



FOLLOW US ON FACEBOOK  
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

# VO+ Daily

VO  
vicenzaoro  
the jewellery  
boutique show  
MARCH



FOLLOW US ON INSTAGRAM  
instagram.com/vo\_plusjewelry

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.159

ITALIAN EXHIBITION GROUP  
Providing the future

ISSUE 5. Lunedì, 21 Marzo 2022

## Una Evoluzione Continua

**Chiude il Jewellery Boutique Show, con un quadro positivo del settore in termini di fatturato dell'export e prime assolute ad arricchire lo scenario del business, con temi quali sostenibilità, blockchain e formazione >p.2**

*The Jewellery Boutique Show closes with a positive outlook of the sector in terms of export turnover and absolute firsts to enrich the business scene, with themes like sustainability, blockchains and training >p.2*



### EDITORIAL

FEDERICA FROSINI  
DIRETTORE VO+ MAGAZINE

Secondo Platone, "ciò che non si possiede né si conosce, non si può dare né insegnare ad altri". Tramandare sapere e conoscenza alle generazioni successive, già da allora era riconosciuto come uno dei valori più grandi appartenuti all'uomo, in un processo di accrescimento del livello di conoscenza, necessario per la crescita della società. Nell'antica Grecia, infatti, intorno al V secolo A.C., era in vigore un modello di educazione e formazione chiamato *Paideia*, che non si riferiva solo all'istruzione dei ragazzi, ma soprattutto al loro sviluppo etico, una forma elevata di cultura che potesse aiutarli all'inserimento nella società. La formazione come passaggio di idee, di pensiero, di cultura e di saper fare, è un tema cui, nel tempo, tutte le culture hanno dedicato energie e risorse e, oggi come ieri, rimane uno snodo cruciale e sensibile sul quale occorre necessariamente fare leva per dare continuità a quanto facciamo. Un "diktat" cui non ha fatto eccezione neanche IEG, che in questi anni ha investito sempre di più su questo tema, tessendo partnership e collaborazioni atte a supportare la formazione e a tramandare un know-how che tutto il mondo ci invidia. Nonostante in questi giorni i numeri siano stati poco confortanti in merito alla domanda di forza lavoro richiesta da tutto il

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

LUNEDÌ 21 MARZO 2022

### FOCUS

#### Federorafi

Il report del settore per l'anno 2021 su dati Istat. *The sector's 2021 report according to Istat data.*

>p.10



### TREND

#### Otherworldly

Esplosivi, camaleontici, mutevoli: i gioielli che sembrano provenire da mondi alieni. *Explosives, chameleon-like, changeable: the most unusual jewels seem to come from alien worlds.* >p.16



### FOCUS

#### Uno Sguardo al 2023

"The Jewellery TrendBook" svela gli scenari che interesseranno il mondo del gioiello. *"The Jewellery TrendBook" unveils the scenarios that will influence the jewelry world.* >p.10

## I Segnatempo del Futuro? In EcoTitanium e Acciaio Riciclato

**Fra i relatori di VO'Clock Privé, anche Carlo Maria Ceppi, Heritage Curator di Panerai, che ha delineato l'evoluzione ecosostenibile della maison fiorentina di alta orologeria**

«Il mio ruolo mi impone di concentrarmi sul patrimonio storico, ma il focus che sta dominando in azienda è quello dell'economia circolare e sostenibile, che già in

tempi non sospetti ha puntato su questa tematica estremamente urgente. Nel 2014 abbiamo infatti rinnovato la sede della manifattura di Neuchatel, seguendo tutti i dettami dell'architettura ecocompatibile, vale a dire drastica riduzione delle emissioni di anidride carbonica e impianti di riscaldamento senza l'utilizzo di alcun tipo di idrocarburo o inquinante. Tale filosofia è diventata anche il mood delle collezioni Panerai, che di recente ha portato

al lancio del Submersible e-LAB ID, l'orologio con la più alta percentuale di materiali riciclati mai prodotto, che in numeri vuol dire il 98,6% del totale dei metalli impiegati per la cassa e i movimenti. La nostra tendenza è e sarà sempre più quella di perseguire questa strada, prova ne è anche il Luminor Marina eSteel, con il 58,4% di acciaio riciclato. Un know-how importante che l'azienda ha deciso di condividere con tutto (segue a pagina 4)

## Cresce il Mercato dell'Orologeria

**Presentati dal Presidente di Assorologi Mario Peserico i nuovi dati del settore orologiero che ha recuperato quote di mercato**

Nuove sfide per il settore dell'orologeria che si apre alla nuova Gen Z, protagonista di un'ondata di cambiamento a seguito del boom del second hand. Ma veniamo ai numeri che segnano una netta ripresa del settore. In Italia, il fatturato to-

tale degli orologi da polso vale circa 1,86 miliardi di euro (dati 2021). Evidenti i segnali di resilienza del mercato nazionale, insieme a una ripresa del settore con un +23% rispetto al 2020 (1,51 miliardi di euro). Sono questi i dati rassicuranti presentati nel corso di VO'Clock da Mario Peserico, Presidente Assorologi, come anteprima dell'elaborazione effettuata da GFK, che si inseriscono in un quadro di recupero complessivo del settore del lusso. (segue a pagina 4)





# Una Evoluzione Continua

(segue dalla prima)

Al grande potere di sintesi dei numeri spetta la chiusura dei lavori di questa edizione di Vicenzaoro, che ha visto la partecipazione di più di 1000 brand espositori e oltre 300 buyer ospitati provenienti da 50 Paesi. A questi dati "interni" al Jewellery Boutique Show si aggiungono quelli che raccontano di un panorama orafa-gioielliero in netta ripresa, che ha chiuso il 2021 con una crescita del +54% sul 2020, per un giro di affari stimato a quasi 8,8 miliardi di euro, superiore dell'+11,9% anche rispetto al 2019. Andando ancora più nel dettaglio, fra i Paesi di riferimento del made in Italy per l'export ci sono gli Stati Uniti, con un +61% sul 2019 che lo collocano sul gradino più alto del podio. Forse anche grazie a questa aria di ripresa che ha rivitalizzato tutto il comparto, questi cinque giorni vicentini sono stati l'occasione giusta per varare novità assolute. Proprio agli Stati Uniti guarda "Piazza Italia. Stronger Together", nuovo modello di business che punta su evoluzione, innovazione e connessione per la ripartenza, nonché hub del made in Italy nel cuore di Manhattan, dove da oggi i brand di moda, accessori, design e, ovviamente, di gioielleria, potranno trovare uno spazio dedicato di networking e co-working per far sentire ancora di più la propria voce oltreoceano. Altra prima assoluta è stata l'Assemblea Generale di CIBJO interamente dedicata alla sostenibilità, cui hanno preso parte oltre 50 delegati stranieri e svariate centinaia di "ospiti" collegati in streaming. Momento significativo che sembra quasi aver suggellato i due anni di intensa attività che CIBJO ha investito sulla formazione, realizzando decine di webinar seguiti da 40.000 partecipanti connessi da tutti e cinque i continenti. Al Presidente Gaetano Cavalieri è toccato poi l'onore di annunciare

l'avvio nelle prossime settimane del primo corso specifico sulla gioielleria per la creazione di una figura professionale riconosciuta, anche in Italia, da Uni, quella cioè del "Sustainable Manager" certificato. E di certificazione ufficiale si è parlato anche al talk di Assocoral, il cui Presidente Vincenzo Aucella ha presentato in anteprima il primo marchio collettivo "Made in Torre del Greco", blockchain a tutela di quel know-how che da sempre identifica un territorio e un'industria rinomata nel mondo, quella del corallo e del cammei artistico. Al debutto anche il format ideato da IEG per l'industria orologiera, VO'Clock Privé, "salotto" dei segnatempo contemporanei animato da talk e momenti di formazione per appassionati e addetti ai lavori, oltre che da qualche bella new entry sul mercato. Fra queste, ha spiccato su tutte la presentazione del Locman Montecristo OISA 1937, movimento meccanico proposto in limited edition e interamente creato da due aziende leader dell'orologeria italiana, "evento" che non accadeva da più di 50 anni. Parlando di formazione, non si possono non menzionare due highlight emersi in questi giorni: l'Artisans acceleration program, progetto varato da Fondazione Mani Intelligenti per intercettare studenti interessati al comparto, e l'Assemblea della Rete TAM (Tessile, Abbigliamento, Moda), che ha finalmente trovato in Vicenzaoro un giusto referente per approcciare il mondo del gioiello. Un insight a quello della tecnologia lo ha offerto invece T.Gold, che ha visto come sempre la partecipazione delle migliori realtà industriali in ambito di tecnologia applicata a tutta la filiera, dal disegno in 3D all'ultima rifinitura di pietre e metallo, financo ai device più innovativi, presentati nell'area Startup & Carats, organizzato da IEG in collaborazione con

Agenzia ICE. Alla partnership con Legor Group si deve invece l'organizzazione della diciassettesima edizione del JTF - Jewelry Technology Forum, seminario di formazione per lo sviluppo tecnologico del settore, i cui abstract sono già disponibili sul sito [jtf.it](http://jtf.it), in un'idea di condivisione della conoscenza.

*The power of summing up numbers is the closing force of this edition of Vicenzaoro, which saw the participation of more than 1,000 exhibiting brands and over 300 hosted buyers from 50 countries. In addition to these "internal" figures at the Jewelry Boutique Show, there are also those that reveal a gold and jewelry scene in clear recovery, having closed 2021 with a growth of +54% compared to 2020, for a turnover estimated at almost 8.8 billion Euros, 11.9% higher than 2019. Going into even greater detail, the United States, among the countries of reference for Italian exports, registered a 61% increase compared to 2019, placing it on the top step of the podium. Perhaps it was also due to this air of recovery, which has revitalized the entire sector, that these five days in Vicenza offered the right moment to launch some absolute new initiatives. "Piazza Italia. Stronger Together" focuses on the United States with its new business model, based on evolution, innovation and connection for the re-start, and that is also a Made in Italy hub in the heart of Manhattan, where, as of today, fashion, accessories, design and, of course, jewelry brands can find a dedicated networking and co-working space to make their voices even louder on the other side of the ocean. Another absolute first was the CIBJO General Assembly entirely dedicated to sustainability, attended by over 50 foreign delegates and several hundred "guests" connected via streaming. A significant moment that seems to have sealed the two years of intense activity that CI-*

*BJO has invested in training, creating dozens of webinars followed by 40,000 participants connected from all five continents. President Gaetano Cavalieri then had the honor of announcing the forthcoming start of the first specific course in jewelry to create a professional figure, namely the certified "Sustainable Manager", recognized by Uni and in Italy. Official certification was also discussed at the talk organized by Assocoral, whose President, Vincenzo Aucella, presented a preview of the first "Made in Torre del Greco" collective brand, a blockchain to protect the know-how involved in producing coral and artistic cameos, a world-famous activity for which the territory has always been known. Also making its debut was VO'Clock Privé, IEG's new format for the watchmaking industry. A contemporary timepiece "lounge" animated by talks and training sessions for enthusiasts and experts, as well as some fine new entries on the market. One of the main highlights was the presentation of the Locman Montecristo OISA 1937, a limited-edition, mechanical movement created entirely by two leading Italian watchmaking companies, something that has not taken place for over 50 years. Speaking of training, we cannot fail to mention two highlights that emerged during these Show days: the Artisans acceleration program, a project launched by Fondazione Mani Intelligenti to intercept students interested in the sector, and the Rete TAM (Textile, Clothing, Fashion) Assembly, which has finally found in Vicenzaoro the ideal reference point for approaching the world of jewelry. T.Gold, on the other hand, offered an insight into technology with the participation, as always, of the best industrial companies in the field of technology applied to the entire supply chain, from 3D design to the latest stone and metal finishing, and even the most innovative devices presented in the Startup & Carats area, organized by IEG in collaboration with ITA. Merit goes to the partnership*

*with Legor Group for the organization of the 17th edition of the JTF - Jewelry Technology Forum, a training seminar for the technological development of the sector, whose abstracts are already available on the [jtf.it](http://jtf.it) website in an effort to share the knowledge.*

**Lorenza Scalisi**



sette settore manifatturiero - si stima che nei prossimi 5 anni saranno in totale 346.000 le figure richieste - l'impegno di aziende, scuole, istituzioni e territori nella gestione dell'attuale scarsità di talenti trova la sua risposta nella consapevolezza e nel cambio di paradigma per avvicinare i giovani ai mestieri dell'eccellenza italiana.

According to Plato, "what you do not possess or know, you cannot give or teach to others." Even in those days, handing down knowledge and know-how to subsequent generations was already recognized as one of the greatest values of mankind in a process aimed at increasing the level of knowledge required for the growth of society. In fact, in ancient Greece in the 5th century B.C., a model

of education and training called Paideia was in force, which not only referred to educating children, but also, and above all, to their ethical development, a high form of culture that could help them become part of society. Training, intended as a transfer of ideas, thoughts, culture and know-how, is a theme to which, over time, all cultures have dedicated energy and resources. Today, as in the past, it is still a crucial and sensitive hinge on which we must necessarily apply leverage in order to give continuity to what we do. IEG is no exception to this "diktat" and in recent years, has invested more and more in order to build partnerships and collaborations to support training and pass on a know-how that is the envy of the whole world. Although the numbers are not very comforting in terms of the entire manufacturing sector's demand for workforce - it is estimated that, in the next five years, a total 346,000 people will be required - the commitment of companies, schools, institutions and territories in managing the current shortage of talent finds its answer in awareness and a paradigm shift to attract young people to the professions of Italian excellence.

**Federica Frosini**  
Editor in Chief VO+ Magazine





UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



Regione Toscana

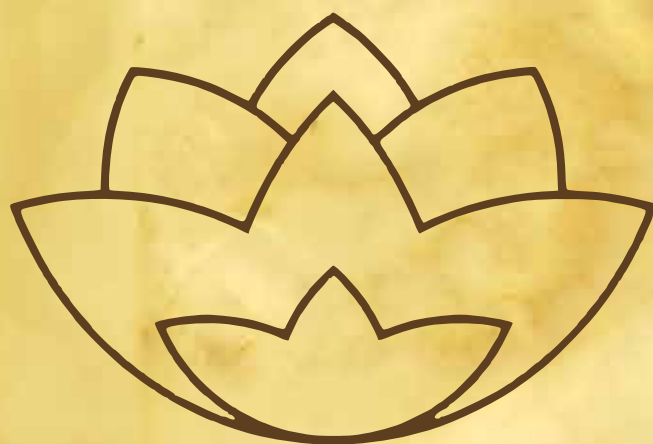


Vicenzaoro-March 2022 Hall 4 - 484



***OmegaArt***

[omegaartjewels.com](http://omegaartjewels.com)



# LOTO PREZIOSI

50<sup>TH</sup>  
ANNIVERSARY  
SINCE 1972

HALL 4 - BOOTH 464

[www.lotopreziosi.it](http://www.lotopreziosi.it)







# I Segnatempo del Futuro? In EcoTitanium e Acciaio Riciclato

(segue dalla prima)



Mike Horn, Panerai Ambassador

il settore, in un'ottica di collaborazione per il bene comune. Ritengono che agire da soli non salverà il mondo e stiamo spingendo perché altri top player del settore facciano lo stesso. Anche la scelta dei nostri testimonial è foriera di questo messaggio: con Mike Horn, universalmente considerato uno

dei più grandi esploratori moderni, nel 2019 abbiamo sviluppato un Submarine con la custodia, il dispositivo che protegge la corona di carica, la lunetta e il fondello, in EcoTitanium. L'EcoTitanium è un materiale introdotto per la prima volta nel mondo dell'alta orologeria da Panerai e non è ottenuto dallo sfruttamento delle risorse naturali ma dal titanio riciclato, mentre il cinturino è realizzato con un materiale progettato per minimizzare l'impatto ambientale, ottenuto da PET riciclato. Per la precisione, occorrono tre bottiglie da mezzo litro per ogni cinturino.

**Among the speakers at VO'Clock Privé was Carlo Maria Ceppi, Heritage Curator at Panerai, who outlined the Florentine haute horlogerie company's eco-sustainable evolution**

«My role requires me to focus on historical heritage but what is really predominant in the company is circular and sustainable economy, an extreme-

ly urgent issue that we were already addressing in the past. Indeed, in 2014, we renovated the premises of our Neuchâtel factory by following all the dictates of eco-friendly architecture, in other words, drastically reducing carbon dioxide emissions and installing heating systems without using hydrocarbons or pollutants. This philosophy has also become the mood of Panerai collections and recently led to the launch of the Submersible e-Lab ID, the watch with the highest percentage of recycled materials ever produced, which in numbers means 98.6% of the total metals used for the case and movements. The Luminor Marina eSteel, with 58.4% recycled steel, is the proof. Our intention is, and will continue to be, to pursue this path, as demonstrated by the Luminor Marina eSteel, with 58.4% recycled steel. Important know-how that the company has decided to share with the whole industry, in a spirit of collaboration for the common good. We believe that acting alone will not save the world and we are urging other top players in the industry to do the same. Our celebrity endorsement choices also proclaim this message: in 2019, with Mike

Horn, universally considered one of the greatest modern explorers, we developed a Submarine with the case, the device that protects the winding crown, bezel and the case back, made in EcoTitanium, a material first introduced to the world of haute horlogerie by Panerai and which does not exploit natural resources since it comes, instead, from recycled titanium. The strap on the Submarine is made from a material designed to minimize environmental impact, obtained from recycled PET. To be precise, it takes three half-liter bottles to make each strap.»

**Lorenza Scalisi**

## NEW CODES

### Diamanti Inimitabili

Hanno una personalizzazione unica al mondo e brevettata, i gioielli firmati Il Diamante, marchio valenzano che porta in fiera le sue collezioni caratterizzate da una forte innovazione tecnologica. L'azienda ha infatti sviluppato una tecnica che permette di lavorare su spessori minori dell'oro, realizzando pezzi artigianali in maniera rapida e versatile. Attraverso un'incastonatura definita 4D, i gioielli restituiscono la massima luce del diamante, grazie a un design che prevede una pietra centrale protagonista, circondata da altre quattro che la sfiorano.



Il Diamante, a brand based in Valenza that is exhibiting collections at the Show with considerable technological innovation, has a patented and globally-unique customization system. The company has, in fact, developed a technique that makes it possible to work on smaller thicknesses of gold, producing handcrafted pieces in a rapid and versatile manner. Through a setting defined as 4D, the jewelry brings out the maximum light of the diamond, thanks to a design that features a central stone, bordered by four others in close proximity.

# Cresce il Mercato dell'Orologeria

(segue dalla prima)



Mario Peserico, President of Assorologi

Secondo Bain & Company infatti, dopo la forte contrazione registrata nel 2020, il settore dei beni personali di lusso ha recuperato rapidamente terreno con una crescita del 29% ai tassi di cambio correnti, arrivando a toccare quota 283 miliardi di euro. Un trend destinato a crescere, e che si stima arrivi a un volume pari a 360-380 miliardi di euro nel 2025. Una crescita che si spiega anche con l'evoluzione delle principali dinamiche di acquisto dei consumatori,

soprattutto da parte della Generazione Z, protagonista del boom del second hand. In questo scenario, per il mercato del lusso la sfida delle ultime settimane è tuttavia tutta da giocare. Un mercato in cui fino a oggi i consumatori russi hanno rappresentato il 2-3% (circa 7 miliardi di euro) sul mercato totale - con un'incidenza simile anche sul segmento dei beni di lusso personali - e che il futuro riserva grandissime incognite.

«Evidenti i segnali di resilienza del mercato nazionale, insieme a una ripresa del settore con un +23% rispetto al 2020 (1,51 miliardi di euro)»

«There are clear signs of resilience in the domestic market, together with a sector recovery of +23% compared to 2020 (€1.51 billion)»

**The latest data for the watchmaking sector, which has recovered market shares, were presented by Assorologi President Mario Peserico**

New challenges for the watchmaking sector, which is opening up to Gen Z, the lead player of a wave of change following the second-hand boom. But let's look at the figures, which show a distinct recovery in the sector. In Italy, the total turnover for wristwatches is worth around 1.86 billion euros (2021 figures). There are clear signs of resilience in the domestic market, together with a sector recovery of +23% compared to 2020 (€1.51 billion). These were the reassuring data presented at VO'Clock by Mario Peserico, President of Assorologi, as a preview of the data

processing carried out by GFK, which integrate into the overall recovery of the luxury sector. In fact, according to Bain & Company, after the considerable drop recorded in 2020, the personal luxury goods sector has rapidly regained ground with a 29% growth at current exchange rates, reaching 283 billion euros. A trend that is destined to grow and is estimated to reach a volume of €360-380 billion by 2025. The growth can also be explained by the evolution of the main consumer purchasing dynamics, especially on the

part of Generation Z, which is playing a leading role in the second-hand boom. In this context, for the luxury market, the challenge of the last few weeks is still to be played out. To date, Russian consumers have accounted for 2-3% (about 7 billion euros) of the total market - with a similar incidence on the personal luxury goods segment - but now the future is full of great unknowns.

**Federica Frosini**





## LM-T250

Sistema stand-alone di saldatura laser ad alta potenza con base regolabile, caratterizzato da un sistema di raffreddamento avanzato che garantisce stabilità anche in condizioni difficili.

Standalone high-power laser welding system with height-adjustable base, characterized by an advanced cooling system that guarantees stability even in difficult conditions.

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

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

by courtesy of Daniela Coaro



**Sistemi di saldatura laser**  
Laser welding systems



**Sistemi di marcatura e incisione laser**  
Laser marking and engraving systems



**Manifattura additiva in metallo e resina**  
Additive manufacturing Metal and resin

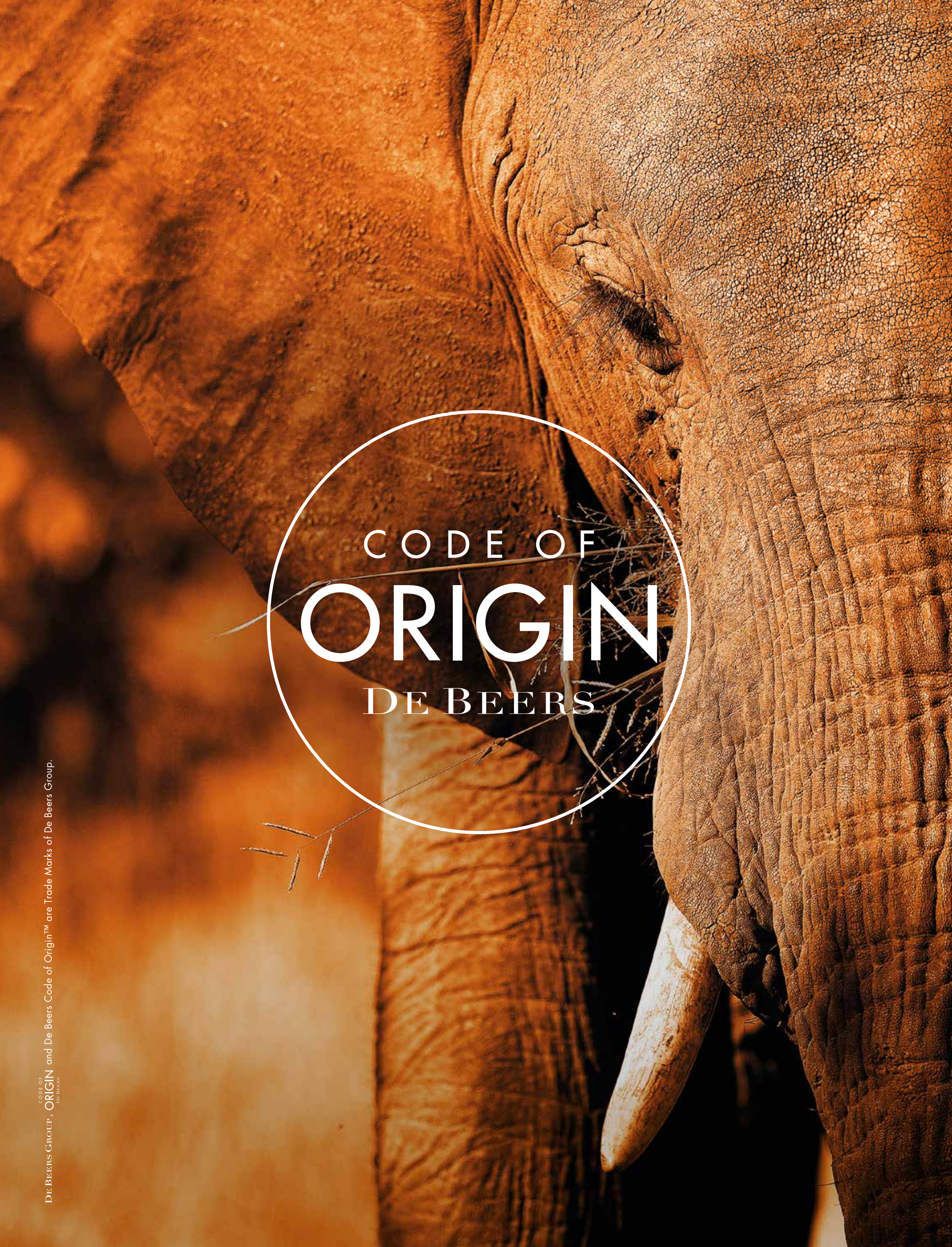


**Macchine per la produzione di catena orafa**  
Jewellery chain making machines

## T-GOLD

hall 9, stand 161 / 190



A close-up photograph of an elephant's head, showing its thick, wrinkled skin and a tusk. A white circle is superimposed over the center of the image, containing the text 'CODE OF ORIGIN DE BEERS'.

CODE OF  
**ORIGIN**  
DE BEERS





**Diamanti naturali di origine etica e sostenibile che hanno un impatto positivo e duraturo sulle comunità locali, sui diritti umani e sull'ambiente.**

Per maggiori informazioni sul programma De Beers Code of Origin:

**[codeoforigin@debeersgroup.com](mailto:codeoforigin@debeersgroup.com)**





# Uno Sguardo al 2023

Presentato a Vicenzaoro, "The Jewellery TrendBook" svela gli scenari che interesseranno il mondo del gioiello in un futuro prossimo

Presented at Vicenzaoro, "The Jewellery TrendBook" unveils the scenarios that will influence the jewelry world in the near future



esistere con la natura selvaggia, ma anche di collaborare attivamente a progetti per futuro. "Youthtopia" spiega come la giovinezza non sia più una questione di età, ma un sentimento e una mentalità. "Nextalgia" riferisce l'attitudine ad affrontare i bisogni futuri lasciandoci ispirare da un rassicurante passato collettivo. "Slow Forward" esprime il desiderio di ridurre la dipendenza tecnologica non necessaria, appoggiandosi a più vecchi, semplici, analogici e artigianali modi di fare le cose. "Dreamscape" descrive infine il bisogno di rivendicare il proprio radicamento, attraverso esperienze di evasione.



**D**elineare i trend futuri dei gioielli non significa tanto raccontare forme, stili e materiali che andranno di moda, quanto descrivere l'evoluzione dei consumi nel mercato del lusso e guardare con attenzione ai fenomeni emergenti che condizioneranno l'evoluzione della società, riflettendo di conseguenza sui comportamenti d'acquisto. Un concetto che Paola De Luca - Founder e Creative Director di Trendvision Jewellery + Forecasting, l'Osservatorio indipendente di IEG - Italian Exhibition Group, ribadisce ogni volta che presenta le nuove edizioni di "The Jewellery TrendBook", vera e propria bibbia del settore, per comprendere gli scenari prossimi della gioielleria. Il nuovo volume, presentato

come da tradizione a Vicenzaoro lo scorso sabato durante il TV Talk, custodisce le direzioni per la stagione 2022/23: Connections, Biophilia, Youthtopia, Nextalgia, Slow Forward, Dreamscape. Tematiche che arrivano come risposta al lungo periodo di pandemia, che in qualche modo ha cambiato il modo in cui viviamo e interagiamo con il mondo. I designer stanno abbracciando la speranza e l'ottimismo per il futuro attraverso gioielli vivaci, giocosi carichi di messaggi potenti, ricordi, pensieri ed emozioni energetici. "Connections" è una delle manifestazioni cruciali che racconta come i consumatori siano attratti da silhouette e forme fluide, simbolo di legami. "Biophilia" svela la necessità collettiva non solo di co-

**O**utlining future jewelry trends is not so much a case of reporting on the shapes, styles and materials that will become fashionable, but more about describing the evolution of consumption in the luxury market and looking carefully at emerging phenomena that will condition the evolution of society, consequently reflecting on buying behavior. A concept that Paola De Luca - Founder and Creative Director of Trendvision Jewellery + Forecasting, IEG - Italian Exhibition Group's independent observatory, repeats every time she presents new editions of "The Jewellery TrendBook", a veritable bible for the sector to understand forthcoming jewelry scenarios. The new volume, presented as per tradition at Vicenzaoro last Saturday during the TV Talk,

contains the trends for the 2022/23 season: Connections, Biophilia, Youthtopia, Nextalgia, Slow Forward and Dreamscape. Themes that come as a response to the long pandemic period, which has somehow changed the way we live and interact with the world. Designers are embracing hope and optimism for the future through vibrant and playful jewelry full of powerful messages, memories, energetic thoughts and emotions. "Connections" is a crucial demonstration that explains how consumers are attracted to fluid silhouettes and shapes that symbolize bonds. "Biophilia" reveals the collective need, not only to coexist with wild nature, but also to actively collaborate on projects for the future. "Youthtopia" explains how youth is no longer a question of age, but a feeling

and a mentality. "Nextalgia" refers to the attitude of facing future needs by drawing inspiration from a reassuring collective past. "Slow Forward" expresses the desire to reduce unnecessary technological dependence by relying on older, simpler, analogical and artisanal ways of doing things. Lastly, "Dreamscape" describes the need to assert one's rootedness through escapist experiences.

**Antonella Reina**

## Confindustria Federorafi sul Conflitto Russia-Ucraina

Secondo le elaborazioni su dati Istat del Centro Studi di Confindustria Moda per Federorafi, l'export del settore archivia il 2021 favorevolmente, con importanti ricadute a causa del conflitto

According to ISTAT data processing by Confindustria Moda's Research Center on behalf of Federorafi, the sector's exports recorded a favorable 2021 but the conflict will cause major repercussions

**I**mportanti le ricadute sul settore IO-A-G sia per export di prodotto finito (76 milioni di euro e primo fornitore della Federazione russa) sia per l'import di metalli preziosi (quasi 900 milioni di euro). A seguito dell'escalation bellica della crisi russo-ucraina, il report ha riservato una parte alle possibili implicazioni per l'industria italiana, a partire dai dati di interscambio. Le vendite in Russia, Ucraina e Bielorussia, nel complesso, hanno raggiunto quasi 76 milioni di euro nel 2021, grazie ad un aumento del +40,1% sul 2020. I flussi maggiori, 59,3 milioni di euro, sono destinati alla Federazione Russa. La sola Russia risulta il 23° sbocco del settore per valore di export, ma sommata a Ucraina e Bielorussia sale

al 18°, coprendo così l'1% del totale esportato di settore. Analizzando le statistiche di WTO-Trademap, nel 2020 l'Italia risultava il primo fornitore per la Russia, con una quota del 21,7%. Al secondo posto, la Cina copriva il 20,2%. Tra i top supplier si annoveravano poi Thailandia, Francia e USA. Nell'elenco dei fornitori sono presenti quindi Paesi "non ostili" e di conseguenza, anche nel settore della gioielleria made in Italy, è molto elevato il rischio di un effetto "sostituzione". Si ricorda peraltro che al di là delle esportazioni, gli acquisti di prezioso da parte dei turisti russi rappresentavano un'importante voce per le aziende del settore che risulta inoltre collegato alla Russia per l'importazione di input pro-

duttivi (utilizzati in parte anche in altri settori industriali), ovvero metalli preziosi e diamanti. Nel 2021 le importazioni di metalli preziosi sono ammontate a 890 milioni di euro, di cui oltre 500 rappresentate dal palladio, con la Russia risultata 2° fornitore di palladio per l'Italia, 3° per il platino, l'oro all'8° mentre l'argento all'11°.

**R**epercussions on the gold-silver-jewelry sector in terms of both finished product exports (76 million euros and the Russian Federation's leading supplier) and precious metals imports (almost 900 million euros) are expected to be significant. In the wake of the military escalation of the Russian-Ukrainian crisis, the report included a section on the possi-

ble implications for Italian industry, starting with data regarding trade. Overall sales in Russia, Ukraine and Belarus amounted to almost €76 million in 2021, an increase of +40.1% compared to 2020. The largest flows, €59.3 million, went to the Russian Federation. Russia alone is the sector's 23rd outlet in terms of export value, but when added to Ukraine and Belarus, this position rises to 18th, thus covering 1% of the sector's total exports. Analyzing WTO-Trademap statistics, in 2020 Italy was Russia's leading supplier with a 21.7% share, followed by China, which accounted for 20.2%. The top suppliers also included Thailand, France and the USA. The list of suppliers therefore includes "non-hostile" countries and consequently, even for the Italian jewelry

sector, the risk of a "substitution" effect is extremely high. It should also be noted that, in addition to exports, jewelry purchases by Russian tourists were important for companies in the sector, which also has links to Russia through the import of production inputs (some of which are used in other industrial sectors), namely precious metals and diamonds. In 2021, precious metals imports amounted to 890 million euros, of which more than 500 million was for palladium, with Russia being the 2nd largest supplier of palladium to Italy, 3rd for platinum, 8th for gold and 11th for silver.

**Federica Frosini**



WORLD DIAMOND GROUP.COM

# M I K I K O

AUTHENTIC BEAUTY

WORLD DIAMOND GROUP S.P.A.

WORLD DIAMOND GROUP

NIHAMA

M I K I K O



Diamond

DE BEERS  
FOREVERMARK



# Portraits and Ornaments

**I gioielli raccontati attraverso una serie di ritratti glamour nella cover story dell'ultimo numero di VO+, Cross-cultural**  
*The identity of jewels told through a series of glamorous portraits in the cover story of the latest VO + issue, Cross-cultural*



White gold inter-changeable earrings with diamond pavé, Puzzle collection. Mattioli.



Yellow gold necklace, with South Sea pearls, Open Mind collection, Yellow gold and South Sea white drop earrings, Balthasar collection. Yana Nesper.



Pink gold and diamond earrings, Diamond Princess collection. Roberto Coin.

**Bellezza, forza e fragilità trovano un equilibrio armonico. Arianna Genghini cattura l'identità di gioielli sinuosi, immortalandoli in una serie di ritratti emozionali, in cui la luce delle gemme preziose si fonde con ornamenti facciali ispirati allo stile in voga nei primi anni del nuovo millennio. Per un'esperienza visiva elettrizzante e ricca di glamour...**

*Beauty, strength and fragility find a harmonious balance. Arianna Genghini captures the identity of sinuous jewels, immortalizing them in a series of emotional portraits, in which the light of precious gems blends with facial ornaments inspired by the style popular in the early years of the new millennium. For an electrifying and glamorous visual experience...*



White diamond earrings with tanzanite drops on white gold, Sinuosity collection. Palmiero Jewellery Design.



Necklace in white gold and diamonds, Dune Overture collection. Anna Maria cammilli.



White gold choker with hanging strands of navette-cut diamonds and rubies. Crivelli.



White gold and brilliant diamond earring, Oxygene.

\*\*\*

Makeup Simone Gammino @ Julian&Watson.  
 Hair Antonio Navoni.  
 Models Lara and Yasmin @ Elite.





**INTERNATIONAL  
GEMOLOGICAL  
INSTITUTE**

**IGI Minilab  
on site**

visit us at  
Hall 3.0  
Booth 128

## Melee Screening and Analysis

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





ALD Flex.

# Il noleggio non è per sempre.

Il noleggio a medio termine ALD Flex, ti accompagna **da 1 a 24 mesi** e puoi restituirlo quando vuoi dopo il primo mese. **Giusto il tempo che ti serve** e non un minuto di più.

**ALD Automotive è leader nel mercato** del noleggio a medio e lungo termine e offre un servizio di consulenza per scegliere **la soluzione di mobilità più adatta** alle esigenze dei propri clienti.

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



**#ReadyToMoveYou**



[shop.aldautomotive.it](https://shop.aldautomotive.it)

\* IVA esclusa

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





## Medium

Nissan Qashqai / Volkswagen ID.3

**25** €/giorno\*

## Medium Premium

Audi Q3 / BMW X1

**28** €/giorno\*



**ALD**  
Automotive

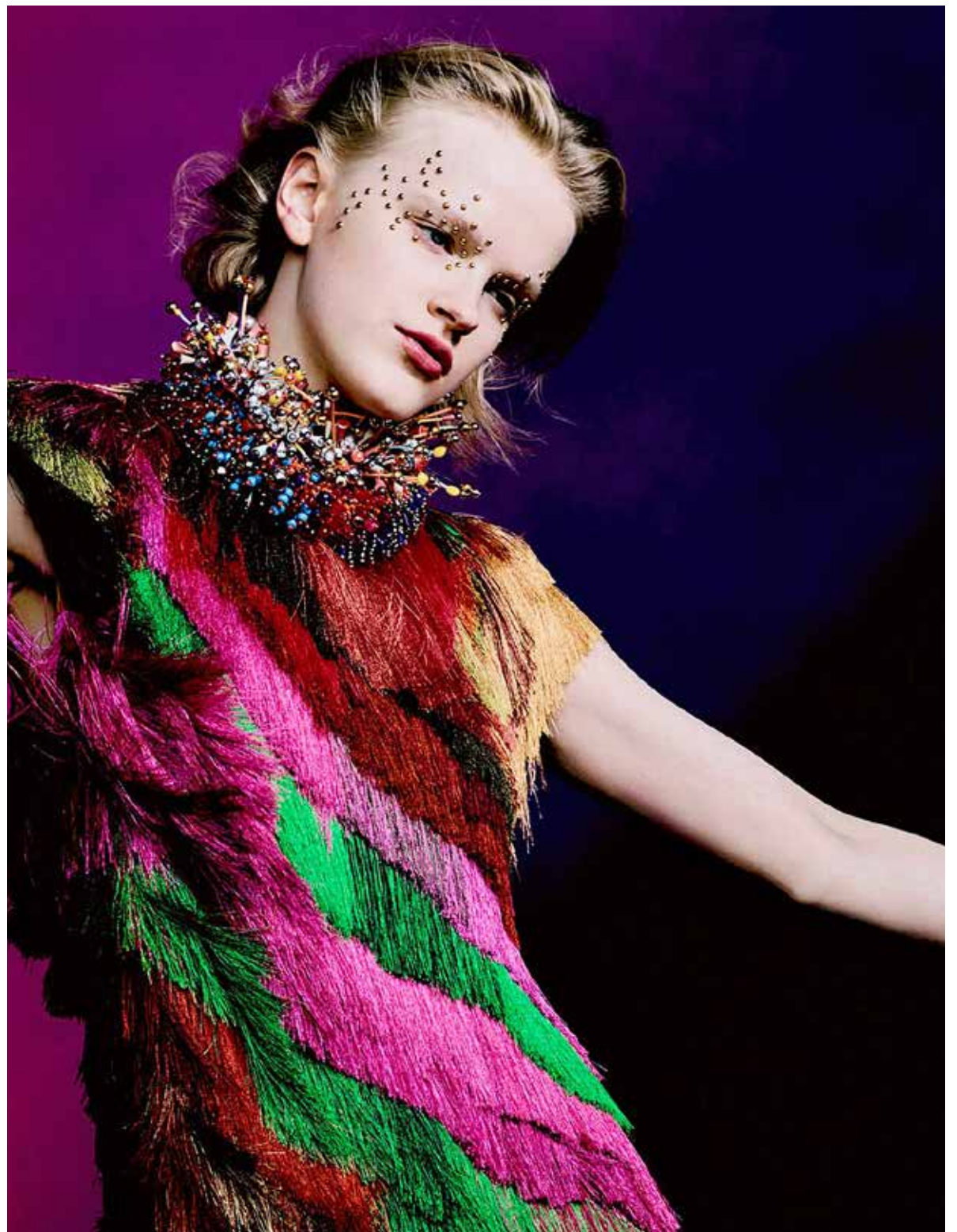


# Otherworldly

**E**splosivi, camaleontici, mutevoli: i gioielli più inediti della Primavera/Estate 2022 sembrano provenire da mondi alieni, grazie a un design sperimentale e particolarmente “coraggioso” che prova a catturare il moto misterioso delle stelle o a ridisegnare le affascinanti forme appartenenti a creature primordiali.



A sinistra/left  
Vram  
A destra/right  
Spring/Summer 2022.  
Dries Van Noten



*Explosives, chameleon-like, changeable: the most unusual jewels of Spring / Summer 2022 seem to come from alien worlds, thanks to an experimental and particularly “courageous” design that tries to capture the mysterious motion of the stars or to redesign the fascinating forms of primordial creatures.*

*Fashion features by Antonella Reina*



Panconesi x KNWLS



Arman Suciyan



# FINE

360° COMMITMENT

ANNUAL METAL CONSUMPTION 500kg 100% RECYCLED

ANNUAL PLASTIC BAGS CONSUMPTION 500,000 100% RECYCLED & BIO-DEGRADABLE

ANNUAL POWER CONSUMPTION 1,200,000 kilo watts 100% FROM RENEWABLE SOURCES

1,200 TREES PLANTED THIS YEAR



## Sustainability

A sustainably forward company, Fine is proud of what we have achieved so far and we will continue to further our commitment to giving back to the planet by making conscious choices in business, every step of the way.

*'Making Jewellery With Love For Our Planet'*



RESPONSIBLE  
JEWELLERY  
COUNCIL

CERTIFIED MEMBER

0000 1948



CHAIN  
OF  
CUSTODY

CERTIFIED NUMBER

C0000 3635

**Hall 6, Booth # 173**



# Il Nuovo Corso dei Diamanti Naturali

David Kellie, Ceo del Natural Diamond Council, spiega come si sta adeguando il mondo dei diamanti all'evoluzione del lusso e dei suoi ideali  
*How is the world of diamonds adapting to the luxury world evolution and its ideals? David Kellie, Ceo of the Natural Diamond Council, explains*



David Kellie, Ceo of Natural Diamond Council

La rappresentazione degli ideali legati al mondo del lusso sta cambiando profondamente. Il mondo dei diamanti, da sempre unito al glamour e a un acquisto aspirazionale, nell'ultimo decennio ha seguito il flusso e si è adeguato a questa dirompente evoluzione, sociale e culturale. Se un tempo infatti i diamanti naturali erano accessibili a pochi, simbolo di ricchezza e prosperità e legati solamente a momenti celebrativi, oggi la nuova generazione di giovani designer che si sta affermando sull'Olimpo di Adamas, li celebra definendoli una sorta di "indulgenza" quotidiana. Li vediamo infatti protagonisti di insoliti e audaci design, senza timore di giocare con tagli particolari e sfumature di colore, e come guest star di un nuovo corso. «Stiamo vivendo una stagione che intende promuovere l'integrità della moderna industria dei diamanti naturali, ispirando e formando i futuri consumatori. Mentre nella cultura pop i momenti legati al diamante sono impressi nei nostri ricordi collettivi, fuori dai riflettori, e in tutto il mondo, le persone hanno iniziato a vivere il diamante, e continueranno a farlo, come un momento personale molto intimo», afferma David Kellie, Ceo del Natural Diamond Council. Sta cambiando, insomma, la percezione e muta il modo con il quale ci si avvicina alla gemma, ma il diamante naturale sta vivendo una ritrovata giovinezza.

*The representation of ideals linked to the world of luxury and glamour is changing profoundly. The world of diamonds, which has always been linked to glamour and an aspirational purchase, has gone with the flow in the last decade and has adapted to this disruptive social and cultural evolution. While natural diamonds used to be accessible to the few, a symbol of wealth and prosperity, linked purely to celebratory moments, nowadays the new generation of young designers currently establishing themselves on the Olympus of Adamas, celebrate them by defining them as a sort of daily "indulgence". They can be seen as the main feature in unusual and daring designs, not afraid to play with particular cuts and colors, and as guest stars in a new direction. «We are living in a season that aims to promote the integrity of the modern natural diamond industry by inspiring and educating future consumers. While in pop culture, diamond moments are etched into our collective memories, out of the spotlight, and around the world, people have begun to experience diamonds and will continue to do so as a very intimate and personal moment,» says David Kellie, Ceo of the Natural Diamond Council. Perceptions are changing and the way people approach stone is changing, but natural diamond is experiencing a newfound youth.*



Diamond earrings, Ana Khouri. Photo by Alexandra Nataf



The Tribal collection necklace, Graff



Le Cube diamond rings, Dinh Van. Photo by Gianluca Fontana





# ITALFIMET

## ELECTROPLATING CHEMICALS & PLANTS



## IMPIANTI GALVANICI MANUALI IN INDUSTRIA 4.0

### Italfimet: arriva l'Industria 4.0.

Nei suoi quasi trent'anni di storia Italfimet è sempre stata un'azienda capace di rispondere alle nuove richieste di mercato. L'azienda personalizza soluzioni per ciascun cliente e segue scrupolosamente richieste in merito a nuove finiture galvaniche, requisiti di sicurezza chimica, rispetto dei regolamenti e direttive ambientali. I settori di destinazione comprendono accessori per alta moda, bigiotteria, oltre che settore orafa, trattamento dei rubinetti e di rivestimenti tecnici. Nell'insieme, il parco clienti è formato principalmente dai protagonisti operanti nel mercato del lusso, della gioielleria e dei riporti galvanici ad alte prestazioni tecniche. L'azienda è inoltre strutturata internamente per coprire qualsiasi bisogno del cliente, dall'aspetto burocratico, passando per la progettazione fino alla fornitura del processo di produzione chiavi in mano.

### Impianto galvanico 'INDUSTRIA 4.0 READY'

Possiamo considerare Italfimet un'azienda innovatrice che lavora in anticipo alle richieste del mercato. Un esempio rappresentativo sta nel fatto che un impianto galvanico manuale statico realizzato da ITALFIMET può essere fornito su richiesta 'INDUSTRIA 4.0 READY' in conformità con il Piano Nazionale Industria 4.0 incluso nella Legge di Bilancio 2017 ( Legge N. 232/2016 ) e successive modifiche ed integrazioni. In particolare, ognuna delle sezioni galvaniche dell'impianto componenti lo stesso nel suo complesso è prevista all'interno della lista 'Beni funzionali alla trasformazione tecnologica e digitale delle imprese secondo il modello «Industria 4.0» nella prima categoria 'Beni strumentali il cui funzionamento è controllato da sistemi computerizzati o gestito tramite opportuni sensori e azionamenti all'interno dell'Allegato A della suddetta legge come 'Macchina utensile operante con processi elettrochimici'.

Le caratteristiche principali di questa macchina innovativa sono il controllo, l'interconnessione ai sistemi informatici, l'integrazione automatizzata con il sistema logistico, l'interfaccia tra uomo e macchina e la sicurezza.

Inoltre, ai fini dell'ottenimento del beneficio fiscale dell'iper-ammortamento pari al 270%, è dotata di sistemi di manutenzione e monitoraggio.

### Il sistema

Conforme pienamente agli standard imposti dal modello «INDUSTRIA 4.0» è in grado di gestire le commesse di lavoro, tracciando e monitorizzando tutte le fasi di lavoro con la possibilità di interfacciarsi al gestionale aziendale del cliente. Tramite dispositivi portatili con interfacciamento wireless l'operatore viene "guidato" in real time nelle fasi di lavoro dei telai.

Tutte le commesse di lavoro sono monitorizzate con fase di avanzamento produzione in real time.

Tutte le vasche galvaniche sono reintegrate automaticamente degli additivi necessari e l'operatore viene "invitato" in caso di anomalie a supervisionare il malfunzionamento.

Tutte le vasche galvaniche vengono monitorizzate h24 con la possibilità di inviare allarmi in caso di anomalie.

### Cenni di tecnologie utilizzate

Infrastruttura di rete locale ethernet operante con protocolli di trasmissione MODBUS e TCP/IP, necessaria per l'interfacciamento dei moduli galvanici; wireless per connettere i terminali portatili (Smartphone o tablet dedicati), server station, per l'elaborazione centralizzata dei processi.

### Perché è importante l'industria 4.0

L'industria 4.0 scaturisce dalla quarta rivoluzione industriale, il processo che porterà alla produzione industriale del tutto automatizzata e interconnessa. Le nuove tecnologie digitali avranno un impatto profondo nell'ambito dello sviluppo. Per questo Italfimet aiuta i suoi clienti ad essere sempre aggiornati e competitivi sul mercato.

Per noi l'Industria 4.0 è il nuovo orizzonte per una produzione e una distribuzione che diventano più smart, più intelligenti, più veloci e più efficienti.

Grazie a un mix tecnologico di automazione, informazione, connessione e programmazione il nostro **Impianto galvanico 'INDUSTRIA 4.0 READY'** va incontro al cambio dei paradigmi tecnologici e culturali che coinvolgono il mercato odierno.

Proprio per questo desideriamo introdurre nuovi concept di sviluppo e di servizio all'insegna di una digital transformation che sta cambiando usi e costumi, innescando una rivoluzione culturale su scala globale.

Sintetizzando possiamo dire che Italfimet attraverso l'**Impianto galvanico 'INDUSTRIA 4.0 READY'** vuole aiutare i propri clienti ad incrementare il loro business attraverso l'avanzamento della tecnologia e degli standard di sicurezza.

### Il futuro green in ottica 'INDUSTRIA 4.0 READY'

Sono in fase di messa a punto innovativi sistemi di controllo in continuo delle acque di lavaggio utilizzate in galvanica. Questo studio permetterà un'ottimizzazione dell'utilizzo delle acque di processo e un risultato sempre più performante. Il tutto rimanendo sempre connessi e operativi.

### Un servizio a 360°

A tal proposito ricordiamo che Italfimet è impostata oltre che da un punto di vista produttivo impiantistico anche con servizi specifici per chimica galvanica. Grazie ai nostri tecnici specializzati, laboratori analitici interni all'avanguardia e alle collaborazioni in outsourcing siamo in grado di coprire uno spettro di servizi completo anche in campi non prettamente verticalizzati sulla galvanica. In questo modo garantiamo un servizio sempre completo e aggiornato.

Concludendo si può affermare quindi che Italfimet è strutturata per coprire qualsiasi bisogno dei clienti, dall'aspetto burocratico fino a tutto il processo di produzione. Fornisce supporto tecnico proponendo esclusivamente prodotti a norma di legge e consulenze su misura.

ITALFIMET s.r.l.  
Via XXV Aprile, 88  
52048 Monte San Savino, Arezzo - IT  
tel. +39 0575 844688  
www.italfimet.it - info@italfimet.it





ANNA TATANGELO  
*per*  
GOLAY

WORLD DIAMOND GROUP S.P.A.

WORLD DIAMOND GROUP

NIHAMA

MIKIKO



Diamond

DE BEERS  
FOREVERMARK