Digital & Technology Officer for Breitling) and Giovanni Varesi (Head of Antiquorum Milan and Watch Expert, who has been involved in collecting for several years) - with Dody Giussani (Editor in Chief of L'Orologio) and Diego Tamone (Watch Editor RCS Mediagroup) as moderators. Starting from the sector's state of the art, the panel will discuss the road to take and the tools to use to reach the public of tomorrow, also, and

above all, focusing on the new generations. Alessandro Ficarelli will sum up the sustainability situation with a close look at re-using materials and precious metal certification, explaining the origin and development of an innovative watch that is 98% made from recovered materials. Nicola Callegaro will pause on the possibility of new brands emerging and growing through crowdfunding platforms, less common in Italy than abroad where they are booming, particularly in the watch sector, and analyze how to use them and why. Antonio Carriero will introduce the theme of innovation by speaking about the new digital services that are expanding to the benefit of the end-user, and explaining how the Blockchain works and its advantages. Lastly, Giovanni Varesi, an expert in collecting who, in recent days, has recorded a growing trend with significant numbers, also in view of the enormous development in on-line auctions during the pandemic, will highlight the existence of tracing systems for vintage watches.

Maristella Campi

Comprare, Restaurare, Conservare: a Lezione di Vintage

Oggi, alle ore 16 in Sala Canova, il talk di Ugo Pancani, per capire quali orologi vintage acquistare e come prendersene cura

Today, at 4 p.m., the Canova Hall will host Ugo Pancani's talk, to understand which vintage watches to buy and how to take care of them



Ugo Pancani, professor in Mechanical and Electronic Watchmaking and trainer at the Academy of the Fondation de la Haute Horlogerie

Tra gli appuntamenti più attesi della sezione VO Vintage, alla sua seconda edizione, oggi alle ore 16 in Sala Canova, Ugo Pancani, professore in Orologeria Meccanica ed Elettronica e trainer dell'Academy della Fondation de la Haute Horlogerie, propone l'intervento dal titolo "Lo straordinario mondo

del vintage: il mercato, l'importanza delle condizioni all'atto dell'acquisto, il restauro a regola d'arte e come curare l'orologio nel tempo". «Sarà l'occasione per offrire uno sguardo sul mondo del vintage e del collezionismo. Nell'intervento farò una sintesi che permetta di capire cosa si intenda per orologio

d'epoca, quali sono le competenze tecniche e storiche necessarie per meglio comprendere questo settore, che sta acquisendo sempre più importanza». Il pubblico verrà poi accompagnato in una panoramica del mercato, «Si potrà capire come scegliere e acquistare un orologio vintage -

nelle aste, dai venditori ufficiali o dai privati - e come deve essere eseguito un restauro in maniera corretta. Ma anche i rischi che certi canali comportano. Non ultimo, le regole comportamentali per portare un orologio di secondo polso, cosa aspettarsi e come curarlo». Un mondo diventato importante anche per le aziende, che vogliono preservare i valori di storia, tecnica e immaginario legato a certi orologi, rilasciando certificati d'archivio o di originalità dell'oggetto. «VO Vintage è nata da una intuizione di IEG ed è un'occasione importante e unica per ascoltare un panel di relatori di altissimo livello». Per chi rimane in fiera anche domani, l'appuntamento è con la FHH Academy per la Watch Essentials Class, sempre con il prof. Pancani. «Inizierà la lezione la mattina, ed è prevista una durata di un'intera giornata, con l'obiettivo di favorire l'acquisizione delle indispensabili conoscenze nell'ambito del settore orologiero».

*A*mong the most anticipated appointments of the VO Vintage section, now in its second edition, today at 4 p.m. in the Canova Room, Ugo Pancani, professor in Mechanical and Electronic Watchmaking and trainer at the Academy of the Fondation de la Haute Horlogerie, will propose a talk entitled "The amazing world of vintage: the market, the relevance of conditions when purchasing, restoration to perfection and how to take care of watches over time". «It will be a good chance to offer a glimpse into the

world of vintage and collecting. During the talk I'm going to make a synthesis that will help to understand what is meant by a vintage watch, along with the technical and historical skills needed to better understand this industry, which is gaining greater and greater importance». The audience will be then introduced to an overview of the market, «You will get to know how to choose and buy a vintage watch - at auctions, from official sellers or private individuals - and how a restoration shall be carried out correctly. But also the risks that certain channels may entail. Last but not least, the rules of conduct for wearing a second-hand watch, what to expect and how to take care of it». This world has also become important for those companies who want to preserve the values of history, technique and imagination linked to certain watches, by issuing archival or originality certificates of the object. «VO Vintage was born from an intuition by IEG and is a special and unique opportunity to listen to a panel of top-level speakers». For those who are going to stay at the fair till tomorrow, the appointment is with the FHH Academy for the Watch Essentials Class, again with Prof. Pancani. «I will start the lesson in the morning, and it will last a whole day, with the aim of encouraging the acquisition of essential knowledge in the watchmaking industry.»

Silvia Frau

WORLD DIAMOND GROUP.COM



WORLD DIAMOND GROUP

NATURAL IS FOREVER

GOLAY NIHAMA

MIKIKO



Diamond

FOREVERMARK
A DIAMOND IS FOREVER

D. Luce

Legami Italiani

Dal savoir-faire alla sperimentazione: i percorsi di evoluzione made in Italy

From savoir-fair to experimentation: the evolution paths made in Italy



DENTRO LE MURA

Dentro Le Mura si racconta principalmente attraverso le proprie realizzazioni. La capacità di comprendere a fondo la personalità del cliente, il suo approccio professionale e le proprie esigenze di stile, sono il fulcro del loro lavoro che, supportato dalla creatività ed esperienza dei nostri architetti e designer, consente di progettare e configurare lo spazio di vendita desiderato. Dentro Le Mura ha saputo coniugare nel tempo tradizione e innovazione attraverso un lungo percorso di evoluzione e perfezionamento e oggi è in grado di comprendere e tradurre ogni esigenza funzionale in progetti che diventino strumenti di successo.

«Creiamo arredi per gioielleria personalizzati e su misura, li progettiamo e produciamo internamente, portandoli poi in tutto il mondo. In questo momento i nostri team sono a Dubai, Bucarest, Mosca», racconta il titolare Paolo Susini.

Dentro le Mura tells its story through its own creations. The ability to fully understand the client's personality, the professional approach and the style needs are the core of their work which, supported by the creativity and experience of architects and designers, allows them to design and build the desired retail space. Dentro Le Mura has been able to combine tradition and innovation over time through a long path of evolution and improvement and today it is able to understand and translate every functional need into achievements that become tools of success.

«We make personalized and bespoke jewelry furnishings, we design and manufacture them internally and we carry them all over the world. At the moment our teams are in Dubai, Bucharest, Moscow,» says Paolo Susini, the owner.



CHRYSOS

Chrysos vanta la cultura del 100% made in Italy e sta attuando un processo di transizione in realtà a impatto zero. «Pensiamo sia doveroso preservare l'ambiente, ma è anche importante ricordare a noi stessi e ai nostri partner, che la sostenibilità dell'organizzazione deve la sua essenza alle persone che, specialmente in questo periodo, vi contribuiscono ogni giorno, permettendone la crescita». Questo il punto fermo da cui parte il presidente Francesco Bernardi a capo dell'azienda trevigiana che dal 1987 disegna, progetta, realizza e commercializza catene in argento e oro destinate al mercato globale.

Chrysos boasts the culture of 100% Made in Italy and is engaged in a process of transition to a zero-impact company. «We believe that while it is our duty to preserve the environment, it is also important to remind ourselves and our partners that an organization's sustainability owes its essence to the people who, especially in this moment, give their contribution every day and allow it to grow.» This is the anchor point from which to start, according to President Francesco Bernardi, at the helm of the Treviso-based company which has been designing, planning, creating and selling silver and gold chain for the global market since 1987.



CROMA CATENE

«Croma Catene compie 35 anni di attività. Il Covid non ci ha permesso di onorare la ricorrenza ma non ci ha tolto la voglia di fare, di guardare avanti, di innovare. Per questo porteremo le novità sviluppate nei mesi di 'assenza forzata', felici di partecipare a una fiera reale». L'azienda aretina, fondata da Roberto Cacchiani, è nota per un impegno senza compromessi nell'utilizzo dei migliori materiali, prestando attenzione ai dettagli, utilizzando il meglio della tecnologia e fornendo una vasta gamma di prodotti, come catene d'argento a metraggio o finite e una vasta gamma di articoli frutto di una buona dose di creatività.

«Croma Catene is celebrating 35 years of activity. Due to Covid, we were not allowed to honor the anniversary but that didn't discourage us from working, looking ahead and innovating. That is why we will be bringing our latest new entries developed during the months of 'enforced absence', happy to participate at a real trade show.» The Arezzo-based company, founded by Roberto Cacchiani, is known for its relentless commitment to working with the best materials, attention to detail, using the best technology and supplying a vast range of products, such as silver chain, either by the meter or finished, and a vast selection of articles, the result of a good dose of creativity.



Via Monte Napoleone, 19 Milan

📷 @poesia_jewels | 📘 @poesijewels

poesiagioielli.com

**P O E
S I A**

PENSIERI BRILLANTI

Gemmologia a 360°

Belle ed emozionanti, ma le pietre preziose hanno anche altro da raccontare. Se ne è parlato ieri in un talk al femminile, moderato da Federica Frosini

Although beautiful and awe-inspiring precious stones have much more to tell. The topic of an all-female talk yesterday, moderated by Federica Frosini

Che ruolo hanno le gemme in gioielleria e quanto è importante propagare e diffondere il sapere di una scienza indipendente, complessa e affascinante, come la gemmologia? Se ne è parlato ieri durante l'evento "Gemology Women Icons - La cultura gemmologica del saper fare italiano". Il talk, organizzato in collaborazione con Assogemme e IGI - Istituto Gemmologico Italiano, ha animato il Main Stage presso la Hall 7, sotto la guida di Federica Frosini, Editor in Chief di VO+ Magazine, che ha raccolto l'opinione delle 4 voci autorevoli del panel, tutto al femminile.

What role do gems play in jewelry and how important is it to spread and disseminate the knowledge of an independent, complex and fascinating science like gemology? This was the topic of discussion yesterday during the event "Gemology Women Icons - The gemological culture of Italian know-how." The talk, organized in collaboration with Assogemme and IGI - Italian Gemological Institute, enlivened the Main Stage in Hall 7, under the guidance of Federica Frosini, Editor in Chief of VO+ Magazine, who collected the opinions of the 4 authoritative voices on the all-female panel.

Antonella Reina



Vittoria Carandini
High Jewellery Expert, Damiani Group

«Damiani è legata da sempre a un prodotto timeless ma il brand è in continua evoluzione, per seguire non soltanto le esigenze dei consumatori, ma anche per adattarsi ai tempi in cui viviamo. Siamo spesso associati ai diamanti bianchi, ma abbiamo una grande expertise anche nei diamanti fancy e nelle gemme di colore. Giorgio Damiani si occupa in prima persona di selezionare le gemme. Le sceglie ovviamente in base alla sua lunga esperienza, ma l'estetica e l'emozione che ogni pietra gli trasmette giocano sempre un ruolo fondamentale».

«Damiani has always been linked to a timeless product but the brand is in constant evolution, not only to meet the needs of the consumers but also to adapt to the times in which we are living. We are often associated to white diamonds but we have enormous expertise in fancy diamonds and colored gems too. Giorgio Damiani personally selects the gems. He chooses them on the basis of his lengthy experience, but the aesthetics and emotion that each stone transmits always play a fundamental role.»



Raffaella Ascagni
Head Gemologist, Buccellati

«La maison si ispira da sempre all'arte e alla natura. Le pietre preziose hanno un ruolo fondamentale in casa Buccellati: spesso, dalla loro scelta, dipende lo stile di un'intera collezione. La mia competenza è al servizio della creatività di Andrea Buccellati che dalle pietre che propongo riesce a creare magnifici progetti. Il nostro è un percorso sinergico, in cui la visione tecnica è indispensabile tanto quanto lo sono estro e artigianalità».

«The company has always drawn inspiration from art and nature. Precious stones play a fundamental role at Buccellati: the style of an entire collection often depends on the stones selected. My expertise is at the service of the creativity of Andrea Buccellati who, from the stones I propose, manages to create magnificent projects. We are on a collaborative path where technical vision is as indispensable as creativity and artisanship.»



Loredana Prosperi
Direttrice e Responsabile del Laboratorio di Analisi dell'IGI

«Il sapere della gemmologia dovrebbe essere presente in tutta la filiera. Tutti coloro che trattano gioielli, specialmente se con pietre, dovrebbero avere un minimo di formazione gemmologica. Dal designer che disegna, al buyer che dovrà poi scegliere le pietre affidandosi allo stesso schizzo, fino a chi fa produzione, all'incassatore e al venditore che proporrà quel gioiello finito a un cliente. Naturalmente, ognuno dovrebbe utilizzare competenze specifiche rispetto al proprio ruolo. Ogni pietra ha proprietà e caratteristiche non solo tecniche, che vale la pena raccontare».

«Gemological knowledge should be present along the entire supply chain. All those who deal with jewelry, especially if stones are involved, should have a basic gemological training. From the designers who draw the project to buyers who then have to choose the stones by looking at the sketch, to the producers, setters and sellers who will then have to propose the finished items to the customer. Of course, everyone should use specific skills according to their role. Every stone has properties and characteristics that are not just technical and which are worth speaking of.»



Loredana Sangiovanni
Direttrice del Laboratorio Gemmologico della Divisione Gioielli e Orologi, Dolce & Gabbana

«Dopo 10 anni di pura tecnica trascorsi presso l'IGI, sono passata a un'azienda di moda che ha ritmi molto più veloci e iter creativi guidati dall'istinto e dalla passione. Creare un dialogo fluido tra il rigore che spesso l'analisi gemmologica richiede e l'estro della moda, non è stato facile, ma con una buona dose di elasticità, i due mondi possono fondersi e mettersi uno al servizio dell'altro, ottenendo risultati che onorano la tradizione ed emozionano il pubblico».

«After 10 years of pure technology at IGI, I moved on to a fashion company that has much faster rhythms and creative processes guided by instinct and passion. Finding a fluid dialog between the rigor that gemological analysis often requires and the creativity of fashion wasn't easy, but with a good dose of flexibility, the two worlds can merge and be of service to each other, obtaining results that honor tradition and thrill the public.»

WORLDDIAMONDGROUP.COM

GOLAY

WORLD DIAMOND GROUP S.P.A.

NIHAMA MIKIKO  Diamond


FOREVERMARK
A DIAMOND IS FOREVER

D. Luce

Il Business è anche Digital

Battezzata come "Jewellery Golden Cloud" la nuova piattaforma che raccoglie tutte le manifestazioni dell'oro di IEG

Named the "Jewellery Golden Cloud", here is the new platform for all of the IEG jewelry shows



Con l'edizione di settembre, Vicenza torna in presenza, ma con l'obiettivo di proporsi come un vero e proprio momento d'incontro "ibrido" nel quale physical e digital possano dialogare in totale sintonia. Questo grazie a una piattaforma digitale pensata per le fiere internazionali e adottata da IEG per tutti gli eventi del proprio circuito. Nello specifico, «The Jewellery Golden Cloud è il nome con il quale abbiamo battezzato

la piattaforma per tutte le nostre manifestazioni dell'oro», spiega Michela Amenduni, Product Marketing & Communication Manager Jewellery & Fashion Division, Italian Exhibition Group. «Lanciata a marzo con un evento verticale full digital "We Are", la piattaforma è uno strumento orizzontale che rafforza gli incontri fisici, estendendo la temporalità al prima e al dopo dell'evento in presenza», specifica Simone Zaccherini, Digital Project

Manager di Italian Exhibition Group. «Si tratta di un arricchimento dell'offerta dei servizi per gli espositori, con l'obiettivo di ampliare le possibilità di business», continua Amenduni. «È una vetrina di visibilità online. Gli espositori possono arricchire un catalogo digitale interattivo, nel quale ciascuna pagina è un minisito articolato per inserire testi, immagini, video, collezioni, anteprime, ma anche per strutturare i contatti. Inoltre, è un luogo per contenuti sia di livello formativo, che informativo, da seguire in streaming». Infine, è un efficace tool di business matching per intercettare e profilare contatti mirati e qualificati sul doppio binario espositore/visitatore. «L'ambizione è quella di diventare un punto di riferimento per la community durante tutto l'anno. Il digitale nel prossimo quinquennio sarà una delle colonne portanti della nostra strategia», sottolinea Zaccherini. Mentre Amenduni conclude che «in futuro la fiera "ibrida", physical e digital, acquisirà sempre maggiore importanza».

With the September edition, Vicenza is back in its physical form but with the aim of presenting itself as an authentic "hybrid" meeting moment in which physical and digital can communicate in total synergy. This will be possible thanks to a digital platform designed for international trade shows that IEG has adopted for every event on its circuit. To be more precise, «The Jewellery Golden Cloud is what we have called the platform for all of our jewelry shows», explains Michela Amenduni, Product Marketing & Communication Manager Jewellery & Fashion Division, Italian Exhibition Group. «Launched in March with our vertical, fully digital event "We Are," the platform is a horizontal tool that further favors physical encounters by extending the time period to days before and after the physical event.» Simone Zaccherini, Digital Project Manager at Italian Exhibition Group, specifies. «It is an addition to our service offer for exhibitors and aims to widen business opportunities.» Amenduni continues. «An online visibility showcase. Exhibitors can develop an interactive digital catalog where each page is a detailed mini-website for inserting texts, photos, videos, collections and previews as well as organize contacts. It is also a

place for educational and informative content to be watched in streaming». Lastly, it provides an effective business matching tool to intercept and profile targeted and qualified contacts on the two-way exhibitor/visitor track. «The objective is to become a reference point for the community throughout the year. In the next five years, digital will be one of the mainstays of our strategy.» Zaccherini points out. While Amenduni concludes that «in future, the "hybrid" physical and digital trade show, will gain increasingly more importance.»

Maristella Campi

Diamanti in Primo Piano

Si parla di diamanti durante l'incontro con il mondo della gemmologia. Tra le voci, quella di Laura Inghirami ci porta a scoprire il rapporto fra la pietra e le più giovani generazioni

Diamonds will be the topic at the encounter with the gemology world. Among the voices, Laura Inghirami will lead us to discover the relationship between the stone and the younger generations



Laura Inghirami, Founder & Creative Director Donna Jewel. Dilya London Photo. Gioielli archivio storico De Liguoro

La "competizione" tra diamanti naturali e sintetici continua a essere un tema caldo per il settore. Se ne parla oggi, l'appuntamento con i Gem Talks, ciclo di incontri come sempre organizzato in collaborazione con I.G.I. (Istituto Gemmologico Italiano). Il talk "Il diamante naturale e il diamante sintetico tra ordine e caos", si terrà presso il Main Stage della Hall 7, e sarà animato da voci autorevoli: Gaetano Cavalieri, Presidente CIBJO che offrirà una panoramica con "Laboratory-Grown Diamond Guidelines"; Loredana Prosperi, Direttrice dell'Istituto Gemmologico Italiano per un approfondimento sui nuovi strumenti normativi, Andrea Sangalli, Vice Presidente - Coordinatore Commissione Diamante, che metterà a confronto tradizione e innovazione, e Laura Inghirami, Imprenditrice e fondatrice di Donna Jewel, che è stata scelta per portare in fiera la voce dei Millennials e della Generazione Z. La Inghirami racconterà i risultati di un sondaggio interessante condotto su un campione di circa 220 giovani, per comprendere quale sia la loro percezione del diamante. «Il 95% dei partecipanti al sondaggio ha dichiarato che la sostenibilità e l'etica sono in generale tematiche molto importanti. Ma solamente il 10% ca. ha ritenuto che le stesse tematiche applicate al diamante fossero un elemento determinante», anticipa. «Analiz-

zando il campione che ritiene queste tematiche fondamentali e il campione che le considera non o poco importanti abbiamo riscontrato che dipende dalla loro informazione in merito». Tra le sue conclusioni: «Si potrebbe evincere che è proprio la mancanza di conoscenza che non permette ai giovani di percepire la sostenibilità nel diamante come un fattore realmente essenziale. Chi conosce il tema, lo ritiene infatti tale. Occorre continuare ad informare, educare, sensibilizzare le nuove generazioni sul diamante e le questioni sulla sostenibilità ed etica ad esso legato per dare loro gli strumenti necessari per scegliere tra pietra naturale o sintetica o entrambi, ma in maniera più consapevole».

The "competition" between natural and synthetic diamonds continues to be a hot topic for the sector. It will be discussed today at the appointment with Gem Talks, the event organized, as always, in collaboration with I.G.I. (Italian Gemological Institute). The talk entitled "Natural diamond and synthetic diamond amid order and chaos," will be held on the Main Stage in Hall 7 and will feature authoritative voices: Gaetano Cavalieri, President of CIBJO, who will provide an overview with "Laboratory-Grown Diamond Guidelines"; Loredana Prosperi, Director of the Italian Gemological Institute, for a closer look at the new regulatory tools, Andrea Sangalli, Vice President - Coordinator of the Diamond Commission, who will compare tradition and innovation,

and Laura Inghirami, entrepreneur and founder of Donna Jewel, who was chosen to bring the voice of Millennials and Generation Z to the show. Inghirami will be speaking about the results of an interesting survey, conducted on a sample of about 220 young people, to understand how they perceive diamond. «95% of the survey participants declared that sustainability and ethics are generally extremely important aspects. But only about 10% thought that the same aspects applied to diamond were a decisive element,» she reveals. «Analyzing the sample that deemed these aspects decisive and the sample that thought them undecided or only slightly so, we found that it depends on the information they have.» Among her conclusions: «You could deduce that it is this very lack of knowledge that prevents the young people from perceiving sustainability in diamond as a truly determining factor. In fact, those who knew the topic, thought it was. We must continue to inform, educate and sensitize the younger generations about diamond and the sustainability and ethical topics linked to it in order to give them the necessary tools to choose between natural or synthetic stones, or both, but with more awareness.»

Antonella Reina

WOLF

ESTD 1834

PROTECT YOUR LEGACY



Wild Iridescence

Gocce di bellezza irregolare. La forma sferica delle perle classiche lascia il passo ai profili asimmetrici delle loro "sorelle" barocche, vere e proprie protagoniste della prossima stagione. Gemme più ribelli ma pur sempre magnetiche conferiscono singolarità a ogni gioiello, grazie a sfumature iridescenti e linee imperfette mai uguali tra loro.

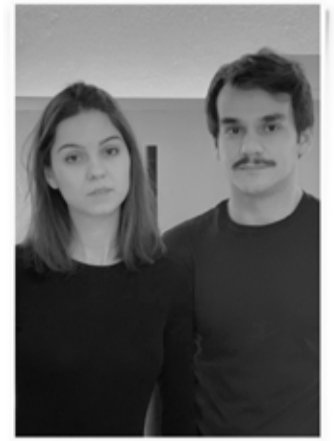


A sinistra/left
Sophie Bille Brahe.

A destra/right
Fall/Winter 2021.
Jil Sander.



SEEN ON VO+ NAMES TO KNOW



Wee

Nessuna forma è uguale nell'immaginario estetico di Wee, nuovo marchio fondato, nel 2018, da Talita Colin and Vinicius Fais. Il duo creativo brasiliano propone un design inedito e provocatorio che pur si basa sull'essenza primordiale di un gioiello: ogni pezzo deve essere atemporale e custodire un significato. Le ispirazioni sono tante e diverse, si passa dalle forme organiche della natura all'architettura, dal simbolismo dei miti greci al movimento surrealista. L'intento è unico: creare oggetti che valorizzino l'identità di chi li indossa, senza avere l'ambizione di ridefinirla.

Uneven drops of beauty. The spherical shape of classic pearls gives way to the asymmetrical profiles of their Baroque "sisters", the real stars of the coming season. More rebellious yet ever-appealing gems, their iridescent colors and imperfect, unique lines give jewelry a certain singularity.

No shape is the same in the aesthetic imagination of Wee, the new brand founded in 2018 by Talita Colin and Vinicius Fais. The creative duo from Brazil offers an unprecedented and provocative design that is, however, based on the primordial essence of jewelry: every item must be timeless and safeguard a meaning. Inspiration comes from many different areas, from the organic forms of nature to architecture, from the symbolism of Greek mythology to the surrealist movement. But with one single aim: to create objects that enhance the identity of the wearer without attempting to redefine her.



Anni Lu



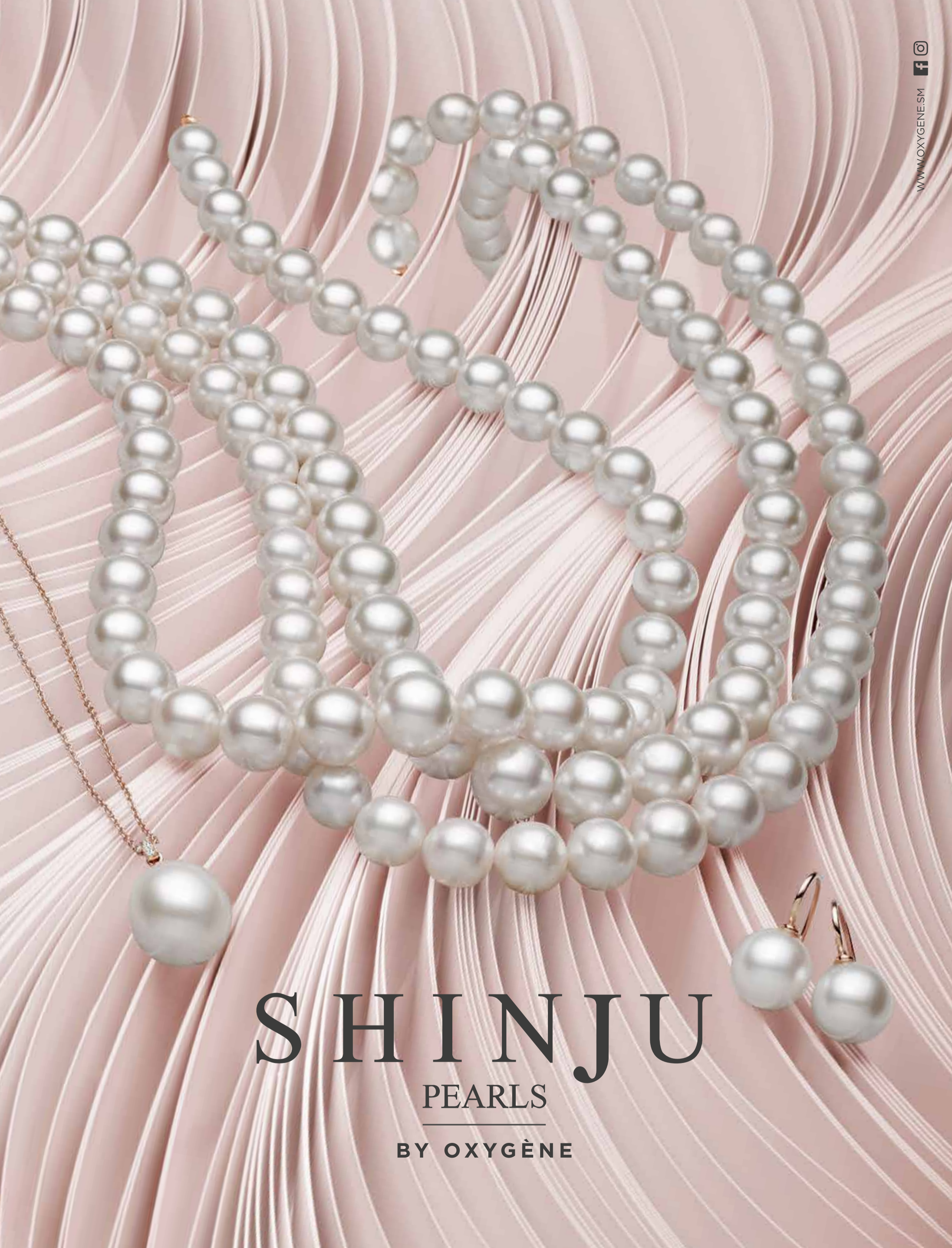
Hermina Athens



Charlotte Lebeck



Bonvo



SHINJU

PEARLS

BY OXYGÈNE

I Nuovi Must

Dalla natura al crochet, ecco le ispirazioni più in del momento

From nature to crochet, here are the hottest inspirations of the season



VENDORAFA. Fondata nel 1951 da Mario Lombardi, Vendorafa quest'anno celebra il suo settantesimo anniversario. Lo fa con una collezione realizzata ad hoc, traendo ispirazione da quelle più iconiche create in questi sette decenni trascorsi in laboratorio e producendo un prezioso da Red Carpet per ognuno di essi. La collezione Vendorafa70 conta appunto sette pezzi, tra cui il bracciale Foglie70 che prende ispirazione dalla collezione Foglie realizzata fra il 1980 e il 1990, che ha un importante richiamo a uno dei temi più cari all'azienda: la natura e le forme fluide. Fatto interamente a mano, in diamanti e oro giallo 18kt (certificato RJC), è goffrato, martellato e progettato sulla base di uno studio ergonomico che fa sì che la foglia rimanga sul lato anteriore. Questi pezzi one-of-a-kind sono stati protagonisti del progetto Vendorafa7x7 realizzato a inizio 2021 in collaborazione con VO+, che li ha visti immortalati e interpretati ciascuno da un diverso fotografo under 30.

Founded in 1951 by Mario Lombardi, Vendorafa is celebrating its seventieth anniversary this year. And it is doing so with a specifically designed collection inspired by the most iconic of those created in the workshop over the last seven decades, producing a precious Red Carpet for each one. In fact, the Vendorafa70 collection consists of seven items, including the Foglie70 bracelet inspired by the Foglie collection made between 1980 and 1990 with a significant recall to one of the themes closest to the company's heart: nature and fluid shapes. Entirely hand made using diamonds and 18kt yellow gold (RJC certified), it is embossed, hammered and designed on the basis of an ergonomic study so that the leaf remains at the front. These one-of-a-kind pieces are part of the Vendorafa7x7 initiative devised at the beginning of 2021 in collaboration with VO+, in which each item was immortalized and interpreted by different under-30s photographers.



RONCO. Quale miglior modo per celebrare mezzo secolo di attività che vedere esposta una propria creazione in un museo? E che museo! Perché quello del gioiello di Vicenza è fra i più importanti al mondo, e la Sala Bellezza ospitata all'interno della Basilica Palladiana è di certo una degna location che dà risalto e valore alla raccolta già di per sé straordinaria firmata da alcune delle aziende più rappresentative dell'alta gioielleria made in Italy. Fra queste, Ronco, che per l'occasione ha esposto il "Colletto Audrey", collier in oro 750, giallo, bianco e rosé, con palline diamantate, calza e catena coreana per un effetto "crochet" dalla forte personalità. Un gioiello che esprime tutta l'abilità creativa di questa autentica realtà vicentina, fondata nel 1971 e specializzata anche in semilavorati in oro e argento. Eleganza e preziosità che si ispirano all'icona del cinema Audrey Hepburn e che il designer Leonardo Ronco ha reinterpretato mettendo a frutto tecnologia e tradizione. Il risultato è una maglia morbida, che veste con naturalezza il décolleté, donando luce e grazia a chi la indossa.

What better way to celebrate fifty years of business than to see one of your creations on display in a museum? And not just any museum! The Jewelry Museum in Vicenza is one of the most important in the world and the Beauty Room, housed inside the Basilica Palladiana, is certainly a worthy location for enhancing the value of a collection of items by some of the most representative names in Made in Italy high jewelry, which is, in itself, already extraordinary. Among these is Ronco, which, to mark the occasion, is exhibiting its "Colletto Audrey", a crochet-effect necklace of enormous personality made in 750 yellow, white and pink gold, with diamond-cut beads, Korean chain and mesh. A jewel that expresses all the creative ability of this Vicenza genuine firm, founded in 1971, which also specializes in semi-finished products in gold and silver. Elegance and preciousness, inspired by cinema icon, Audrey Hepburn, that designer Leonardo Ronco has reinterpreted in a blend of technology and tradition. The result is a soft mesh collar that falls naturally onto the neckline, bestowing light and grace on the wearer.

FRATELLI DINACCI. «Sin dai tempi di mio nonno, siamo specializzati in montature per gioielli, in vendita solo per grossisti e negozianti», racconta Flavio Dinacci, AD dell'azienda partenopea. «Ci distinguiamo per il giusto supporto a gioielli che sono soggetti a notevoli stress, e i nostri clienti ci apprezzano per questo. Affidabilità, tradizione e qualità sono da sempre i nostri 'marchi di fabbrica', oltre al rispetto per le aziende con cui collaboriamo da anni. In molti ci hanno chiesto di realizzare anche linee di gioielli finiti, ma proprio per una questione di rispetto delle aziende che da anni credono in noi, abbiamo deciso di 'limitarci' alle montature e di non invadere il loro campo. Preferiamo insomma essere straordinari partner, fedeli e sicuri, che tentare altre strade diverse da quelle che ci rappresentano e per cui siamo diventati un punto di riferimento.»

«Since the days of my grandfather, we have specialized in jewelry mountings, exclusively on sale for wholesalers and retailers,» says Flavio Dinacci, Ceo of the Neapolitan company. «We can say that we are certain of providing the right support for jewelry items that often undergo considerable stress and our customers appreciate us for this reason. Reliability, tradition and quality have always been our 'trademarks', in addition to respect for the companies with which we have been collaborating for years. Let me explain better: we have been asked many times to create finished lines but, due to a question of respect for the companies that have believed in us for so long, we decided to 'limit' our production to mountings and not to invade their space. In short, we prefer to be extraordinary, loyal and secure partners rather than embark on other roads that don't represent us and for which we have become a reference point.»



GET THE LOOK

THE NEW SCHOOLGIRLS



Christian Dior

Semplicità e lusso si fondono in questa innovativa versione del famoso look da scolarotta. La camicia decorata con una pettorina in pizzo sangallo, ha il colletto rigorosamente abbottonato, per accogliere una collana in mini perle che ne ripete la forma. Sulla passerella di Christian Dior, per la collezione F/W 2021-22.

Simplicity and luxury merge in this innovative version of the famous schoolgirl look. The shirt, decorated with a San Gallo lace bib, has a tightly-buttoned collar to accommodate a necklace of mini pearls mimicking the shape of the collar. On the Christian Dior catwalk, F/W 2021-22 collection.



INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

IGI Minilab on site
visit us at
Hall 3.0
Booth 128



The IGI seal is trusted and preferred by leading luxury brands and retailers across the world

igi.org

Il Valore delle Pietre

Dai diamanti agli smeraldi verdi, per risplendere di nuova luce

From diamonds to green emeralds, to shine with a new light



CRIERI. Per valorizzare al meglio la prima collezione di smeraldi colombiani dell'azienda valenzana, ecco il Privilege Club delle migliori gioiellerie del made in Italy. Millecinquecento pietre, una più straordinaria dell'altra, a comporre una collezione di pezzi unici tutti da ammirare. Il biglietto da visita di Bogotà 1996, la prima collezione firmata Crieri incentrata sugli smeraldos colombiani, non è di quelli che passano inosservati. Un exploit che per Alessandro Saracino, founder del brand valenzano, rappresenta la realizzazione di un sogno iniziato nel 1996, anno del suo primo viaggio in Colombia, e che ora trova la sua forma più preziosa. Non solo nel design di capolavori one-of-a-kind, ma anche nel modo di proporsi a un pubblico adatto e in grado di apprezzare pietre di una qualità eccelsa e sempre più difficili da reperire sul mercato attuale. Queste ricercate creazioni vengono infatti distribuite in una sorta di Privilege Club, di gioiellerie di alto profilo, selezionate sul territorio italiano.

To make the most of the first collection of Colombian emeralds from the Valencian company, here is the Privilege Club of the best Made in Italy jewelers. Fifteen hundred stones, each more extraordinary than the other, to compose a collection of unique pieces to be admired. The visiting card of Bogotà 1996, the first Crieri collection focused on Colombian esmeraldos, is not one that goes unnoticed. An exploit that for Alessandro Saracino, founder of the brand made in Valenza, represents the realization of a dream that began in 1996, the year of his first trip to Colombia, and which now finds its most precious form. Not only in the design of one-of-a-kind masterpieces, but also in the way of proposing itself to a suitable audience able to appreciate stones of excellent quality and increasingly difficult to find on the current market. These refined creations are in fact distributed in a sort of Privilege Club, of high profile jewelers, selected on the Italian territory.

GET
THE LOOK

ETHNIC
NOSTALGIA



Stella Jean



ZEN DIAMOND. Trasformare un periodo buio come quello della pandemia in un'opportunità: così ha fatto Zen Diamond, importante player turco dal 1890 nel mondo della gioielleria con un particolare focus sui diamanti, decidendo di inaugurare una nuova fabbrica a Istanbul, per far aumentare la produzione mensile di Zen Pirlanta da 40.000 a 200.000 diamanti. Un successo che non esclude la distribuzione con l'apertura di 92 punti vendita, molti dei quali per la prima volta in Marocco, Perù, Albania. Un'espansione significativa su tutti i fronti, dunque, per Zen Diamond, che in Turchia è partner unico su licenza di Forevermark.

Transforming a dark period, like that of the pandemic, into an opportunity: that is what Zen Diamond, an important Turkish player in the jewelry world since 1890, with particular focus on diamonds, has done by deciding to inaugurate a new factory in Istanbul to increase its monthly production of Zen Pirlanta from 40,000 to 200,000 diamonds. A success that includes the commercial area, which has undertaken to boost distribution by opening 92 sales points, many of which first-time appearances in Morocco, Peru and Albania. Hence, a considerable expansion on all fronts for Zen Diamond, which is the licensed single-provider partner in Turkey for Forevermark.



IGI. Fondato ad Anversa nel 1975, l'International Gemological Institute è l'autorità globale di valutazione di diamanti, pietre preziose e gioielli in tutto il mondo. Dal 2020 presenta un nuovo formato per i certificati, che sono ora stampati in modalità orizzontale su carta anti-strappo, molto più resistente della carta standard, e viene applicato a tutti i report su diamanti naturali e di laboratorio, pietre colorate e gioielli; un aggiornamento che arriva a 45 anni dalla pubblicazione del primo Diamond Report di Anversa. Questi cambiamenti servono a rendere questi certificati più facili da leggere per il consumatore finale e personalizzati, ma soprattutto sono indice di decenni di esperienza ed eccellenza.

Founded in Antwerp in 1975, the International Gemological Institute is the global authority for evaluating diamonds, precious stones and jewelry all over the world. Since 2020, it has been adopting a new format for certificates that are now printed horizontally on tear-proof paper, which is much stronger than standard paper, and used for all reports on natural and lab-grown diamonds, colored stones and jewelry. An upgrade that comes after 45 years since the publication of the first Antwerp Diamond Report. These changes make the certificates easier for final consumers to read and can be personalized, but, above all, they are an indication of decades of experience and excellence.

Mix and match di fantasie da abbinare a un mix and match di anelli dalle grandi dimensioni. Così si crea un outfit dal sapore etnico ma decisamente raffinato. L'ideale per raccontare uno status nostalgico e allo stesso tempo contemporaneo. Sulla passerella di Stella Jean, per la collezione F/W 2021-22.

A mix and match of patterns to combine with a mix and match of large rings creating an outfit with an ethnic yet decidedly elegant flavor. Perfect for expressing a nostalgic and contemporary mood at the same time. On the Stella Jean catwalk, F/W 2021-22 collection.



LA NUOVA ERA ORAFA



eManager

SOFTWARE GESTIONALE
SOFTWARE PRODUZIONE
SOFTWARE COMMERCIALE



eCreative

IMMAGINE E CREATIVITÀ
SITI WEB ISTITUZIONALI
SITI WEB E-COMMERCE



eNetwork

STRATEGIA DIGITALE
INDICIZZAZIONE SEO
SOCIAL MEDIA & ADV



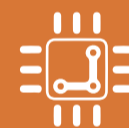
eDesk

ANALISI E CONSULENZA
FORMAZIONE OPERATIVA
ASSISTENZA CONTINUA



eLight

STILL LIFE GIOIELLI
SHOOTING INDOSSATO
COMPOSIT E POST PRODUZIONE



eSystem

WEB HOSTING
SERVIZI CLOUD
PROTEZIONE DATI

FOR LUXURY MANUFACTURES



T. GOLD | Hall 4 - S 6

Vantaggio Tecnologico

Design rivoluzionari e linee inedite: il mondo orafa si rinnova

Revolutionary designs and unprecedented lines: the goldsmith world is renewed



SCHOFER. Non è facile arricchire una collezione di catene come quella di Schofer, leader mondiale nel settore che ha più di mille modelli. Catene a filo quadrato o rotondo, in ottone, argento, oro, e ora anche in platino, tutte realizzate con amore per l'artigianato e uso di tecnologie all'avanguardia. Come la cosiddetta "polvere di stelle", una rifinitura superficiale di nuova concezione, la DLC, che si caratterizza per la sua resistenza all'abrasione. Uno strato di carbonio nero profondo, simile al diamante, assicura gradi di durezza finora irraggiungibili. DLC combina l'avanguardia nel design con la più recente tecnologia.

It is no easy task to further enrich a chain collection like that of Schofer, a world leader in the sector which already offers more than a thousand models. Square or round link chains, in brass, silver, gold and now also platinum, all made with a love for craftsmanship and the use of cutting-edge technologies. Like the so-called "stardust" of DLC (Diamond-Like Coating), a new concept in surface finishing that is extremely scratch resistance. A layer of dark black carbon, similar to diamond, ensures previously unattainable hardness. DLC combines avant-garde design with the very latest technology

FABERGÉ. A 100 anni dalla morte di Peter Carl Fabergé, Fabergé ha realizzato un uovo straordinario, destinato a diventare un oggetto da collezione: realizzato a mano, pesa 10 kg e presenta scanalature d'oro ottenute con la stessa tecnica che caratterizza le prime opere d'arte del loro famoso inventore. Rubini del Mozambico Gemfields e smeraldi dello Zambia aggiungono un tocco di contemporanea regalità. L'uovo del centenario è un cimelio moderno e ben testimonia la capacità dell'iconica maison di creare preziose capsule del tempo che incarnano la bellezza eterna.

At 100 years since the death of Peter Carl Fabergé, Fabergé has created an extraordinary egg, destined to become a collector's item: hand-made, it weighs 10 kg and flaunts gold fluting obtained by the same technique that characterized their famous inventor's initial works. Rubies from Mozambique Gemfields and emeralds from Zambia add a touch of contemporary regality. The Centenary Egg is a modern-day heirloom, and perfectly illustrates Fabergé's ability to create precious time capsules that epitomize eternal beauty.



AROUND THE WORLD

CHANEL N°5: FROM PERFUME TO NECKLACE

Un diamante qualità D Flawless con taglio personalizzato perfettamente ottagonale da 55,55 carati, una lunetta in oro bianco 18 carati con 104 diamanti rotondi e 42 diamanti baguette: sono i dettagli della nuova collana 55,55 di Chanel, pezzo di punta di "Collection N.5". La nuova collezione di alta gioielleria è stata realizzata per celebrare l'iconico profumo N° 5, creato esattamente un secolo fa.



Collana/Necklace

A 55.55 carat, D Flawless diamond with a perfectly octagonal personalized cut, a stopper in 19 carat white gold with 104 round and 42 baguette diamonds: these are the details of Chanel's new 55.55 necklace, the star of the "No. 5 collection." The new high jewelry collection was made to celebrate the iconic No. 5 fragrance, created exactly a century ago.



ANNAMARIA CAMMILLI. Pur mantenendo una certa coerenza con l'originaria "Dune Velaa", lanciata nel 2020, la famiglia di gioielli "Velaa" ha acquistato nel tempo una sua autonomia. Design irregolare, linee essenziali, volumi inediti e giochi di sottili nastri d'oro sono il comune denominatore di quello che è diventato un vero e proprio concept creativo del pensiero ornamentale di Annamaria Cammilli. Così a Vicenzaoro ecco in anteprima la nuova linea "Velaa Color": l'inconfondibile design minimale di "Velaa" incontra le vivaci tonalità di rubini, zaffiri, smeraldi e diamanti dalle diverse sfumature.

While still maintaining a certain coherence with the original "Dune Velaa", launched in 2020, the "Velaa" family of jewels has acquired its independence over the years. Its uneven design, essential lines, unprecedented volumes and games of fine gold ribbons, are the common denominator of what has become a veritable creative concept of Annamaria Cammilli's decorative thought. And so, at Vicenzaoro, the company will be previewing the new "Velaa Color" line in which the unmistakable minimal design of "Velaa" encounters the bright colors of rubies, sapphires, emeralds and various shades of diamond.



BETTER SILVER. Lo studio nella ricerca e nell'esplorazione di nuove soluzioni è da sempre nel Dna di Better Silver, che investe costantemente per offrire prodotti all'avanguardia, "Il nostro percorso è contaminato da input che vengono da altri settori: questo arricchisce il nostro bagaglio, determinando il Dna produttivo industriale dell'azienda", spiega il Ceo Paolo Bettinardi. Proprio come "Spaces", una nuova catena in cui si coniugano innovazione e creatività. Il suo design si ispira al classico rosario, ma ne reinterpreta le sfere sfaccettate con l'uso di inserti inediti.

Research and exploration into new solutions has always been part of Better Silver's Dna, a company that constantly invests in order to offer cutting-edge products. «Our path is crossed by input coming in from other sectors. This enriches our knowledge and determines the company's industrial manufacturing heritage», CEO Paolo Bettinardi states. Just like "Spaces", a new chain that unites innovation and creativity. Its design draws inspiration from the classic rosary but re-interprets the multi-faceted beads by using unprecedented inserts.

MYSINT100 PM-RM

3D digital chain

Titanium chain (other materials available) directly printed with MYSINT 100 using Laser Metal Fusion technology.

Digital chain also available with EVERES resin 3D printers for casting models.



sisma



Laser marking
and engraving systems



Laser welding
systems



Chain making
machines



Additive manufacturing
Metal & resin

VICENZAORO T.GOLD
pav. 4
booths 440-441 / 460-461

Insolita Creatività

Sono innovative e audaci le idee che definiscono il carattere dei nuovi gioielli

The ideas that define the character of the new jewels are innovative and bold



ROBERTO BRAVO. Nuova nata in casa Roberto Bravo, la collezione Chicky porta energia e audacia alla stagione autunnale. Roberto Bravo, che da sempre è dedito alla creazione di gioielli speciali, per enfatizzare la femminilità e l'eleganza di chi poi li sceglierà e li indosserà, ci regala una serie di novità tese ad allietare con vite positive il cambiamento del tempo. Se l'autunno ci investe con le sue atmosfere intense, animate dai toni caldi della terra, Roberto Bravo pensa a donarci una sana dose di energia e luce con la nuova collezione Chicky: vero e proprio tributo alla forza dei colori audaci. Sempre frutto di una lavorazione artigianale squisita e attenta ai dettagli, i nuovi gioielli esibiscono linee grintose e sinuose e si animano di colori come l'arancio e il turchese, abbinati alla luminosità di deliziose corolle create con mini diamanti. Pensate per tutte le donne che amano distinguersi indossando pezzi esclusivi, le creazioni di Chicky si rivelano i complici ideali ad aggiungere magiche vibrazioni cromatiche a ogni outfit.

Roberto Bravo's latest collection, Chicky, brings energy and audacity to the fall. Roberto Bravo, a company that has always been committed to creating special jewelry to enhance the femininity and elegance of those who choose to wear it, is offering us a series of new entries meant to brighten the seasonal change with positive vibes. While fall engulfs us with its intense atmospheres, enlivened by the warm shades of the earth, Roberto Bravo has thought about giving us a healthy dose of energy and light with its new Chicky collection: a veritable tribute to the power of daring colors. The result, as always, of exquisite artisanship and attention to detail, the new jewelry items boast bold and sinuous lines and come alive with colors like orange and turquoise, combined with the brightness of delicious, mini diamond corollas. Designed for all those women who love to stand out by wearing exclusive items, Chicky creations are the ideal accomplices for adding magical color vibrations to any outfit.

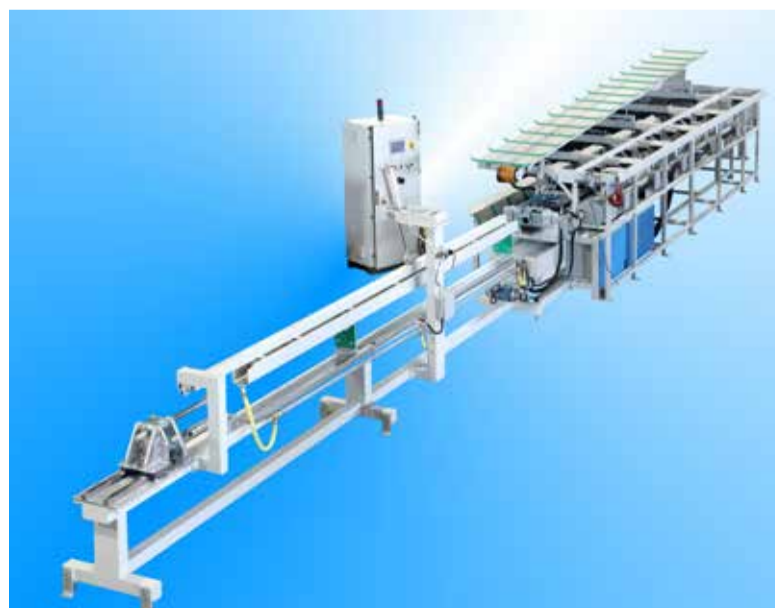


AONIE. Il mondo affascinante delle costellazioni rivive in "Astra", la nuova collezione firmata Aonie, che conferma il suo talento nel proporre uno stile originale e contemporaneo, attraversato da un sapore "neo-romantico" e un pizzico di delicata ironia. La label milanese, che sin dal suo esordio, si nutre di citazioni vintage, si è ispirata ai disegni zodiacali inglesi dell'Ottocento, e ha impresso quei bellissimi motivi su ceramica e argento placcato. Ogni segno è abbinato scrupolosamente alle corrispondenti pietre naturali del mese, per donare a ogni pezzo – collane, bracciali e orecchini – la bellezza e l'energia che merita. La scelta di una tavolozza di colori tenui aggiunge, infine, una candida armonia.

The fascinating world of constellations comes to life in "Astra", the new collection by Aonie, which confirms its talent for proposing an original and contemporary style, traversed by a "neo-romantic" flavor and a pinch of delicate irony. The Milanese label, which, since its very beginning, feeds on vintage citations, draws inspiration from British zodiac drawings from the 1800s and has impressed those beautiful patterns on ceramic and plated silver. Every sign is scrupulously matched to its corresponding natural stones for that month to give each item – necklaces, bracelets and earrings – the beauty and energy it deserves. Lastly, the choice of a range of soft colors adds pure harmony.

VIOLI. Il nuovo impianto di trafilatura semi automatico permette l'inserimento, la trafilatura e lo scarico del tubo automaticamente. L'impianto è composto da un banco idraulico, con potenza di tiro e lunghezza utile variabile, e da una struttura anteriore per ancoraggio oscillante per facilitare l'inserimento del mandrino interno. Inoltre, è caratterizzato da carrello porta pinza idraulico con punto di tiro in asse con i fori di trafilatura; da rapida sostituzione delle ganasce temprate; da un sistema innovativo per l'avviamento della trafilatura in modo graduale e a sforzo controllato.

With its new semi-automatic wire-drawing system, the wire can be inserted, drawn and ejected all automatically. The system consists of a hydraulic bench, with variable pulling power and usable length, and a front structure for oscillation anchorage to make inserting the internal mandrel easier. Moreover, it also features a hydraulic clamp carriage with pulling point at the same axis as the wire-drawing holes; rapid replacement of tempered clamps; an innovative system for activating wire-drawing gradually and at controlled tension.



AROUND THE WORLD

LYDIA COURTEILLE

La giada abilmente lavorata nella forma di due leoni è protagonista nel bracciale "Lions de Fo", una creazione appartenente alla collezione "Fragrant Concubine", firmata da Lydia Courteille, che con il suo talento, ci trasporta in un viaggio attraverso il tempo e le civiltà, i paesi e gli imperi - da Lydia (Turchia) a Kashgar e Chang'an, dalla strada per Samarcanda alla Grande Via della Seta.



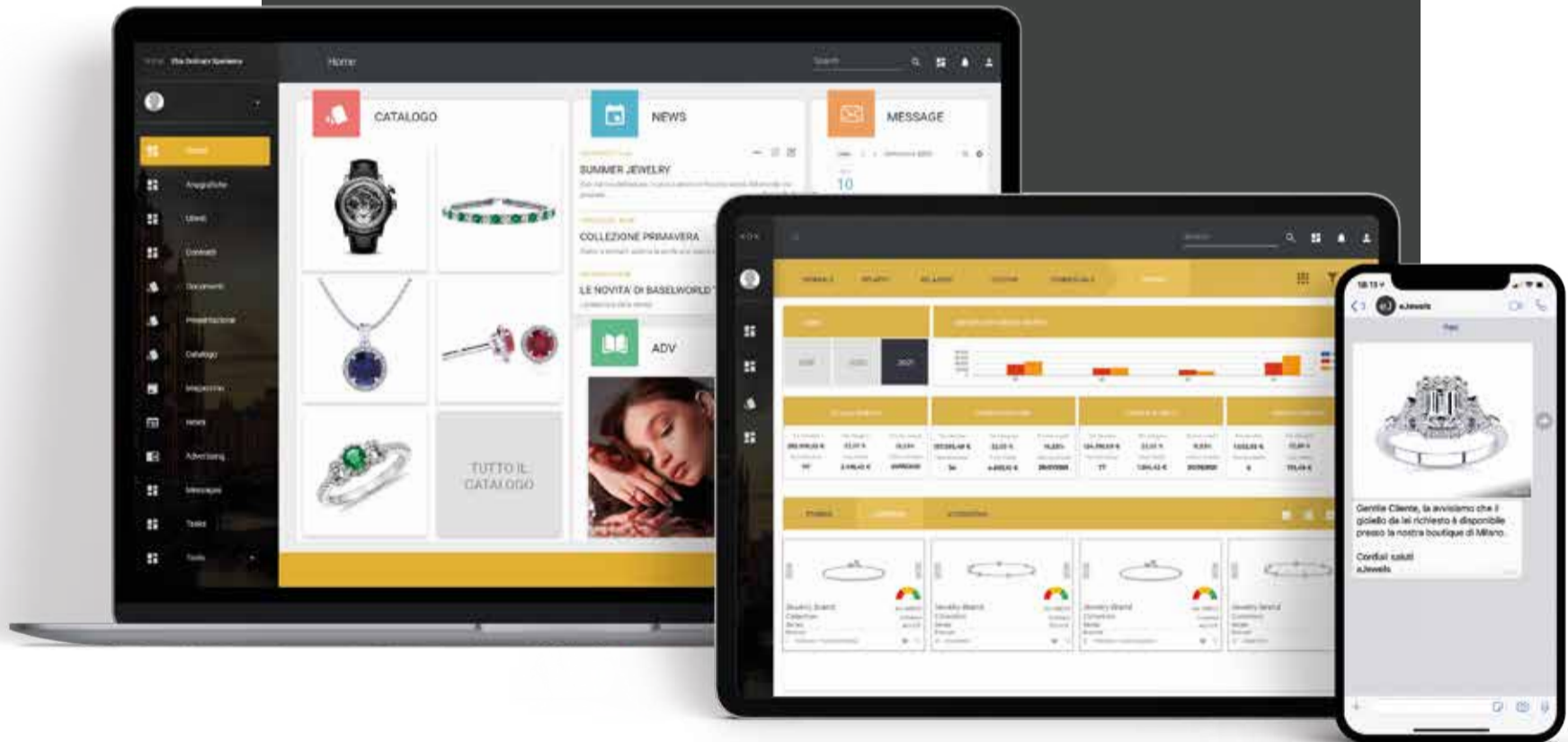
Bracciale/Cuff

Skillfully worked jade in the form of two lions is the protagonist of the "Lions de Fo" bracelet, a creation belonging to the "Fragrant Concubine" collection by Lydia Courteille, who, with her talent, takes us on a journey through time and civilizations, nations and empires - from Lydia (Turkey) to Kashgar and Chang'an, from Samarkand to the Great Silk road.

LA GIOIELLERIA DIGITALE



XTRAORDINARY XPERIENCE



SOFTWARE GESTIONALE - SOFTWARE CRM - SITI INTERNET - E-COMMERCE - DIGITAL MARKETING

ESCLUSIVAMENTE PER I NEGOZI DI GIOIELLERIA

T. GOLD | Hall 4 - S 6



ITALFIMET

ELECTROPLATING CHEMICALS & PLANTS

WONDERING WHICH FLASH GOLD ROSÈ PLATING SOLUTION TO BUY?

Italfimet's thirty years of experience in the electroplating sector was born with the industrialization of flash gilding processes for the goldsmith sector, a leading sector in the area. Over the years, the range of colors has been enriched more and more and the evolution of the market has led to a broadening of the horizons of development and research towards other sectors, without never putting one's origins in the background.

This allows today to be able to propose an innovative pink gilding process totally **FREE FROM CYANIDE**.

ITALFIMET ECOFLASH 5N gilding allows the creation of the classic **Rosè gold** shade using a **cyanide-free electrolytic solution**, thus making the process eco-compatible and thus meeting the needs of the market.







This new product concept has the great advantage of being easy to use thanks to only two solution maintenance products, without neglecting the fact that compared to traditional pink gilding, it has better resistance to the inevitable oxidation phenomena typical of gold/copper alloys.

L'esperienza trentennale di Italfimet nel settore galvanotecnico, nasce proprio con l'industrializzazione dei processi di doratura flash per il settore orafa, comparto trainante nel territorio. Negli anni, la gamma di colorazioni si è arricchita sempre più e l'evoluzione del mercato ha portato ad allargare gli orizzonti degli sviluppi e delle ricerche verso altri comparti, senza però mai mettere in secondo piano le proprie origini.

Ciò permette oggi di poter proporre un innovativo processo di doratura rosa totalmente **ESENTE DA CIANURO**.

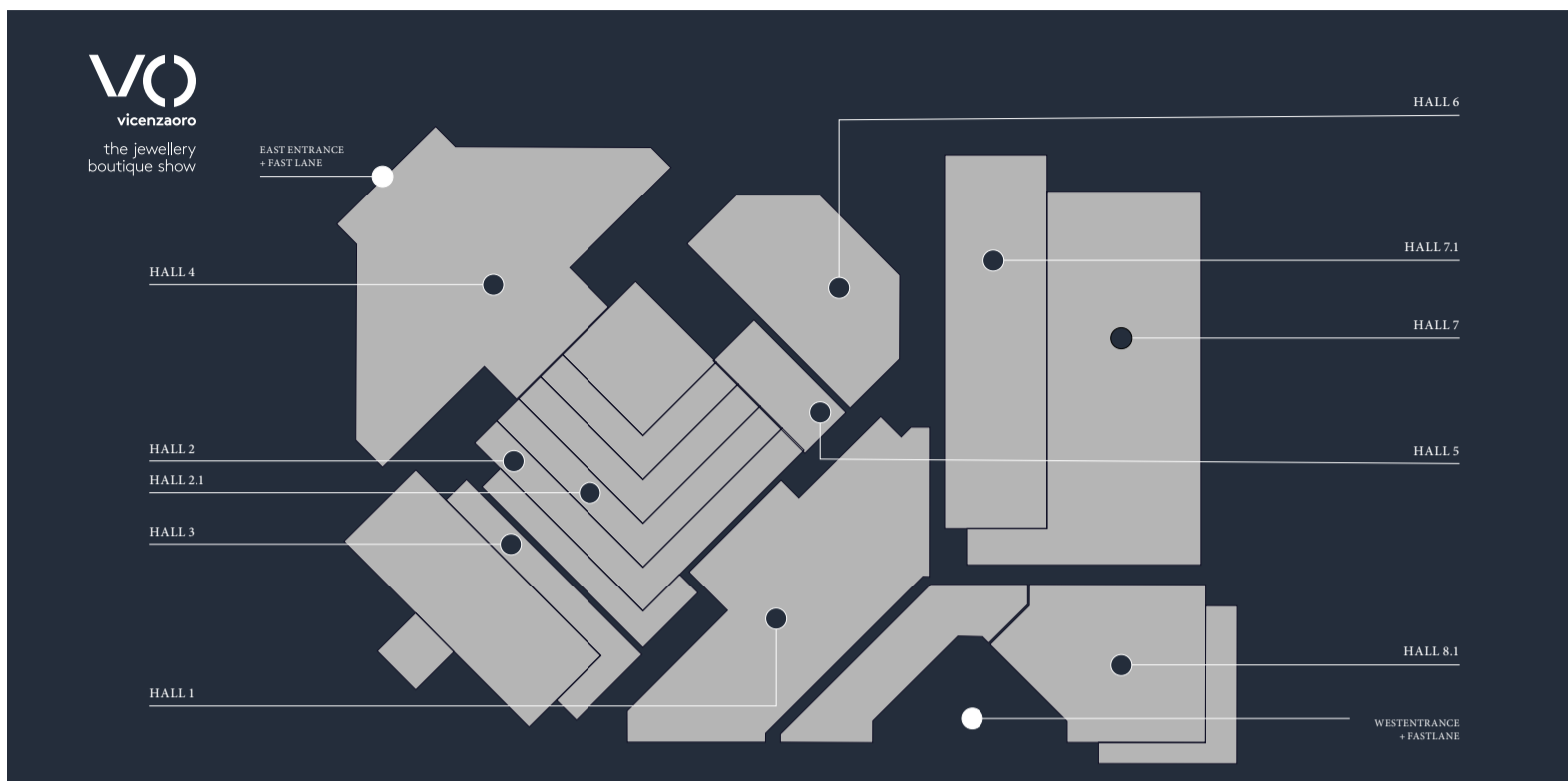
La doratura **ITALFIMET ECOFLASH 5N** permette la realizzazione della classica tonalità di ORO ROSA mediante una soluzione elettrolitica esente da cianuro, rendendo quindi il processo eco compatibile e venendo così incontro all'esigenza del mercato.

Questa nuova concezione di prodotto, ha in sé il grande vantaggio di essere di facile utilizzo grazie a solamente due prodotti di mantenimento della soluzione, senza trascurare il fatto che presenta rispetto alle tradizionali dorature rosa, una miglior resistenza agli inevitabili fenomeni di ossidazione tipici delle leghe di Oro/Rame.

| FLASH GOLD WITH CYANIDE WITHOUT PASSIVATION DORATURA MC 9 NON PASSIVATA | ITALFIMET ECOFLASH 5N WITHOUT PASSIVATION NON PASSIVATA |
|---|---|
| UMIDITY TEST WITH LEATHER CALORE UMIDO CON PELLE | |
|  |  |
| after 48 hours of umidity test with leather | |
| CALORE UMIDO | |
|  |  |
| after 72 hours of umidity test | |
| TIOACETAMMIDE | |
|  |  |
| after 48 hours of thioacetamide test | |



Main Events



Today's events: Sunday 12 September

VO VINTAGE
CAPAC CLASS, HIGH SCHOOL OF WATCHMAKING
WATCH TECHNICAL CLASS
INTRODUCTION TO THE BASIS OF THE MOVEMENT THEORY IN THE WATCHMAKING INDUSTRY AND PRACTICAL ASSEMBLY AND DISMANTLING APPLICATION
CLASS 1: 10.00 A.M. – 1.00 P.M.
CLASS 2: 3.00 P.M. – 6.00 P.M.
HALL 7.1 – SALA VIP LOUNGE
 Organized by Professor Rinaldo Cassani

GEM TALK: "NATURAL AND SYNTHETIC DIAMOND BETWEEN ORDER AND CHAOS"
11.30 A.M. – 12.30 P.M.
HALL 7 – MAIN STAGE
 Educational Event in partnership with I.G.I. – Italian Gemological Institute

VO VINTAGE
STEFANO MAZZARIOL
NEWMAN MASTER
PRESENTATION OF NEWMAN MASTER: A JOURNEY OF DISCOVERY OF THE MOST LEGENDARY DAYTONA DIAL.
12.00 P.M. - 1.00 P.M.
HALL 8.1 – SALA CANOVA

WOMEN IN JEWELLERY
THE IMPORTANCE OF DIVERSITY, INCLUSION, AND FEMININE WISDOM IN THE JEWELRY INDUSTRY
1.00 P.M. – 2.00 P.M.
HALL 7 – MAIN STAGE
 Industry Event organised by Italian Exhibition Group S.p.A.

CIBJO SEMINAR
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: MEETING THEIR CHALLENGE
2.30 P.M. - 4.30 P.M.
HALL 7 – MAIN STAGE
SDG 5: GENDER EQUALITY
THE ROLE AND INFLUENCE OF WOMEN IN THE MINING OF PRECIOUS MATERIALS
2.30 P.M. - 3.30 P.M.
SDG 12: RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
SUSTAINABLE JEWELLERY IN THE CIRCULAR ECONOMY
3.30 P.M. - 4.30 P.M.
 Industry Event organised by Italian Exhibition Group S.p.A.

VO VINTAGE
TALK
"THE FUTURE OF WATCHES"
2.30 P.M. - 3.30 P.M.
HALL 8.1 – SALA CANOVA
 Organized by L'Orologio

VO VINTAGE
"THE EXTRAORDINARY WORLD OF VINTAGE WATCHES: FROM THE IMPORTANCE OF THE CONDITION TO THE RESTORATION, FROM THE PRECAUTIONS TO BE TAKEN TO AN OVERVIEW OF THE VINTAGE MARKET"
4.00 P.M. – 5.00 P.M.
HALL 8.1 – SALA CANOVA
 Organized by Professor Ugo Pancani, FHH Academy

THE TIME IS NOW – PRIORITIZING THE SDGS IN THE DECADE OF ACTION
4.30 P.M. - 5.30 P.M.
HALL 7 – MAIN STAGE

VO VINTAGE
"UNCONVENTIONAL WATCHMAKING"
5.00 P.M. - 6.00 P.M.
HALL 8.1 - CANOVA ROOM

VO HAPPY HOUR SPONSORED BY WOLF
5.30 P.M. - 8.30 P.M.
WEST ENTRANCE
 Side Event organized by Italian Exhibition Group S.p.A.



VENDORAFA



SEEN ON

VO+

2011-2021
 BAMBOO70

Editor in Chief Federica Frosini
 Art Director Elena Papageorghiou
 Photo by Massimo Bianchi
 Photography assistant Francesco Bronzi



VENDORAFA



SEEN ON

VO+

VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

1971-1981
PEBBLES70

Editor in Chief Federica Frosini
Art Director Elena Papageorgiou
Photo by Sara Magni

1981-1991
FOGLIE70

Editor in Chief Federica Frosini
Art Director Elena Papageorgiou
Photo by Paola Dossi
Set and styling by Stilema Studio