

FABERGÉ
A LIFE IN COLOUR

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
JANUARY

FABERGÉ
A LIFE IN COLOUR

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.167

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 3. Domenica, 21 Gennaio 2024

Pronti a riscrivere il futuro

Breve rewind di 70 anni di progressione e sviluppo della fiera, da mostra locale a evento globale. Fra ristrutturazioni, ampliamenti, crescita costante dei numeri e obiettivi ambiziosi raggiunti e rinnovati di anno in anno. Nell'attesa di "leggere" insieme il prossimo capitolo >p.2

A brief rewind of the trade show's progression and development over 70 years from local exhibition to global event. Amid renovations, expansions, steady growth in numbers and ambitious goals achieved and renewed from year to year. As we wait to "read" the next chapter together >p.2

IN EVIDENZA

DOMENICA 21 GENNAIO 2024

FOCUS

China Report

Trend di acquisto, variabili sui consumi e uso dei social. I dati dello studio di CDM Marketing. *Purchasing trends, consumption and use of social media. Data from the CDM Marketing study.* >p.10



TREND

Prophetic Picks

Antichi amuleti e simboli spirituali diventano gioielli di buon auspicio. *Ancient amulets and spiritual symbols become good luck jewels.* >p.20



INTERVIEW

Amedeo Scognamiglio

I segreti del successo di un brand? Preservare l'heritage e fare ricerca per evolversi sempre. *The secrets of a success brands? Preserving the heritage and doing research to always evolve.* >p.6

FABERGÉ
A LIFE IN COLOUR

HALL 7 | BOOTH 384
FABERGE.COM

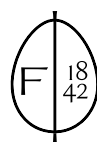


FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

HALL 7 | BOOTH 384

FABERGE.COM





FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
JANUARY



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.167

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 3. Domenica, 21 Gennaio 2024

Pronti a riscrivere il futuro

Breve rewind di 70 anni di progresso e sviluppo della fiera, da mostra locale a evento globale. Fra ristrutturazioni, ampliamenti, crescita costante dei numeri e obiettivi ambiziosi raggiunti e rinnovati di anno in anno. Nell'attesa di "leggere" insieme il prossimo capitolo >p.2

A brief rewind of the trade show's progression and development over 70 years from local exhibition to global event. Amid renovations, expansions, steady growth in numbers and ambitious goals achieved and renewed from year to year. As we wait to "read" the next chapter together >p.2



EDITORIAL

MARCO CARNIELLO
GLOBAL EXHIBITION DIRECTOR
J&F DI ITALIAN EXHIBITION GROUP

Un'edizione da tutto esaurito inaugura il calendario orafa 2024 e apre le celebrazioni del 70° anniversario di Vicenzaoro. Una festa che vuole essere di tutta la community per una manifestazione che affonda le sue radici nella lunga tradizione gioielliera della città di Vicenza e si proietta verso il futuro, come sottolineato dal claim The heritage for tomorrow. Nei prossimi 70 anni continueremo ad evolvere il ruolo della fiera: immaginiamo una piattaforma sempre più completa e coinvolgente, in grado di ascoltare, connettere, servire i mercati, le filiere e le loro community di riferimento, per guidare lo sviluppo economico e commerciale, ma anche strategico e culturale dell'intero sistema del gioiello. E lo faremo con un sguardo ancora più "globale", in sinergia con aziende, associazioni, istituzioni, buyer, media, investendo nelle infrastrutture, ma anche nell'innovazione dei format, nella digitalizzazione, nella formazione dei giovani, nella qualità e competenza delle persone. Quel fattore umano e quelle relazioni che rimangono il nostro asset più strategico. Auguri Vicenzaoro, auguri a tutti noi.

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

DOMENICA 21 GENNAIO 2024

FOCUS

China Report

Trend di acquisto, variabili sui consumi e uso dei social. I dati dello studio di CDM Marketing. *Purchasing trends, consumption and use of social media. Data from the CDM Marketing study.* >p.10



TREND

Prophetic Picks

Antichi amuleti e simboli spirituali diventano gioielli di buon auspicio. *Ancient amulets and spiritual symbols become good luck jewels.* >p.20



INTERVIEW

Amedeo Scognamiglio

I segreti del successo di un brand? Preservare l'heritage e fare ricerca per evolversi sempre. *The secrets of a success brands? Preserving the heritage and doing research to always evolve.* >p.6

Verso catene di fornitura responsabili

La quinta stagione dei CIBJO's Jewellery Industry Voices va in scena a Vicenzaoro, con sette seminari educativi a favore di un'industria gioielliera sostenibile ed etica

La gioielleria tema di discussione alle Nazioni Unite. Ebbene sì, è successo anche questo, e grazie a CIBJO e a IEG Italian Exhibition Group, succederà ancora, in virtù di una se-

rie di webinar e seminari noti come CIBJO's Jewellery Industry Voices entrati a far parte di un programma educativo congiunto sulla CSR e sulla sostenibilità per l'industria della gioielleria e come tali riconosciuti dal Consiglio Economico e Sociale delle Nazioni Unite (ECOSOC). La quinta stagione di tale programma educativo ha come sfondo Vicenzaoro January e questi sono i temi scelti: fra quelli di ieri, "Tecnologia e innovazione nell'approvvigionamento responsabile", organiz-

zato in collaborazione con Platinum Guild International (PGI), incentrato sulla creazione di catene di approvvigionamento tracciabili; "Uguaglianza per tutti", organizzato con la Watch & Jewellery Initiative 2030 (WJI 2030), sulle iniziative collaborative e i principi di emancipazione femminile per ottenere gli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite; "Halo to Hammer: ricompensa e rischio nel marketing sui social media", seminario in cui Initiatives (segue a pagina 4)

Arriva l'acciaio nickel-free

Ipoallergenicità: un fattore indispensabile per i metalli "alternativi" impiegati in gioielleria. Se ne parla oggi al JTF con Fulvio Sinisi, R&D and Technical Support Manager - Plating di Legor

Negli ultimi anni il trend del "fast fashion" e la necessità di avere gioielli di buona qualità a costi contenuti ha reso possibile il largo impiego di nuovi metalli per la gioielleria quali

titanio e acciaio inox presenti ormai stabilmente nelle vetrine accanto ai metalli preziosi. Fattore deciso è anche il carattere ipoallergenico dei gioielli in acciaio inox, che consentono di rispettare le normative vigenti (UNI ISO 1811). I gioielli in acciaio sono spesso lasciati nel loro aspetto "naturale" con la classica colorazione grigia, anche se è possibile realizzare trattamenti superficiali per modificare la sua colorazione mediante la deposizione di metalli di diversa (segue a pagina 4)



of reference and guide the economic and commercial, but also strategic and cultural evolution of the entire jewelry system. And we will do so with an even more "global" eye, in synergy with companies, associations, institutions, buyers and the media, investing in infrastructures as well as in format innovation, digitalization, training for young people and in the quality and skills of human resources. That human factor and those relationships that are still our most strategic asset. Best wishes Vicenzaoro, best wishes to us all.

MARCO CARNIELLO
GLOBAL EXHIBITION DIRECTOR
J&F AT ITALIAN EXHIBITION GROUP

An all-sold-out edition inaugurates the 2024 jewelry calendar and opens Vicenzaoro's 70th anniversary celebrations. A celebration that belongs to the entire community for an event that is rooted in the long-standing jewelry tradition of the city of Vicenza and that looks towards the future, as underlined by the claim 'The heritage for tomorrow'. Over the next 70 years, we will continue to develop the show's role: we envisage an increasingly complete and engaging platform able to listen, connect and serve the markets, supply chains, and their communities

Pronti a riscrivere il futuro

(segue dalla prima)

In un'edizione che segna la settima decade consecutiva di manifestazione, ci concediamo un breve rewind su ciò che è stato in passato, e che dimostra quanto Vicenzaoro sia da sempre un evento all'avanguardia, dal forte appeal internazionale e con ambizioni che oggi stanno dando copiosi frutti. Riprendendo alcuni spunti salienti del monologo recitato durante l'Opening Ceremony dall'attore e giornalista Matteo Caccia, ecco dunque le tappe che dalle prime edizioni ambientate nei Giardini Salvi, nei pressi di piazza Castello a Vicenza, si è arrivati a ciò che tutti conosciamo, fino a travalicare i confini nazionali con format di successo come JGT in Dubai e SIJE a Singapore. Nata nel 1954, la Mostra Internazionale dell'Oreficeria, Gioielleria e Argenteria - questa la denominazione iniziale - si presenta in principio in un contesto che dà rilievo al valore aggiunto e all'orgoglio di far parte di un territorio ben definito, nel cuore di un distretto che già allora aveva una sua storicità, di secoli e di decine di imprese familiari dedicate alla lavorazione dell'oro. La Mostra cresce di anno in anno, tanto che da lì a breve, a inaugurarla vengono chiamati artisti quali Mina e Modugno, nel pieno del loro "boom" post "Tintarella di luna" e "Nel blu, dipinto di blu". Nel 1965, l'evento inizia la prima delle sue "gemmazioni", sdoppiandosi e scindendo la parte gioielliera da quella espositiva di marmo e ceramica. Negli Anni Sessanta, arrivano i primi visitatori stranieri, da Kenya, Giamaica, Estremo Oriente, e Vip fra cui i Reali del Belgio, con una Paola Ruffo di Calabria che dichiara: "Nemmeno a corte ho visto cose così belle". Il decennio successivo è quello del primo importante ampliamento degli spazi espositivi, che nel frattempo sono stati già trasferiti nella zona industriale. Sorge così la cosiddetta "Piramide" o "Tempio

Azteco", da allora punto di riferimento per tutti, per ritrovarsi, fare business, crescere insieme. I brand habitué sono oltre 500, e la manifestazione aggiunge a ogni edizione un piccolo tassello in più, fatto di numeri, visitatori, ospiti d'eccezione, fama, autorevolezza. Anche la città sembra parallelamente rinascere, offrendo a tutti la sua straordinaria bellezza, con un patrimonio artistico e architettonico da far conoscere e divulgare come merita. Il percorso è tracciato: la fiera per la città, la città per la fiera. Anche da questo fattore, la ribrandizzazione: nasce Vicenzaoro. Sono gli Anni '80, ed è tempo di guardare ancora oltre. Arrivano i primi espositori stranieri: Thailandia e Hong Kong in testa, da allora presenze costanti in fiera. Anni '90. Mentre Gino Paoli e Andrea Bocelli cantano i loro successi in Piazza dei Signori a favore degli ospiti di Vicenzaoro, dalla Cina arriva anche il primo giornalista oltre confine. Le ultime due decadi sono una volata, fra nuovi input di design, nuove strategie di marketing, comunicazione, tecnologia e temi focali come sostenibilità ed eticità di filiera. Fino ad arrivare al 2016, anno della fusione fra Fiera di Rimini e di Vicenza e della creazione di IEG Italian Exhibition Group, che costituendo il più grande player italiano per numero di eventi (oltre 50 l'anno) e diventando uno dei leader mondiali, getta le basi per ciò che oggi è una realtà di fama: la regia unica delle manifestazioni orafe nazionali di Vicenza e Arezzo, i format di Dubai e Singapore con una pianificazione di ampliamento all'estero, ma prima ancora in casa. A febbraio inizieranno infatti i lavori di ristrutturazione del quartiere fieristico, con l'abbattimento della "Piramide" e l'aggiunta di oltre 22.000 metri quadrati di nuovi spazi espositivi. Via un simbolo del passato, ma con un obiettivo: pensare ancora più in grande, come ieri, per domani.

In an edition that marks the seventh consecutive decade of the event, we can treat ourselves to a brief rewind of what was in the past, demonstrating how Vicenzaoro has always been a cutting-edge event with strong international appeal and ambitions that are now bearing plentiful fruit. Taking some highlights from the monologue recited during the Opening Ceremony by actor and journalist Matteo Caccia, here then are the stages that, since the first editions held in the Salvi Gardens near Piazza Castello in Vicenza, have led to what we all know now and to crossing national borders with successful formats such as JGT in Dubai and SIJE in Singapore. Established in 1954, the International Gold, Jewelry and Silverware Exhibition - that was its original name - was initially held in a context that emphasized the added value and pride of being part of a well-defined territory in the heart of a district that, even then, had its own history of centuries and dozens of family businesses dedicated to working with gold. The exhibition grew year by year, so much so that soon after, artists such as Mina and Modugno, at the height of their "boom" following hit songs "Tintarella di luna" and "Nel blu, dipinto di blu", were called to inaugurate it. In 1965, the event began to sprout its first buds by doubling up and separating the jewelry part from the marble and ceramics exhibition. In the Sixties, the first foreign visitors arrived from Kenya, Jamaica, the Far East, and VIPs, including the Belgian Royals with Paola Ruffo of Calabria declaring, "Not even court has such beautiful things." The following decade saw the first major expansion of the exhibition center, which, in the meantime, had moved to the industrial area where the so-called "Pyramid" or "Aztec Temple" was erected to become a reference point for everyone to meet, do business, and grow together ever since. There were over 500 regular brands and fair added a little more to each edition, made up of num-

bers, visitors, exceptional guests, fame and authority. At the same time, the city also seemed to come to life, offering everyone its extraordinary beauty, made up of an artistic and architectural heritage that should be divulged and publicized as it deserves. The route was plotted: the fair for the city, the city for the fair. Its rebranding to Vicenzaoro also originated from this factor. It was the 1980s and the time had come to look even further. The first foreign exhibitors arrive: Thailand and Hong Kong in the lead, constant presences at the show ever since. The 1990s. While Gino Paoli and Andrea Bocelli sang their hits in Piazza dei Signori for the benefit of Vicenzaoro guests, the first cross-border journalist also arrived from China. The last two decades were a sprint, amid new design inputs, new marketing strategies, communication, technology and focal themes such as sustainability and supply chain ethics. Until 2016, the year of the merger between Fiera di Rimini and Fiera di Vicenza and the creation of IEG Italian Exhibition Group, constituting Italy's largest player in terms of number of events (more than 50 a year) and becoming one of the global leaders, laying the foundations for what is now a well-known reality for all: the single management of national jewelry events between Vicenza and Arezzo, the formats in Dubai and Singapore with further expansion planned abroad, but firstly at home. In February, in fact, renovations will begin at the Expo Center with the demolition of the iconic "Pyramid" and the addition of more than 22,000 square meters of new exhibition space. Goodbye to a symbol of the past, but with a goal: to think even bigger, like yesterday, for tomorrow.

Lorenza Scalisi



NANIS
ITALIAN JEWELS



FABBRICA
DEL LUSO
ITALIANO
CONTEMPORANEO

www.nanis.it

Hall 7 - Stand 582

Verso catene di fornitura responsabili

(segue dalla prima)



The speakers of CIBJO's Jewellery Industry Voices and, in the middle, Gaetano Cavalieri, President of CIBJO.

in Art & Culture con sede a New York ha esaminato come i social media sono diventati veicoli primari per la commercializzazione di gioielli, comportando però una serie di rischi, sia reputazionali che legali non trascurabili. Oggi, a partire dalle 10 presso il Teatro Palladio, si svolgono invece i seguenti seminari: "Investigare i principi di sostenibilità nel settore della gioielleria in oro", realizzato in collaborazione con il World Gold Council; "Armonizzare il linguaggio delle catene di fornitura responsabili", sull'integrità della catena di fornitura come componente fondamentale del valore reale di un gioiello; "Il ruolo dei big data nella comprensione del mercato dei diamanti e nel processo decisionale", con un focus sugli strumenti software in grado di analizzare i big data, che vede come relatore principale Mahiar Borhanjoo, presidente di UNI Diamonds, lo svi-

luppatore di un ecosistema leader nel commercio di diamanti business-to-business (streaming tramite The Jewellery Golden Cloud su <https://www.vicenzaoro.com/it/>).

The fifth season of CIBJO's Jewellery Industry Voices takes the stage at Vicenzaoro with seven educational seminars in favor of a sustainable and ethical jewelry industry

Jewelry, a topic of discussion at the United Nations. Well yes, this too has happened and, thanks to CIBJO and IEG Italian Exhibition Group, it will happen again due to a series of webinars and seminars known as CIBJO's Jewellery Industry Voices that have become part of a joint educational program on CSR and sustainability for the jewelry industry and

as such, are recognized by the United Nations Economic and Social Council (ECOSOC). Vicenzaoro January is the backdrop for the fifth season of this educational program which will deal with the following topics: yesterday's topics included "Technology and Innovation in Responsible Sourcing", organized in collaboration with Platinum Guild International (PGI) with a focus on creating traceable supply chains; "Equality for All", organized with Watch & Jewellery Initiative 2030 (WJI 2030), on collaborative initiatives and empowering women to achieve the UN's Sustainable Development Goals; "Halo to Hammer: rewards and risks of social media marketing", a seminar in which New York-based Initiatives in Art & Culture examined how social media have become primary vehicles for jewelry marketing, entailing, however, to a

number of non-negligible reputational and legal risks. Today, as of 10 am in the Palladio Theatre, the following seminars will take place: "Investigating the principles of sustainability in the gold jewelry sector", organized in collaboration with the World Gold Council; "Harmonizing the language of responsible supply chains" on supply chain integrity as a key component of the real value of a piece of jewelry; "The role of big data in understanding the diamond market and in decision-making" with a focus on the software tools capable of analyzing big data and featuring key speaker Mahiar Borhanjoo, president of UNI Diamonds, the developer of a leading business-to-business diamond trading ecosystem (streaming on The Jewellery Golden Cloud on <https://www.vicenzaoro.com/it/>).

Arriva l'acciaio nickel-free

natura. Ciò è effettuato mediante due tecniche: PVD e deposizione galvanica. Il processo PVD (Physical Vapour Deposition) prevede l'evaporazione di un metallo solido in una camera da vuoto e la sua successiva rideposizione sui materiali da trattare creando dei rivestimenti stratificati su di esso. Le colorazioni ottenibili mediante PVD dipendono dal colore dei metalli evaporati: da colorazioni standard come giallo, rosa, bianco e nero, fino a colorazioni difficilmente ottenibili con altri metodi di deposizione metallica come il blu, il verde, il viola o il noto effetto "rainbow". Per processo galvanico si intende invece la deposizione di un metallo mediante il passaggio di corrente attraverso una soluzione elettrolitica contenente ioni metallici, processo che però introduce la presenza di nichel sui gioielli e quindi il fattore allergico. Per eliminare la parte allergica, Legor ha condotto uno studio in collaborazione con alcuni brand dei settori della gioielleria e dell'accessorio per sviluppare cicli galvanici per l'acciaio in modo da avere rilasci quasi pari a 0 o ampiamente al di sotto dei li-

miti di norma. Il tutto consentendo di mantenere gli elevati standard estetici e di resistenza alla corrosione comunemente ottenuti mediante gli impiego di depositi di nichel o di leghe metalliche contenenti nichel.

Hypoallergenicity: an indispensable factor for "alternative" metals used in jewelry. Today at JTF, Fulvio Sinisi, R&D and Technical Support Manager - Plating at Legor, explains how to obtain nickel-free steel

In recent years, the "fast fashion" trend and the need for good quality jewelry at low cost has led to the widespread use of new metals for jewelry such as titanium and stainless steel, which are now commonly found in store windows alongside precious metals. Another decisive factor is the hypoallergenic nature of stainless-steel jewelry, which allows it to comply with current standards (UNI ISO 1811). Steel jewelry is often left in its "natural" classic grey state, although surface treatments to change its coloring can be carried



out by depositing different metals. This can be done in two ways: PVD (Physical Vapor Deposition) and galvanic deposition. The PVD process involves the evaporation of a solid metal in a vacuum chamber and its subsequent redeposition onto the materials to be treated, creating layered coatings. The colors that can be obtained by PVD depend on the color of the evaporated metals: colors range from the standard yellow, pink, white and black,

to others that are difficult to achieve with any other metal deposition method, such as blue, green, violet or the well-known "rainbow" effect. The galvanic process, on the other hand, refers to the deposition of a metal by passing a current through an electrolytic solution containing metal ions. However, this process introduces the presence of nickel on the jewelry and hence the allergy factor. In order to eliminate the allergic part, Legor conducted a study in

collaboration with several brands from the jewelry and accessory sectors to develop galvanic cycles for steel so as to have releases close to 0 or well below the standard limits. This allows the high standards of aesthetics and corrosion resistance commonly achieved through the use of nickel deposits or nickel-containing metal alloys to be maintained.

Lorenza Scalisi

TALENTS

UN VIVAIO PER I GIOVANI

Vicenzaoro guarda sempre di più ai giovani talenti del gioiello. Per la prima volta infatti gli studenti troveranno in fiera un desk di accoglienza a loro dedicato - Ingresso Ovest 3 - dal quale potranno attingere tutte le info necessarie per la visita. Sono 17 gli istituti in arrivo da tutta Italia, oltre che da Francia, Spagna, e Germania, per un totale di oltre 500 iscritti tra studenti e accompagnatori. Inoltre, lunedì 22 gennaio saranno un centinaio i ragazzi in visita a Vicenzaoro, per il concorso di design promosso dall'Associazione Malattie Rare "Mauro Baschiroto" Onlus di Vicenza, che da più di un decennio premia ricercatori internazionali con un anello ispirato alla doppia elica del DNA. La premiazione avverrà sempre lunedì in fiera.

Vicenzaoro is looking more and more at young jewelry talents. For the first time, in fact, students will find their own Welcome Desk at the Show - West 3 entrance - from which they will be able to obtain all the information they need for their visit. 17 schools will be arriving from all over Italy, as well as from France, Spain, and Germany, for a total of over 500 enrolled students and their escorts. Moreover, on Monday 22nd January, about a hundred students will be visiting Vicenzaoro for the design competition promoted by Vicenza's non-profit "Mauro Baschiroto" Rare Diseases Association, which has been awarding international researchers with a ring inspired by DNA's double helix for more than a decade. The award ceremony will also take place at the Show on Monday.

@JOERGHEINZ
VICENZAORO | HALL 7 / #800

Jörg Heinz
KIND OF MAGIC

Se la gioielleria non evolve rischia di diventare un museo

Parola di Amedeo Scognamiglio, tra i protagonisti ieri del talk di Trendvison, organizzato da Paola De Luca, dedicato al tema dell'heritage e della preservazione

If the jewelry industry does not evolve, it risks becoming a museum: the words of Amedeo Scognamiglio, speaking at yesterday's Trendvison talk on the theme of heritage and preservation, organized by Paola De Luca



Quanto influiscono "heritage" e "preservation" sulla gestione del business? Si può scegliere di acquistare un gioiello solo per la storia e il bagaglio che porta con sé? Rappresentare una storia familiare e artigianale è un grande incentivo a fare di più e meglio e attribuisce al "creativo" o all'imprenditore illuminato una direzione da seguire, in un settore saturo e affollato anche di molti principianti allo sbaraglio. Detto ciò, il vantaggio della storia e di generazioni di "avviamento" spesso può diventare un limite se non addirittura un muro invalicabile, perché adagiandosi sul passato, sulla storia di famiglia, su prodotti sempre uguali nei secoli si perde il focus sull'innovazione, sullo sviluppo e, perché no, su quel pizzico di follia che è il sale della creatività. Spesso le regole vanno cambiate e bisogna avere il coraggio di stravolgere codici e quelle vecchie sovrastrutture che hanno governato per decenni o secoli. Il mondo cambia sempre più velocemente e la gioielleria deve stare al passo, altrimenti diventa un museo.

Quali leve deve attivare un brand di gioielleria contemporanea, per rimanere competitivo e attrarre un pubblico sempre più ampio? La nostra estetica, dal design al retail, è la colonna portante del brand, come un manuale. Però non abbiamo paura di sorprendere e cambiare registro. Viaggiando e vivendo un po' dappertutto (NYC, Londra, Dubai) assorbo nuove tendenze, culture e lifestyle, traducendo poi queste nuove emozioni in altrettante collezioni o in comunicazione. Quando creiamo nuovi gioielli pensiamo a ogni singola cliente. Disegnare su un foglio, magari con bellissimi acquerelli policromatici, non significa nulla. Si disegna pensando a dove andrà quella donna a cena, in vacanza, anche che scarpe indosserà. Solo così si dà veramente vita a un gioiello. Però la donna devi sceglierla, "eleggerla" a tua cliente, a musa, e creare di conseguenza. You can't make everyone happy!

Le principali innovazioni e trasformazioni che stanno interessando la gioielleria? Quando un gioiello diventa "status symbol" o comunque un ricordo indelebile di una occasione speciale, lo scopo è raggiunto. Oggi la gioielleria, rispetto al passato, soffre della competizione con i nuovi status symbol (luxury hotel, jet privati, super yacht, borse Kelly), cosa che invece non è successa nell'orologeria. Bisogna riportare al centro dell'attenzione l'unicità e la rarità, il che vuol dire saper limitare la produzione e anche la distribuzione. Troppo spesso noto che si cerca di distribuire ovunque, spalmando enormi produzioni in mille rivoli di tentate vendite. A scapito del mistero della rarità.

Di cosa non può fare a meno oggi Faraone Mennella e Amedeo? Del nostro piccolo, ma magico laboratorio e team creativo: la possibilità di trasformare subito in realtà ogni nuova idea, padroni della capacità produttiva, ci rende forti e indipendenti. Ma non possiamo fare a meno di Capri, che resta nostra musa e palcoscenico sul mondo per tutte le nostre nuove collezioni.

Che rapporto hai con Vicenzaoro e in generale con le fiere? A 14 anni ho partecipato alla prima fiera con mio padre, la JA a New York. Dopodiché ho trascorso la mia gioventù in tutte le fiere del mondo, inclusa Vicenzaoro, con i miei genitori. Faraone Mennella invece ha solo partecipato poche volte a Couture Las Vegas. Ma Vicenzaoro resta per noi come azienda un appuntamento importante, alla ricerca di pietre, macchinari, packaging e anche per incontrare clienti e amici del settore. Nel mondo servono meno fiere, ma abbiamo bisogno sempre di più di quelle manifestazioni, come Vicenzaoro, che offrono un panorama completo dell'industry e una risposta a qualsiasi esigenza produttiva. Vicenzaoro ha la capacità di diventare luogo di incontro, crocevia.

Qui si sente più che in qualsiasi altra fiera un senso di community che è necessario al comparto. Da soli non si va da nessuna parte!

How much do "heritage" and "preservation" affect business management? Can a person choose to buy a piece of jewelry merely because of the history and baggage behind it? Representing a family history and craftsmanship is a great incentive for doing more and better and gives the "creative artist" or enlightened entrepreneur a direction to follow in an industry that is saturated and crowded, even with numerous newcomers in at the deep end. That said, the advantage of history and generations of "commissioning" can often become a limitation if not an insurmountable wall because, by sticking to the past, to family history and products that have been the same for centuries, you can lose focus on innovation, development and, why not, on that smidgen of madness that is the salt of creativity. The rules often need to be changed and you must have the courage to overturn codes and those old superstructures that have governed for decades or centuries. The world is changing faster and faster and jewelry needs to keep up, otherwise it risks becoming a museum.

What levers does a contemporary jewelry brand need to pull in order to remain competitive and attract a growing audience? Our aesthetic, from design to retail, is the backbone of the brand, like a manual. However, we are not afraid to surprise and change the register. Traveling and living a little bit everywhere (NYC, London, Dubai) I absorb new trends, cultures and lifestyles and then translate these new emotions into collections or communication. When we create new jewelry, we think about each individual customer. Drawing on a sheet of paper, even with beautiful polychromatic watercolors, means nothing. We design thinking about where that woman will go for din-

ner, on vacation, even what shoes she might wear. Only then does a piece of jewelry really come to life. But you have to choose the woman, "elect" her as your customer, your muse, and create accordingly. You can't make everyone happy!

What innovations and transformations are affecting jewelry? When a piece of jewelry becomes a "status symbol" or an indelible reminder of a special occasion, the purpose has been achieved. Compared to the past, jewelry now suffers from competition with new status symbols (luxury hotels, private jets, super yachts, Kelly bags), something that has not happened in watchmaking. We need to bring uniqueness and rarity back to the center of attention, which means knowing how to limit production as well as distribution. Too often I notice that we try to distribute everywhere, spreading huge productions into a thousand droplets of attempted sales. At the expense of the mystery of rarity.

What can't Faraone Mennella and Amedeo? Our small but magical laboratory and creative team: the ability to immediately turn every new idea into reality, as masters of production capacity, makes us strong and independent. But we also cannot do without Capri, which is still our muse and stage onto the world for all our new collections.

What is your relationship with Vicenzaoro and with trade shows in general? I attended my first trade show with my father when I was 14 - the JA in New York. After that I spent my youth at all the world's shows, including Vicenzaoro, with my parents. Faraone Mennella, on the other hand, has only attended Couture Las Vegas a few times. But Vicenzaoro is still an important event for us as a company on the lookout for stones, machinery, packaging as well as for meeting customers and friends in the industry. The world needs fewer trade shows, but we do need more and more of those events, like Vicen-

DESIGN ROOM

Miseno Jewelry

Espressione della migliore artigianalità orafa campana, Miseno prende ispirazione dal lussureggiante romanticismo del Mediterraneo, per dar vita a creazioni che sono un tributo contemporaneo alla mitologia e alla storia che pervadono l'omonima città di origine. Intenzione creativa suggellata dal logo Arco Felice, l'emblema del marchio, fil rouge di tutte le creazioni. Rappresenta l'antica porta d'accesso alla città di Miseno. I romani credevano che entrando in città, attraverso questo arco, si sarebbero trovati amore e felicità.



An expression of the very best of Campania's goldsmithing craftsmanship, Miseno draws inspiration from the lush romanticism of the Mediterranean to give life to creations that are a contemporary tribute to the mythology and history that pervade the eponymous city. A creative intention sealed by the Arco Felice logo, the brand's emblem and recurring theme on every item. It represents the ancient gateway to the city of Miseno. The Romans believed that by entering the city through this arch, they would find love and happiness.

zaoro, that offer a complete panorama of the industry and an answer to every production need. Vicenzaoro is able to be a meeting place, a crossroads. Here, more than at any other show, you feel that sense of community that the industry needs. You don't go anywhere on your own!

Federica Frosini



OXYGÈNE

VICENZAORO / 19-23 JANUARY 2024 / HALL 3 BOOTH 145
WWW.OXYGENE.SM / INFO@OXYGENE.SM



Mattioli lancia la collezione uomo

Titanio, oro e diamanti per la nuovissima Puzzle dedicata al mondo maschile. L'interscambiabilità ancora protagonista di bracciali e collane

Titanium, gold and diamonds for the latest Puzzle collection men version. The interchangeability is again protagonist of bracelets and necklaces

Un lancio importante per Mattioli a Vicenzaoro. Infatti fa il suo esordio la nuova linea Puzzle Techno, versione maschile dell'iconica collezione intercambiabile Puzzle. A presentarla è Licia Mattioli, amministratore delegato della maison torinese. Il concept dell'interscambiabilità, che ha reso celebri gli orecchini in oro e madreperle colorate, viene declinato anche nei bracciali da uomo che, con un semplice gesto, possono mutare il colore dei cordini e l'elemento centrale. Interamente realizzata in oro 18 carati e titanio, include anche anelli, pendenti e gemelli. Cinque le colorazioni disponibili per il lancio: blu navy, verde oliva, tortora, nero, blu elettrico. A conferma che, come quella femminile, anche quella maschile è versatile, giocosa e soprattutto frutto di una originale ricerca di abbinamenti di materiali.



A major launch for Mattioli at Vicenzaoro where the new Puzzle Techno line, a men's version of the iconic interchangeable Puzzle collection, is making its debut, presented by Licia Mattioli, CEO of the Turin-based company. The concept of interchangeability, which has made the gold and colored mother-of-pearl earrings so famous, has now also been declined in men's bracelets that, with a simple gesture, can change the color of the cords and central element. Made entirely in 18-karat gold and titanium, the collection also includes rings, pendants and cufflinks. Five colors are available at the launch: navy blue, olive green, taupe, black and electric blue. Confirming that, just like the women's jewelry, the men's is versatile, playful and, above all, the result of original research into material combinations.

Maristella Campi

Nuovi designer cercasi

Progold, Bulgari e Platinum Guild International insieme per i giovani designer, grazie a un contest che sfrutta la tecnologia 3D. Oggi la premiazione del vincitore

Progold, Bulgari and Platinum Guild International together for young designers through a contest using 3D technology. The winner will be awarded today



The ten creations of the Progold's contest.

C'è tempo anche questa mattina per votare. Cliccate il link progol3d.com e scegliete il pezzo che preferite per decretare il vincitore del Worldwide Direct Metal 3D Printed Jewel Design Contest, organizzato da Progold - azienda leader nella stampa 3D in metalli

nobili - in collaborazione con Bulgari e Platinum Guild International. Sul sito si trova infatti la vetrina dei pezzi realizzati dai candidati, provenienti dalle più importanti scuole di design d'Italia e straniere, come la Lao Le Arti Orafe di Firenze, lo IED, o il Gemmological Institute China e

così via. Ogni giovane designer ha testato di persona le tecnologie messe a punto dal 2008 a oggi dall'azienda di Trissino, in provincia di Vicenza, dando letteralmente forma alle proprie fantasie più ardite. Il risultato sono anelli, orecchini e bracciali in platino 950% prototipati per l'occasione ma in attesa di essere messi in produzione... Chissà. Di certo questo è un sogno che si concretizzerà con la vittoria del contest, occasione preziosa per intradarsi sulla via di una possibile carriera nel mondo orafa-gioielliero. In un'ottica di collaborazione con la città e il distretto vicentino, il contest ha trovato un suo spazio fisico anche per le strade del centro storico, in Contrà del Monte, dove dal 16 gennaio sono esposti i totem autoportanti che illustrano i dieci sketch dei gioielli prodotti per l'evento, con un QR Code attraverso il quale, per tutta la mattinata di oggi, è ancora possibile dare la propria preferenza. Non resta dunque che attendere la premiazione di questa sera, per scoprire quale gioiello sarà il prescelto.

There is still time to vote this morning. Click on progol3d.com and choose your favorite piece to determine the winner of the Worldwide Direct Metal 3D Printed Jewel Design Contest, organized by Progold - a leader in noble metal 3D printing - in collaboration with Bulgari and Platinum Guild International. The website features a showcase of the pieces made by candidates from the most important design schools in Italy and abroad, such as Lao Le Arti Orafe in Florence, the IED, or the Gemmological Institute China and so on. Each young designer has personally tried the technologies developed from 2008 to present day by the company based in Trissino, in the province of Vicenza, literally giving shape to their boldest fantasies. The result is 950% platinum rings, earrings and bracelets prototyped for the occasion but waiting to be put into production...Who knows. This dream will certainly come true by winning the contest, a valuable opportunity to embark on the path to a possible career in the gold-jewelry world. With a view to collaborate with the city and the Vicenza district, the contest

GEM TALK

“Arte orafa milanese. Oro, smalti e pietre dure. Un itinerario tra lusso, moda, principi d'Europa e artisti. Da Visconti a Gianmaria Buccellati”

Questo il titolo del primo Gem Talk dell'anno. L'evento, organizzato come sempre da IGI (Istituto Gemmologico Italiano) animerà, oggi, la VOV Lounge 71, dalle 15.00 alle 15.45. Loredana Prosperi, Direttore IGI Milano modererà l'intervento di Paola Venturelli, Responsabile Scientifico della Fondazione Gianmaria Buccellati.

Domenica 21 Gennaio 2024
15:00 - 15:45
MEMO
VOV Lounge 71

“Milanese goldsmith art. Gold, enamels and semi-precious stones. An itinerary among luxury, fashion, princes of Europe and artists. From Visconti to Gianmaria Buccellati”

Is the title of the first Gem Talk of the year. The event, organized as always by IGI (Italian Gemmological Institute) will be held in VOV Lounge 71 today, from 3 to 3.45 pm. Loredana Prosperi, Director of IGI Milan, will moderate the talk by Paola Venturelli, Scientific Director of the Gianmaria Buccellati Foundation.

Sunday, 21st January 2024
3 - 3:45 pm
MEMO
VOV Lounge 71

has also found its physical space in the streets of the historic center, in Contrà del Monte, where self-supporting totems illustrating the ten sketches of the jewelry produced for the event have been on display since January 16th with a QR Code through which people can still register their preference all morning today. So, all that remains to do is wait for tonight's award ceremony to find out which jewel will be the chosen one.

Lorenza Scalisi



WORLD DIAMOND GROUP

ITALIAN FINE JEWELRY

GOLAY

LUMINOUS EMOTIONS



DIAMOND

MASTERPIECES OF LIGHT

MIKIKO

AUTHENTIC BEAUTY

NIHAMA

EVERYDAY PEARLS

DE BEERS
FOREVERMARK

HALL 7 - STAND 220

ANNA TATANGELO PER GOLAY

Dalla Cina, il report sulle tendenze

Uno studio sul mercato cinese elaborato da CDM Marketing, con il supporto di catene di gioielleria locali e di dati provenienti da Tencent, Weibo, BWB e TrustData, mette in evidenza differenze regionali, variabili sui consumi, trend di acquisto

A study on the Chinese market conducted by CDM Marketing with the support of local jewelry chains and data from Tencent, Weibo, BWB and TrustData, highlights regional differences, consumption variables and purchasing trends



mix tra il gusto orientale e quello occidentale, con una maggiore apertura per nuove mode e design, mentre in quelle più interne rimane forte la supremazia dell'oro. Tra le grandi città, è Shanghai il grande hub cinese per i gioielli, con un import pari a oltre 265 miliardi di dollari. La capitale, Pechino, si piazza al terzo posto con oltre 146 miliardi di dollari. Il mercato dei gioielli in Cina ha dimostrato negli anni di essere molto flessibile, con grande potenziale di crescita e un sempre maggiore interesse verso nuovi trend e mode. Veri innovatori Millennials e Gen-Z, sia per i consumi sia per la comunicazione e le nuove metodologie di acquisto.

«With this report we aim to shed light on the dynamics, demographics and trends of the jewelry market in China in order to help our customers (current and potential) to navigate in a market that is as complex as it is rich in opportunities.» This is how Davide Dal Maso introduced the China Jewelry Trends Report - available at chinadigitalmarketing.it - an insight into China's role in the jewelry market. Some foretastes. China plays an essential role in the industry globally. Comparing it with the USA, although the US is an established market with a per capita expenditure of more than \$1,500 per year, thus exceeding China's \$500, the latter dominates in terms of overall size, holding 33% of the global market compared to 22% in the United States. And while

in the US diamond accounts for over 40% of the entire demand, in China it is gold that leads the way with almost 60% of sales due to the social value it has always had in Chinese culture. In the precious metals market, gold accounts for 56%, followed by jadeite with 15% and diamond with 13%, the demand for which, however, is clearly growing (between 2016 and 2020, it rose from RMB 640 billion to RMB 707 billion), as are pearls, which are regaining their strength thanks to new generations and live streaming activities. But it is worth highlighting some regional differences. In coastal areas, there is a mixture of Eastern and Western tastes with a greater openness to new fashions and designs, while in more inland areas, the supremacy of gold remains strong. Among the big cities, Shanghai is China's big jewelry hub, with imports of over \$265 billion. The capital, Beijing, ranks third with over 146 billion dollars. The jewelry market in China has proven over the years to be extremely flexible with great potential for growth and an increasing interest in new trends and fashions. True Millennial and Gen-Z innovators, in terms of consumption, communication and new purchasing methods.

Federica Frosini

Con questo report vogliamo gettare luce sulle dinamiche, la demografia e le tendenze del mercato dei gioielli nel Paese del Dragone per guidare i nostri clienti (attuali e potenziali) a navigare in un mercato tanto complesso quanto ricco di opportunità. Davide Dal Maso introduce così il China Jewelry Trends Report - disponibile su chinadigitalmarketing.it - un insight che inquadra il ruolo della Cina nel mercato della gioielleria. Qualche spunto. La Cina gioca un ruolo essenziale nel settore a livello globale. Confrontandolo con gli Stati Uniti, sebbene gli Usa siano un mercato consolidato con una spesa pro capite di oltre 1.500 dollari all'anno, superando quindi i 500 dollari della Cina,

quest'ultima domina in termini di dimensioni complessive, detenendo il 33% del mercato globale, rispetto al 22% degli Stati Uniti. E se negli Usa il diamante rappresenta oltre il 40% dell'intera domanda, in Cina è l'oro a farla da padrone, con quasi il 60% delle vendite, per il valore sociale che ha da sempre nella cultura cinese. Per il mercato dei metalli preziosi, l'oro conta per il 56%, seguito da giadeite, 15%, e diamante, 13%, la cui domanda è tuttavia in netta crescita (tra il 2016 al 2020 è passata da 640 miliardi RMB a 707 miliardi RMB), così come le perle che stanno ritrovando linfa grazie alle nuove generazioni e alle attività di live streaming. Ma è bene evidenziare alcune differenze regionali. Nelle aree costiere c'è un

L'industria orafa all'avanguardia nelle certificazioni

Tra gli strumenti che alimentano le performance positive del gioiello made in Italy, un ruolo di primo piano è svolto dalle certificazioni di processo e di prodotto, come riportato da Confindustria Federorafi

Among the tools fueling the positive performance of made-in-Italy jewelry, a leading role is played by process and product certifications, as reported by Confindustria Federorafi

Nonostante condizioni di accesso ai mercati sempre più complicate a causa di dazi, barriere non tariffarie e la forte concorrenza dei principali competitor quali India e Cina, l'industria italiana della gioielleria è al vertice delle classifiche mondiali e tra i settori italiani più export oriented. Un ruolo di primo piano viene dalle certificazioni di processo e di prodotto che sono ormai una condizione indispensabile per rimanere sui mercati, non solo per i top brand ma anche per le eccellenze manifatturiere meno note. Rispetto ad altri comparti, quello orafa può già contare su alcune leve come il regolamento UE sulla Due Diligence per l'oro "conflict free" o il Kimberley Process Certification Scheme per i diamanti anch'essi "conflict free" e altre volontarie, come i disciplinari messi a punto dal Responsible Jewellery Council (RJC), un'organizzazione internazionale no-profit che associa oltre 1.800

imprese del settore. Confindustria Federorafi lancia a tale proposito un corso di formazione per supportare le imprese nel percorso di certificazione. Per Maria Cristina Squarcialupi, Vice Presidente Nazionale di Confindustria Federorafi con delega alla sostenibilità: «Anche nei prodotti del lusso, il consumatore finale non dà più per scontato che i materiali utilizzati e le modalità di produzione siano conformi ai principi della sostenibilità, occorre dimostrarli. In questa direzione gli standard del Responsible Jewellery Council rappresentano un importante aiuto, anche per le imprese meno strutturate, perché sono "personalizzati". Poiché non tutte le imprese sono in grado di comprenderli e implementarli, Confindustria Federorafi, in collaborazione con le territoriali dei principali distretti orafi, ha messo a punto un programma formativo ad hoc, molto accessibile, per permettere agli im-

prenditori di velocizzare il percorso verso le certificazioni RJC. Le certificazioni saranno un vantaggio competitivo irrinunciabile per garantire la crescita di imprese e collaboratori, con l'ulteriore effetto di intercettare meglio lo spostamento in atto dalla globalizzazione alla regionalizzazione delle relazioni commerciali mondiali, con ricadute non trascurabili per strutture produttive come quella italiana».

Despite increasingly complicated market access conditions due to duties, non-tariff barriers and strong competition from major competitors such as India and China, the Italian jewelry industry is at the top of world rankings and among the most export-oriented Italian sectors. A leading role comes from process and product certifications, which are now an indispensable condition for staying in the markets, not only for top brands but also for lesser-known

quality manufacturing. Compared to other sectors, the gold and jewelry industry can already count on certain levers such as the EU Due Diligence Regulation for "conflict free" gold or the Kimberley Process Certification Scheme for diamonds, which are also "conflict free", and other voluntary ones, such as the specifications drawn up by the Responsible Jewellery Council (RJC), an international non-profit organization that groups together more than 1,800 companies in the sector. In this regard, Confindustria Federorafi is launching a training course to support companies in the certification process. According to Maria Cristina Squarcialupi, National Vice President of Confindustria Federorafi with responsibility for sustainability: «Even for luxury products, the end consumer no longer takes it for granted that the materials and production methods used comply with the principles of sustainability: they need to be shown. The Responsible Jewellery Council

INLIVE
STREAM

ITALIA-CINA

CDM è presente a Vicenzaoro nell'area Start-Up e come partner per le attività di esposizione verso il mercato cinese. Grazie a un team composto da cinque live streamer cinesi, oggi, lunedì e martedì ci saranno dirette live che coinvolgeranno alcuni espositori nella vendita diretta con i consumatori cinesi. Con i collegamenti live, poiché le live streamer possiedono negozi online, sarà possibile connettersi con buyer e gioiellerie offline che le seguono. Il team che opererà a Vicenzaoro ha un grosso seguito sulle varie piattaforme cinesi, come Little Red Book, Douyin, Wechat, e si stima che nei giorni di fiera raggiungeranno un pubblico mirato di oltre 150.000 persone.



CDM is in attendance at Vicenzaoro in the Start-Up area and as a partner for exhibition activities towards the Chinese market. Thanks to a team of five Chinese live streamers, live streams will be available today, Monday and Tuesday involving several exhibitors in direct sales with Chinese consumers. As the live streamers have online shops, it will be possible to connect with offline buyers and jewelers who follow them. The team that will be operating at Vicenzaoro has a large following on the various Chinese platforms, such as Little Red Book, Douyin, Wechat, and it is estimated that they will reach a targeted audience of over 150,000 people during the days of the show.

standards are an important help in this direction, even for less structured companies, because they are "customized". Since not all companies are able to understand and implement them, Confindustria Federorafi, in collaboration with the territorial organizations in the main gold districts, has developed a highly accessible ad hoc training program to enable entrepreneurs to speed up the path to RJC certification. Certifications will be an indispensable competitive advantage to ensure company and collaborator growth, with the additional effect of better intercepting the ongoing shift from globalization to regionalization of world trade relations, with non-negligible repercussions for production structures like Italy's.»

Federica Frosini



UNOAERRE



FASHION JEWELLERY

unoaerre.it

Nuovi talenti in mostra

La Design Room di Vicenzaoro accoglie giovani creativi al loro debutto e brand indipendenti, fra cui Qitteri Paris

Vicenzaoro's Design Room welcomes debuting new creatives and independent brands, including Qitteri Paris

Michel Tortel è un architetto, e dalla sua passione-ossessione per le linee geometriche e i volumi è nata Qitteri Paris, una delle new entry della Design Room di Vicenzaoro January, popolata da 14 brand indipendenti, fra cui le altre "debuttanti", Vicky Shawe e Karen Suen di Hong Kong, e quattro giovani talenti alla loro prima esperienza assoluta, accompagnati in questo percorso da due tutor d'eccezione, Alessio Boschi e Alessia Crivelli in un nuovo progetto ribattezzato "The 8". Si tratta di Igor Quagliata e Antonia Ascolillo, di IED Roma, Roshanak Payrovi del Master in design del gioiello dell'Università di Siena, e Juan Sebastian Plah Galindo, vincitore della Digital Jewelry Week. Tortel anticipa così la sua presenza al Boutique Show: «Vicenzaoro è il luogo giusto per mostrare il nostro universo e le nostre collezioni più originali, la voglia di condividere la passione per le pietre che ci ha portato a creare gioielli dalle architetture aeree votate all'armonia e all'emozione. Lo consideriamo il primo passo per costruire una buona

rete di distribuzione internazionale. Esponiamo la gamma completa delle collezioni Geometries e Classymetries, con pendenti, orecchini e bracciali con pietre incredibili e un mix di colori inconsueto. Spesso mi chiedono quale sia la pietra che preferisco... Ebbene, tutte! Anche se ho un amore smodato per lo zaffiro, soprattutto quello blu di Ceylon, per la sua incredibile capacità di cambiare colore a seconda dell'ora del giorno e dell'esposizione. Amo anche la tormalina per la gamma di colori a dir poco pazzesca, fra cui l'indicolite, unica nel suo genere, per la facoltà di brillare come un neon, e ovviamente il suo pleocroismo, che regala armonie completamente differenti a seconda dell'angolo di visione. Ciò che mi piace della gioielleria è che è un settore in cui, benché saturo di immagini che possono sembrare tutte un po' uniformi, personalità diverse possono coesistere per creare un senso di meraviglia, spiccando ciascuna con il proprio stile».

Michel Tortel is an architect and his passion-obsession for geometric lines and volumes gave birth to Qitteri Paris, one of the new entries in the Vicenzaoro January Design Room, populated by 14 independent brands, including the 2024 edition's other "debutants", Vicky Shawe and Karen Suen from Hong Kong. Four more young talents at their very first experience will be accompanied on this path by two exceptional tutors, Alessio Boschi and Alessia Crivelli in a new project renamed "The 8": Igor Quagliata and Antonia Ascolillo, from IED Rome, Roshanak Payrovi from the Master Course in Jewelry Design at Siena University, and Juan Sebastian Plah Galindo, winner of Digital Jewelry Week. This is how Tortel sees his presence at the Boutique Show: «Vicenzaoro is the right place for showcasing our universe, our most original collections and the desire to share our passion for stones that has led us to create these jewels with aerial architectures devoted to harmony and emotion. We see this as the first step towards building a good international distribution network. We will be displaying the full range of our Geometries and

Classymetries collections: pendants, earrings and bracelets with incredible stones and an unusual combination of colors. I am often asked which stone is my favorite...well, all of them! Although I have an inordinate love for sapphire, especially the blue one from Ceylon due to its incredible ability to change color according to the time of day and light exposure. I also love tormaline for its range of colors, which is nothing short of crazy, including the unique indicolite with its ability to glow like neon. And of course, its pleochroism, which gives completely different harmonies depending on the angle of vision. What I like about jewelry is that it is a sector where, although saturated with images and information that can all seem a bit uniform at times, different personalities with strong identities can coexist to create a sense of wonder, each one standing out with their own style.»

Lorenza Scalisi

DESIGN ROOM

Busatti Milano

Savoir-faire tradizionale e ricerca sperimentale contraddistinguono lo stile del marchio milanese, profondamente legato alla cultura della sua città d'origine, cui si ispirano diverse collezioni. Come Domina, che interpreta lo spirito meneghino con brio e audacia, attraverso il titanio unito ai pavé di vivaci diamanti, e Poligoni, che invece celebra la storia con creazioni dalle linee architettoniche. La scoperta culturale del viaggio ispira, invece, collezioni come Géa, animata da creazioni di alta gioielleria in cui rivive il sogno di mete suggestive.



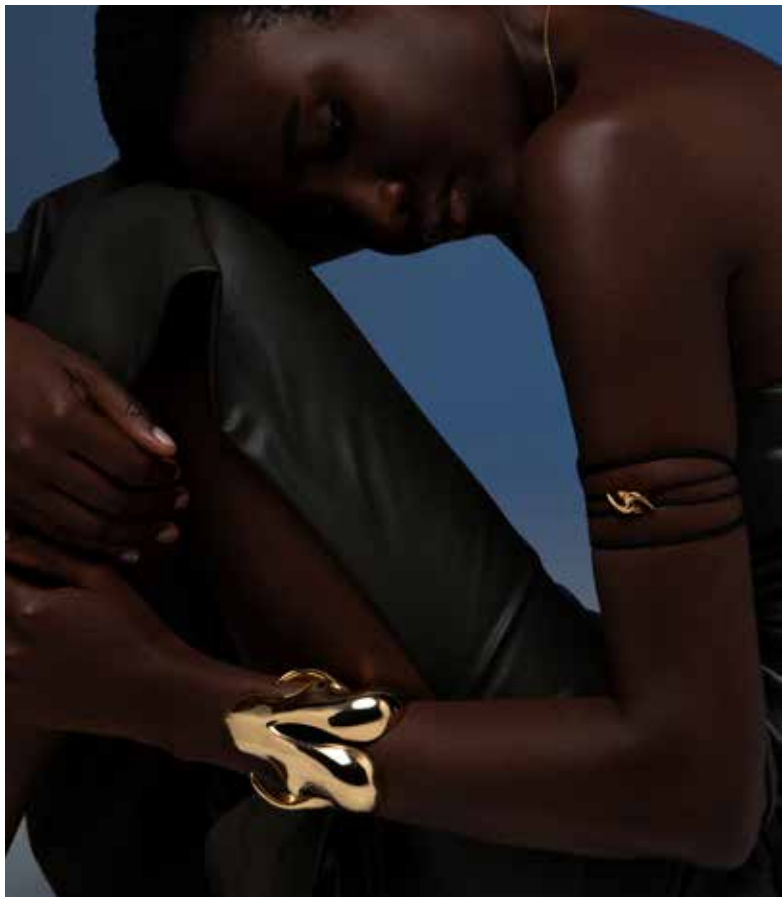
Traditional savoir-faire and experimental research characterize the style of the Milanese brand, whose deep links to the culture of its city of origin inspire several collections. Such as Domina, which interprets the Milanese spirit with verve and boldness through titanium combined with pavé diamonds, and Poligoni, which celebrates the city's history with creations featuring architectural lines. On the other hand, the cultural discovery of travel inspires collections such as Géa, animated by high jewelry creations in which the dream of suggestive destinations comes to life.

Lorenza Scalisi

Il gioiello come espressione di sé

Fra i brand al debutto alla Design Room, Vicky Shawe, Made in Hong Kong

Among the brands making their debut in the Design Room is Vicky Shawe, Made in Hong Kong



Come si presenta la vostra prima collezione?

Si tratta di una collezione strettamente legata ai nostri valori, in linea con la campagna intitolata "Self. Unleashed". L'idea che l'ha ispirata è quella di celebrare l'individualità e l'espressione di sé. Ogni pezzo è un riflesso dell'empowerment personale e dell'unicità. Crediamo nel potere dell'espressione personale attraverso i gioielli e questa collezione incarna tale etica.

La gemma più rappresentativa dello stile di Vicky Shawe?

Cerchiamo di dare valore a tutte le pietre preziose allo stesso modo. Le enfatizziamo con il design, con la convinzione che la forma e il colore di ogni gemma integrino e migliorino l'estetica generale. Non diamo priorità alle singole gemme; piuttosto ci concentriamo sulla sinergia fra gli elementi di design per creare pezzi senza tempo in sintonia con la filosofia del nostro marchio. Le ultime tendenze nel design del gioiello? L'uso di elementi non convenzionali insieme a quello di materiali e pietre preziose. Questo approccio apre possibilità illimitate sia in termini di design che di estetica. Stiamo anche sperimentando diverse texture e sfumature per creare pezzi dinamici e di grande impatto visivo.

Your first time at Vicenzaoro. What do you expect from this event?

We are excited about the idea of presenting our first collection. Vicenzaoro is a unique platform for networking and gives us the chance to introduce ourselves to a diverse audience of buyers and fellow designers as well as to keep up with industry trends, give the brand visibility, create awareness and obtain media exposure. We can't wait to explore new business opportunities with potential collaborators and distributors. We are here to communicate our message of self-liberation by promoting individuality and a rock-inspired attitude.

What is your first collection like?

It is a collection closely linked to our values, in line with our "Self. Unleashed" campaign. The idea behind it is to celebrate individuality and self-expression. Each piece is a reflection of personal empowerment and uniqueness. We believe in the power of personal expression through jewelry and this collection embodies that ethos.

Which gemstone most represents the Vicky Shawe style?

We try to give value to all gemstones equally. We highlight them through design in the belief that the shape and color of each gemstone complements and enhances the overall aesthetic. We do not prioritize individual gemstones. We focus instead on the synergy between design elements to create timeless pieces in keeping with our brand philosophy. The latest trends in jewelry design? The use of unconventional elements along with

La vostra prima volta a Vicenzaoro. Cosa vi aspettate da questo evento?

Siamo entusiasti all'idea di presentare la nostra prima collezione. Si tratta di una piattaforma unica per il networking, che ci permette di presentarci a un pubblico diversificato, di buyer e colleghi designer, ed è un'opportunità per stare al passo con le tendenze del

settore, per dare visibilità al marchio, per creare consapevolezza e farci conoscere dai media. Non vediamo l'ora di esplorare nuove opportunità commerciali, con potenziali collaboratori e distributori. Siamo qui per comunicare il nostro messaggio di autolibrazione, promuovendo l'individualità e un atteggiamento ispirato al rock.

precious materials and stones. This approach opens up unlimited possibilities in terms of design and aesthetics. We are also experimenting with different textures and shades to create dynamic and visually striking pieces.

A★MEN



amencollection.com

PAD./HALL1 | STAND/BOOTH 140-160

La complessità risolta di Vhernier

Un'idea di bellezza che va al di là del gioiello stesso, che vive di purezza, di forme astratte e concettuali. Il gioiello Vhernier raccontato da Isabella Traglio, Executive Board Member and Head of Design and R&D at Vhernier

An idea of beauty that goes beyond the jewel itself and lives on purity, abstract and conceptual forms. Vhernier jewelry as told by Isabella Traglio, Executive Board Member and Head of Design and R&D at Vhernier



Photos of portrait and jewels by Erdna Creative.

Leader indiscusso di un segmento di mercato che non definisce di "alta gioielleria", Vhernier ne ha in qualche modo stravolto il concetto, sostituendo il valore della pietra con quello della forma e costruendo il suo successo di marca soprattutto grazie al fortissimo legame con l'arte, il design, lo studio e la cura della linea. Ne abbiamo parlato con Isabella Traglio, Executive Board Member and Head of Design and R&D at Vhernier. «Vhernier ha origine dalla scultura moderna, con le sue forme pure, astratte e concettuali, che ci ha guidati a definire il nostro concetto specifico di bellezza, ossia la bellezza della semplicità che è la grande lezione brancusiana, dato che proprio Constantin Brancusi definiva la semplicità come complessità risolta. In un certo senso, è la promessa che noi facciamo ai nostri clienti, con i nostri gioielli. Noi vogliamo mostrare la purezza, risolvendo le complessità della costruzione - quella è riservata a noi, che dobbiamo gestirla nel nostro lavoro progettazione e di realizzazione artigianale. Tutto quello che creiamo nasce da questa idea di bellezza, che vive in ogni progetto, in ogni cosa che facciamo, e va ben al di là del gioiello. E questa coerenza è stata cruciale per la costruzione della marca. Questo nostro approccio radicato nell'arte ha ri-

scontrato il favore dei clienti fin dall'apertura della nostra prima boutique, nel 2002. I primi prototipi dei gioielli Vhernier nascono nel 1984, dalla visione di uno scultore italiano, che realizzava delle bellissime opere astratte, concettuali. Quando li scopre, Carlo Traglio, un'esteta, un collezionista e conoscitore di arte, rimane folgorato da quei primi gioielli e, con il fratello Maurizio, intravede la potenzialità di creare un'azienda. Nel 2002, dopo aver acquisito Vhernier, decidono di aprire il primo negozio, a Milano. Quello che avevano colto era l'unicità dell'approccio alla gioielleria: la scelta di partire dalla forma anziché dalle gemme, perché è la forma che consente di ottenere quella bellezza della semplicità. E poi il fatto che il corpo è protagonista tanto quanto il gioiello: le creazioni si adattano al corpo, lo abbracciano, lo vestono. Un concetto di body jewelry abbastanza raro nella gioielleria. Entrambe queste piccole "rivoluzioni" - quella del design come punto di partenza e quella del corpo - sono nate da una ricerca radicale portata avanti con coerenza. Il risultato è una collezione di forme intuitive, quasi organiche, eppure molto studiate. Ogni collezione è un nuovo capitolo della storia di Vhernier che procede con grande continuità. Sono nate collezioni come ad esempio Eclisse e

Aladino, ed estremamente emblematiche dello stile Vhernier, fino alle più recenti evoluzioni dell'iconica Calla. Oggi Vhernier è una casa di creazione che, fedele alla sua origine, scolpisce un'innovativa gioielleria di design in pure eleganza milanese».

The undisputed leader of a market segment that it does not define as "high jewelry", Vhernier has somehow overturned the concept, replacing the value of a stone with that of form and building its brand success mainly thanks to its extremely strong link with art, design, study and attention to lines. We spoke with Isabella Traglio, Executive Board Member and Head of Design and R&D at Vhernier. «Vhernier originates from the pure, abstract and conceptual forms of modern sculpture which have led us to define our specific concept of beauty, namely the beauty of simplicity, which is the great Brancusian lesson, since it was Constantin Brancusi himself who defined simplicity as resolved complexity. To a certain extent, it is the promise we make to our customers with our jewelry. We want to show purity by resolving the complexities of construction - that is for us to handle in our design and craftsmanship work. Everything we create stems from this idea of beauty, which lives in every project, in everything we do, and goes far beyond jewelry. And this

consistency has been crucial in building the brand. Customers have appreciated this approach of ours, rooted in art, since the opening of our first boutique in 2002. The first Vhernier jewelry prototypes were created in 1984 from the vision of an Italian sculptor, who made beautiful abstract, conceptual works. When he discovered them, Carlo Traglio, an aesthete, art collector and connoisseur, was struck by those first jewels and, with brother Maurizio, saw the potential of creating a brand. In 2002, after acquiring Vhernier, they decided to open their first store in Milan. What they had understood was the uniqueness of this approach to jewelry: the decision of starting from shape rather than gems because it is the shape that allows you to achieve that beauty of simplicity. And then the fact that the body is as much a protagonist as the jewelry: the creations adapt to the body, embrace it, dress it. A concept of body jewelry that is quite rare in the jewelry world. Both of these small "revolutions" - that of design as a starting point and that of the body - originate from coherent and radical research. The result is a collection of intuitive, almost organic, yet highly studied shapes. Each collection is a new chapter in the story of Vhernier which proceeds with great continuity. Collections such as Eclisse and Aladino, for example, and are extremely emblematic of the Vhernier style, up to the most recent evolutions of

NEW PROJECTS

FRANCÉCLAT

Per la prima volta a Vicenzaoro, la collettiva francese Francéclat esporrà una decina di brand made in France, nella Hall 1, community Look. Un progetto che apre le porte a una nuova partnership e che porta in fiera alcuni nomi che hanno fatto la storia della gioielleria d'oltralpe, come Vever (nella foto), Rouvenat, Massin, rappresentati da Luximpact. A questi si aggiungono: Angèle Brousse Joaillerie, Atelier Paulin, Copin Orfèvre Joailler Fabricant, Rosa Polita, Van Den Abeele Paris. Francéclat opera nei settori di orologeria, gioielleria e dell'arte della tavola, con attività che interessano l'intero ciclo del prodotto, dalla produzione alla distribuzione, che si sviluppano seguendo tre macro direttrici: conoscenza e know-how, promozione in Francia e a livello internazionale.



For the first time at Vicenzaoro, the French collective Francéclat will be exhibiting about 10 made-in-France brands in the Look Community in Hall 1. A project that opens the door to a new partnership and brings to the show several names that have made the history of transalpine jewelry, such as Vever (image above), Rouvenat, Massin, represented by Luximpact. They will be joined by Angèle Brousse Joaillerie, Atelier Paulin, Copin Orfèvre Joailler Fabricant, Rosa Polita and Van Den Abeele Paris. Francéclat operates in the watchmaking, jewelry and table art sectors with activities covering the entire product cycle from production to distribution, which are developed following three macro directions: knowledge, know-how and promotion in France and abroad.

iconic Calla. Today, Vhernier is a house of creation that, true to its origins, sculpts innovative designer jewelry with pure Milanese elegance.»

Federica Frosini

Marina B

Established by Marina Bulgari in 1978



MARINA B is at VicenzaOro January 2024
Exhibiting in The Design Room | Hall 7 | Salon 843

18 E 67th Street, New York, NY 10065
marinab.com info@marinab.com +1 212 510 8169



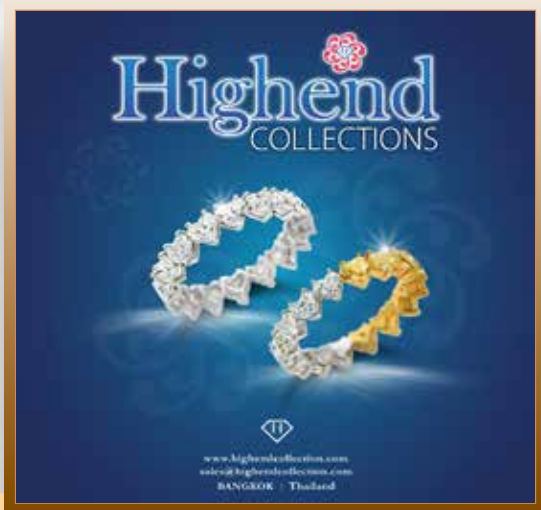
Continental Hall 2.1 Booth 150



EJI Hall 3.1 Booth 113



Camex Hall 3.1 Booth 106



Highend Hall 3.1 Booth 132



5C Hong Kong Hall 3.1 Booth 125



Myer Hall 3.1 Booth 139



A-1 Hall 3.1 Booth 110



K E Group Hall 2.1 Booth 145

FREE Gift
To signify the unbreakable linkage between Vicenzaoro, Hong Kong and you of 30 years, we present you the luggage belt that you could travel the world with! Receive it at 103A, Hall 3.1!



Exhibition Organized by:

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

Asian Zone Organised by:



Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association
www.JJA.com.hk exhibition@hkjja.org

Asian Zone

Hall 2.1, 2.2, 2.3, 3.0 & 3.1 China, Hong Kong & Thailand



Able Hall 3.1 Booth 102



Timax Hall 3.1 Booth 143



Sunlight Gems Hall 3.1 Booth 240



Chase Hall 3.1 Booth 140

HALL 2.1

Thailand Exhibitors	Booth No.
1 Benson Jewelry Co., Ltd.	141
2 Candidus Silver Co., Ltd.	140
3 Chai Thai Silp Export Ltd., Part.	139
4 Tet Design Company Limited	138
5 Thailink 2012 International Co., Ltd.	137
6 Thai Silp Jewelry Co., Ltd.	148

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1 AAB Co., Limited	144
2 Continental Jewellery (Mfg) Limited	150
3 K E Group Limited	145
4 Sucre Jewelry Design Limited	142
5 Times Treasures Trading Limited	143
6 Wing Wo Hing Jewelry Group Limited	149

HALL 2.2

LAB-GROWN DIAMOND

Thailand Exhibitor	Booth No.
1 Adornet Jewels Co., Ltd.*	240

HALL 2.3

PACKAGING

Hong Kong Exhibitor	Booth No.
1 Pack One Manufacturer Limited*	334

HALL 3.0

GEMSTONE

Gemstone Exhibitors	Booth No.
1 KGK Gems Limited*	112
2 Pha-a-tit Precious Co., Ltd.	181

HALL 3.1

GEMSTONE

Gemstone Exhibitors	Booth No.
1 H.S.B.K. Multitrade Co., Ltd.*	246
2 Global Links*	242
3 Sunlight Gems*	240

HALL 3.1

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1 5C Hong Kong Limited	125
2 A-1 Jewelry Manufactory Limited	110
3 Able Jewelry Mfg. Ltd.	102
4 Advan Jewelry Limited	146b
5 Athos (HK) Limited	150
6 Camex Jewellery Limited	106
7 Chase Jewellery Manufactory Limited	140
8 Cheng & Cheung Co. (HK) Ltd.	122
9 Christelle Limited	120
10 Collective Jewelers	151
11 Crossfor HK Limited	111
12 Curve Jewellery Manufactory Company	118
13 Donovans Limited	141
14 East Arts Jewelry Manufactory Limited	152
15 EJI	113
16 Eternity Manufacturing Limited	130
17 Front Top Jewelry Manufacturer Limited	108
18 Goldmart Jewelry Limited	101
19 Jewelio Design Limited	128
20 King's View Jewellery Limited	115
21 Kinzoro Limited	116
22 Kwong's Art Jewellery Trading Co., Ltd.	119
23 Lawrence Jewellery Company Limited	161
24 Legrand Jewellery (Mfg.) Company Limited	146a
25 Lorenzo Jewelry Ltd.	144
26 Lucky Silver Manufacturer Ltd.	162
27 M. I. Jewelry Limited	129
28 Myer Jewelry Manufacturer Ltd.	139
29 Nelson Jewellery Arts Co., Limited	138
30 Noble Jewelry Limited	153
31 OCP Company Limited	160
32 On Going Jewellery Limited	109
33 Ornate Designs Limited	167
34 P.J. Design Limited	137
35 Pearl Success International Investment Ltd.	99
36 Polaris Jewellery Manufacturer Limited	145
37 Prism Jewellery Limited	126
38 Purity Jewelry (HK) Co., Ltd.	135
39 Ritika Raaj Jewelers Ltd.	149
40 Ritone Jewelry International Limited	148
41 Smart Creation Ltd.	103
42 Sun Tak Hop Jewellery FTY. Ltd.	112
43 Surana Brothers Jewellery Hong Kong Limited	123
44 Timax Jewelry Limited	143
45 Unicorn Jewelry Design Co., Limited	127
46 Universe Gems & Jewellery Company	105
47 V V Jewellery Limited	159
48 Vista Jewelry Limited	121

Thailand Exhibitors	Booth No.
1 Advance Manufacturers Co., Ltd.	154
2 Allure Jewellery Mfg. Co. Ltd.	100
3 Antika Co., Ltd.	104
4 Art Event Co., Ltd	147
5 Bella Jewelry (Factory) Co., Ltd.	247
6 Chokas Jewelry Co., Ltd.	166
7 Choon Jewelry Co., Ltd.	124
8 Evershiny Jewelry Creation Co., Ltd.	165
9 Highend Collections Ltd.	132
10 H. V. Jewels Co., Ltd.	133
11 Jewelcraft Co., Ltd.	142
12 KAA Creations Co., Ltd.	131
13 Mainly Silver Design Co., Ltd.	245
14 Precious Products Jewelry Co., Ltd.	158
15 RCAN Jewellery Co., Ltd.	168
16 Sphere Jewelry Manufacturing Co., Ltd.	117
17 Thing Fair (Thailand) Co., Ltd.	163
18 Viva Collection Co., Ltd.	156
19 White Stars Jewellery Co., Ltd.	134
20 Yakhunit Co., Ltd.	164

* Non-Members of HKJJA / TGJTA / TSEA

tracr[®]



The future in diamond traceability

Tracr[®] is the world's leading digital platform for the traceability of natural diamonds. Named by Forbes as one of the top 50 blockchain solutions in the world, in 2020, 2022 and 2023, it offers the possibility to explore the provenance, authenticity and history of diamonds.

Benefits of a diamond with a Tracr® ID



Creates a digital record, enabling you to see your diamonds journey



Transfer ownership of the digital asset that holds the Tracr data to your clients and allow them to carry on their own story



Display to your client the amazing transformation of a natural diamond from its rough form all the way through to the final polished diamond



Empowers you to tell broader stories around natural diamonds and connect with today's consumer who has an increased focus on origin and digital assurance



Allows you to speak in more detail and with increased confidence about the positive impact of natural diamonds

How to find diamonds with a Tracr® ID



Ask your trusted supplier



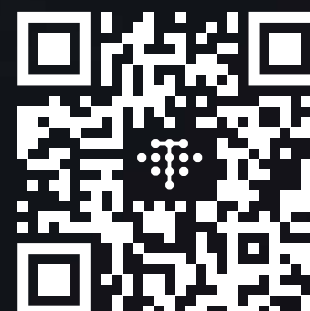
Ask an active DTC Sightholder participant



Search for Tracr® ID on major inventory platforms

For any information, register and contact us

tracr.com/contact



Prophetic Picks

Un anello in oro e smalto, con una bussola incisa che simboleggia il processo continuo di aggiustamento della rotta; un pendente decorato da una mano destra aperta simbolo di protezione divina; una collana scapolare che custodisce un occhio smaltato. Sono solo alcuni esempi degli amuleti contemporanei che incorporano simboli ritenuti portatori di buona fortuna, protezione o significati spirituali. Talismani preziosi che ameremo indossare quest'anno, per combattere le energie negative.

Feature by Antonella Reina



A sinistra/left
Colette

A destra/right
Dior S/S 2024



A gold and enamel ring with an engraved compass symbolizing the continuous process of course adjustment; a pendant decorated with an open right hand symbolizing divine protection; a scapular necklace guarding an enameled eye. These are just a few examples of contemporary amulets that incorporate symbols believed to carry good luck, protection or spiritual meanings. Precious talismans that we will love to wear this year to combat negative energies.



Foundrae



Marie Lichtenberg

SEEN ON VO+ NAMES TO KNOW



Yuesphere

Il design di Yuesphere sfida le regole delle dimensioni fisiche esplorando nuove possibilità attraverso l'uso di materiali alternativi. Mente creativa dei sofisticati gioielli, la designer Yue Zhou è fresca di laurea presso il London College of Fashion. Il suo stile a-gender che strizza l'occhio all'arte contemporanea ha già conquistato personaggi e cantanti famosi, e le ha permesso di collaborare con diversi artisti e stilisti. A Shanghai, dove è tornata a vivere e lavorare, ha lanciato in due anni cinque collezioni che si distinguono per la loro identità ipnotica.

Yuesphere's design challenge the rules of physical dimensions by exploring new possibilities through the use of alternative materials. Designer Yue Zhou, the creative mind behind the sophisticated jewelry, is fresh from graduating from the London College of Fashion. Her a-gender style that flirts with contemporary art, has already won over celebrities and well-known singers and has allowed her to collaborate with several artists and designers. In Shanghai, where she has returned to live and work, she has launched five collections in two years that stand out for their mesmerizing identity.

DIAMONDGROUP

GERMANY



HONG KONG

FINE JEWELRY



VISIT US
HALL 6 | BOOTH 210

Our B2B shop is **online 24/7!**
shop.diamondgroup.de



Idee luminose

Leggerezza e modernità per una proposta ampia e diversificata nei materiali e nelle gemme

Lightness and modernity for a broad and diversified proposal in materials and gems



YANA NESPER. L'anno si apre con diverse novità all'interno delle linee Balthasar e Silk Magnet, ma soprattutto con il lancio di tre nuove collezioni. Innanzitutto Nautica, che abbina le perle Akoya a maglie in oro ispirate dalle catene delle ancore delle grandi navi, un ricordo di Mykolaiv, la città dei costruttori navali nel sud dell'Ucraina dove è nata Yana Nesper. Ci sono orecchini trasformabili, con le catene che possono essere smontate e rimontate in orecchini più corti o creoli; la collana 3

in 1, da indossare come collana o come due braccialetti, grazie alle chiusure a moschettone. Nella collezione Boccia preziose perle d'oro incontrano perle Akoya in un'armonia perfetta. Quasi tutti i modelli sono trasformabili, con elementi rimovibili, o regolabili all'infinito grazie alle chiusure scorrevoli. Infine, ecco le catene per occhiali declinate in tre diversi design e realizzate in oro, sempre con perle Akoya e South Sea, da portare anche come collane.

The year opens with several new entries within the Balthasar and Silk Magnet lines, but above all, with the launch of three new collections. First and foremost, Nautica, which combines Akoya pearls with gold links inspired by the anchor chains of large ships, a reminder of Mykolaiv, the shipbuilding town in southern Ukraine where Yana Nesper was born. The collection includes transformable earrings with chains that can be dismantled and reassembled into shorter or creole earrings and the 3-in-1

necklace, to be worn as a necklace or as two bracelets, thanks to lobster clasps. In the Boccia collection, precious gold pearls meet Akoya pearls in perfect harmony. Almost all models are transformable, with removable elements, or infinitely adjustable thanks to sliding clasps. Lastly, gold spectacle chains in three different designs, again with Akoya and South Sea pearls, which can also be worn as necklaces.



VERDI. Rock'n'roll, Chillout, Funky sono i nomi di tre delle collezioni più rappresentative di Verdi, marchio valenzano che dal 1971 a oggi non ha mai smesso di creare bellezza secondo codici propri, basati su forme innovative e abbinamenti inusuali fra le materie prime più preziose. Le sue sono "melodie" composte da un complesso ordine fra linee, volumi e nuance ora decise come quelle del corallo o del turchese, ora più tenui e delicate come quelle delle pietre semipreziose, dell'agata bianca o degli smalti, elemento giocoso della collezione Funky, impreziosito da diamanti montati su oro giallo, rosa o bianco. In Chillout, invece, a predominare è una vibrazione di grande eleganza che solo l'oro lucido "ricamato" di diamanti può dare, mentre Rock'n'roll si esprime in un'alternanza di note alte date da corallo - ottenuto da un processo di sintesi di polveri di corallo naturale per una scelta di sostenibilità -, turchese, onice e gemme colorate, e note acute che si perdono nel "non colore" del diamante bianco.

Rock'n'roll, Chillout, Funky are the names of three of Verdi's most representative collections, a Valenza-based brand that, since 1971, has never stopped creating beauty according to its own codes based on innovative shapes and unusual combinations of the most precious raw materials. Verdi's new "melodies" are composed of a complex order of lines, volumes and nuances that are sometimes decisive, like those of coral or turquoise, and sometimes softer and more delicate, like those of semi-precious stones, white agate or enamels, a playful and unpredictable element of the Funky collection, embellished with the purest diamonds mounted on yellow, pink or white gold. Chillout is dominated by a highly elegant vibe and a touch of glamour that only polished gold "laced" with diamonds can give. And in Rock'n'roll the rhythm rises with every beat in an alternation of high notes, represented by coral - obtained, for sustainability's sake, through a process of natural coral powder synthesis -, turquoise, onyx and colored gems, and sharp notes that are lost in the "non-color" of white diamond.



TUANA JEWELLERY. Nella ultima collezione Tuana Jewellery, ha inserito ancora più colori e nuance, realizzate attraverso pietre e smalti splendidi, per venire incontro al desiderio delle persone di avere una vita e un umore più sereno e gioioso. Dal 2001, l'azienda turca con sede a Istanbul tocca infatti il cuore delle donne con i suoi gioielli, in particolare con gli oltre diecimila modelli di orecchini, di cui sono esperti nel settore, combinando uno stile classico a quello moderno, senza far rinunciare alla propria confort zone delle clienti, anche grazie a prodotti ultraleggeri.

In its latest collection, Tuana Jewellery has incorporated even more colors and shades, created with sparkling stones and enamels, to meet people's desire for a calmer and more joyful life and mood. Since 2001, the Istanbul-based Turkish company has been touching women's hearts with its jewelry, especially with its more than 10,000 models of earrings, in which they are experts, combining classic and modern styles without forcing their customers give up their comfort zone, also thanks to ultra-light products.

AWARENESS

ELHANATI



Dalla collezione multi-tematica Mediterranean Rock emergono i ricordi delle rocce, delle scogliere e delle montagne che hanno colpito la fantasia di Orit Elhanati durante uno dei suoi indimenticabili viaggi. Nata a Copenaghen da genitori di origini greche, israeliane e danesi, la designer unisce le linee minimaliste nordiche e l'energia misteriosa del Medio Oriente. I gioielli, realizzati in Danimarca attraverso metodi artigianali tradizionali, sono in oro massiccio riciclato e pietre sottoposte a un rigoroso processo di certificazione.

The multi-thematic Mediterranean Rock collection includes memories of rocks, cliffs and mountains that struck Orit Elhanati's imagination during one of her unforgettable journeys also emerge. Born in Copenhagen to parents of Greek, Israeli and Danish descent, the designer combines Nordic minimalist lines and the mysterious energy of the Middle East in one fell swoop. The jewelry, made in Denmark using traditional artisan methods, display the skill of handcrafting recycled solid gold and gems from local partners and undergo a rigorous certification process.



ISABELLE LANGLOIS
PARIS



Hall 5 Booth 133

29, rue Danielle Casanova, Paris 1^{er}

Il classico si rinnova

Dalla catena al solitario, i must della gioielleria si rinnovano attraverso design contemporanei

From the chain to the solitaire, jewelry must-haves are renewed through contemporary designs



UNOAERRE. Per l'esordio nell'autunno-inverno la capsule Dinamica è stata sviluppata nella collezione Bronzo con la maglia forzata ovale, quadrata, a navette, ora nella primavera-estate c'è da registrare la new entry della parure collana/bracciale/orecchini declinata in una nuova veste a maglie squadrate piatte, che nel caso degli orecchini si avvolge sinuosamente su se stessa. Il design rimane fedele a una geometria dalle linee semplici e minimali, il bronzo spicca per la sua purezza, senza ulteriori decori per lasciare campo libero alla catena nella sua infinita versatilità.

For its autumn-winter debut, the Dinamica capsule in the Bronzo collection was developed with oval, square and navette links. A new entry for spring-summer has now been introduced in a necklace/bracelet/earring set interpreted in a new look with flat square links, which in the case of the earrings wrap sinuously around themselves. The design remains faithful to a geometry with simple and minimal lines and the bronze stands out for its purity without further decoration leaving the field free for the chain's infinite versatility.



AWARENESS

FLEUR FAIRFAX



È la passione di tutta una vita quella che la designer Jane Fleur Strang Steel, fondatrice e direttrice creativa di Fleur Fairfax con studi di gemmologia alle spalle, nutre per il periodo georgiano e vittoriano. In Fleur Fairfax convivono pezzi di antiquariato e la linea moderna Regency Revival, sempre legata alla tradizione della gioielleria inglese, realizzata con solo oro riciclato al 100% e pietre preziose di provenienza responsabile. Come succede con l'anello Libro Fleur Fairfax che, realizzato a mano in oro 18 carati e decorato da smalti, è ispirato da un originale anello georgiano con apertura a libro del 1830 circa.

Designer Jane Fleur Strang Steel, founder and creative director of Fleur Fairfax with a background in gemology studies, has a life-long passion for the Georgian and Victorian periods. In Fleur Fairfax, antique pieces coexist with the modern Regency Revival line, again linked to the tradition of British jewelry, made entirely in 100% recycled gold with responsibly sourced precious stones. As is the case of the Fleur Fairfax Book ring which, handmade in 18-carat gold and decorated with enamels, was inspired by an original Georgian ring from around 1830 that opens like a book.



GOLAY. Golay, brand leader di World Diamond Group, grazie alla lungimirante visione imprenditoriale dell'amministratore delegato Giuliano Castrenze, da qualche anno ha intrapreso un percorso di sviluppo aziendale che fa perno sull'eccellenza, puntando su gioielli realizzati nei laboratori di Vicenza da maestri orafi e gemmologi. Golay si propone di offrire a ogni donna un gioiello che esprima valore, custodendo così il suo modo di essere unica: una luce che irradia emozioni. Proprio come Domina Luminosa, la collezione 2024/25 in uscita in primavera: protagoniste sono donne dai caratteri femminili diversi fra loro, che si affiancano ad Anna Tatangelo, già brand ambassador.

Thanks to the farsighted entrepreneurial vision of CEO Giuliano Castrenze, for several years now, Golay, World Diamond Group's brand leader, has been on a road to business development that centers on excellence and focuses on jewelry made in its Vicenza workshops by master goldsmiths and gemologists. Golay aims to offer every woman a piece of jewelry that expresses value, thus preserving her unique way of being: a light that radiates emotions. Just like Domina Luminosa, the 2024/25 collection due to come out in spring: the protagonists are women with different feminine characters, accompanied by Anna Tatangelo, the brand's current ambassador.



FOREVER UNIQUE. La fantasia è al potere nella linea Fancy, dove forme e colori si incontrano per dar vita a espressioni creative sempre diverse declinate nelle collezioni Ideal Fancy Cut e Fancy Color. La prima con solitari e ciondoli in cui il protagonista assoluto è il diamante bianco naturale dalla forma fantasia e dal taglio Super Ideal, che garantisce straordinarie performance di luce grazie alla proporzione di ciascuna delle 68 faccette che regalano brillantezza, lucentezza e fuoco ideali; la seconda con solitari e ciondoli con diamanti brown o yellow, continuando così il suo viaggio tra le meraviglie con Fancy Tina, Fancy Galaxy e Fancy Angel.

Imagination is king in the Fancy line, where shapes and colors meet to give life to ever different creative expressions interpreted in the Ideal Fancy Cut and Fancy Color collections. The former boasts solitaires and pendants in which the absolute protagonist is a natural white diamond with a fanciful shape and Super Ideal cut, thus guaranteeing extraordinary light performance due to the size of each of the 68 facets that provide ideal shine, sparkle and fire. The latter has solitaires and pendants with brown or yellow diamonds, continuing its journey among wonders with Fancy Tina, Fancy Galaxy and Fancy Angel.

NIVODA

Join the world's **no.1** diamond marketplace

- ✓ 1.6 million diamonds and 35,000 gemstones
 - ✓ Express delivery available*
 - ✓ Free 30 day credit**
 - ✓ 35 day returns policy***
 - ✓ Consolidated shipping and invoicing
-

Scan the QR code
to book a demo
www.nivoda.net



Visit us at Hall 2.1 Booth 163A

* Currently available in US, UK and Europe ** Subject to approval *** On selected stones

Immane modernità

Competenza e attenzione ai dettagli definiscono i termini dell'eccellenza del settore

Competence and attention to detail define the terms of excellence in the sector

LM INDUSTRY. LM Industry dimostra attenzione nei confronti del laboratorio artigianale e della grande industria. In particolare, il nuovo vibratore triangolare Chainmatic, in grado di aumentare volume, efficienza e qualità delle produzioni. Il concetto alla base dello sviluppo è l'ottimizzazione, obiettivo raggiunto grazie a una serie di caratteristiche. I telai specifici permettono di alloggiare 3 gancettiere separate e lavorare fino a 6 tipi diversi di catena contemporaneamente. La variante con PLC di ultima generazione permette la completa personalizzazione e automazione dei parametri produttivi, dal carico acqua e saponi fino al risciacquo. La struttura rialzata consente una maggiore pulizia ed ordine delle aree di lavoro, contenendo schizzi e fuoriuscite di sfere. Il nuovo Chainmatic garantisce la massima conformità nei risultati.

LM Industry is paying attention both to small artisan workshops and large manufacturing industries, especially with its new Chainmatic triangular vibrator which can increase volume, efficiency and production quality. The concept behind the development is optimization, an objective achieved due to a series of features: the specific frames provide housing for 3 separate chain holders and can process up to 6 different types of chains at the same time; the version fitted with the very latest PLC allows for complete personalization and automation of all production parameters, from loading water and soap right through to rinsing; the raised structure of the machine contains splash and loose ball bearings, hence work areas can be kept cleaner and tidier. The new Chainmatic ensures maximum compliance of the results.



MIORO. Con cinque decenni di storia – nasce nel 1974 – Mioro si è guadagnata un'ottima reputazione anche grazie a metodi di produzione innovativi e a una struttura aziendale leader del settore. I suoi punti di forza sono l'esperienza, la competenza tecnica e le eccezionali capacità della sua forza lavoro, che consentono all'azienda di soddisfare le esigenze in continua evoluzione del mercato e le richieste esigenti dei suoi clienti internazionali. Eccelle in particolare nella produzione di catene, offrendo varietà sia cave che solide, di eccezionale brillantezza e qualità. Da oltre un decennio, poi, utilizza l'elettroformatura per produrre pezzi unici in oro 18 e 21 carati, offrendo articoli con grandi volumi ma molto leggeri.

Founded in 1974, with five decades of history, Mioro has earned an excellent reputation thanks to innovative production methods and an industry-leading corporate structure. Its strengths are its experience, technical expertise and the exceptional skills of its workforce, which enable the company to meet the ever-changing needs of the market and the demanding requirements of its international customers. It particularly excels in the production of chains, offering both hollow and solid varieties of exceptional shine and quality. For more than a decade, it has been using electroforming to produce unique pieces in 18 and 21 carat gold, offering large yet exceptionally light items.



GOLD CHAIN WORLD
www.midas.com.tr



MIDAS. Conosciuta da oltre quarant'anni a livello internazionale per la realizzazione di gioielli, in particolare di catene piene e vuote, Midas è un'attività familiare con stabilimento industriale in Turchia e una sede centrale negli Stati Uniti, responsabile della distribuzione in tutto il nord america. Da decenni mantiene elevati standard di lavorazione che garantiscono ottima qualità grazie all'implementazione di strategie produttive in continua evoluzione e alla progettazione di un team di designer altamente qualificato. Inoltre, Midas attribuisce grande importanza ai programmi di responsabilità sociale seguendo il principio "Proteggi il tuo Ambiente. Proteggi il tuo futuro".

Known worldwide for more than four decades for making jewelry, particularly solid and hollow chains, Midas is a family-owned business with an industrial plant in Turkey and a central branch in the United States responsible for distribution throughout North America. For decades, it has maintained high standards of workmanship that ensure excellent quality due to implementing ever-evolving production strategies and to the work of a highly skilled team of designers. Moreover, Midas attaches great importance to social responsibility programs following the principle "Protect your Environment. Protect your future."



PIANO JEWELLERY. Piano Jewellery, azienda turca che produce gioielli anche con tecniche sperimentali, presenta in Fiera due nuove collezioni che si ispirano al mondo della musica. In Vivaldi, ispirata ai colori splendidi delle "Quattro Stagioni", riprende una frase del musicista: "Anche la felicità è insopportabile senza di me", sottolineando quanto tutte le stagioni siano indispensabili, così come i loro colori – in questo caso resi con pietre preziose – dicendo che a lui non sarebbe bastata solo la primavera. Amadeus, invece, si ispira al potere della musica, che nutre le anime con la sua bellezza visibile e palpabile. Come un gioiello prezioso.

Piano Jewellery, a Turkish company that also produces jewelry using experimental techniques, is presenting two new collections at the Show inspired by the world of music. Vivaldi, which draws on the splendid colors of the "Four Seasons", refers to the musician's quote: "Even happiness is unbearable without me" and how he would not have been satisfied with just spring, thus emphasizing how indispensable all the seasons, and their colors, are - in this case rendered with precious stones. Amadeus, on the other hand, is inspired by the power of music, which nourishes souls with its visible and palpable beauty. Like a precious jewel.

AWARENESS

OUSHABA



Con un nome che in arabo significa "lega" – a indicare una fusione culturale di idee e influenze – il marchio Oushaba è stato fondato a Londra nel 2023, per dare nobilitare materiali tecnologici scartati e promuovere, allo stesso tempo, il lavoro artigianale. I gioielli, in edizione limitata, sono realizzati a mano da orafi siciliani, combinando le tradizionali tecniche di fusione a cera persa con materiali moderni che in genere non sono considerati preziosi: una visione che sfida le nozioni preconcepite di preziosità, fornendo al contempo una soluzione alla crescente preoccupazione ambientale posta dai rifiuti elettronici.

With a name that means "alloy" in Arabic – indicating a cultural fusion of ideas and influences – the brand Oushaba was founded in London in 2023 with the aim of giving discarded technological materials a noble new life to and promoting craftsmanship. The limited-edition jewels are handmade by Sicilian goldsmiths, combining traditional lost-wax casting techniques with modern materials that are not generally thought of as valuable: a vision that challenges preconceived notions of preciousness, while providing a solution to the growing environmental concern over e-waste.

The future of jewellery is being able to tell a story of **love and of care**.
Introducing a blockchain powered **jewellery traceability solution**.
Technology meets craftsmanship



Step into Hall 3.1, Booth 220-222
for a partnership shaping the future of jewellery.

Percorsi tecnologici

Una nuova generazione di macchinari e lavorazioni per la produzione dei gioielli

A new generation of machinery and processes for the production of jewelry

KORAS. La tecnologia di Koras, specialista tedesco dei metalli preziosi, è oggi utilizzata in tutto il mondo nel campo dell'elettrolucidatura. L'ultima generazione di macchine compatte offre una serie di caratteristiche che migliorano ulteriormente le prestazioni del processo di lavorazione. La gamma di prodotti è stata ampliata con una variante più grande, denominata Aquapol® 200. Questo modello non è più un dispositivo da tavolo. L'Aquapol® 200 è progettato per lavorare volumi elevati in breve tempo: può gestire fino a 192 anelli per ciclo. La nuova ammiraglia Aquapol® è inoltre dotata delle caratteristiche già apprezzate dell'intera gamma. L'accessorio Vario Tank consente di risparmiare tempo e di aumentare l'affidabilità del processo.

The technology of German precious metal specialist Koras is now used worldwide in the field of electropolishing. The latest generation of compact machines offers a range of features that further enhance the performance of the machining process. The product range has been extended with a larger variant called Aquapol® 200. This model is no longer a workbench device. The Aquapol® 200 is designed to process high volumes in a short time: it can handle up to 192 rings per cycle. The new Aquapol® flagship is also equipped with the already popular features of the entire range. The Vario Tank accessory saves time and increases process reliability.



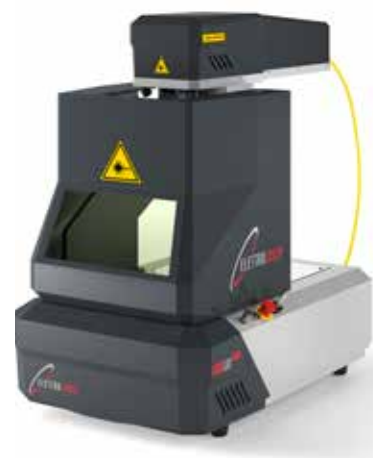
BUSCH & CO. Per rendere il lavoro più efficace, anche in termini di costi, Busch & Co. è sul mercato internazionale con una serie di utensili dalle elevate performance. I rulli Ramroller in metallo duro per la goffatura di materiali duttili sono realizzati con parte anteriore cilindrica rotonda e cilindrica piatta, quest'ultima particolarmente adatta per lavorare su gioielli quadrati e bordati. La faccia di entrambe le versioni è lucidata in modo uniforme per evitare il contatto involontario del materiale o la formazione di scanalature. Con l'introduzione dell'innovativo PavéCut (brevetto in attesa DE 10 2019 200 495.4), utilizzato per tagliare le impostazioni del pavé, l'azienda tedesca amplia la serie HighTech. La sua particolarità è la combinazione in un unico utensile di fresa elicoidale per perforatura e fresa tonda per modellatura e allargamento, riunendo così due fasi di lavoro in una.

To make work as efficient as possible, also in terms of costs, Busch & Co. is on the international market with a series of high-performance tools. The carbide Ramrollers for embossing ductile materials are made with a cylindrically round and a cylindrically at front, the latter being particularly suitable for working on square and edged jewelry. The front of both versions is uniformly polished to prevent inadvertent material contact or the formation of grooves. With the introduction of the innovative PavéCut (patent DE 10 2019 200 495.4 pending), used for cutting pavé settings, the German company has expanded its HighTech series. Its special feature is the combination of a helical cutter for pre-drilling and a round cutter for shaping and widening all in one tool, thus combining two steps in one.



ITALFIMET. Un innovativo processo di elettroformatura per la lavorazione di catene già assemblate: questa "rivoluzione" è frutto degli investimenti di Italfimet, l'azienda di Monte San Savino, in provincia di Arezzo, che, da sempre impegnata nella ricerca e nello sviluppo di nuove soluzioni in ambito galvanico, ha brevettato un macchinario all'avanguardia per permettere di effettuare l'elettroformatura in oro su gioielli e accessori fino a un metro e mezzo di lunghezza, andando così a efficientare e velocizzare la produzione delle aziende dei comparti di moda, oreficeria e bigiotteria. Il nuovo trattamento permetterà di lavorare direttamente la catena unita nella sua interezza con significativi benefici in termini di tempo, risorse e qualità del prodotto finito.

An innovative electroforming process for making pre-assembled chains: this "revolution" is the result of investments by Italfimet, a company based in Monte San Savino in the province of Arezzo, which has always been committed to researching and developing new solutions in the electroforming field. It has patented a cutting-edge machine for electroforming in gold on jewelry and accessories up to one and a half meters in length, thus increasing the efficiency and speed of production for companies operating in the fashion, jewelry and bijoux sectors. Now, the new treatment will process the chain directly in its entirety with significant benefits in terms of time, resources and quality of the finished product.



ELETTROLASER. Il 2023 è stato per Elettrolaser un anno di grandi cambiamenti, ma soprattutto di crescita ed espansione. Le acquisizioni di Taumac e ASEG Galloni hanno proiettato l'azienda veronese in nuove nicchie di mercato e a monte nella filiera di produzione del gioiello. Dalla sinergia creata da queste tre aziende nasce un soggetto capace di seguire chi opera nel comparto orafa dalla fusione del metallo alla finitura del gioiello. Inoltre la condivisione del know how e delle esperienze pregresse ha portato in tutte le aziende un rafforzamento del reparto di ricerca e sviluppo oltre ad un consolidamento della rete commerciale.

2023 was a year of great change but, above all, of growth and expansion. By acquiring Taumac and ASEG Galloni, the Veronese company has been propelled into new market niches upstream of the jewelry production chain. The synergy created by these three companies has given rise to an organization that is able to oversee those working in the goldsmith sector from metal casting to jewelry finishing. Furthermore, the sharing of know-how and previous experience has led each company to strengthen their research and development departments as well as to consolidate the sales network.

AWARENESS

LIA LAM



Indagare il carattere più discreto ed essenziale della simmetria è alla base del lavoro di Lia Lam, che ha fatto il suo debutto in gioielleria a febbraio 2022 con il lancio di quattro collezioni caratterizzate da un design architettonico e costruito con linee ergonomiche e pulite. Ispirata dal modernismo e da influenze concettuali che attingono allo stoicismo e ai valori scandinavi, Lia ama creare pezzi che esprimano il potere della delicatezza e della sottrazione. In oro 18 carati e platino, pietre preziose tracciabili e diamanti di qualità, i gioielli sono sapientemente realizzati a mano da artigiani di Londra, attraverso un iter progettuale rigorosamente fedele a principi di sostenibilità ed eticità.

Investigating the most discreet and essential character of symmetry is the basis of Lia Lam's work. She made her jewelry debut in February 2022 with the launch of four collections featuring an architectural design, built with ergonomic and clean lines. Inspired by modernism and conceptual influences that draw on stoicism and Scandinavian values, Lia loves to create pieces that express the power of delicacy and subtraction. In 18-carat gold and platinum, traceable gemstones and quality diamonds, the jewelry is expertly handcrafted by artisans in London using a design process that strictly adheres to principles of sustainability and ethicality.

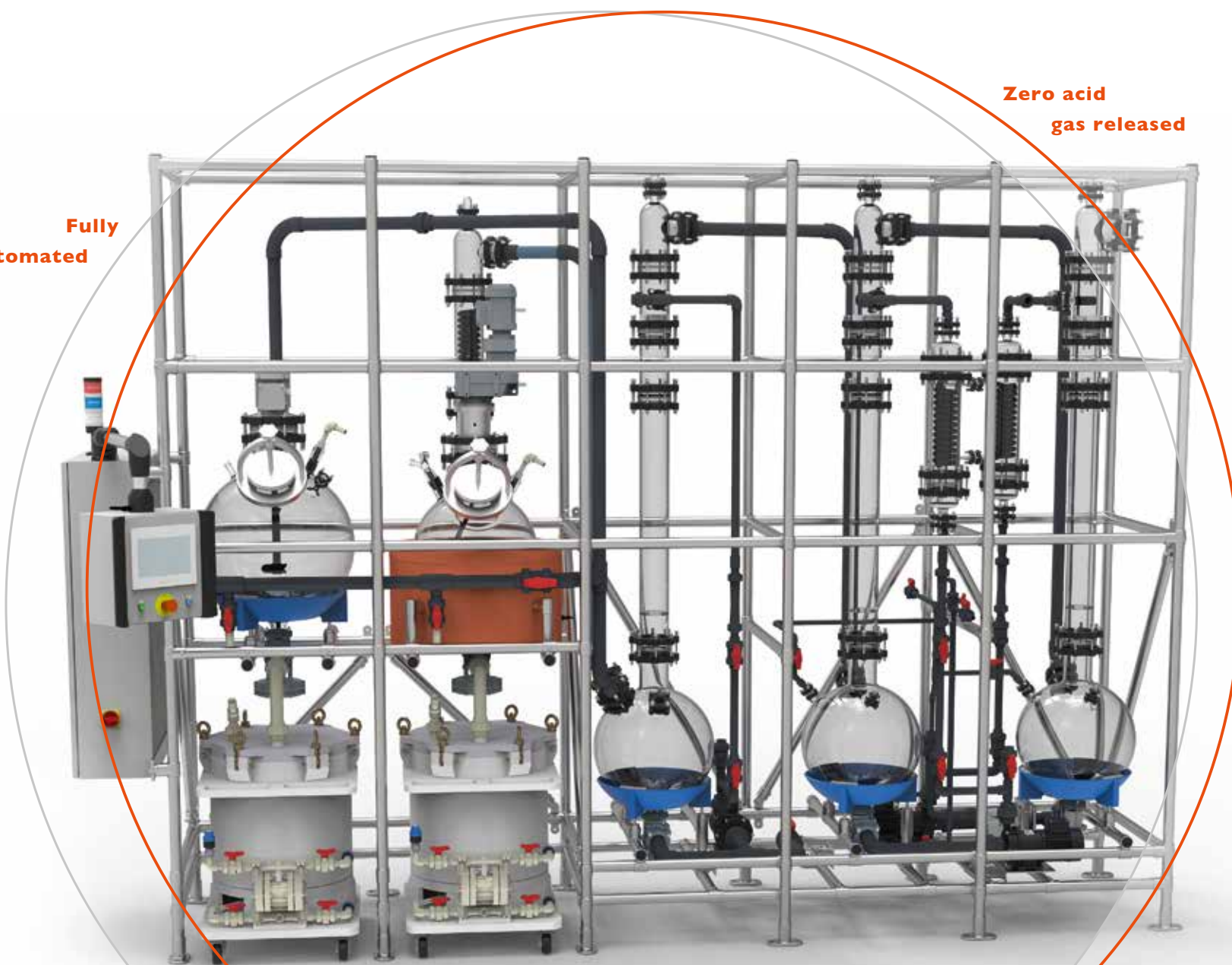
Revolutionizing Refinement

Puras[®] Gold

A sustainable way to pure gold

Fully
automated

Zero acid
gas released



New

Maximum yield after
8 hours: 100 kg of gold
alloy with a guaranteed
purity of at least 999.6/1000

KORAS[®]
PRECIOUS METAL RECYCLING

MADE
IN
GERMANY



Pad 9; Booth 041

www.koras-pmr.de

Tra ricerca e sviluppo

Un'altissima precisione caratterizza i nuovi metodi e processi proposti da aziende leader del settore

Extremely high precision characterizes the new methods and processes proposed by leading companies in the sector

SISMA. Azienda leader per la progettazione e la produzione di macchine da catena di altissima precisione, Sisma presenta una nuova evoluzione della SSK che permette di produrre la vera catena Snake non più nella sola versione rotonda, ma anche in quelle ovale e ovale allungata, detta "Sogliola". La catena priva di saldature viene ricavata concatenando i pezzi derivanti da una lastra tranciata, che può essere di diverso spessore in base alle differenti dimensioni di catena che si desidera ottenere. La macchina permette un'ampia visibilità dei movimenti dei punzoni durante tutto il ciclo di lavoro, evitando i continui fermi macchina per la verifica dei singoli passi durante l'attrezzaggio.

A leading company in the design and manufacture of high-precision chain machines, Sisma presents a new evolution of its SSK, a version that not only produces real Snake chain in its round version, but also in oval and elongated, flattened versions, known as "Sole". The unwelded chain is obtained by linking the pieces from a sheared plate, which can be of different thicknesses according to the various chain sizes required. The machine offers ample visibility of the punch movements throughout the working cycle, thus avoiding the need to continually stop the machine to check individual steps during the tooling process.



RIACEWAX. Il 2024 inizia con il lancio del nuovo iniettore Vision. Un innovativo concetto di pinza trasversale Open Frame e uno stile mai visto prima, unito a Volcano, il rivoluzionario gruppo iniezione per un iniettore ancora più stabile e potente. La facilità nel trovare i corretti parametri e la costanza dei risultati si unisce alla semplicità di posizionamento dello stampo per un'iniezione più rapida e dal risultato più affidabile, creando in poco tempo design unici. Il range di parametri ottimali per l'iniezione si amplia ulteriormente, per una produzione facile ed intuitiva e un risultato più accurato. Il nuovo iniettore è configurabile sia con interfaccia touch 7" per operatori che non necessitano della connessione alla rete sia con PC Industriale da 10" che è compatibile con i requisiti dell'Industria 4.0.



The year 2024 begins with the launch of Vision, a new injector. An innovative Open Frame transverse gripper concept and unprecedented styling, together with Volcano, the revolutionary injection unit for an even more stable and powerful injector. The ease with which the right parameters and consistent results can be found is joined by simple mold positioning for even faster injection and an even more reliable result, creating unique designs in no time. The range of optimal injection parameters is further extended for easy and intuitive production and an even more accurate result. The new injector can be configured either with a 7" touch interface for operators who do not need a network connection or with a 10" Industrial PC, which is compatible with Industry 4.0 requirements.



OROTIG. Progettata per affrontare le sfide più complesse delle aziende orafe, la nuova marcatrice Orotig consente di realizzare marcature tridimensionali ad alta definizione su oggetti in metallo. Perfetta per la creazione di stampi e coni, RR Cellini garantisce tempi di lavorazione ridotti fino a dieci volte rispetto a processi quali l'elettroerosione o la fresatura, assicurando un'altissima precisione anche nelle marcature di dettaglio. Il software proprietario e l'interfaccia semplice e intuitiva permettono a tutti gli operatori di realizzare marcature in pochi click e di produrre stampi identici tra loro. La nuova nata è espressione degli investimenti in ricerca e sviluppo dell'azienda, impegnata a portare in tutto il mondo tecnologie made in Italy all'avanguardia.

Designed to tackle jewelry manufacturers' most complex challenges, the new Orotig marker produces high-definition, three-dimensional markings on metal objects. Ideal for crafting molds and dies, RR Cellini guarantees ten times less processing times compared to methods like electro-erosion or milling, as well as exceptional precision and highly-defined details. The specially developed proprietary software and user-friendly interface allows all operators to effortlessly create markings in just a few clicks and to produce identical molds. This new addition reflects the company's investments in research and development and its constant commitment to taking cutting-edge Made in Italy technologies into the world.



NIQUA. Specializzato nella produzione di utensili di precisione per l'incastonatura delle pietre, Niqua è oggi guidata da Joachim Nick, quinta generazione della famiglia che l'ha creata nel 1897. Oltre all'ampia gamma già esistente di frese, punte e utensili per bordatura di alta qualità, ha recentemente sviluppato 2C1 e 2C2, frese a tazza con due tagli per un lavoro eccellente e pulito nella formazione di punte perfettamente uniformi. A queste si aggiunge la fresa da taglio speciale chiamata HT - novità presentata a T.Gold -, sviluppata in collaborazione con gli incisori italiani per tagliare canali super puliti. L'azienda, il cui nome è l'unione di Nick e Quality, ha ora stabilimenti in Germania e Svizzera e rappresentanze dirette in Italia e negli Stati Uniti.

Specializing in the production of precision stone setting tools, Niqua is now led by Joachim Nick, the fifth generation of the family that created the company in 1897. In addition to its existing wide range of high-quality milling cutters, drills and beading tools, it has recently developed the 2C1 and 2C2, double-cutter cup milling cutters for excellent, clean work in the formation of perfectly even points. These are joined by a special cutting cutter called HT - a new entry presented at T.Gold - developed in cooperation with Italian engravers to cut super-clean channels. The company, whose name is the union of Nick and Quality, now has premises in Germany and Switzerland and direct representation in Italy and the USA.

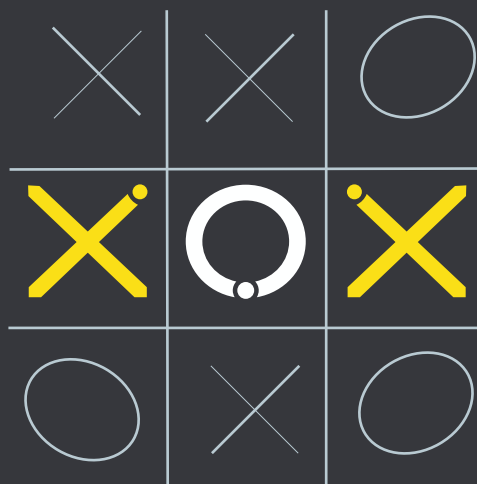
AWARENESS

DOSISG6C



La designer cinese Beichen (Esther) Guan ha fondato DOSISG6C a Londra nel 2020. Il brand persegue la massima qualità integrando la sostenibilità e la consapevolezza ambientale in ogni aspetto. Tutti i materiali provengono da canali legalmente autorizzati e da fornitori affidabili. E una grande attenzione risiede nel tracciare l'origine di ogni pietra preziosa, per garantirne l'autenticità e la qualità. La designer crede che l'utilizzo di materiali naturali nei propri prodotti non solo offra una qualità e un valore maggiori per i clienti, ma contribuisca anche alla preservazione dell'ambiente e all'equilibrio ecologico.

Chinese designer Beichen (Esther) Guan founded the jewelry DOSISG6C in London in 2020. The brand pursues the highest quality by integrating sustainability and environmental awareness into every aspect. All the materials are sourced from legally authorized channels and reliable suppliers. And they take great care to trace the origin of each gemstone, ensuring its authenticity and quality. The designers believe that using natural materials in products not only provides greater quality and value for the customers, but also contributes to environmental preservation and ecological balance.



Only for Luxury Retailers

Il Software nato insieme alle GIOIELLERIE ITALIANE!

PER INIZIARE STARTER EDITION

È IL NUOVO ARRIVATO!

Siamo partiti dal Software completo per Produttori e Brand di gioielleria, quello che usano i nostri più grandi e strutturati Clienti.

Da qui abbiamo creato la versione **STARTER EDITION**. È già pronta all'utilizzo, semplice ma completa, estremamente economica e soprattutto adatta anche alle piccole imprese.

Perfetta per iniziare, e quando crescerai, pronta per essere commutata nella versione **UNLIMITED EDITION** senza dover reinvestire da capo.

SU MISURA UNLIMITED EDITION

È IL NOSTRO TOP DI GAMMA!

ERP, CRM, MES, SALES B2B, BUSINESS INTELLIGENCE e perfino CMS e ECOMMERCE, tutto in un unico software, specifico per Produttori e Brand di gioielleria.

Le nostre collaborazioni hanno dato vita ad un applicativo che coinvolge e gestisce tutti i rami di impresa, garantendo performance impensabili prima d'ora, tutte in tempo reale.

Da oggi però, la versione **UNLIMITED EDITION** si migliora. Possiamo personalizzarla in dettaglio grazie alla nuova tecnologia SEP (Systems Engineering Plugin).

25 ANNI DI SUCCESSI

VICENZAORO

HALL 2 | STAND S3

Soluzioni ad hoc

Visioni lungimiranti e attitudine green dedicate ai professionisti del mondo della gioielleria

Far-sighted visions and green attitude dedicated to professionals in the jewelry world



G.B. F.LLI BERTONCELLO. In grado di rispondere alle esigenze dei professionisti in cerca di qualità, tecnologia e sicurezza, Alpha 24 e Sincro SY3 sono due forni altamente performanti realizzati grazie al know-how che caratterizza dal 1958 l'azienda di Romano d'Ezzelino, in provincia di Vicenza, leader internazionale nella produzione di forni destinati al settore orafa, ma non solo. Alpha 24, forno per la cottura di cilindri in gesso, è sinonimo di efficienza nel campo della microfusione. Grazie alla tavola rotante e a un sistema di ricircolo dell'aria, la temperatura all'interno del forno rimane uniforme. Inoltre, è possibile identificare e richiamare ciascun cilindro di fronte alla porta automatizzata. Sincro SY3, forno a campana per ricottura e raffreddamento in vasca d'acqua con ciclo completamente automatico, è una garanzia per la ricottura nel settore della gioielleria e dell'orologeria. Grazie al suo design verticale, studiato anche per garantire comfort lavorativo e sicurezza all'operatore, è unico nel suo genere.

Able to meet the needs of professionals in search of quality, technology and safety, Alpha 24 and Sincro SY3, are two high-performance furnaces created through the know-how for which the company from Romano d'Ezzelino in the province of Vicenza, an international leader since 1958 in the production of furnaces, and not only for the jewelry sector, is well-known. Alpha 24, a furnace for ring plaster cylinders, is synonymous with efficiency in the field of casting. Thanks to the rotating table and an air recirculation system, the temperature inside the furnace remains uniform. Moreover, each cylinder can be identified and recalled to the front of the automated door. Sincro SY3, a bell furnace for annealing and cooling in a water bath with a totally automatic cycle, is a veritable hallmark for annealing in the jewelry and watchmaking industry. Its vertical design, purposely studied to ensure operating comfort and operator safety, makes it one-of-a-kind.

GET
THE LOOK

LOVE TO
INDIA



Naeem Khan

TOPCAST. Al fine di superare i limiti imposti dalla rarità e dalla difficoltà di estrazione di metalli preziosi, Topcast offre un'ampia gamma di soluzioni in economia circolare dedicate in particolare al gruppo dei Platinoidi (PGM), quali: TMF-PGM, forni per smelting e granulazione in acqua fino a 40 kg Pt/batch; TMA-W, atomizzatori ad acqua per polveri sotto i 300 um e 20 kg Pt/batch; TCE, forni sottovuoto per microfusione a cera persa fino a 1.5 kg/batch; TVM, forni ad alto vuoto per linee di produzione di lingotti commerciali conformi ai Good Delivery Standards (LPPM) con capacità fino a 30 kg Pt/batch. L'azienda di Monte San Savino, in provincia di Arezzo, conferma così di avere una visione lungimirante e un'attitudine green a trecentosessanta gradi.

In order to overcome the limitations imposed by the rarity and extraction difficulties of precious metals, Topcast offers a wide range of circular economy solutions specifically for platinum group metals, such as: TMF-PGM, furnaces for smelting and granulation in water up to 40 kg Pt/batch; TMA-W, water atomizers for powders below 300 um and 20 kg Pt/batch; TCE, vacuum furnaces for lost wax investment casting up to 1.5 kg/batch; TVM, high-vacuum furnaces for commercial ingot production lines conforming to Good Delivery Standards (LPPM) with capacities up to 30 kg Pt/batch. The company from Monte San Savino, in the province of Arezzo, thus confirms its far-sighted vision and all-round green attitude.



INDUTHERM. Un sistema di fusione totalmente innovativo e altamente professionale per la fusione di gioielli in platino: Indutherm si affida a un sistema di pressione e inclinazione automatico appositamente sviluppato. Ciò significa che il nuovo MTC 100 V non solo può essere progettato per essere molto compatto, ma consente anche un eccellente riempimento dello stampo sia per getti delicati che solidi. Il nuovo macchinario può essere utilizzato anche per la fusione con altre leghe, come oro e argento, utilizzabile negli stampi per gioielleria, ma anche nelle lingottiere. L'altra novità è il sistema di colata sotto pressione VC 460 V: il nuovo sistema di chiusura e bloccaggio automatico della camera a vuoto rappresenta un salto in avanti in termini di comfort. Anche il sistema di vibrazione è stato ulteriormente migliorato per trasmettere le vibrazioni in modo ancora più mirato ed efficace.

A completely new and highly professional casting system for platinum jewelry: Indutherm relies on a specially developed, automatic pressure and tilting system. This means that the new MTC 100 V is not only designed to be extremely compact, but also enables excellent mold filling for both delicate and solid castings. The new machine can also be used for casting with other alloys, such as gold and silver and used in molds for jewelry. Moreover, it can also cast ingots. The other new entry is the new VC 460 V vacuum pressure casting system: the vacuum chamber's new automatic closing and locking system is an enormous leap forward in terms of comfort. The vibration system has also been further improved and now transmits vibrations even more specifically and effectively.

Un glam che è ponte tra oriente e occidente caratterizza un look da gran soirée, omaggio contemporaneo all'India e ai suoi simboli tradizionali. I grandi cerchi riproducono lo stesso profilo del paisley, usato come pattern decorativo dell'abito. Sulla passerella di Naeem Khan, per la collezione S/S 2024.

A glam that forms a bridge between East and West characterizes a grand soirée look, a contemporary homage to India and its traditional symbols. The large hoops reproduce the same outline as the paisley in the decorative pattern for the dress. On the Naeem Khan catwalk for the S/S 2024 collection.





INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

Visit our Minilab
and receive your report
on the spot!

Find us at
Hall 3.0 Booth 128



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

igi.org

Ricchezza culturale

Gioielli di nobile fattura in cui l'heritage di marchi storici si fonde a un approccio innovativo

Jewels of noble workmanship in which the heritage of historical brands merges with an innovative approach



ZEN DIAMOND. Zen Diamond, leader nel settore dei gioielli con diamanti in Turchia, offre collezioni e gioielli con diamanti moderni aggiungendo un approccio innovativo all'esperienza ereditata da una famiglia che crea gioielli di alta qualità dal 1890. Con la più grande capacità produttiva in Europa, Zen Diamond soddisfa le più diverse aspettative, nonché budget di ogni genere, offrendo un'ampia gamma di prodotti con diamanti. Le collezioni non comprendono solo i classici must come solitari e fedi nuziali, ma anche gioielli con pietre colorate da indossare in ogni occasione. Zen Diamond produce anche vari accessori per uomo, come orologi, fermacravatte, gemelli, penne, portafogli e cinture, anch'essi con diamanti. A tutto ciò si aggiungono alcune collezioni esclusive: dopo aver firmato un accordo con la National Geographic Society ed essere il primo e unico produttore di gioielli dell'istituzione, ha creato la National Geographic collection, ora distribuita in tutto il mondo, anche grazie alla presenza del brand nelle più grandi fiere internazionali di gioielleria.

Zen Diamond, a leader in diamond jewelry in Turkey, offers modern diamond collections and jewelry by adding an innovative approach to the experience inherited from a family that has been creating high-quality jewelry since 1890. With the largest production capacity in Europe, Zen Diamond meets the most diverse needs and budgets of every kind by offering a wide range of diamond products. The collections include not only classic must-haves such as solitaires and wedding bands, but also jewelry with colored stones to wear on any occasion. Zen Diamond also produces various accessories for men, such as watches, tie clips, cufflinks, pens, wallets and belts, all sporting diamonds. Moreover, the company also boasts several exclusive collections: after signing an agreement with the National Geographic Society and being the institution's first and only jewelry manufacturer, it created the National Geographic collection, now distributed worldwide, also thanks to the brand's participation at the biggest international jewelry fairs.

GET THE LOOK

DANCING SILVER



Patou



PALMIERO JEWELLERY DESIGN.

Lo "scrigno" di Palmiero Jewellery Design si arricchisce di due importanti novità. Alter, l'iconico orologio-gioiello, viene presentato in nuove varianti di colore, come la versione in diamanti bianchi e zaffiri blu sfumati su oro bianco. La tecnologia brevettata, con la possibilità di ruotare tre diversi design all'interno dell'orologio a seconda delle occasioni, lo rende sempre più all'avanguardia. Sinuosity, invece, è la collana masterpiece che l'atelier rinnova e propone in una inedita veste tempestata di diamanti bianchi e con una importante rubellite a goccia di colore intenso di circa 20 carati.

Palmiero Jewellery Design's "treasure chest" has been further enriched with two important new additions. Alter, the iconic jewel-watch, is presented in new color variations, such as the version in white diamonds and blue nuanced sapphires on white gold. The patented technology by which three different faces can be rotated inside the watch according to the occasion, makes it increasingly avant-garde. Sinuosity, on the other hand, is the masterpiece necklace that the atelier has renewed and is proposing in an unprecedented guise studded with white diamonds and boasting a large deeply colored, drop-shaped rubellite of about 20 carats.



OXYGÈNE. La natura come fonte di ispirazione, come bacino inesauribile di idee, come motore continuo di emozioni: da oltre trent'anni Oxygène ha un rapporto privilegiato proprio con quella natura che, generosa, "fornisce" gemme e perle preziose, materia prima di piccoli capolavori da indossare. L'abilità sta tutta nel sapere accostare in maniera originale i colori, nel saper disegnare forme sempre diverse, seppure classiche, cercando di seguire le regole estetiche contemporanee. Così, sempre attenta a interpretare i trend, tra le tante pietre selezionate con cura Oxygène eleva ancora una volta la morganite a regina della stagione: per le sue sfumature che creano un gioco naturale di trasparenze, per la sua delicatezza cromatica che si adatta in modo sinuoso a ogni forma, per il suo fascino femminile dagli accenti delicati è al centro dei gioielli in oro rosa illuminati dai diamanti in un lieve contrasto con la centralità della pietra.

Nature as a source of inspiration, an inexhaustible reservoir of ideas, a continuous engine of emotions. For more than thirty years, Oxygène has had a privileged relationship with nature, which so generously "supplies" precious gems and pearls, the raw materials of tiny wearable masterpieces. The skill lies in knowing how to combine colors in an original way, how to design shapes that, although classic, are always different, and trying to follow contemporary aesthetic rules. Therefore, while always attentive to interpreting trends, of all the many carefully selected stones, once again Oxygène has crowned morganite queen of the season. With its colors that create a natural play of transparencies, its chromatic delicacy that adapts sinuously to every shape, its feminine charm and delicate accents, morganite is at the center of rose gold jewelry, illuminated by diamonds in a slight contrast with the stone's centrality.

Un outfit teso a catturare i ricordi nostalgici delle lunghe notti estive trascorse a ballare solo per il gusto di ballare e sentirsi bene. Complici dello stile, guanti, cinture, dettagli e accessori scintillanti abbinati all'intramontabile colore per la sera: il nero. Sulla passerella di Patou, per la collezione S/S 2024.

An outfit intended to capture nostalgic memories of long summer nights spent dancing just for the sake of it and feeling good. Accomplices in the style are gloves, belts, sparkling details and accessories combined with the timeless color for the evening: black. On the Patou catwalk for the S/S 2024 collection.



WORLD DIAMOND GROUP

ITALIAN FINE JEWELRY

GOLAY

LUMINOUS EMOTIONS



DIAMOND

MASTERPIECES OF LIGHT

MIKIKO

AUTHENTIC BEAUTY

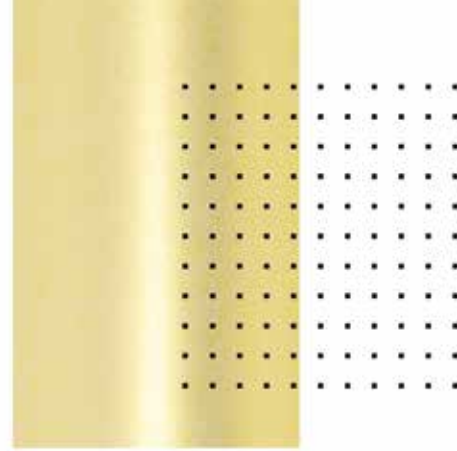
NIHAMA

EVERYDAY PEARLS

DE BEERS
FOREVERMARK

HALL 7 - STAND 220

ANNA TATANGELO PER GOLAY



INSPIRATION



BSP PICO



since 1961

Pav. 9 (T.GOLD)
stand 161/190

Sistema di marcatura e incisione con sorgente laser ultracorto.

BSP PICO, studiato per marcature e incisioni di **elevata qualità estetica** e di **altissima ripetibilità** su pezzi finiti evitando processi di pulizia e rilavorazione. Il software di interfaccia SLC³ "user-friendly", associato al **sistema di visione CVS**, permette di trasferire agevolmente le creazioni dei designer e dei maestri orafi sull'oggetto finito grazie a numerose funzioni avanzate che semplificano e automatizzano il lavoro dell'operatore. La **funzione metrica**, in particolare, permette di lavorare lo stesso file grafico su anelli di diverse misure senza la necessità di ricentrare o riposizionare l'oggetto; il software gestisce gli scostamenti in modo completamente automatico garantendo una perfetta centratura anche senza l'intervento manuale dell'operatore.

Marking and engraving system with ultrashort fiber laser source.

BSP PICO, designed for marking and engravings processes of **high aesthetic quality** and **very high repeatability** on finished pieces, avoiding cleaning and rework processes. The user-friendly SLC³ interface software, combined with the **CVS vision system**, allows the creations of designers and master goldsmiths to be easily transferred to the finished objects thanks to numerous advanced functions that simplify and automate the operator's work. The **metric function**, in particular, allows to work the same graphic file on rings of different sizes without the need to re-center or reposition the object; the software manages the deviations completely automatically, guaranteeing perfect centering even without manual intervention by the operator.

SISMA S.p.A.

Piovene Rocchette (VI) Italy - tel. [+39] 0445 595511 - info@sisma.com - www.sisma.com



 **sisma**

Getting Around

VO70 YEARS
vicenzaoro

HALL 8
WEST ENTRANCE
+ FAST LANE

<p>1 Guardaroba Cloakroom</p> <p>2 Vivaticket Vivaticket</p> <p>3 Medico Doctor</p> <p>4 Amministrazione Administration</p> <p>5 Ufficio ProSTAND ProSTAND Office</p> <p>6 Servizio Espositori Casseforti Romolo Urbani Exhibitor Service Point Romolo Urbani Safe</p>	<p>7 Desk Scuole - Desk JGTD24 + SIJE24 School Desk - JGTD24 + SIJE24 Desk</p> <p>8 Redazione VO+ VO+ Editorial Office</p> <p>9 Expotrans Expotrans</p> <p>10 Guardia di Finanza Finance Police</p> <p>11 Portineria Uffici Concierge Offices</p> <p>12 Sales Office Sales Office</p>	<p>13 Welcome Lounge Welcome Lounge</p> <p>14 Bookshop Trendvision Media Village - Area Interviste Trendvision Bookshop Mediavillage - Interview Area</p> <p>15 Buyers Reception Buyers Reception</p> <p>16 Assistenza Biglietteria Online Ticket Online Service Point</p> <p>17 Bancomat ATM point</p> <p>18 Deposito Bagagli - Guardaroba Cloakroom - Luggage Deposit</p>
<p>19 Guardaroba Buyers Buyers Cloakroom</p> <p>20 Educational Hub Educational Hub</p> <p>21 Sala Stampa Press Room</p> <p>22 Carabinieri Carabinieri</p> <p>23 Logistica Polizia Police Station</p> <p>24 Ufficio Denunce Polizia Police Complaints Office</p>		

14

Mappa info utili Map useful info

VICENZAORO Showguide January 2024

15

FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

HALL 7 | BOOTH 384
FABERGE.COM



FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

HALL 7 | BOOTH 384

FABERGE.COM

