



FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

La Qualità che Conquista

Dall'hub del made in Italy nel cuore di Manhattan ai dati confortanti del mondo luxury che ispirano ottimismo, nonostante gli scenari internazionali. Queste alcune delle novità emerse nella terza giornata di Vicenzaoro >p.2

From a hub of Made in Italy in the heart of Manhattan to comforting data from the luxury world that inspire optimism, despite the international situation. These are some of the innovations that emerged on the third day of Vicenzaoro >p.2



EDITORIAL

FEDERICA FROSINI
DIRETTORE VO+ MAGAZINE

Bellezza e saggezza. In questi primi giorni di manifestazione, al di là delle note poco rassicuranti comunicate in fatto di futuri scenari della gioielleria - dalla scarsità delle materie prime al rincaro energetico, dalla difficoltà nel recruiting di giovani talenti, fino alle incertezze del mercato causate dal conflitto russo-ucraino - ci si è soffermati su queste due parole che, nonostante tutto, restano il vero traino valoriale ed eterno di un gioiello. Parlare di bellezza di un oggetto prezioso potrebbe essere cosa facile, quando si ha a che fare con oro e diamanti, ma associare questo concetto al valore dell'esecuzione è come cambiare improvvisamente punto di vista e accorgersi di quanto il significato di bello vada ben oltre ciò che appare. Lo ha detto a chiare note Giampiero Bodino che venerdì scorso, proprio sul palco di Vicenzaoro, indagando sul connubio tra estetica e formazione, ha dichiarato che la bellezza di un gioiello non può legarsi alle sue forme variabili, ossia alla moda e ai cambiamenti sociali, ma va ancorata al valore dell'esecuzione e alla straordinarietà della sua realizzazione.

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

DOMENICA **20** MARZO 2022

PORTRAITS

Ugo Pancani

Dal vintage al riciclo, le ultime innovazioni nell'alta orologeria. *From vintage to recycled metals, the latest innovations in haute horlogerie.*

>p.18



TREND

Very Peri

Tonalità blu pervinca per gemme dal carattere gioioso. *Periwinkle blue shades for gems with a joyful character.*

>p.14



FOCUS

Design Thinking

Paola De Luca invita i player del settore a valutare un nuovo modo di concepire il gioiello. *Paola De Luca invites sector players to evaluate a new way of conceiving jewelry.*

>p.8

Il Settore del Lifestyle Oltre la Crisi

Si terranno oggi i Digital Talks, dalle 12 alle 13 sul Main Stage, Hall 7. I principali temi affrontati riguardano lo shopping online, la comunicazione digitale, l'influencer marketing e il cybercrime

Dopo la crisi sanitaria, come è stata affrontata l'emergenza dal mercato? E come si contrasta il cybercrime? I quesiti sono affrontati oggi sul palco

dei Digital Talks, grazie ai contributi di: Rosario Magro, Co-founder e Client Director di Flu, agenzia verticale di Influencer Marketing; Chiara Dal Ben, Innovation Director di Flu; Silvio Ciniglio, Avvocato e Senior Lawyer presso lo Studio Andrea R. Castaldo, sempre con la moderazione di Steven Tranquilli, Direttore Federpreziosi Confcommercio Imprese per l'Italia. Il tema che viene nuovamente ripreso in questa edizione di Vicenzaoro, riguarda innanzitutto il settore del lifestyle e

il modo in cui l'emergenza ha impattato e modificato le dinamiche di vendita e di consumo, considerando quanto lo shopping online sia sempre più un'opportunità di crescita per il mondo del lusso. A questo, si aggiunge un altro main topic, molto caro al settore della gioielleria, che è legato alla sicurezza e alla prevenzione come miglior difesa. Nel 2021 le vittime di furti di dati online sono state undici milioni. Un fenomeno allarmante che riguarda soprattutto la violazio- (segue a pagina 4)

La Formazione in Versione High-Tech

Metallurgia, sostenibilità e tecnologia 3D i temi che oggi saranno trattati al JTF - Jewelry Technology Forum, organizzato da IEG e Legor Group

Oggi, a partire dalle 9 fino alle 17, nella Sala Tiziano, si terrà la diciassettesima edizione del JTF - Jewelry Technology Forum, organizzato come sempre da Legor Group in collaborazione con IEG. Evento che per

la prima volta è stato concepito con una suddivisione in macro argomenti, per permettere a tutti i partecipanti di scegliere la sessione di maggior interesse. Sarà un'occasione unica per affrontare insieme a esperti internazionali soggetti come metallurgia, sostenibilità e tecnologia 3D. Daranno il via al convegno Stefania Trenti e Daniela Corsini di Intesa Sanpaolo con un'introduzione sullo scenario globale dell'industria orafa durante il Covid-19 e conseguenze (segue a pagina 4)



La Qualità che Conquista

(segue dalla prima)

Una delle novità annunciate in questa edizione firmata Italian Exhibition Group di Vicenzaoro è stata "Piazza Italia. Stronger Together", progetto ideato da Dennis Ulrich, ex Ceo del Gruppo Richline, e da Alberto Milano, Presidente della Camera di Commercio Italia-America, che nella giornata di ieri hanno presentato il loro modello di business targettizzato sugli Stati Uniti, che punta su evoluzione, innovazione e connessione per la ripartenza. In pratica, un hub del made in Italy nel cuore di Manhattan, nella prestigiosa sede dell'11 East 44th Street, dove da oggi i brand di moda, accessori, design e, ovviamente, di gioielleria, potranno trovare uno spazio dedicato di networking e co-working. Il concetto di "più forti insieme" fa eco a "All at once" coniato da IEG Italian Exhibition Group, per identificare il mood di questa edizione, che si avvia alla sua conclusione tracciando già alcune importanti linee guida per tutta l'industry. Oltre a questa novità d'oltreoceano, che consentirà alle aziende italiane di guardare al mercato americano con una maggiore consapevolezza delle opportunità da cogliere, qui in fiera si è parlato tanto di cooperazione fra istituzioni e aziende per la formazione delle future generazioni di artigiani dediti al settore: da una parte ha detto la sua Fondazione Mani Intelligenti, con le attività ormai consolidate fra cui spicca il nuovo progetto dell'Artisans acceleration program, e dall'altra si è svolta l'Assemblea Annuale della Rete TAM (Tessile, Abbigliamento, Moda), che al momento conta 90 istituti tecnici e professionali superiori di secondo grado su tutto il territorio nazionale. La scelta di Vicenzaoro come location dell'evento sta nelle parole di Roberto Peverelli, Presidente Rete TAM: «C'è una ricchezza di sapere e di competenze diver-

«C'è una ricchezza di sapere e di competenze diverse, difficilmente visibili all'esterno e il nostro obiettivo è ragionare a un modello di formazione, in cui la tecnica sia collegata a un aspetto più creativo, perché senza una tecnica forte la creatività non è plausibile»

- Roberto Peverelli, Presidente Rete TAM

se, difficilmente visibili all'esterno e il nostro obiettivo è ragionare a un modello di formazione, in cui la tecnica sia collegata a un aspetto più creativo, perché senza una tecnica forte la creatività non è plausibile. Da tempo abbiamo ampliato lo sguardo a tutto il mondo legato a Confindustria Moda, non riconducibile necessariamente all'area tessile, e la nostra presenza a Vicenzaoro risponde proprio al desiderio di aprirci al mondo orafa-gioielliero, con cui vorremmo iniziare a dialogare e a stringere un rapporto più sinergico». Altro segmento luxury protagonista del Jewellery Boutique Show vicentino è quello dell'orologeria, grazie al nuovo format di VO'Clock Privé. Fra i panel di ieri, molto interessante quello tenuto da Mario Peserico, Presidente Assorologi, che ha riportato i dati sul fatturato degli orologi da polso in Italia nel 2021, pari a circa 1,86 miliardi di Euro, con un +23% rispetto al 2020 (1,51 mld di Euro). Dati molto positivi, cui si aggiungono quelli elaborati da Bain & Company: dopo la forte contrazione registrata nel 2020, il settore dei beni personali di lusso ha recuperato rapidamente terreno con una crescita del 29% ai tassi di cambio correnti, arrivando a toccare quota 283 miliardi di Euro. Un trend destinato a crescere, con un potenziale che nel 2025 potrebbe arrivare a un volume

pari a 360-380 miliardi di Euro. In questo scenario, nelle ultime settimane è subentrata una nuova sfida per i mercati del lusso che è tutta da giocare, legata ai consumatori russi che pesano sul mercato totale dei beni di lusso circa il 2-3% (circa 7 miliardi di euro), con un'incidenza simile anche sul segmento dei beni di lusso personali (accessori, abbigliamento, hardluxury e beauty).

«One of the main new entries at this edition by IEG Italian Exhibition Group of Vicenzaoro was "Piazza Italia. Stronger Together", a project conceived by Dennis Ulrich, former CEO of the Richline Group, and Alberto Milano, President of the Italy-America Chamber of Commerce, who yesterday presented their business model aimed at the United States, which focuses on evolution, innovation and connection for the re-start. Basically, it is a hub of Made in Italy in the heart of Manhattan, in a prestigious location at no. 11 East 44th Street, where, as of today, fashion, accessories, design and, obviously, jewelry brands can find a dedicated networking and co-working space. The concept of "stronger together" echoes the "All at once" coined by IEG Italian Exhibition Group to describe the mood of this edition, which is drawing to a close and already outlining some important



Consolidandosi nel tempo, questo valore accompagna un gioiello nella sua trasformazione in bene rifugio, fino a essere percepito come "acquisto saggio" soprattutto in tempi critici come questo che stiamo vivendo.

Beauty and wisdom. In the first few days of the event, besides the less than reassuring reports on the future of jewelry - from the scarcity of raw materials to the rise in energy prices, from the difficulties in recruiting young talent to the market uncertainties caused by the Russian-Ukrainian conflict - focus has been on these two words which, in spite of everything, remain the real driving

force behind the eternal values of jewelry. Talking about the beauty of a precious object might be easy when dealing with gold and diamonds, but associating this concept to the value of execution is like suddenly changing point of view and realizing how much the meaning of beauty goes far beyond what it appears. Giampiero Bodino made this clear last Friday on the stage of Vicenzaoro while analyzing the tie between aesthetics and education. He declared that the beauty of a piece of jewelry cannot be linked to its variable forms, in other words, to fashion and social changes, but must be anchored to the value of its execution and the extraordinary nature of its creation. Consolidated over time, this value accompanies jewelry in its transformation into a safe-haven asset, to the point of being perceived as a "wise purchase", especially in critical times such as these.

Federica Frosini
Editor in Chief VO+ Magazine

guidelines for the entire industry. In addition to this new overseas initiative, which will allow Italian companies to look at the American market with a greater awareness of the opportunities to be seized, there was also much talk at the Show of cooperation between institutions and companies in training future generations of artisans for the sector with, on the one hand, Fondazione Mani Intelligenti and its well-established activities, including the new Artisans Acceleration Program project, and on the other, the Annual Meeting of Rete TAM (Textiles, Clothing, Fashion), which currently involves 90 technical and vocational secondary schools throughout Italy. The choice of Vicenzaoro as the location for the event can be summed up in the words of Roberto Peverelli, President of Rete TAM: «There is a wealth of knowledge and different skills that are difficult to see from the outside and our aim is to devise a training model in which technique is linked to a more creative aspect because, without a strong technique, creativity is not plausible. For some time now, we have been looking at the whole world linked to Confindustria Moda, which is not necessarily related to textiles, and our presence at Vicenzaoro responds precisely to our desire to open up to the world of gold and jewelry with which

we would like to begin to communicate and forge a more synergic relationship.» Another luxury segment in the spotlight at the Vicenza Jewellery Boutique Show is watchmaking, thanks to the new VO'Clock Privé format. Yesterday's panels included an extremely interesting talk with Mario Peserico, President of Assorologi, who reported on the turnover of wristwatches in Italy in 2021, which amounted to about 1.86 billion Euro, an increase of 23% compared to 2020 (1.51 billion Euro). Extremely positive figures which were joined by those elaborated by Bain & Company: after the considerable drop recorded in 2020, the luxury personal goods sector has rapidly regained ground with a growth of 29% at current exchange rates, reaching 283 billion Euros. This trend is destined to continue, with a growth potential that, by 2025, could reach a volume of €360-380 billion. Against this backdrop, a new challenge for luxury markets has emerged in recent weeks that still has to play out and is linked to Russian consumers, who account for around 2-3% of the total luxury goods market (around €7 billion), with a similar impact on the personal luxury goods segment (accessories, clothing, hard luxury and beauty).

Lorenza Scalisi

«There is a wealth of knowledge and different skills that are difficult to see from the outside and our aim is to devise a training model in which technique is linked to a more creative aspect because, without a strong technique, creativity is not plausible»

- Roberto Peverelli, Presidente di Rete TAM



UNOAERRE



FASHION JEWELLERY

unoaerre.it

Il Settore del Lifestyle Oltre la Crisi

(segue dalla prima)



Chiara Dal Ben, Innovation Director at Flu



Silvio Ciniglio, Lawyer and Senior Lawyer at Studio Andrea R. Castaldo



Rosario Magro, Co-founder and Client Director at Flu

ne dei profili social di privati e aziende, che consentono di accedere a una vera miniera di informazioni. Ma cosa accade quando qualcuno lede i nostri diritti, entrando nel nostro mondo virtuale e appropriandosi della nostra identità online? Tutti quesiti che saranno affrontati e chiariti dall'avvocato Silvio Ciniglio, esperto di reati contro la pubblica amministrazione, in ambito societario, tributario e di cybercrime.

Digital Talks will be held today from 12 to 1 pm on the Main Stage, Hall 7. The main topics will be online shopping, digital communication, influencer marketing and cybercrime

After the health crisis, how has the market dealt with the emergency? And how do we combat cybercrime? These questions will be addressed today on the Digital Talks stage, thanks to the contributions of: Rosario Magro, Co-founder and Client Director at Flu, a vertical Influencer Marketing agency; Chiara Dal Ben, Innovation Director at Flu; Silvio Ciniglio, Lawyer and Senior Lawyer at Studio Andrea R. Castaldo, with Steven

Tranquilli, Director of Federpreziosi Confcommercio Imprese per l'Italia, once again moderating. The theme that this edition of Vicenzaoro is returning to concerns, first and foremost, the lifestyle sector and the way in which the emergency has impacted and changed the dynamics of sales and consumption, seeing as how online shopping is increasingly becoming an opportunity for growth in the luxury world. Another important topic, and one which is very dear to the jewelry sector, will be linked to safety and prevention as the best defense. In 2021, eleven million people were victims of online data theft. This is an alarming phenomenon that mainly concerns the violation of the social profiles of individuals and companies, an action which provides access

to a veritable mine of information. But what happens when someone infringes on our rights by entering into our virtual world and taking possession of our online identity? All questions that will be addressed and explained by lawyer Silvio Ciniglio, an expert in crimes against public administration in relation to corporate, tax and cybercrime matters.

Federica Frosini

La Formazione in Versione High-Tech

(segue dalla prima)



Massimo Poliero, President of the Jewelry Technology Forum

sul mercato dei metalli preziosi. Poi avrà inizio la parte dedicata al 3D con Ulrich Klotz del Research Institute for Precious Metals & Metals Chemistry, Carlo Buckardt della Pforzheim University e Bonrat Lohwongwatana della Chulalongkorn University. Chris Corti di COREGOLD Technology, Florian Bulling del Research Institute for Precious Metals & Metals Chemistry, Manuela Dabalà dell'Università degli Studi di Padova e Marco Andreatta di Sisma per la parte di metallurgia. Gli ultimi tre interventi, realizzati da Conny Havel di Alliance for Responsible Mining, Filippo Finocchi di Legor Group e Orlando Balestrino di Ecoteam vedranno infine un focus sulla sostenibilità nel campo dei metalli preziosi. Alcuni degli speaker interverranno da remoto, e come gli altri anni, la partecipazione è gratuita ed è necessaria la registrazione sul sito jtf.it. Qui si potranno poi scaricare, a partire dai giorni seguenti, tutti gli abstract e podcast dei singoli interventi, in un'ottica di gratuità e libera condivisione con un pubblico ampio il più possibile.

Metallurgy, sustainability and 3D technology are the topics under discussion today at the JTF - Jewelry Technology Forum, organized by IEG and Legor Group

Today, in Sala Tiziano from 9 am to 5 pm, will see the seventeenth edition of the JTF - Jewelry Technology Forum, organized as always by Legor Group in collaboration with IEG. For the first time, the event will be subdivided into macro topics so that participants can select the session that interests them most. It will offer a unique opportunity to discuss subjects like metallurgy, sustainability and 3D technology with international experts. Stefania Trenti and Daniela Corsini from Intesa Sanpaolo will start the conference off with an overview of the jewelry industry's global scenario during Covid-19 and its consequences on the precious metals market. Then the section dedicated to 3D will start with Ulrich Klotz from the Research Institute for Precious Metals & Metals Chemistry, Carlo Buckardt from Pforzheim Univer-

sity and Bonrat Lohwongwatana from Chulalongkorn University. Chris Corti from COREGOLD Technology, Florian Bulling from the Research Institute for Precious Metals & Metals Chemistry, Manuela Dabalà from Padua University and Marco Andreatta from Sisma will deal with the metallurgy aspect. The last 3 speeches, given by Conny Havel from Alliance for Responsible Mining, Filippo Finocchi from Legor Group and Orlando Balestrino from Ecoteam, will focus on sustainability in the field of precious metals. Some of the speakers will intervene remotely. As in previous years, participation is free and subject to registration on jtf.it. In the days that follow, all the abstracts and podcasts of the individual talks will be available for download so that they can be shared, at no cost, with as wide an audience as possible.

Lorenza Scalisi

NEW ENTRY

Blumarine Fine Jewelry

A Vicenzaoro viene presentata la prima Blumarine Fine Jewelry, una licenza del gruppo Eccellenze Italiane, grazie all'intuizione di Marco Marchi e di Bruno Nardelli. I primi gioielli preziosi di Blumarine interpretano la leggerezza e la bellezza delle farfalle, in oro, diamanti, zaffiri e smeraldi. «Per la prima volta nella sua storia - dichiara Marco Marchi - Blumarine entra nel mondo della gioielleria con un progetto che approderà in primis sui mercati internazionali in cui il brand è forte, come gli Stati Uniti e il Medio Oriente». Aggiunge Bruno Nardelli: «Questa collezione esprime in pieno i valori di Blumarine e sarà in distribuzione all'estero da settembre 2022 e in Italia dal 2023».



The first Blumarine Fine Jewelry was presented at Vicenzaoro, a license of the Eccellenze Italiane group, originating from an idea by Marco Marchi and Bruno Nardelli. Blumarine's first precious jewels interpret the lightness and beauty of butterflies in gold, diamonds, sapphires and emeralds. «For the first time in its history,» says Marco Marchi, «Blumarine is entering the world of jewelry with a project that will be launched primarily on the international markets where the brand is strong, such as the United States and the Middle East.» Bruno Nardelli adds: «This collection fully expresses the values of Blumarine and will be distributed abroad from September 2022 and in Italy from 2023.»

WORLD DIAMOND GROUP.COM



ANNA TATANGELO
per
GOLAY

WORLD DIAMOND GROUP S.P.A.

WORLD DIAMOND GROUP NIHAMA MIKIKO  Diamond DE BEERS  FOREVERMARK

Schreiner: Ritorno alle Radici

Le gemme spettacolari del marchio tedesco illuminano una delle vetrine più eleganti della kermesse

The German brand's spectacular gems light up one of the event's most elegant showcases



Una pietra preziosa di circa 20 carati brilla in una delle vetrine più lussuose di Vicenzaoro. Si tratta di un diamante verde vivido "internally flawless" (purezza massima) in cui sembra si stia specchiando il mare: un esemplare unico, dal prezzo inestimabile, appartenente alla collezione privata di Schreiner. Il marchio tedesco ritorna a Vicenzaoro, dopo dieci anni, per ammalare il pubblico con un'ampia

proposta di collezioni e di gemme rarissime. «Per noi è un onore tornare a esporre a Vicenza, amiamo la città e il suo territorio, e siamo entusiasti del nuovo format della kermesse e del management da cui è guidata, composto da un team di persone oneste, capaci di mantenere ogni cosa che promettono», afferma il Presidente Gerhard Schreiner. «Siamo in un momento molto delicato», continua nel raccontare

l'importanza della gioielleria come bene rifugio. «Dopo la pandemia, sempre più persone sono portate a investire in beni tangibili, per esempio nel real estate, nelle macchine, nei diamanti. Oggi i gioielli sono tornati ad avere un valore come investimento, basta dare uno sguardo al mercato dei diamanti, che è in costante crescita, per capire quanto converrebbe a tutti investire in questo settore». Tra le bellissime proposte di alta gioielleria portate in fiera, spicca la collezione Sunrise, animata dalla potente luce di diamanti gialli fancy vivid dai grandi carati e da un design che celebra le forme della natura, che rimane fra le più importanti fonti di ispirazioni cui i venticinque designer del marchio attingono costantemente.

A precious stone weighing around 20 carats sparkles in one of Vicenzaoro's most luxurious showcases. It is a vivid green, "internally flawless" diamond that seems to reflect the sea: a unique and priceless specimen belonging to Schreiner's private collection. The German brand has returned to Vicenzaoro, after an absence of ten years, to enchant the public with a wide

range of collections and exceptionally rare gems. «It is an honor for us to be exhibiting again in Vicenza. We love the city and its territory and we are excited about the show's new format and its management, consisting of a team of honest people, able to keep all their promises,» says President Gerhard Schreiner. «We are going through an extremely delicate moment,» he continued as he spoke about the importance of jewelry as a safe haven. «After the pandemic, more and more people are inclined to invest in tangible assets, in real estate, cars and diamonds, for example. Jewelry has now gone back to being a valuable investment, you only have to look at the constantly-growing diamond market to realize how much we would all benefit from investing in this sector.» Standing out among the extremely beautiful high-jewelry proposals on display is the Sunrise collection, brought to life by the powerful light of multi-carat, fancy vivid yellow diamonds and a design that celebrates nature, which is still one of the most important sources of inspiration for the brand's 25 designers.

Antonella Reina

Eroiche Passioni

Locman Montecristo OISA 1937: VO'Clock Privé scenario di lancio della limited edition firmata da due eccellenze orologiaie, orgoglio del made in Italy

Locman Montecristo OISA 1937: VO'Clock Privé, the setting for launching the limited edition by two excellent watchmakers, the pride of Made in Italy



VO'Clock Privé, il nuovo format di IEG dedicato all'orologeria contemporanea inaugurato venerdì, non poteva debuttare meglio. Il primo talk di questi tre giorni densi di appuntamenti ha visto il lancio di Locman Montecristo OISA 1937, linea di orologi meccanici made in Italy che ha il sapore di un piacevole ritorno al passato, sia per i contenuti tecnologici che per la filosofia che lo anima. Il progetto getta le sue basi cinque anni fa, con l'incontro fra Marco Mantovani e Carlo Boggio Ferraris, rispettivamente fondatore di Locman, storica maison orologiaia elbana, e terza generazione del prestigioso marchio OISA 1937 specializzato in movimenti meccanici. Ad avviare la discussione, il patron di Locman: «Per prima cosa, voglio rivolgere un ringraziamento a IEG, che in tempi non facili, ha

deciso di investire in un settore che mancava da Vicenzaoro da parecchi anni. Un coraggio imprenditoriale che somiglia a quello che abbiamo messo in campo Carlo ed io all'inizio di questa avventura, con la passione che da sempre contraddistingue le nostre aziende e che in un momento come quello che stiamo vivendo ha un che di eroico. Erano più di cinquant'anni che non veniva proposto sul mercato un nuovo movimento meccanico completamente creato in Italia, e per il mio marchio è un onore collaborare con chi in passato ha segnato un'epoca d'oro della nostra orologeria, arrivando a produrre 10.000 movimenti al mese, tutti calibri originali per le case orologiaie nazionali e di tutto il mondo». Entra poi nel dettaglio Carlo Boggio Ferraris: «Il movimento meccanico a carica manuale OISA Calibro 29-50 Cinque Ponti ha una lavorazione Côtes de Genève fatta a mano sui ponti, che racchiudono il ruotismo e una lavorazione a Perlage, anch'essa fatta a mano, sulla platina e ha una dimensione di 29,5 mm di diametro e un'altezza di 3,5 mm». Un sistema molto sofisticato, dalla massima affidabilità, pensato per appassionati, che hanno risposto a questi in-

put preziosi prenotando già i primi 1.000 movimenti, il primo dei quali è ora esposto in una teca a Marina di Campo, nella sede di Locman. Il secondo? Al polso di Mantovani.

VO'Clock Privé, IEG's new format dedicated to contemporary watchmaking, inaugurated on Friday, could not have made a better debut. The first talk of these three, event-packed days, saw the launching of the Locman Montecristo OISA 1937, a line of mechanical, Italian-made watches that feels like a pleasant return to the past, both in terms of technological content and the philosophy behind it. The project's foundations were laid five years ago with the encounter between Marco Mantovani, founder of Locman, a historic watchmaking company on the island of Elba, and Carlo Boggio Ferraris, third generation of the prestigious OISA 1937 brand which specializes in mechanical movements. Locman's owner began the discussion: «First of all, I would like to thank IEG, which, even in these difficult times, decided to invest in a sector that has been lacking at Vicenzaoro for many years. An entrepreneurial courage like that of Carlo and I when we set out on this adventure with the passion that has always distinguished our companies,

and which, in a time like the one we are currently experiencing, has a rather heroic quality. More than 50 years have passed since a new, totally Italian-made, mechanical movement has been launched onto the market, and for my brand, it is an honor to collaborate with someone who, in the past, marked a golden era in our watchmaking industry, producing 10,000 movements a month, all original calibers for watchmaking companies in Italy and around the world.» Carlo Boggio Ferraris continued with the details: «The mechanical, hand-wound OISA Calibro 29-50 Cinque Ponti movement has a handmade Côtes de Genève finish on the bridges, which enclose the gear train, and a Perlage finish, also handmade, on the main plate. It is 29.5 mm in diameter and 3.5 mm high.» An exceptionally sophisticated system, with maximum reliability, designed for enthusiasts, who responded to these precious inputs by already ordering the first 1,000 movements, the first of which is now on display in a case at Locman's headquarters in Marina di Campo. The second? On Mantovani's wrist.

Lorenza Scalisi

THE DESIGN ROOM

Elena Chernyavskaya Jewelry

Fondato a Barcellona, Ech Jewelry è un nuovo brand dall'attitudine sperimentale, nato dalla creatività della designer russa Elena Chernyavskaya. A cavallo tra arte contemporanea e ingegneria, i suoi gioielli custodiscono un particolare design modulare, che può diventare la base di una nuova configurazione, grazie a uno speciale sistema a vite. La designer ama coinvolgere i suoi clienti nella co-creazione: ispirandoli e spingendoli a inventare nuovi possibili moduli che possano diventare il riflesso personale di chi li indossa. Anche la scelta figurativa è particolare: mosche, scarafaggi e insetti, eseguiti con sorprendente iperrealismo, sono tra i soggetti che predilige.



Founded in Barcelona, Ech Jewelry is a new brand with an experimental attitude, born from the creativity of Russian designer Elena Chernyavskaya. Straddling the line between contemporary art and engineering, her jewelry encases a particular modular design, which can become the basis of a new configuration, thanks to a special screw system. The designer likes to involve her clients in co-creation by inspiring them and encouraging them to invent new modules that can become a personal reflection of the wearer. The figurative choice is also particular: flies, beetles and insects, executed with surprising hyperrealism, are among her favorite subjects.



OXYGÈNE

WWW.OXYGENE.SM / INFO@OXYGENE.SM



Testimonianze di Design Thinking

“Essere più inclusivi per crescere assieme”.

Così Paola De Luca invita i player del settore a valutare un nuovo modo di concepire il gioiello

“Be more inclusive to grow together”.

This is how Paola De Luca invites sector players to evaluate a new way of conceiving jewelry



Il concetto di design circolare applicato alla gioielleria. Questo il tema di cui si è discusso ieri durante la prima parte del TV Talk organizzato da Trendvision Jewellery + Forecasting, il primo Osservatorio indipendente di IEG Italian Exhibition Group specializzato nel forecasting del gioiello. Sul Main Stage

della Hall. 7, Paola De Luca, Founder e Creative Director dell'osservatorio, ha guidato una discussione al femminile su un concetto che offre importanti opportunità di crescita per il settore. Inclusione, strategie di sostenibilità, nuovi codici estetici sono tra le parole chiave del design thinking, secondo cui un

processo creativo non è puramente legato alla mera realizzazione di un prodotto ma abbraccia un sistema di valori e attitudini tesi a migliorare nettamente le attività e a renderle sinergiche. Tra le testimonianze più incisive, quella di Patricia Mweene, Founder del marchio Inonge Zita Jewellery, basato su strategie sostenibili che offrono un positivo impatto nelle comunità estrattive. I suoi gioielli sono pensati e ideati in Danimarca mentre le materie prime sono lavorate in Zambia, in un laboratorio artigianale di sole donne. Il suo è un progetto esemplare che racconta come, attraverso la gioielleria, si possa contribuire allo sviluppo socio-economico di un Paese.

The concept of circular design applied to jewelry. This was the topic discussed yesterday during the first part of the TV Talk organized by Trendvision Jewellery + Forecasting, IEG Italian Exhibition Group's first independent Observatory specializing

in jewelry forecasting. On the Main Stage in Hall. 7, Paola De Luca, the Observatory's Founder and Creative Director, led an all-female debate on a concept that offers important growth opportunities for the sector. Inclusion, sustainability strategies and new aesthetic codes are among the key words of design thinking, according to which a creative process is not purely linked to making a product but embraces a system of values and attitudes aimed at clearly improving activities and making them synergic. Among the most incisive testimonies was that of Patricia Mweene, Founder of the Inonge Zita Jewellery brand, based on sustainable strategies that offer a positive impact in mining communities. Her jewelry is conceived and designed in Denmark, while the raw materials are worked in a women-only workshop in Zambia. Her project is an example of how jewelry can contribute to the socio-economic development of a country.

Antonella Reina

THE DESIGN ROOM

JMG Designer

Preziosi nei materiali, straordinari nell'estetica e ricchi di un'energia multiculturale: sono i gioielli firmati JMG Designer, brand che prende il nome dal suo founder José María Goñi. Cileno, con origini metà francesi, metà giapponesi, si è laureato in design tessile all'Università di Palermo e in alta gioielleria all'Università della Sorbona di Parigi, per poi affinare il suo talento con studi specifici in arte e gemmologia. «Ogni pezzo è una storia. Mentre vengono costruiti, affiorano missioni, cambiamenti e insegnamenti. Tutto il necessario per fornire la mia energia attraverso un oggetto unico e senza tempo».



Precious materials, extraordinary aesthetics and brimming with multicultural energy: these are the jewels by JMG Designer, a brand named after its founder José María Goñi. Chilean, with half-French, half-Japanese origins, José graduated in textile design at Palermo University and in fine jewelry at the Sorbonne University in Paris, then honed his talent with specific studies in art and gemology. «Each piece is a story. During the time they are built, quests, changes and teachings are created. Everything needed to provide my energy through a unique and timeless object.»

La Competitività Traina il Recupero del Settore

È stata presentata ieri l'inchiesta che il Club degli Orafi e Intesa Sanpaolo hanno realizzato per la prima volta presso i soci del Club, che completa e integra i risultati quantitativi sul settore

Yesterday saw the presentation of the survey that Club degli Orafi and Intesa Sanpaolo carried out for the first time among Club members to complete and integrate the sector's quantitative results



L'inchiesta, condotta prima della guerra in Ucraina ma aggiornata negli ultimi giorni, conferma gli ottimi risultati del 2021 con circa il 60% degli intervistati che dichiara di non aver subito cali del fatturato nel 2020 o di averli completamente recuperati nel 2021. Cruciale per il recupero la straordinaria competitività sui mercati internazionali, con le esportazioni che hanno toccato il record di 8,5 miliardi di euro peroreficeria e bigiotteria e di 7,5 miliardi per i soli gioielli in oro, grazie agli ottimi risultati soprattutto negli Stati Uniti che rafforzano il proprio ruolo di primo sbocco. In un quadro di diffuso ottimismo, con oltre

il 73% delle imprese che si aspettava una ulteriore crescita del fatturato nel 2022, l'inchiesta evidenziava già a gennaio, tra le principali criticità, i prezzi delle materie prime e i ritardi negli approvvigionamenti, difficoltà esacerbate dall'invasione russa in Ucraina: circa il 78% degli intervistati dopo il conflitto evidenzia un impatto negativo, con l'incremento dei prezzi delle materie prime come maggiore criticità indicata da tutti i partecipanti all'indagine. Significativa la capacità di reazione: 30% delle imprese dichiara di volere modifiche organizzative in seguito allo scoppio del conflitto, in particolare attraverso una revi-

sione dei canali di approvvigionamento e di vendita, ma anche dei listini. La reattività delle imprese è basata su una elevata propensione all'investimento: il 60% dichiara di aver aumentato i propri investimenti nell'ultimo biennio, con una particolare attenzione nei confronti della formazione e del capitale umano, che ha ricevuto il massimo dei punteggi in termini di priorità ed è stato indicato solo dal 5% del campione come “non rilevante”. Seguono la digitalizzazione della fase produttiva, la ricerca e sviluppo e la valorizzazione del marchio.

The survey, conducted before the war in Ukraine broke out but updated in the last few days, confirms the excellent results for 2021 with about 60% of those interviewed declaring no drops in turnover in 2020 or a full recovery in 2021. Crucial to the recovery is the extraordinary competitiveness on international markets with exports reaching a record 8.5 billion euro for fine and costume jewelry and 7.5 billion euro for gold jewelry alone. This was particularly due to excellent results in the United States, which is strengthening its role as the leading outlet. Against a backdrop of wide-

spread optimism with more than 73% of companies expecting further growth in turnover in 2022, among the main critical issues that the survey already highlighted in January were the price of raw materials and delays in supplies, difficulties that the Russian invasion of Ukraine has amplified: about 78% of respondents showed a negative impact after the conflict, with the increase in raw material prices as the most critical issue shared by all respondents. The ability to react is significant: 30% of companies said they want to make organizational changes following the outbreak of the conflict, in particular by reviewing supply and sales channels as well as price lists. The companies' response is based on a high propensity to invest: 60% stated that they have increased their investments in the last two years, with particular focus on training and human capital, which received the highest score in terms of priority, with only 5% of the sample marking it as “not relevant”. This was followed by production phase digitalization, R&D and brand enhancement.

Federica Frosini

M i k i k o

AUTHENTIC BEAUTY

WORLD DIAMOND GROUP S.P.A.

WORLD DIAMOND GROUP

NIHAMA

M i k i k o

 Diamond

DE BEERS
FOREVERMARK

DE BEERS

INSTITUTE OF DIAMONDS

Certificazione

INDIPENDENTE, INTERNAZIONALE, INNOVATIVA

DE BEERS INSTITUTE OF DIAMONDS CERTIFICA UNICAMENTE DIAMANTI NATURALI E NON TRATTATI, UTILIZZANDO UNA TECNOLOGIA PROPRIETARIA ED ESCLUSIVA DEL GRUPPO DE BEERS.

Per ulteriori informazioni visita:

institute.debeers.com | grading@debeersgroup.com

Training

AMPLIA LE TUE CONOSCENZE SUI DIAMANTI

CORSI SUL MONDO DEI DIAMANTI, REALIZZATI GRAZIE AI DATI E ALLE RICERCHE DEL GRUPPO DE BEERS, SONO DISPONIBILI ONLINE IN ITALIANO.



Per ulteriori informazioni visita:

education.debeers.com

SERENA

1881

PER CHI SCEGLIE



SERENA

WINES 1881



**INTERNATIONAL
GEMOLOGICAL
INSTITUTE**

Tieniti aggiornato

Stay in the loupe

The IGI gemblog



**IGI Minilab
on site**

visit us at
Hall 3.0
Booth 128

igi.org/gemblog

Very Peri: The Color of Possibilities

Come per l'abbigliamento e per gli accessori, il Pantone Color of The Year 2022: 17-3938 Very Peri ha influenzato anche il mondo della gioielleria. La sua tonalità di blu pervinca si riflette nelle preziose gemme dal carattere gioioso, oppure in nuove lavorazioni sperimentali, come le superfici lavorate con lo smalto.



A sinistra/left
Anabela Chan

A destra/right
Spring/Summer 2022.
Valentino



As with clothing and accessories, Very Peri, the Pantone Color of The Year 2022: 17-3938, has also influenced the world of jewelry. Its warm shade of periwinkle blue is reflected in precious gems with a joyful character, or in new, experimental designs, such as enamel surfaces.



Karma El Khalil

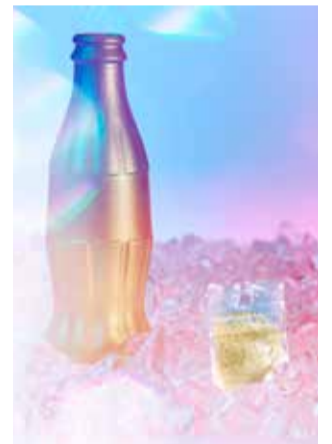


Vram

SEEN ON VO+
UNEXPECTED

NESSI

L'alta gioielleria rivisitata in chiave pop e irriverente. È l'idea da cui nasce NESSI, nuovo brand che prova a stabilire un dialogo ludico con il mondo del lusso attraverso pezzi in edizione limitata, disegnati per creare dipendenza dalla bellezza. Una fusione tra arte e design, dove i gioielli si indossano, si espongono e si collezionano. Farmaci, tempo, sesso, soldi e alcol, sono alcune delle dipendenze contemporanee a cui si ispirano le dissacranti collezioni realizzate in oro 18 kt e diamanti, pensate per essere indossate quotidianamente ma anche per essere collezionate nel tempo.



High jewelry revisited in a pop and irreverent key. This is the idea behind NESSI, a new brand that attempts to establish a playful dialogue with the world of luxury creating jewels in limited edition designed to be addictive beauty. A fusion of art and design, where jewelry is worn, exhibited, and collected. Drugs, time, sex, money and alcohol are some of the contemporary addictions that inspired the irreverent 18kt gold and diamond collections, designed to be worn every day but also to be collected over time.



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



Regione Toscana



Vicenzaoro-March 2022 Hall 4 - 484



OmegaArt

omegaartjewels.com

ALD Green. Scegli l'oro verde.

Il **nolegg** a lungo termine elettrico **ALD Green**, è prezioso per l'ambiente e con i **servizi inclusi**, dà più valore ai tuoi viaggi e rende più facile **l'esperienza di ricarica**. Grazie all'elettrico **non avrai più limitazioni** nelle zone urbane e i tuoi spostamenti saranno silenziosi e con uno stile di guida mai provato prima. **ALD Automotive è leader nel mercato** del noleggio a medio e lungo termine e offre un servizio di consulenza per scegliere **la soluzione di mobilità più adatta** alle esigenze dei propri clienti.



Immatricolazione e messa su strada



Assicurazione RCA



Tutela legale



Assicurazione personale infortuni



Manutenzione ordinaria e straordinaria



Soccorso stradale



Diritto di prelazione



MyALD



Assistenza dedicata



Esonero parziale da responsabilità per incendio, furto e danni al veicolo



Gestione multe



8.000 centri convenzionati

Vieni a trovarci al BUYERS LOUNGE,
ti aspettiamo con la soluzione perfetta per te.
ALD Automotive per Vicenzaoro.

#ReadyToMoveYou



shop.aldautomotive.it

* IVA esclusa

Le immagini visualizzate sono puramente indicative e possono non corrispondere a versioni, allestimenti e offerte disponibili. Offerta valida salvo esaurimento scorte.

Tesla Model Y

75 kWh Dual Motor Long Range 4WD aut.

769 €/mese*

Anticipo 4.900€* • 60.000 Km • 48 mesi



ALD
Automotive

Verso l'“Ecomondo” di Domani

Omar Antonio Cescut, Marketing & Communication Manager di BTT Impianti, ci introduce al concept di “New Life To Precious Souls”, progetto innovativo per il recupero di oro & co.

Omar Antonio Cescut, Marketing & Communication Manager at BTT Impianti, introduces us to the concept of “New Life To Precious Souls”, an innovative project for the recovery of gold & co.



Omar Antonio Cescut

Metodi di approccio a un problema possono essere tanti, e persino andare “contromano” può portare alla soluzione. Lo devono aver pensato Andrea Colasurdo, Presidente del CdA di BTT Impianti e i “suoi”, perché alla fine, dopo anni di studio, è quello che hanno fatto per arrivare alla creazione del loro modello di economia circolare e rigenerativa applicato al mondo del gioiello. A entrare nel dettaglio alla questione è Omar Antonio Cescut, che riassume così il concept del progetto “New Life To Precious

Souls”: «Il punto di partenza è stato per così dire ribaltato: le fonti dei metalli non sono quelle dei circuiti tradizionali, ossia le miniere, bensì le cosiddette urban mine, derivate cioè dai rifiuti urbani, quali telefonini, PC, schede elettroniche, marmitte catalitiche, pannelli solari. Se quindi prima si parlava di miniere sotterranee, ora sono a cielo aperto. Da qui, nasce il progetto di BTT, che può vantare emissioni di CO2 in atmosfera ridotte al minimo, oltre a un percorso virtuoso che non prevede più l'eliminazione delle plastiche con la fusione, ma la separazione dei diversi elementi; lo smontaggio è eseguito da tecnologie esperte e intelligenti. Il successivo atto chimico finale c'è, ma senza produzione di scorie, e questo percorso porta alla realizzazione di un metallo puro, ottimo per la realizzazione sia di gioielli sia di lingotti da investimento. A Ecomondo, evento clou dedicato all'industria sostenibile di IEG, abbiamo anche colto l'occasione per studiare come agisce la GenZ in merito al tema dell'oro etico: i consumatori teens percepiscono l'oro etico di una qualità bassa, ma ciò è contrario alla realtà. L'oro frutto di un recupero così come attuato

da noi, oltre ad essere da titolo, è tracciabile al 100%, di una chiara e certificata provenienza, e viene trattato un processo di recupero senza il consumo di nuove risorse naturali che tutela il pianeta.»

There are many ways to approach a problem and even going 'against the grain' can lead to a solution. Andrea Colasurdo, Chairman of the Board at BTT Impianti srl, and his team must have thought so, because in the end, after years of study, that is exactly what they did in creating their model of circular and regenerative economy applied to the world of jewelry. Going into the details is Omar Antonio Cescut, who sums up the concept of the “New Life To Precious Souls” project as follows: «The starting point has been overturned, so to speak: the sources of the metals are not traditional mines but so-called urban mines, in other words, derived from urban waste, such as mobile phones, PCs, electronic cards, catalytic converters, solar panels. While we previously spoke of underground mines, these are open-air. It is all based on the increasingly urgent need to use what is already there and where the recovery process must also be conducted using circular and

sustainable methods. This is where the BTT project comes in, which can boast reducing CO2 emissions into the atmosphere to a minimum as well as a virtuous path that no longer involves eliminating plastics by melting but separates the various elements. The actual breakdown is carried out by technologies that are as expert and intelligent as those that initially put the component together and set it up. The subsequent final chemical act occurs but without producing waste and this process leads to the creation of a pure metal, excellent for making jewelry or investment ingots. When we participated in Ecomondo, IEG 's key event dedicated to sustainable industry, we also took the opportunity to study how GenZ reacts to the subject of ethical gold: teen consumers perceive ethical gold as low quality, but the reality is the exact opposite. Gold from recovery, like the metal we use, is not only high quality but also 100% traceable, with a clear and certified origin and has a recovery process that does not consume further natural resources, thus protecting the planet.»

Lorenza Scalisi

NEW MARKETS

Italy- Japan

Venerdì 18 marzo, il Console Generale del Giappone a Milano, Amamiya Yuji, ha visitato Vicenzaoro, insieme al Ricercatore Economico Tomonobu Shinsuke. È stata la prima visita istituzionale dell'alto rappresentante del Governo giapponese in Italia, che ha apprezzato notevolmente il formato espositivo e la qualità delle aziende partecipanti, accompagnato dall'AD di IEG Corrado Peraboni e dal Direttore Jewellery & Fashion Marco Carniello. L'incontro si colloca in un progetto più ampio di IEG volto a intensificare i rapporti tra i due Paesi nel campo della gioielleria e delle perle.



On Friday 18th March, the Consul General of Japan in Milan, Amamiya Yuji, visited Vicenzaoro, together with Economic Researcher, Tomonobu Shinsuke. It was the first institutional visit by the Japanese Government's high representative in Italy, who greatly appreciated the exhibition format and the quality of the participating companies, accompanied by IEG CEO Corrado Peraboni and Jewellery & Fashion Director Marco Carniello. The meeting is part of a wider IEG project that aims at intensifying relations between the two countries in the field of jewelry and pearls.

Dal Vintage ai Metalli da Riciclo

Sono solo alcune delle ultime innovazioni in orologeria. Ce ne parla Ugo Pancani, fra i massimi esperti di haute horlogerie intervenuti ieri nel panel di VO'Clock Privé

Just some of the latest innovations in watchmaking. Ugo Pancani, a leading expert in haute horlogerie, spoke of them yesterday during the VO'Clock Privé panel



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

Da Freelance Trainer Certified FHH Fondation de la Haute Horlogerie di Ginevra, Ugo Pancani può dire di avere un occhio attento a ogni minimo movimento del mercato. Sia dal punto di vista delle specifiche tecniche di un segnatempo, sia dal punto di vista di stile e tendenze in generale. E questa dunque è la sintesi delle ultime

innovazioni che stanno creando “turbolenze” positive nel settore. «Se c'è un fenomeno che ha travolto il comparto da due anni a questa parte è quello del vintage, che ha raggiunto quotazioni da capogiro in aste che sono già storia. Forse anche sulla scia di questo forte input, le principali maison dell'alta orologeria hanno iniziato a produrre nuovi modelli ispirandosi a linee e concept di alcuni pezzi cult dei loro archivi, nel tentativo, perché no, in un momento non certo sereno, di trovare un punto fermo nel proprio DNA. Un altro trend che ha preso il volo è quello dell'orologeria per la donna, che ha finalmente attinto dalle collezioni maschili complicazioni prima neanche contemplate, come per esempio fasi lunari e tourbillon, per un effetto gender fluid che ormai ha pervaso ogni settore. Nelle ultime due stagioni sono inoltre comparsi sulla scena modelli caratterizzati da colori come il blu e il verde, che fino a qualche tempo fa, in quella nicchia che è l'haute horlogerie più pura, erano considerati un azzardo. I modelli sportivi hanno invece subito una piccola

rivoluzione: ora ad andare per la maggiore è l'acciaio, mentre i cinturini sono diventati interscambiabili, passando dal caucciù alla pelle, in modo da rendere l'orologio adatto a tutte le occasioni. Hanno inoltre preso sempre più piede metalli di recupero o riciclo, oltre che nuove sfumature dell'oro, frutto di leghe create ad hoc, destinate a diventare un elemento iconico della maison.»

As a Freelance FHH Fondation de la Haute Horlogerie Certified Trainer in Geneva, Ugo Pancani can safely say that he has a keen eye for every little movement in the market. Both from the point of view of technical timepiece specifications and style and trends in general. Hence a summary of the latest innovations that are creating positive “turbulence” in the sector. «If there is one phenomenon that has overwhelmed the sector in the last two years, it is vintage, which has reached staggering prices at auctions that are already history. Perhaps in the wake of this strong input, leading haute horlogerie companies have started to produce new models inspired by the lines and concepts of some cult piec-

es from their archives, in an attempt, and why not, at a time that is anything but serene, to find a fixed point in their DNA. Another trend that has taken off is ladies watches, which have finally adopted complications from men's collections that were previously not even contemplated, such as moon phases and tourbillons, for a gender fluid effect that has now pervaded every sector. In the last two seasons, models have also appeared on the scene in colors such as blue and green, which until recently, in the niche that is pure haute horlogerie, were considered a gamble. Sports models, on the other hand, have undergone a small revolution: steel is now the most popular material, while straps have become interchangeable, passing from rubber to leather, so as to make the watch suitable for all occasions. Recovered or recycled metals have also become increasingly popular, as well as new shades of gold, the result of ad hoc alloys, destined to become an iconic element of the maison.»

Lorenza Scalisi

LAB GROWN DIAMONDS

Hall 6, Booth # 173



diamond

A D D I C T

Prossimi Passi, Prossime Missioni

Gianluigi Barettoni, Presidente di AFEMO, fra i protagonisti di T.Gold, traccia la visione dell'Associazione, sempre più aperta a nuovi mercati

Gianluigi Barettoni, President of AFEMO, among the protagonists of T.Gold, outlines the Italian Association's vision, increasingly open to new markets



Gianluigi Barettoni, President of AFEMO

Come è andato il 2021 per le aziende produttrici di macchinari e tecnologie?

Il 2021 è stato un anno eccezionale. Drammatico per gli eventi ben conosciuti, un anno che ci ha visto affrontare sfide senza precedenti, ma anche un anno che ci ha visto vincitori: il settore per le tecnologie orafe ha avuto numeri positivi, non altissimi, ma numeri che hanno il valore di un aumento a doppia cifra in un anno pre-pandemico. Il 2021 verrà ricordato per le performance realizzate, ma soprattutto per il lavoro svolto da tutti noi, l'abnegazione delle donne e degli uomini che hanno lavorato in condizioni spesso non semplici e che non si sono mai arresi, non si sono fatti prendere dallo sconforto e nel momento delle difficoltà hanno profuso un impegno sempre maggiore, performante, e votato al raggiungimento degli obiettivi, che quest'anno sono stati davvero difficili. Il 2021 è stato anche l'anno dell'impennata dei costi dell'energia e delle materie prime: dalla semplice elettricità all'acciaio e all'alluminio, per non parlare della difficoltà di reperire i semi lavorati. Fattori per i quali sarebbe necessaria una sempre maggiore attenzione da parte della nostra politica nazionale. Nel 2021 abbiamo anche rivoluzionato il sito dell'Associazione, che è diventato un portale interattivo nel quale i nostri Associati hanno a disposizione una fiera on-line 24/24, 365 giorni all'anno.

Come ci si confronta con l'incertezza per il futuro, in particolare nelle piccole medie aziende?

L'incertezza è un lusso che non possiamo permetterci, le oscillazioni di mercato ci sono sempre state, ma anche la più piccola delle nostre aziende non ha mai smesso di

investire in ricerca e sviluppo, non possiamo permetterci dubbi, abbiamo un vantaggio siderale rispetto ai nostri competitors, ma se ci sedessimo sui nostri successi sarebbe la fine della leadership. Il prossimo anno, al contrario, sarà un anno che segnerà forti investimenti nell'internazionalizzazione dei mercati dando all'Associazione un nuovo strumento operativo. La gestione degli ultimi tre anni ci ha dato la possibilità di trovare strategie e sinergie utili alla razionalizzazione dei costi di gestione e allo sviluppo di nuove partnership. Abbiamo portato a termine il progetto Uzbekistan che ci ha visto realizzare un workshop a Tashkent che ci ha confermato, ove ce ne fosse bisogno, che presentarsi nei nuovi mercati come filiera produttiva e non come singola azienda è un moltiplicatore di risultati sicuro. Il progetto Uzbekistan è stato un test, che dal prossimo anno verrà migliorato e replicato in altri mercati.

Come procede la collaborazione tra AFEMO e IEG?

Il rapporto con IEG continua a essere un fattore per noi fondamentale, in quanto oltre a presentarci all'estero come filiera produttiva, ci presentiamo come "sistema gioielleria" che vede tutti noi operatori del settore attorno a IEG, che con Vicenzaoro rappresenta un must assoluto. Inoltre Afemo, come di consueto, è partner di IEG nella realizzazione di TGold, che nel mondo fieristico rimane un esempio unico e non replicabile.

Cosa si aspetta dal 2022?

Tanto lavoro innanzitutto, l'Associazione, come dicevo poco fa, avrà a disposizione un nuovo strumento operativo, il sito, che ci permetterà di investire gli utili realizzati in atti-

vità promo-commerciali a disposizione di tutti gli Associati. In estrema sintesi, Afemo non cambia finalità, ma anzi avrà finalmente a sua disposizione uno strumento che ci permetterà di avere mano libera nella scelta delle operazioni più consone al nostro sviluppo sui mercati internazionali.

Prossimi step?

I prossimi passi sui nuovi mercati internazionali saranno ovviamente condizionati dalla situazione pandemica, vorremmo per esempio affrontare il Sud Est Asiatico ma a causa dell'emergenza sanitaria è al momento impossibile. Al contrario allargheremo il progetto Uzbekistan a tutti paesi della CSI, Comunità degli Stati Indipendenti (Armenia, Azerbaijan, Bielorussia, Kazakistan, Kirghizistan, Moldavia, Russia, Tajikistan, Turkmenistan). Il modus operandi sarà lo stesso, capire la situazione della produzione di gioielleria, fare un'analisi delle aziende operative e della tipologia di produzione - industrializzata o artigianale - e poi avviare una serie di attività di marketing operativo, ospitalità in fiera a Vicenza per poi impostare le missioni in loco.

How was 2021 for machinery and technology companies?

2021 was an exceptional year. Dramatic for reasons we well know, it was a year that saw us having to face unprecedented challenges, but we also came out on top: the jewelry technology sector produced positive numbers, not great, but numbers that have the value of a double-digit increase in a pre-pandemic year. 2021 will be remembered for the performances achieved, but above all, for the work we all did. For the self-sacrifice of the women and men who often worked in difficult conditions and who never gave up, who did not let themselves be discouraged, and who, in times of difficulty, made an ever-greater, high-performance effort, determined to achieve the objectives, which this year were truly difficult. 2021 was also the year of soaring energy and raw material costs: from simple electricity to steel and aluminum, not to mention the difficulty of finding semi-finished goods. Factors that our national policy needs to pay increasing attention to. In 2021, we also revolutionized the Association's website, which has become an interactive portal where our members have access to a 24/24 online exhibition, 365 days a year.

How is uncertainty for the future being dealt with, especially in small and medium-sized companies?

Uncertainty is a luxury we cannot afford. There have always been market fluctuations but even the smallest of our companies has never stopped investing in research and development. We cannot afford doubts, we have an astronomical advantage over our competitors,

but if we sat on our laurels, it would be the end of leadership. Next year, however, will see strong investments in market internationalization, giving the Association a new operational tool. The management of the last three years has given us the opportunity to find useful strategies and synergies to rationalize management costs and develop new partnerships. We have completed the "Uzbekistan project", through which we held a workshop in Tashkent that confirmed, if proof were needed, that presenting ourselves in new markets as a production chain and not as an individual company definitely multiplies results. The Uzbekistan project was a test, which, as of next year, will be improved and repeated in other markets.

How is the collaboration between AFEMO and IEG going?

Our relations with IEG continue to be a fundamental factor for us because, besides presenting ourselves abroad as a production chain, we also introduce ourselves as a "jewelry system" that sees all the sector's operators gathered around IEG, which, with Vicenzaoro, is an absolute must. Moreover, Afemo is IEG's habitual partner in the organization of TGold, which, as far as trade shows go, is still unique and incomparable.

What do you expect from 2022?

First of all, a lot of work. The Association, as I said earlier, will have a new operational tool - the website - at its disposal, which will allow us to invest profits in promotional and commercial activities to the benefit of all Members. In a nutshell, Afemo will not change its purpose but will, instead, finally have a tool that will allow us to have a free hand in choosing the most suitable operations for our development on international markets.

The next steps?

The next steps on the new international markets will obviously depend on the pandemic situation. For example, we would like to tackle South East Asia but, due to the health crisis, this is currently not possible. We will, however, be extending the Uzbekistan project to all the countries in the Commonwealth of Independent States (Armenia, Azerbaijan, Belarus, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Moldova, Russia, Tajikistan, Turkmenistan). The modus operandi will be the same: understand the jewelry production situation, make an analysis of the operating companies and type of production - industrial or artisan - and then start a series of operational marketing activities, hospitality at the Vicenza trade show and then set up on-site missions.

Silvia Frau

CREAZIONI RIVOLUZIONARIE

YEPREM

Il marchio d'alta gioielleria libanese Yeprem, amato dalle star di tutto il mondo e venduto nei migliori department store internazionali, porta a Vicenzaoro il meglio delle sue collezioni, tra cui Ycouture, Leathership, Ymomento, Reign Supreme, Whisper, Inside-Out, Pink Strada, Black Strada, Electrified. Tutte attraversate dal fascino di ispirazioni orientalesseggianti, le creazioni puntano a risvegliare un movimento rivoluzionario, grazie a design progettati per potenziare il fascino di ogni donna. Diamanti, platino e oro bianco, animano pezzi dalla straordinaria fattura, in cui la tradizione crea un dialogo serrato con l'innovazione e la contemporaneità.



The Lebanese high jewelry brand Yeprem, much-loved by stars from all over the world and sold in the best international department stores, brings to Vicenzaoro the best of its collections, including Ycouture, Leathership, Ymomento, Reign Supreme, Whisper, Inside-Out, Pink Strada, Black Strada and Electrified. All steeped in the allure of oriental-style inspirations, the creations aim to awaken a revolutionary movement through designs meant to enhance the appeal of every woman. Diamonds, platinum and white gold bring to life items of extraordinary workmanship, where tradition creates a close dialogue with innovation and contemporaneity.

COSCIA

PEARL JEWELLERY COUTURE

Soirée
COLLECTION

SOIRÉE: È la nuova collezione Couture di COSCIA, dal design esclusivo ed elegante. Una linea preziosa, studiata per dare nuova voce all'emblema dell'eleganza femminile. Ricercatezza e contemporaneità, raccontate attraverso gli intrecci e le forme di gioielli che si combinano in un armonico ensemble di diametri e colori diversi, seguendo le diverse gradazioni naturali delle perle coltivate.

SOIRÉE: It is new COSCIA Couture collection, with an exclusive and elegant design. A precious line, conceived to exalt the emblem of feminine elegance. Modern and sophisticated jewels, in which refined weaves and shapes are combined with a harmonious set of different diameters and colors, following the different natural shades of cultured pearls.



COSCIA.IT
LELUNEGIOIELLI.IT



COSCIA_official
LELUNE_official



The NFT Jewelers

In un mondo del lusso che ha spalancato le porte a cryptoart e NFT, il mercato della gioielleria e dei diamanti sono pronti per capire, accogliere e "sfruttare" il potenziale dei Not Fungible Token? Qui abbiamo selezionato cinque realtà che, senza timore, si sono buttate a capofitto in questa dimensione non fungibile

In a luxury world that has opened its doors to cryptoart and NFT, are the jewelry and diamond markets ready to understand, embrace and "exploit" the potential of Non-Fungible Tokens? We have selected five companies that have fearlessly thrown themselves headlong into this non-fungible dimension

Ad aprire il dibattito era stato già lo scorso anno Vogue Business, riportando il caso del royal jeweler Asprey. Secondo il Presidente John Rigas, «Gli NFT sono perfetti per il gioiello perché raccolgono tutte le informazioni del prodotto, conservandole per sempre, se queste sono parte di una blockchain, garantendone autenticità e documentandone lo storico».

Vogue Business already opened the debate last year with the case of royal jeweler Asprey. According to President John Rigas, «NFTs are perfect for jewelry because they collect all the information of the product, storing it forever if it is part of a blockchain, guaranteeing its authenticity and documenting its history.»

by Federica Frosini



IVY JEWELERS

Con un riconoscimento editoriale da Times Magazine e una presenza nel documentario "Becoming Bepple", Ivy rafforza la sua immagine per aver innovato la gioielleria, ideando un sistema che collega il Metaverso con il Realverso. È il fondatore del primo gioiello con NFT, chiamato "Ethereum Block Chain. Digital x Physical".

With an editorial award from Times Magazine and an appearance in the documentary "Becoming Bepple", Ivy reinforces its reputation for innovating jewelry by devising a system that links the Metaverse with the Realverse. It is the founder of the first jewel with an NFT, called "Ethereum Block Chain. Digital x Physical".



CRYPTOJEWELER

Ogni gioiello, realizzato con Ethereum, dietro il suo NFT ha un file che consente al proprietario di acquistare anche il gioiello fisico. Il numero di pezzi realizzati dipende sempre dalla quantità di edizioni rilasciate. Se il pezzo è un 1/1, verrà prodotto solo un gioiello con quel NFT. L'NFT digitale rimane in vigore, ma ne verrà coniato un altro che certificherà la nuova proprietà. Piattaforma: opensea.io/collection/limited-fine-jewelry

Each jewel, made with Ethereum, has a file behind its NFT that allows the owner to buy the physical jewel as well. The number of pieces made always depends on the number of editions released. If the piece is a 1/1, only one jewel will be produced with that NFT. The digital NFT remains in force but another one will be minted to certify the new ownership. Platform: opensea.io/collection/limited-fine-jewelry

SIMONE FAURSCHOU

La collezione Blockchain è composta da 12 NFT in edizione limitata 1/1 e colma il divario tra digitale e fisico, attraverso il potere della connessione umana con la tecnologia. La collana è di 12 "blocks" in oro 18 carati, che vengono spediti singolarmente insieme al rispettivo NFT. Ciascun "block" è parte di un sistema incapsulato che connette chi lo indossa all'intero cerchio, la collana. Piattaforma: [KnownOrigin/SimoneFaurSchou](https://KnownOrigin.com/SimoneFaurSchou)

The Blockchain collection consists of twelve, 1/1 limited edition NFTs and bridges the gap between digital and physical through the power of human connection with technology. The necklace is made up of twelve, 18-carat gold "blocks", which are individually shipped with their respective NFT. Each block is part of an encapsulated system that connects the wearer to the entire circle, the necklace. Platform: [KnownOrigin/SimoneFaurSchou](https://KnownOrigin.com/SimoneFaurSchou)



CHAINS NFT

Chains NFT è una collezione di 10.000 ciondoli di alta gioielleria realizzati digitalmente, generati algoritmicamente e producibili, sviluppati da Cryptojeweler. Chains sta lavorando per diventare un pioniere nello sviluppo AR, componenti phygital e metaverse da indossare. Non è solo un NFT, ma un gioiello sinergico, con un valore di collectible. Piattaforma: opensea.io/collection/chainsnft

Chains NFT is a collection of 10,000 digitally crafted, algorithmically generated and manufacturable high-jewelry pendants developed by Cryptojeweler. Chains is working to become a pioneer in the development of AR, wearable phygital and metaverse components. Not just an NFT, but a synergistic jewel with collectible value. Platform: opensea.io/collection/chainsnft

ICECAP DIAMONDS

Offre diamanti di investimento con tecnologia NFT, creando un nuovo mercato bidirezionale e pubblicamente accessibile agli investitori, in cui il valore di compravendita della pietra rimane inalterato. I prezzi per le pietre sciolte vanno dai 5000 ai 15mila dollari, fino ad arrivare a 3,6 milioni di dollari, per pezzi molto rari, come per la collana con un diamante da 70 carati.

The company offers investment diamonds with NFT technology, creating a new, two-way, publicly accessible marketplace for investors, where the buying and selling value of the stone remains unchanged. Prices for loose stones range from \$5,000 to \$15,000 and up to \$3.6 million for very rare pieces, such as a necklace with a 70-carat diamond.





MYSINT 100 & EVERES

Stampanti 3D a fusione di polvere metallica (MYSINT 100) e DLP a resina (EVERES), studiate per i settori Gioielleria e Fashion.

Selective laser fusion 3D printers for metal powder (MYSINT 100) and DLP resin 3D printers (EVERES) for the Jewellery and Fashion sectors.

Vieni a scoprire la nostra gamma completa di soluzioni studiate appositamente per il settore della gioielleria a:

Come and discover our complete range of solutions designed specifically for the jewellery sector at:



Sistemi di saldatura laser
Laser welding systems



Sistemi di marcatura e incisione laser
Laser marking and engraving systems



Manifattura additiva in metallo e resina
Additive manufacturing Metal and resin



Macchine per la produzione di catena orafa
Jewellery chain making machines

T-GOLD

hall 9, stand 161 / 190

Motivi ad Arte

Dall'Art Déco al mondo della moda: fonti di ispirazioni inesauribili

From Art Deco to the world of fashion: inexhaustible sources of inspiration



JJEWELS MILANO. Un brand giovane, ma che sa attingere con saggezza e maestria al passato. A quell'eleganza nello stile e a quella sapienza nella manifattura che riportano, in quest'ultima collezione di JJewels Milano, agli Anni Venti e Trenta, a linee e forme classiche passate alla storia come Art Déco. Gioielli che nel loro DNA hanno un mood senza tempo, che pure sa trasmettere a chi li indossa un twist contemporaneo. Bellezza

sofisticata e gusto raffinato caratterizzano l'iconica collezione Sofia, le cui keyword sono, non a caso, "geometric, bold, statement, malachite, coral, lapis". Sofia è un dialogo fra geometria e grazia, i cui spazi sono scanditi dallo smalto nero, dai tagli netti di corallo rosso, malachite e lapis lazuli. Decò dei primi del Novecento che va di pari passo alla più recente tendenza della celebrazione delle pietre dure.

A young brand but one that knows how to draw wisely and skillfully from the past. In this latest collection by JJewels Milano, elegance of style and manufacturing expertise take us back to the Twenties and Thirties, to classic lines and shapes that have gone down in history as Art Deco. Jewelry that has a timeless mood in its DNA but that can also transmit an absolutely contemporary twist to the wearer. Sophisticated beauty and refined taste

for the iconic Sofia collection, whose keywords are, not surprisingly, "geometric, bold, statement, malachite, coral, lapis", does exactly that. Sofia is a dialogue between geometry and grace, whose spaces are punctuated by black enamel, clean cuts of red coral, malachite and lapis lazuli. Early 20th-century deco that goes hand in hand with the more recent trend of celebrating hard stones.

MARIA E LUISA JEWELS. L'essenza dei suoi gioielli racchiude in sé lo spirito di una donna libera che rompe gli schemi per esprimere al meglio la propria personalità e femminilità. Maria e Luisa Jewels si lascia influenzare dallo street style, dalla moda, dall'arte e dai motivi più classici della gioielleria, interpretandoli con un tocco sempre frizzante e innovativo. Nell'anello San Marco il cristallo di rocca sublima la purezza dell'argento, con intarsi effetto damascato, e rafforza la potenza della forma, con angoli stilizzati dalle linee pulite.

The essence of the jewelry encapsulates the spirit of a free woman who breaks the mold to express her personality and femininity to the full. Maria e Luisa Jewels is influenced by street style, fashion, art and the most classic motifs of jewelry, always interpreting them with an effervescent and innovative touch. In the San Marco ring, the rock crystal enhances the purity of the silver, with damask-effect inlays, and reinforces the power of the shape, with stylized corners and clean lines.



ZEN DIAMOND. Trasformare un periodo buio in un'opportunità. Questo è ciò che ha fatto Zen Diamond, importante attore turco nel mondo della gioielleria dal 1890, in particolare nel settore dei diamanti, decidendo di inaugurare una nuova fabbrica a Istanbul per aumentare la produzione di Zen Pirlanta, passando così da 50mila a 200mila diamanti al mese. Un successo che coinvolge anche l'area commerciale, impegnata ad aumentare la distribuzione con l'apertura di 106 nuovi punti vendita, i primi dei quali saranno in Marocco, Perù e Albania, e che andranno ad aggiungersi a quelli già presenti in 40 Paesi del mondo. Una notevole espansione per Zen Diamond, che in Turchia è partner e unico fornitore di Forevermark.

Turning a dark period into an opportunity, this is what Zen Diamond, a major Turkish player in the world of jewelry since 1890, and the diamond sector in particular, has done by deciding to inaugurate a new factory in Istanbul to increase the production of Zen Pirlanta from 50 thousand to 200 thousand diamonds a month. This success also involves the commercial area, which is committed to increasing distribution by opening 106 new sales points, the first of which will be in Morocco, Peru and Albania, joining those already up and running in 40 countries around the world. A significant expansion for Zen Diamond, which is Forevermark's partner and sole supplier in Turkey.

AWARENESS

MATILDE JEWELLERY

Tutti i gioielli di Matilde Jewellery sono realizzati con oro riciclato, impreziositi da diamanti lab-grown, rispettosi dell'ambiente e carbon neutral, mentre i fornitori dell'oro sono garantiti dal Scientific Certification Systems. Tutti elementi indispensabili per far sì che i gioielli di Matilde abbiano le credenziali per essere definiti al 100% trasparenti ed eco-friendly.



All Matilde Jewellery jewels are made of recycled gold, embellished with lab-grown diamonds, environmentally friendly and carbon neutral, while gold suppliers are guaranteed by Scientific Certification Systems. All essential elements to ensure that Matilde's jewels have the credentials to be defined 100% transparent and eco-friendly.



XTRAORDINARY XPERIENCE

**PRONTO, PERCHÈ NATO
IN AZIENDE COME LA TUA.**

PRONTO, PER IL TUO JEWELRY BUSINESS.



PRONTO, ANCHE NEL PREZZO.

ESCLUSIVAMENTE PER I NEGOZI DI GIOIELLERIA

VICENZAORO | HALL 6 | STAND 293A

Art&soft
THE DIGITAL AGENCY

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

Valenza, Italy - T. +39 0131 95.01.62 - M. +39 393 33.05.865 - www.art-soft.it - info@art-soft.it

Cromatismi Virtuosi

Pietre di valore e sfumature vivaci per gioielli che infondono piacevolezza

Precious stones and bright shades for jewels that instill pleasure



LEBEBÉ. Il catalogo si amplia di nuove proposte con I Mini, nella versione smaltata, e I Mondì, espansione della collezione Suonamore. L'iconica sagoma della piccola bimba di leBebé indossa un nuovo abito e viene decorata con smalti di quattro colori diversi: verde acqua, indaco, fucsia e viola per i ciondoli bombati in oro rosa 9 carati, appesi a un cordoncino ecologico degradé. Chi invece si arricchisce di una nuova finitura in argento placcato oro è la storica collezione Suonamore. Tanti cuoricini di diverse dimensioni che vanno a formare un globo con le sagome simbolo del brand, bimbo e bimba.

The catalogue thickens with new proposals from I Mini, in the enameled version, and I Mondì, an extension of the Suonamore collection. The iconic silhouette of the little leBebé girl has been given a new dress and is decorated with enamels in four different colors: aqua green, indigo, fuchsia and purple for the 9-carat pink gold pendants, hanging from an ecological degraded cord. A new gold-plated silver finish has been added to the historic Suonamore collection. Multiple tiny hearts of different sizes form a globe with the brand's symbolic boy and girl silhouettes.

LOTO PREZIOSI. A ogni edizione di Vicenzaoro, la storica azienda del distretto locale propone dai 300 ai 500 nuovi articoli, che si vanno a sommare alle 48.000 referenze totali e alle linee create ad hoc per singoli clienti. Con una gamma di prodotto così ampia Loto Preziosi è davvero in grado di soddisfare ogni tipo di gusto e richiesta. Ne sono un esempio la collezione My Africa, realizzata in elettroformatura e caratterizzata da palline diamantate e pietre colorate; Fantasy charms, impreziosita da elementi satinati; Classic, con bracciali rigidi in canna vuota; e ancora Arabian, con eleganti bracciali rigidi in oro giallo, bianco e rosa ed elementi sempre di palline lucide e filo diamantato.



At each edition of Vicenzaoro, the historic company from the local district proposes between 300 and 500 new articles, which go to join the 48,000 references and lines created ad hoc for individual customers. With such a wide range of products, Loto Preziosi is truly able to satisfy every taste and request. Examples are the My Africa collection, made in electroforming and characterized by diamond balls and colored stones; Fantasy charms, embellished with satin-finished elements; Classic, with rigid bracelets in hollow cane; and Arabian, elegant rigid bracelets in yellow, white and pink gold with polished balls and diamond wire elements.

OXYGÈNE. Non poteva che chiamarsi Rainbow l'ultima collezione di Oxygène: il turbinio cromatico delle tormaline, nelle loro infinite sfumature multicolori regalate dalla natura, illumina l'elegante design di girocolli, orecchini, bracciali e anelli. Un coffret-à-bijoux che esprime non solo un'attitudine estetica, ma anche un'attenzione verso la lavorazione delle gemme, estratte in Africa e in Brasile, per poi essere tagliate in India. Tutto questo grazie al know-how, all'esperienza e all'abilità di un'azienda che ha fatto del saper scegliere pietre di valore, accostandole tra di loro con gusto e maestria, un suo marchio di fabbrica.

Oxygène's latest collection could only be called Rainbow: the chromatic whirlwind of tourmalines, in their infinite multi-colored shades gifted from nature, illuminates the elegant design of necklaces, earrings, bracelets and rings. A coffret-à-bijoux that expresses not only an aesthetic attitude but also attention to how the gems, extracted in Africa and Brazil, are processed and then sent to India for cutting. All this thanks to the know-how, experience and skill of a company that has made the ability to select valuable stones and combine them with taste and mastery its trademark.



OMEGA ART. Si allarga la già ampia linea di collezioni di Omega Art, dove piccoli ma significativi dettagli rinfrescano le proposte della stagione, aggiornando l'immagine e lo stile del brand. Tra queste collezioni, marchio di fabbrica resta senza dubbio quella incentrata sulle catene Omega, un grande classico sempre contemporaneo. A sintetizzare una passione che dura dal 1986, ci pensano le poche parole del co-fondatore Livio Gorini: «Vogliamo che i nostri clienti scoprano tutte le nostre fantastiche collezioni, indossando con orgoglio i gioielli della nostra famiglia. L'innovazione tecnologica e l'ossessione per la perfezione guidano da sempre la produzione di Omega Art».

Omega Art's already extensive line of collections has been further extended and renewed. Small but significant details refresh the season's proposals, updating the brand's image and style. Among these collections, the company's trademark is undoubtedly centered on Omega chains, a great, yet always contemporary, classic. A passion that began in 1986 is summed up in the few words of co-founder Livio Gorini: «We want our customers to discover all our fantastic collections by proudly wearing our family's jewelry. Technological innovation and an obsession for perfection have always guided Omega Art manufacturing.»



AROUND THE WORLD

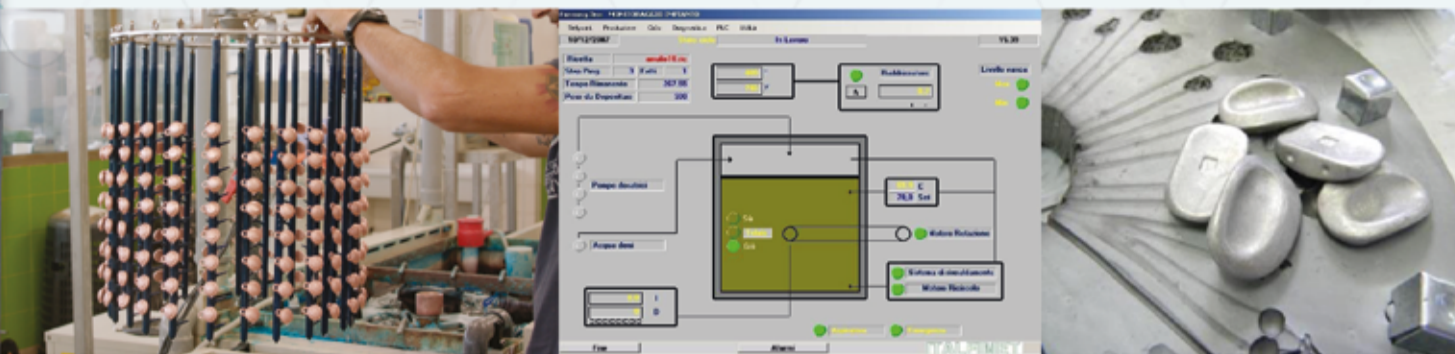
HIGH JEWELRY

In francese la parola *déferlante* vuol dire "onda che si infrange". All'acqua e al suo movimento si ispira l'ultima collezione di alta gioielleria firmata Chaumet, intitolata appunto *Déferlante*. Diamanti e oro bianco interpretano il moto delle onde, abbinandosi a profili asimmetrici, proprio come in questo meraviglioso anello che esibisce una gemma centrale di 6,05 carati.



CHAUMET

*In French, the word *déferlante* means "a breaking wave." Water and its movement are the inspiration behind Chaumet's latest haute joaillerie collection, called, obviously, *Déferlante*. Diamonds and white gold interpret the motion of the waves, combining with asymmetrical profiles, as in this beautiful ring featuring a 6.05-carat central gemstone.*



ITALFIMET

ELECTROPLATING CHEMICALS & PLANTS

GOLD ELECTROFORMING LEADER

Electroforming is a particular electroplating process that consists of coating a complex object with a layer of metal. The materials to coat can both be metal and therefore conductive, and in this case one correctly speaks of electroforming, or plastic (resin) and non-conductive (waxes) and in this case one speaks of galvanoplastic.

The main difference between the electroforming processes and those of traditional electroplating lies in the layer of coating implemented for that technique. In fact, final coating thicknesses up to 150-180 micron are not rare.

The electroforming processes in jewelry are exploited to create objects in gold and silver with different carats using galvanic baths with a different composition and nature.

GOLD FLEX is the innovative line of gold electroforming baths developed and produced by Italfimet.

Thanks to the **GOLD FLEX** line it is possible to deposit an **Au/Cu** alloy with different carats and absolutely **cadmium-free** with a high gloss and brilliance effects.

The stability of the **GOLD FLEX** plating baths allows to obtain an absolute **repeatability** of the **result** and a precise **distribution of the carat weight**.

GOLD POWER MACHINE is the most performing machine resulting from more than 20 years of experience and innovations designed and developed entirely by Italfimet which allows the **automatic and industrial production** of electroforming objects.

Thanks to **GOLD FLEX** and **GOLD POWER MACHINE** it is now possible for anyone to achieve excellent results at low costs and with very **low processing losses**.

Italfimet is present in the main world reference markets for electroforming and is the only company capable of providing a **turnkey process** to the end customer.

The acquired know-how allows us to offer a complete service on the entire electroforming production process:

- Preparation and realization of objects in base alloy
- Pregalvanic treatment
- Electroforming
- Thermal and chemical emptying of the base alloy
- Heat treatment
- Final galvanic finish

Italfimet can provide the customer with all the tools necessary for managing the process:

- Production of the gold potassium cyanide salt (**GPC**) necessary for the **GOLD FLEX** bath
- **Chemical laboratory** necessary for the maintenance of galvanic processes
- **Assay laboratory** to make possible the analysis of the titles of the objects produced
- **Complete gold recovery** from exhausted galvanic baths and other solutions
- Refining of gold to be reintroduced into the production cycle

Our business card is the **satisfaction of our customers**

Il **processo di elettroformatura** è un particolare processo galvanico che consiste nel rivestire di uno strato metallico un oggetto complesso. I materiali da rivestire possono essere sia di natura metallica e quindi conduttivi ed in questo caso si parla correttamente di elettroformatura oppure di natura plastica (resine) o comunque non conduttiva (cere) e nello specifico si parla di galvanoplastica.

La differenza principale tra i processi di elettroformatura e quelli galvanici tradizionali sta nello spessore del rivestimento che si va a realizzare con tale tecnica. Non sono infatti rari spessori del rivestimento finale che raggiungono 150-180 micron.

I processi di elettroformatura in gioielleria vengono sfruttati per creare oggetti in oro e argento a diversa caratura utilizzando bagni galvanici di diversa composizione e natura.

GOLD FLEX è l'innovativa linea di bagni di elettroformatura d'oro sviluppata e prodotta da Italfimet.

Grazie alla linea **GOLD FLEX** è possibile depositare una lega di **Au/Cu** a diverse carature e assolutamente **esente da cadmio** con un grado di lucentezza e brillantezza elevato.

La stabilità dei bagni galvanici **GOLD FLEX** permette di ottenere un assoluta **ripetibilità** del risultato e una precisa **distribuzione della caratura**.

GOLD POWER MACHINE è la macchina più performante frutto di più di 20 anni di esperienza e innovazioni progettata e sviluppata interamente da Italfimet che permette la **produzione automatica** e industriale degli oggetti di elettroformatura.

Grazie a **GOLD FLEX** e **GOLD POWER MACHINE** è possibile oggi per chiunque raggiungere risultati eccellenti a costi contenuti e con **bassissimi costi di lavorazione**.

Italfimet è presente nei principali mercati mondiali di riferimento dell'elettroformatura ed è l'unica realtà in grado di fornire un **processo chiavi in mano** al cliente finale.

Il know-how acquisito permette di offrire un servizio completo su tutto il processo produttivo di elettroformatura:

- Preparazione e realizzazione degli oggetti in lega vile
- Trattamento pregalvanico
- Elettroformatura
- Vuotatura termica e chimica della lega vile
- Trattamento termico
- Finitura galvanica finale

Italfimet può fornire al cliente tutti gli strumenti necessari alla gestione del processo:

- **Produzione del cianuro di oro** e potassio necessario per il bagno **GOLD FLEX**
- **Laboratorio chimico** necessario per il mantenimento dei processi galvanici
- Laboratorio saggi per analizzare i titoli degli oggetti prodotti
- **Recupero completo** dei metalli preziosi presenti nei bagni galvanici esausti
- Affinazione dell'oro da reimmettere nel ciclo produttivo

Il nostro biglietto da visita è la **soddisfazione dei nostri clienti**



Ingegno come Keyword

Gioielli rinnovati nello stile, grazie a creatività e tecnologia

Jewels renewed in style, thanks to creativity and technology



SANKET. Sanket è una realtà complessa, che trova i suoi due poli nell'headquarter di Anversa e nell'azienda produttiva certificata RJC in India, specializzata in diamanti naturali. Il brand vanta clienti in tutto il mondo, grazie a linee di gioielli dal design innovativo e caratterizzati dalla massima personalizzazione. In questa edizione di Vicenzaoro, Sanket espone una vasta gamma di bracciali tennis con diamanti neri, zaffiri colorati e arcobaleno, versatili tanto da essere adatti a ogni stile, oltre alla linea Essentials, che comprende Eternities, punto di riferimento per gli anelli di fidanzamento.

Sanket is a complex organization with two poles, one at its Antwerp headquarters and another RJC-certified production company in India, specialized in natural diamonds. The brand boasts customers all over the world thanks to the innovative design and maximum customization of its jewelry lines. At this edition of Vicenzaoro, Sanket is exhibiting a wide range of tennis bracelets with black diamonds, colored and rainbow sapphires, all versatile enough to suit any style, as well as the Essentials line, which includes Eternities, a reference point for engagement rings.



FAIR LINE. Dalla tradizione made in Italy alla digitalizzazione: Fair Line continua ad evolversi nello stile e negli strumenti tecnologici, per offrire gioielli in oro 14 carati al passo con i trend e i servizi più innovativi. "All you need in 14K" è lo slogan scelto da Fair Line per definire l'insieme di progetti tecnologici offerti ai propri clienti. Per rispondere alle sfide di un mercato internazionale sempre più competitivo, Fair Line, infatti, punta su un percorso di evoluzione costante, proponendo ai propri clienti una serie di soluzioni tecnologiche che siano sempre al passo con la dinamicità del mercato orafico. Proprio in quest'ottica, è nata la piattaforma digitale (b2b.fairline.it) dedicata al settore wholesale, dove è possibile scegliere tra una vasta proposta di gioielli made in Italy in oro 14 carati.

From made-in-Italy tradition to digitalization... Fair Line continues to evolve in terms of style and technological tools to offer 14-carat gold jewelry in step with the most innovative trends and services. "All you need in 14K" is the slogan that Fair Line has chosen to define the set of technological projects offered to its customers. In order to meet the challenges of an increasingly competitive international market, Fair Line is focusing on a path towards constant evolution, offering its customers a series of technological solutions that always keep pace with the dynamism of the jewelry market. With this in mind, the company created a digital platform (b2b.fairline.it) dedicated to the wholesale sector, on which to make a selection from a wide range of made in Italy, 14-carat gold jewelry.

FALSINI ART. Falsini First è la nuova linea di Falsini Art. First proprio perché è letteralmente la prima collezione del nuovo corso avviato nel post pandemia. Un incontro tra l'arte del fatto a mano e le tecnologie più updated che hanno dato vita a nuove finiture e particolari pensati per gioielli che continuano a coniugare bellezza e leggerezza. Orecchini, bracciali, collane e anelli disegnati partendo da due punti fermi, ingegno e artigianalità. Il brand apre così un capitolo destinato a esplorare connessioni e orizzonti mai provati, focalizzandosi soprattutto su una mission: la personalizzazione del prodotto.

Falsini First is the new line by Falsini Art. First because it is literally the first collection on the new path taken during the post-pandemic period. An encounter between the art of handmade and the latest updated technologies that have led to new finishes and details specifically for jewelry that continue to combine beauty and lightness. Earrings, bracelets, necklaces and rings designed by starting from two fixed points: ingenuity and craftsmanship. The brand has therefore opened a new chapter destined to explore unprecedented connections and horizons, focusing mainly on one mission: product customization.



KARIZIA. Il protagonista della moda 2022? Un elemento base di Karizia da oltre trent'anni, vale a dire la catena, che ora viene proposta e indossata nelle sue molteplici forme. Dalla classica magic, prodotto iconico negli anni '80, alle catene diamantate, fili invisibili di eleganza. Proposte in versione maxi o slim, riescono a mescolarsi in un mix & match che diventa simbolo di libertà, con una collezione che vuole dare nuova luce al futuro, grazie a ricerca e investimento in tecnologia da sempre voci costanti nella storia evolutiva del brand. Il messaggio finale è semplice: l'importante è brillare, e soprattutto farlo con stile.

The star of 2022 fashion? Chain. A basic element at Karizia for over thirty years, it is now proposed and worn in its many forms. From the classic magic, an iconic product in the '80s, to diamond chains, invisible threads of elegance. Proposed in maxi or slim versions, chains can be mixed and matched to become a symbol of freedom, with a collection that aims to give new light to the future, thanks to research and investment in technology that have been constant companions in the evolutionary history of the brand. The final message is simple: the important thing is to shine, and above all, to do it with style.



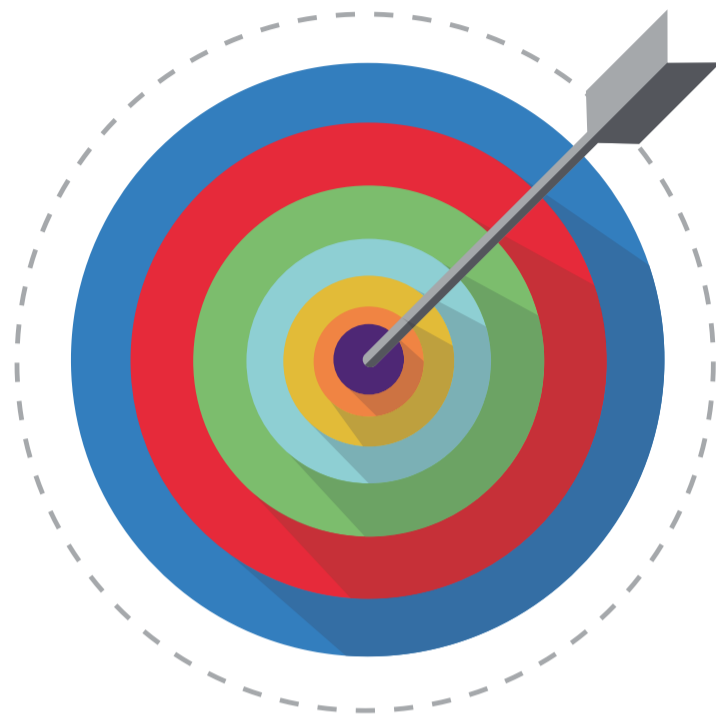
GETTHELOOK

DAZZLING ROCK

L'intramontabile fascino del chiodo in pelle rivisitato in un look dai tagli bon ton. A restituire a questo outfit la sua anima rock ci pensano gli importanti orecchini chandelier, realizzati con sottili frange color argento, in perfetto pendant con i sandali gioiello. Sulla passerella di Courrèges, per la collezione S/S 2022.



The timeless charm of the leather jacket revisited in a look with bon ton aspects. The outfit's rock soul is revived by the large chandelier earrings, made with fine silver fringes, that perfectly match the jeweled sandals. On the Courrèges catwalk, for the S/S 2022 collection.



Centra il tuo
OBIETTIVO.

Abbiamo la
SOLUZIONE PER TE.

ONLY FOR LUXURY MANUFACTURERS



eManager
●○○○○○
SOFTWARE ERP
SOFTWARE MES
SALES PLATFORM



eCreative
●○○○○○
BRAND IMAGE
WEBSITE
E-COMMERCE



eNetwork
○○●○○○
DIGITAL STRATEGY
SEO INDEXING
SOCIAL ADV



eLight
○○○●○○
STILL LIFE
PHOTO SHOOTING
POST PRODUCTION



eDesk
○○○○●○
CONSULTING
TRAINING
ASSISTANCE



eSystem
○○○○○●
WEB HOSTING
CLOUD SERVICE
DATA PROTECTION

VICENZAORO | HALL 6 | STAND 293A

Iter di Puntualità Tecnologica

Dal distretto vicentino ad Arezzo, macchinari di ultima generazione per ogni esigenza

From the districts of Vicenza to Arezzo, last generation machines for any need



GRAPHITE HI TECH. Crogioli, filiere, lingottiere, degassatori, agitatori, flange, ghiera, anelli, elettrodi, tubi, piastre, dime, oltre a una serie di prodotti progettati e realizzati su misura: è questo il vasto assortimento destinato al settore della gioielleria e prodotto utilizzando grafite, proveniente dai maggiori produttori mondiali, regolarmente monitorata e controllata nel suo iter nei laboratori dell'azienda vicentina per garantire una qualità costante ed elevata. Il tutto per soddisfare al meglio le esigenze di una clientela internazionale.

Crucibles, dies, ingot molds, degassers, stirrers, flanges, ferrules, rings, electrodes, tubes, plates and templates as well as a series of custom-designed, made-to-measure products: this is the vast assortment available to the jewelry sector and produced using graphite from the world's leading producers, which is regularly monitored and controlled in the Vicenza-based company's laboratories to ensure constant, high quality. All aimed at perfectly meeting the needs of an international clientele.

SISMA. SGX è una macchina di ultima generazione che combina l'affidabilità meccanica propria di Sisma a una nuovissima elettronica ad alta flessibilità per la produzione di catene di grande formato in versione forzata e gourmetta destra-sinistra – singole, doppie e triple. SGX è dotata di un sistema meccatronico di torsione delle pinze che semplifica i cambi attrezzatura e i settaggi. Viene inoltre gestita tramite un touch screen, che permette di impostare e memorizzare i parametri da utilizzare. Il range di lavoro consente un diametro del filo da 1,80 a 8,0 mm e passo spirali studiato appositamente per grandi dimensioni.

SGX is a latest generation machine that combines the mechanical reliability of Sisma with cutting-edge electronics. A highly exible machine for the production of large sized chains, cable and left right curb models - single, double and triple, it is equipped with a mechatronic gripper torsion system that considerably simplifies tool changes and settings. SGX is controlled through a touch screen by which the required parameters can be set and stored and called up at a touch for each new process. Wire diameters ranging from 1.80 to 8.0 mm can be worked and the spiral pitch has been specifically designed for large dimensions.



TOPCAST. L'azienda aretina è pronta a fornire attrezzature stand-alone per le esigenze di produzione di base, impianti "chiavi in mano" automatici con numerose funzionalità, come l'alimentazione continua del crogiolo o l'unità di taglio in movimento: la fusione avviene in totale assenza di ossigeno, attraverso la creazione di un vuoto rapido e spinto nella camera di fusione, seguito da un lavaggio con gas inerte (procedura Gas Wash Purge©), consentendo di raggiungere livelli di vuoto fino a -900 mbar. Il processo di colata è automatico, con controllo digitale dei parametri (temperature, velocità di traino, flusso dell'acqua di raffreddamento intorno alla filiera, posizione iniziale della barra fantasma).

The Arezzo-based company is ready to supply stand-alone equipment for basic production needs in the form of automated turnkey systems with multiple functionalities, such as continuous crucible feeding or a mobile cutting unit. The advantage is that casting takes place in total absence of oxygen, creating a rapid and efficient vacuum in the casting chamber, followed by inert gas washing (Gas Wash Purge© procedure), allowing vacuum levels of up to -900 mbar to be reached. The casting process is fully automatic with digital control of the parameters (temperatures, draw speed, cooling water flow around the die, initial position of the dummy bar).



MASTERIX. Azienda giovane nata nel 2012 ad Arezzo, quindi per definizione dinamica e versatile, Masterix ha fatto della sperimentazione e della ricerca il suo mantra. Il 2022 si apre con i riflettori puntati su MJ-01-C13A SMART, iniettore a postazione singola dalle altissime performance, dotato di auto-start e pinza intercambiabile per assicurare una produzione perfetta e veloce. E poi sulle nuove cere Masterwax che consentono la creazione di modelli per le esigenze dei produttori di gioielleria e bigiotteria: filigrane, pezzi massivi o preincassati avranno così una qualità inimitabile.

A young, Arezzo-based company founded in 2012, therefore dynamic and versatile by definition, Masterix has made experimentation and research its mantra. 2022 opens with spotlights on the MJ-01-C13A SMART, a high performance, single station injector with auto-start and interchangeable clamp to ensure perfect and rapid production. Focus is also on the new Masterwaxes that can create models for the needs of fine and costume jewelry manufacturers: filigrees, solid or pre-set items will have an inimitable quality.

sisma

since 1961



Laser marking and engraving systems

Sistemi di marcatura
e incisione laser



Laser welding systems

Sistemi
di saldatura laser



Chain making machines

Macchine per la
produzione di catena orafa



Combined laser and CNC machining

Sistemi per lavorazioni
combinare laser e CNC



Additive manufacturing Metal & resin

Stampa 3D
Metallo & resina

hall 9 – stand 161 / 190



LOTO PREZIOSI

50TH
ANNIVERSARY
SINCE 1972

HALL 4 - BOOTH 464

www.lotopreziosi.it

