

# The Voice Journal

**VOICE**  
—  
VICENZAORO  
INTERNATIONAL  
COMMUNITY  
EVENT

12 — 14 SETTEMBRE

SEPTEMBER 12 — 14

2020



The Digital Project

# The Voice Journal

12 — 14 SETTEMBRE 2020  
SEPTEMBER 12 — 14 2020

Orari di Apertura  
Opening Hours

12 - 14 Settembre 2020	9.30 - 18.30
September 12 - 14 2020	9.30 AM - 6.30 PM

ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
Providing the future

**VOICE**  
VICENZAORO  
INTERNATIONAL  
COMMUNITY  
EVENT

# The Concept

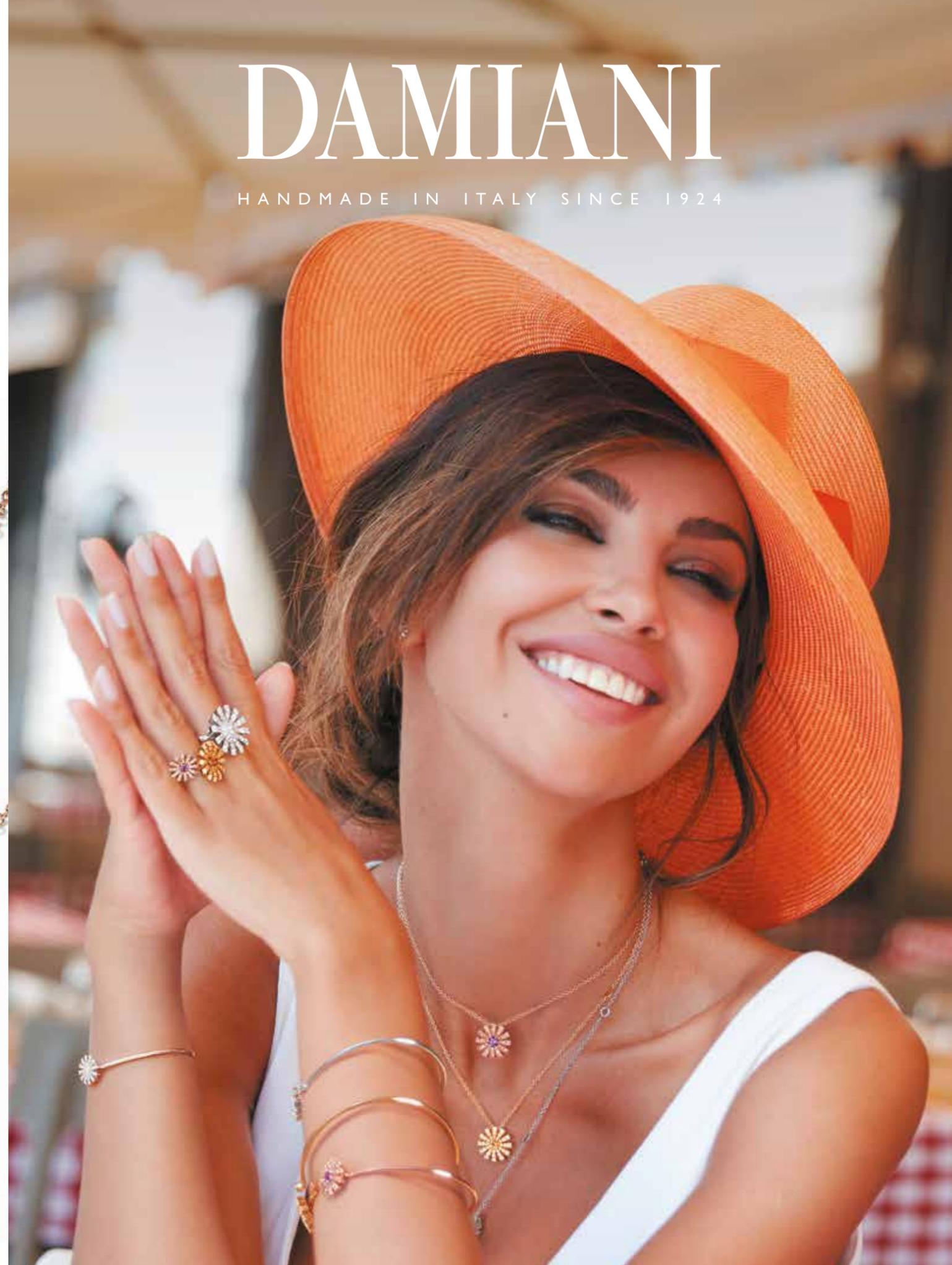
Da Vicenzaoro January 2020 a VOICE. Nove mesi che hanno rivoluzionato il mondo e che hanno portato a un sostanziale cambiamento di approccio al business. E allora, ecco che IEG, con grande tempestività, ha rimodulato di conseguenza anche il format dei suoi eventi, proponendo per la prima volta quello che potremmo chiamare il “world economic forum” della gioielleria italiana e internazionale. VOICE ha il suo grande motore nei contenuti “nativi digitali” che prendono forma per tre giorni su due palchi visibili da tutto il mondo. Qui si alternano casi di eccellenza, testimonianze e studi di settore insieme a cicli di incontri educational con docenti universitari, talk dedicati alla digital innovation e all’universo delle gemme, diffusi in tempo reale attraverso i canali del sito web e dei social YouTube, Facebook e, ovviamente, Instagram. Proprio per questa sua caratteristica smart anche la realizzazione dei talk cambia volto, con regia, riprese, luci, ritmo e qualità propri di uno show televisivo. Non solo. “The Restart-Show” è anche il primo luogo fisico post lock-down dove circa 400 espositori si possono finalmente incontrare: gli spazi sono suddivisi in moduli aperti progettati tenendo in considerazione la necessità di distanziamento fra le persone per questioni di sicurezza, e hanno un mood, studiato dal team di professionisti di IEG, da grande showroom, smart e in linea con la particolare situazione di quest’anno, ma sempre all’insegna dell’eleganza che contraddistingue le manifestazioni vicentine. Il tutto in un range di realtà di eccellenza che copre tutta la filiera, dal fornitore di tecnologie e macchinari fino al prodotto finito, fashion o alto di gamma che sia.

From Vicenzaoro January 2020 to VOICE. Nine months that have revolutionized the world and led to a substantial change of approach to business. And so, IEG steps in with incredible timing, to re-shape the format of its events, proposing, for the first time, what we could call the “world economic forum” of Italian and international jewelry. The driving force of VOICE is its “digital native” content which, for three days, will appear on two stages for the whole world to see. Here, examples of excellence, first-hand accounts and sector studies will alternate with cycles of educational meetings with university teachers, talks on digital innovation and the universe of gems, all transmitted in real time through the website and social network channels, YouTube, Facebook and, of course, Instagram. And exactly due to its smart digital features, even the way the talks are staged has changed, with a production team, filming, lights, rhythm and quality, just like a television show. And that’s not all. “The Restart-Show” is also the first physical, post lockdown event where around 400 exhibitors can finally meet. The stands are subdivided into open modules, designed with the need for social distancing in mind for safety reasons, and have the mood, purposefully studied by IEG’s expert team, of a large, smart showroom, in line with this year’s particular situation but always under the banner of elegance for which the Vicenza trade shows are renowned. All with an array of outstanding companies covering the entire supply chain, from suppliers of technology and machinery to the finished fashion or high range jewelry product.



# DAMIANI

HANDMADE IN ITALY SINCE 1924



MARGHERITA COLLECTION  
DAMIANI.COM

VOICE September 2020  
organized by Italian Exhibition Group Spa  
via Emilia 155 - 47921 Rimini - Italy  
www.iegexpo.it

EDITOR-IN-CHIEF  
Federica Frosini

ART DIRECTOR  
Elena Papageorghiou

SENIOR EDITOR  
Lorenza Scalisi

EDITOR  
Antonella Reina

EDITORIAL SECRETARY  
Rossella Bevivino  
rossella.bevivino@vo-plus.com

TRANSLATIONS  
Diane Lutkin, Sara Salvatori, Michelle Schoenung

EDITORIAL OFFICE AND ADVERTISING  
Studio Editoriale S.r.l.  
Via Garofalo, 31 - 20133 Milan  
T +39 - 02 36504651  
adv@vo-plus.com

CEO  
Alessandro De Felice

GROUP PUBLISHER  
Laura Cappelletti

SALES DIRECTOR  
Sabrina Sangermani  
sabrina.sangermani@vo-plus.com  
SALES MANAGER — ITALY  
Augusta Ascolese  
augusta.ascolese@vo-plus.com  
SALES MANAGER — INTERNATIONAL  
Giselle Biasin  
giselle.biasin@vo-plus.com

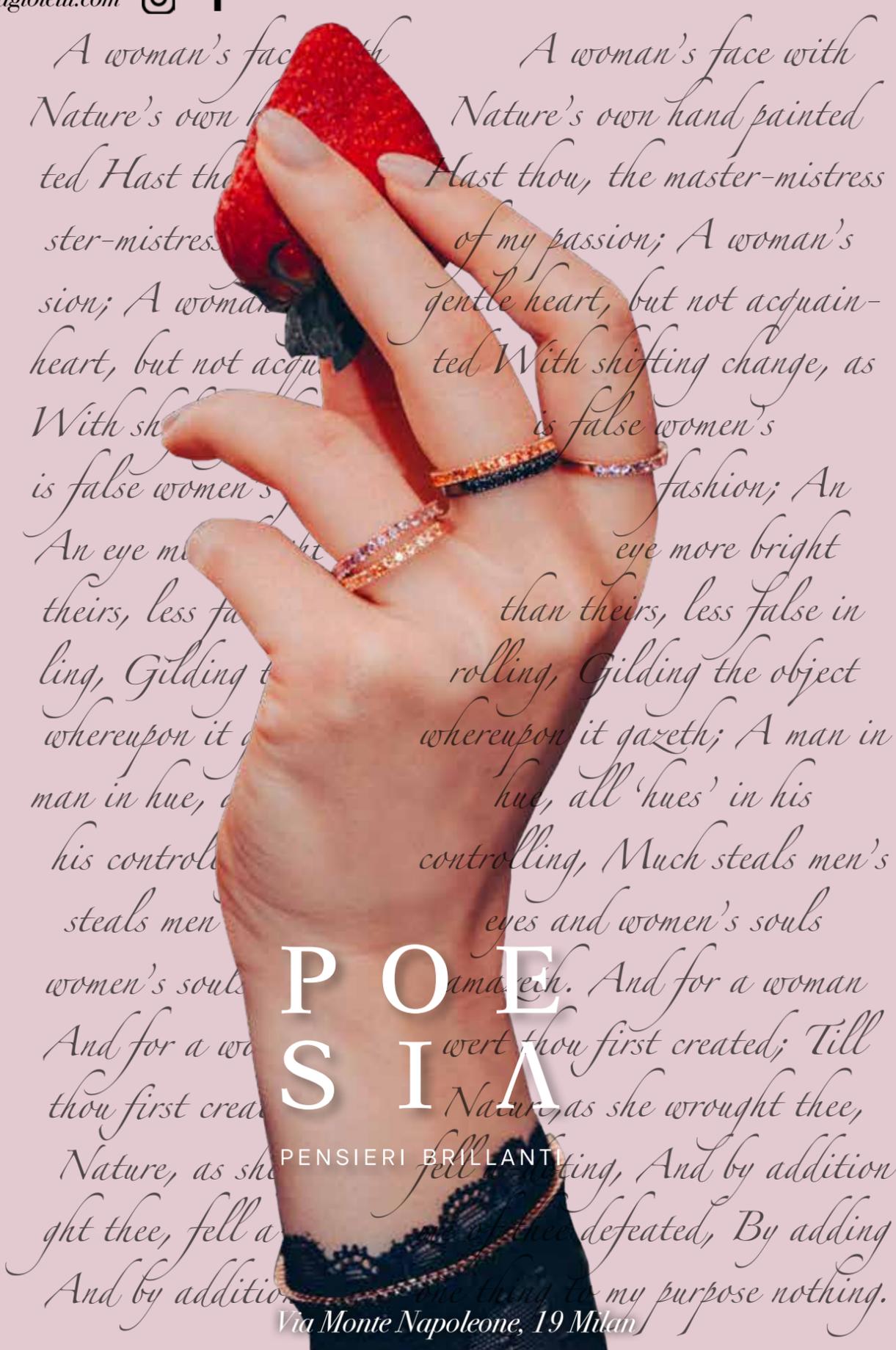
EDITORE  
Italian Exhibition Group Spa

PRESIDENT ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA  
Lorenzo Cagnoni

CEO ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA  
Corrado Peraboni

printed by Graficart Arti Grafiche Srl.  
Via Boscalto, 27 - 31023 Resana, TV  
T +39-0423 717171 — www.graficart.it

All Rights Reserved.



*A woman's face with  
Nature's own hand painted  
Hast thou, the master-mistress  
ster-mistress  
of my passion; A woman's  
gentle heart, but not acquaint-  
ed With shifting change, as  
is false women's  
fashion; An  
eye more bright  
than theirs, less false in  
rolling, Gilding the object  
whereupon it gazeth; A man in  
hue, all 'hues' in his  
controlling, Much steals men's  
eyes and women's souls  
And for a woman  
wert thou first created; Till  
thou first creat  
Nature, as she wrought thee,  
fell a  
And by addition  
one thing to my purpose nothing.*

**P O E  
S I A**

PENSIERI BRILLANTI

Via Monte Napoleone, 19 Milan

# OFFICIAL PROGRAM

## SATURDAY 12 SEPTEMBER 2020

### Hall 7 – The Stage of VOICE

#### INAUGURAL GREETINGS

9.45 a.m. – 10.30 a.m.

Moderator:

Andrea Cabrini, Director of Class CNBC

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ITALIAN EXHIBITION GROUP S.P.A.

#### INTERVIEW WITH JEROME FAVIER – Vice President & CEO of Damiani Group

10.45 a.m. – 11.45 a.m.

Moderator:

Andrea Cabrini, Director of Class CNBC

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ITALIAN EXHIBITION GROUP S.P.A.

#### HOW WE SEE THE FUTURE

12.00 p.m. – 12.45 p.m.

Speakers:

Alessia Crivelli, Marketing Manager of Crivelli  
Davide Dal Maso, Social Media Coach  
Laura Inghirami, Entrepreneur and Founder of Donna Jewel

Matteo Ward, CEO e CMO WRÁD, Creative Director WRÁD Communications

Moderator:

Andrea Cabrini, Director of Class CNBC

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ITALIAN EXHIBITION GROUP S.P.A.

#### E-COMMERCE AND NEW OPPORTUNITIES FOR INTERNATIONALIZATION. FOCUS CHINA ON JINGDONG AND WECHAT.

In collaboration with ICE Agency

1.00 p.m. – 2.00 p.m.

With the participation of Carlo Ferro, President of ICE Agency

Speakers:

Gianpaolo Bruno, Ice Beijing Director and Ice Offices Network Coordinator in China on the e-commerce project on JingDong  
Nicola Canzian, DG Digital Retex Trusted partner in Italy of Tencent on the ecommerce project on Wechat

Chiara Petro', Ecommerce Team, Ice Milan

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ICE AGENCY

#### CIBJO SEMINAR – CSR AND SUSTAINABILITY IN THE POST-COVID ERA

2.30 p.m. – 4.00 p.m.

Speakers:

Hanifa Mezoui, AICESIS, New York Permanent Representative, United Nations

Lila Karbassi, Chief of Programmes, United Nations Global Compact

Edward Asscher, President, World Diamond Council

Iris Van der Veken, Executive Director, Responsible Jewellery Council

Eleonora Rizzuto, Director Corporate Sustainability & Responsibility (CSR) Ethics & Compliance Officer at Bulgari and LVMH Italy

Maddalena Capra, Head of Sustainability, Pomellato

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

#### CIBJO SEMINAR – AFRICA IS RISING: A NEW GENERATION FINDS ITS VOICE

4.15 p.m. – 5.30 p.m.

Speakers:

Thomas (Labi) Kapo, CEO of Akapo Jewels (Pty) Ltd  
Monica Gichuhi, Director and Founder of Africa Gem Exhibition and Conference

Nere Teriba, Founder and Vice-President of Kian Smith Trade & Co.

Patricia Mweene, Founder of INONGE ZITA  
Zambian Gemstones and Co-founder of 12 Keys Consultancy & Design, LLC

Satta Matturi, Founder and Creative Director of Satta Matturi Fine Jewellery

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

#### BPW INTERNATIONAL: EMPOWERING WOMEN TO REALIZE THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

5.45 p.m. – 6.00 p.m.

Speakers:

Amany Asfour, President of International Federation for BPW International

Carla Laura Petruzzelli, Chair of the Task Force for Mentoring of BPW International

Giuseppina Seidita, Finance Officer BPW International

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

#### Hall 6 – VO Square

##### IMPROVING HUMAN CAPITAL - Computer simulation of the technologies of the goldsmith industry: potential and limits

10.00 a.m. – 11.00 a.m.

Speaker:

Franco Bonollo, Full Professor of Metallurgy at the Department of Management and Engineering of Padova University

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

#### GEM TALKS - The always fascinating world of PEARLS

12.30 p.m. – 1.30 p.m.

Speakers:

Rui Galopim de Carvalho, CIBJO Vice President  
Monica Odoli, Head of IGI courses

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

#### BTT IMPIANTI: PRECIOUS WASTE, HOW TO RECOVER AND ENHANCE THEM, CIRCULARITY

2.00 p.m. – 2.30 p.m.

Speaker:

Federico Tanganelli, Board member & Technical and Sales Director

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

#### VOICE HAPPY HOUR

6.00 p.m. – 8.30 p.m.

West entrance

Cocktail & Dj Set

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY C.I.B.J.O – THE WORLD JEWELLERY CONFEDERATION

## SUNDAY 13 SEPTEMBER 2020

### Hall 7 – The Stage of VOICE

#### FUTURE OF JEWELLERY - New generations of women in comparison in the jewel system

11.30 a.m. – 12.30 p.m.

Speakers:

Alessia Crivelli, Marketing Manager Crivelli  
Azzurra Cesari, Special Project Manager Cesari & Rinaldi Gemmai Futurgem Group

Isabella Traglio, General Vice Director Vhernier

Moderator:

Margherita Succi, Founder and CEO of FYHWL, Online Design Magazine

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FYHWL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FYHWL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FYHWL

#### CIBJO AND ASSOCORAL: THE CLASSIFICATION OF THE COLOR RANGE OF THE MEDITERRANEAN CORAL

1.00 p.m. – 2.00 p.m.

Speakers:

Gaetano Cavaliere, CIBJO President  
Enzo Liverino, CIBJO Coral Commission President

Vincenzo Aucella, Assocoral President

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

#### INNOVATION AND TECHNOLOGY - CYCLE OF MEETINGS WITH CLUB DEGLI ORAFI ITALIA

3.00 p.m. – 4.00 p.m.

DE BEERS INSIGHT REPORT PRESENTATION

Moderator:

David Brough, Editor and Co-founder of Jewellery Outlook

Speaker:

Stephen Lussier, CEO at Forevermark at De Beers

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

#### TECHNOLOGICAL INNOVATION AS A COMPETITIVE ADVANTAGE FOR COMPANIES

4.00 p.m. – 5.00 p.m.

Moderator:

Alexandra Trosin, Executive Director of Club degli Orafi

Speakers:

Diego Nardin, CEO of Fope  
Simona Demeglio, Production Manager of Roberto Demeglio

Paolo Bettinardi, CEO of Better Silver

Duccio Vitali, CEO of Alkemy

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY CIBJO AND ASSOCORAL

#### Hall 6 – VO Square

##### IMPROVING HUMAN CAPITAL - Which future for Italian Design

10.00 a.m. - 11.00 a.m.

Speaker: Medardo Chiapponi, Full Professor of Industrial Design at IUAV University Venice

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

## MONDAY 14 SEPTEMBER 2020

### Hall 7 – The Stage of VOICE

#### FOPE – “FOUR TALES OF BEAUTY”

Book Presentation

10.30 a.m. – 11.00 a.m.

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY FOPE

#### ONLINE ANTI-COUNTERFEITING, TOOLS AND STRATEGIES

11.15 a.m. – 12.15 p.m.

Speaker:

Mario Peserico, President of Assorologi

Moderator:

Dody Giussani, Editor in Chief of L'Orologio

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

#### INTERVIEW WITH BEPPE ANGIOLINI

12.30 p.m. – 1.00 p.m.

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ITALIAN EXHIBITION GROUP S.P.A.

#### VO+ TALK - FILLING THE GAP: WHAT'S MISSING BETWEEN BRAND AND RETAIL

1.00 p.m. – 2.00 p.m.

Speakers:

Beppe Angiolini, Honorary President and Head of Marketing Communication Italian Chamber of Fashion Buyers. Owner of the Luxury Multibrand Store SUGAR

Sarah Fabergé, Director of Special Projects FABERGÉ

Moderator:

Federica Frosini, Editor-in-Chief of VO+

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY VO+

#### TV TALK - PREDICTIONS @ VOICE - A Forecasting Event | Presenting Seasons 2022

2.30 p.m. – 4.45 p.m.

Hosts And Presenters:

David Brough, Founder & Editor in Chief Jewellery Outlook and Paola De Luca, Creative Director & Founder Trendvision Jewellery + Forecasting

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

#### Emerging Phenomena - Speakers:

Paola De Luca, Creative Director & Founder Trendvision Jewellery + Forecasting

Akash Das, Professor ISDI, Mumbai - School of Fashion Design / Researcher @ The Futurist Ltd.

Ash Allibhai, Head of Fashion and Creative at 100% Studios | Contributor TV

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOROLOGI

### Hall 6 – VO Square

#### GEM TALKS – Gems in black and white

10.00 a.m. – 11.00 p.m.

Speakers: Lucia Gori, IGI Professor

Loredana Prosperi, Director and head of the IGI analysis laboratory

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

#### IMPROVING HUMAN CAPITAL - Facing the scenario of today and tomorrow: Strategy and Sustainability

11.30 a.m. – 12.30 a.m.

Speaker:

Prof. Andrea Beretta Zanoni, Full Professor of Strategy and Corporate Policy, University of Verona

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

#### DIGITAL TALKS

1.00 p.m. – 1.45 p.m.

Photography: vehicle of emotions or simple representation?

Speaker:

Federico Ponzi, Photographer and Freelance Graphic Designer

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

INDUSTRY EVENT ORGANIZED BY ASSOGEEMME, IN COLLABORATION WITH FONDAZIONE STUDI UNIVERSITARI DI VICENZA

Un caloroso benvenuto a tutte le aziende clienti, ai visitatori, ai media. VOICE, primo appuntamento internazionale dal vivo per il settore della gioielleria e oreficeria dopo un lungo arresto forzato, riapre anche la stagione delle manifestazioni fieristiche di Italian Exhibition Group. È dunque un piacere autentico accogliervi nel quartiere fieristico di Vicenza per inaugurare tre giorni di business, networking, formazione con i protagonisti più autorevoli della community. Secondo modalità nuove, in un “nuovo mondo”, ma perseguendo l’obiettivo di sempre, in piena sicurezza: dare valore al miglior made in Italy, potenziare le relazioni di business, crescere.

Se siamo qui, mi piace sottolinearlo, è per la ferma volontà, condivisa con tutti gli attori della industry, le istituzioni, le associazioni, il territorio, la stampa, di affrontare insieme con prontezza, capacità e lungimiranza la complessa sfida che questo momento storico ci pone innanzi. In questi mesi le fiere hanno reagito con prontezza agli accadimenti e dimostrato con versatilità la loro centralità per il business delle aziende che esportano e crescono. Agendo a supporto di tutta la filiera IEG dà risposta, con VOICE, agli obiettivi di un intero comparto che qui, in questi giorni, trova qui il suo fulcro e lo slancio per la ripartenza.

Con VOICE, IEG lancia un messaggio forte, rinnovando l’impegno al fianco delle imprese per lo sviluppo del made in Italy, delle attività economiche e dell’export, asset strategici per la ripresa dell’intero sistema paese.

Buon lavoro a tutti noi

**VOICE**  
VICENZANO  
INTERNATIONAL  
COMMUNITY  
EVENT

A warm welcome to all our client companies, visitors and the media. VOICE, the first live international event for the gold and jewelry sector after a long period of forced standstill, also reopens Italian Exhibition Group’s trade show season. It is therefore a sincere pleasure to welcome you to Vicenza’s Expo Center to inaugurate three days of business, networking and training with the community’s most authoritative players. With new modalities, in a “new world”, but still in pursuit of the same objectives, in total safety: to give value to the best Made in Italy, strengthen business relations and grow.

If we are here, and I like to underline it, it is due to the resolute determination that all the industry’s players, institutions, associations, the territory and the press share, to tackle the complex challenge that this historical moment has placed before us with enthusiasm, ability and farsightedness. Over these recent months, the trade show organizers have reacted punctually to events and, with versatility, have demonstrated their focus on the business of companies that export and grow. Acting to support the whole supply chain, with VOICE, IEG responds to the aims of an entire sector that here, over these three days, finds its focal point and the impetus to re-start.

With VOICE, IEG launches a strong message as, alongside the companies, it renews its commitment to developing Made in Italy, economic activities and export, strategic assets for the recovery of Italy’s whole system.

I wish us all every success



EDITORIAL - LORENZO CAGNONI  
PRESIDENT IEG ITALIAN EXHIBITION GROUP



**FASHION JEWELLERY**

unoaerre.it

La voce dell'oreficeria e della gioielleria si sente, forte e chiara. VOICE riaccende i riflettori su uno dei settori più globalizzati con un format innovativo di Italian Exhibition Group che integra la presenza fisica alle opportunità del mondo digitale, segnando nuove modalità di fruizione dei contenuti e un nuovo riferimento per il mondo degli eventi fieristici. Abbiamo lavorato con passione a questo format per permettere a tutti gli operatori di rimettere in moto in piena sicurezza il sistema di relazioni personali garantito dai saloni, l'elemento umano!

Negli ultimi mesi abbiamo spinto l'acceleratore sull'innovazione e in particolare sui processi di digitalizzazione già da tempo avviati nella nostra azienda, restando a fianco dei clienti e degli stakeholders per ascoltare le loro esigenze e dare concretezza alle loro richieste. La "nuova normalità" che stiamo costruendo a più mani richiede la capacità di interpretare uno scenario con confini tecnologici e organizzativi diversi, ma sempre foriero di opportunità che siamo pronti a cogliere. Grazie alle Associazioni, alle imprese e agli operatori che ci hanno accompagnato in questo lavoro creativo di un format che metterà il meglio di sé nelle prossime edizioni di Vicenzaoro, quando tutti speriamo di poterci incontrare con un abbraccio liberatorio e, finalmente, non virtuale.

È un grande onore, oggi più che mai, raccogliere la fiducia delle principali aziende dei comparti economici più strategici per l'economia e accogliere nel cuore del made in Italy gli operatori di tutto il mondo. È con grande senso di responsabilità che rinnoviamo il nostro impegno nei loro confronti.

The voice of the gold and jewelry industry can be heard loud and clear. VOICE turns the spotlights back on to one of the most globalized sectors with an innovative format, devised by Italian Exhibition Group, that integrates physical attendance with the opportunities offered by the digital world, thus signaling new ways of viewing content and providing the trade show event world with a new reference. We have worked hard and enthusiastically on this format so that every sector insider can re-ignite the personal relations system, the human element, that shows guarantee, all in total safety!

In the last few months, we have been pushing on the innovation accelerator and particularly on digitization processes that our company had already been working on for some time, while still flanking our clients and stakeholders in order to listen to their needs and give substance to their requests. The "new normality" that we are building altogether requires the ability to interpret a scenario with various technological and organizational limitations even although it heralds opportunities that we are ready to seize. Thanks to the Associations, companies and traders who have accompanied us in creating a format that will give its very best at future editions of Vicenzaoro, when we all hope to be able to meet with open arms and a non-virtual embrace.

It is a great honor, now more than ever, to gather the trust of leading companies in the economy's most strategic divisions and welcome traders from all over the world into the heart of Made in Italy. It is with a huge sense of responsibility that we are renewing our commitment towards them.



EDITORIAL - CORRADO PERABONI  
CEO IEG ITALIAN EXHIBITION GROUP



Gioielleria in montatura  
solo made in Italy



Montature per gioiellerie / Saggi metalli preziosi / Recupero residui

[www.fratellidinacci.it](http://www.fratellidinacci.it) - Tel. 0823.838.974



**C**i siamo. VOICE c'è. Il settore orafa gioielliero c'è. IEG c'è. La community si ritrova finalmente a VOICE, un evento creato su misura per rispondere al desiderio delle aziende di ripartire e riallacciare quelle relazioni fondamentali con la filiera e con i mercati internazionali.

Sono tornati i prodotti, l'innovazione, i contenuti in un format moderno che conferma l'eccellenza delle aziende dei distretti nazionali e la leadership di IEG sullo scenario mondiale. Un appuntamento dal vivo che riprende il filo del discorso interrotto a gennaio, con un'edizione di grande successo di Vicenzaoro January, portando nuovamente in fiera, dal vivo, oltre 300 espositori tra i più importanti del settore e ospiti tra i più autorevoli. Un segnale forte di ripresa.

Nel frattempo tutto è cambiato, ma non la capacità delle aziende del made in Italy di reagire e reinventarsi, per eccellere di nuovo, né l'impegno di IEG che per supportarle ha ampliato la gamma di servizi e di attività, in particolare sul fronte delle tecnologie digitali, aiutandole a mantenere costante, attiva e proficua la relazione con le community di riferimento in oltre 120 Paesi del mondo. Una platea a cui ci rivolgiamo in questi giorni, dal palco di VOICE, anche grazie a soluzioni innovative implementate da IEG, in particolare nella comunicazione e promozione degli espositori, ulteriormente potenziate negli ultimi mesi.

VOICE – Vicenzaoro International Community Event – è espressione della community orafa gioielliera internazionale e dell'identità delle nostre aziende, un tessuto imprenditoriale capace di esprimere un grande valore dal punto di vista storico, culturale e sociale, l'essenza del made in Italy. È anche l'emblema della sua capacità di evolvere, attivando nuove dinamiche che arricchiranno il nostro modo di fare fiere da qui in avanti.

**T**his is it! VOICE is here. The gold and jewelry sector is here. IEG is here. At last the community is gathered at VOICE, a tailor-made event created in response to the companies' desire to restart and re-establish those fundamental relations with the supply chain and international markets.

Products, innovation, contents are all back in a modern format that confirms the manufacturing excellence in the national districts and IEG's leadership on the global scene. A live event that resumes the train of thought so abruptly interrupted last January after a highly successful edition of Vicenzaoro January, taking over 300 of the sector's top companies and some of the most authoritative guests physically back into the Expo Center, live. An extremely positive sign of recovery.

In the meantime, everything has changed except for two things: Made in Italy companies' ability to react and re-invent themselves in order to continue to excel, and IEG's commitment which, running to their aid, has extended its range of services and activities, particularly on the digital technology front, thus helping relations with the community of reference in more than 120 countries around the globe to remain constant, active and fruitful. An audience that we are addressing during these three days from the stage of VOICE, also thanks to the innovative solutions that IEG has adopted, especially in terms of communication and exhibitor promotion, which have been further strengthened over the last few months.

VOICE – Vicenzaoro International Community Event – is both an expression of the international gold and jewelry community and of the identity of our companies, an entrepreneurial framework able to convey great value from a historical, cultural and social point of view; the very essence of Made in Italy. It is also the emblem of its ability to evolve by activating new dynamics that will enrich our way of staging trade shows now and in the future.



EDITORIAL - MARCO CARNIELLO

GROUP BRAND DIRECTOR JEWELLERY AND FASHION AT IEG

## We believe in our industry

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



## IGI MINI LAB

WILL BE BACK

VicenzaOro 2021



**INTERNATIONAL  
GEMOLOGICAL  
INSTITUTE**

For more information regarding our services and tradeshows

**Antwerp** info@igi.org **Italy** italy@igi.org

**www.igi.org**

# DAY 1: SUSTAINABILITY

Business etico, responsabilità della filiera, best practice. Molteplici le declinazioni e gli ambiti legati al tema della sostenibilità, affrontati a VOICE Ethical business, supply chain responsibility, best practice. VOICE tackles many aspects and fields linked to the theme of sustainability

SABATO 12 SETTEMBRE  
SATURDAY 12 SEPTEMBER

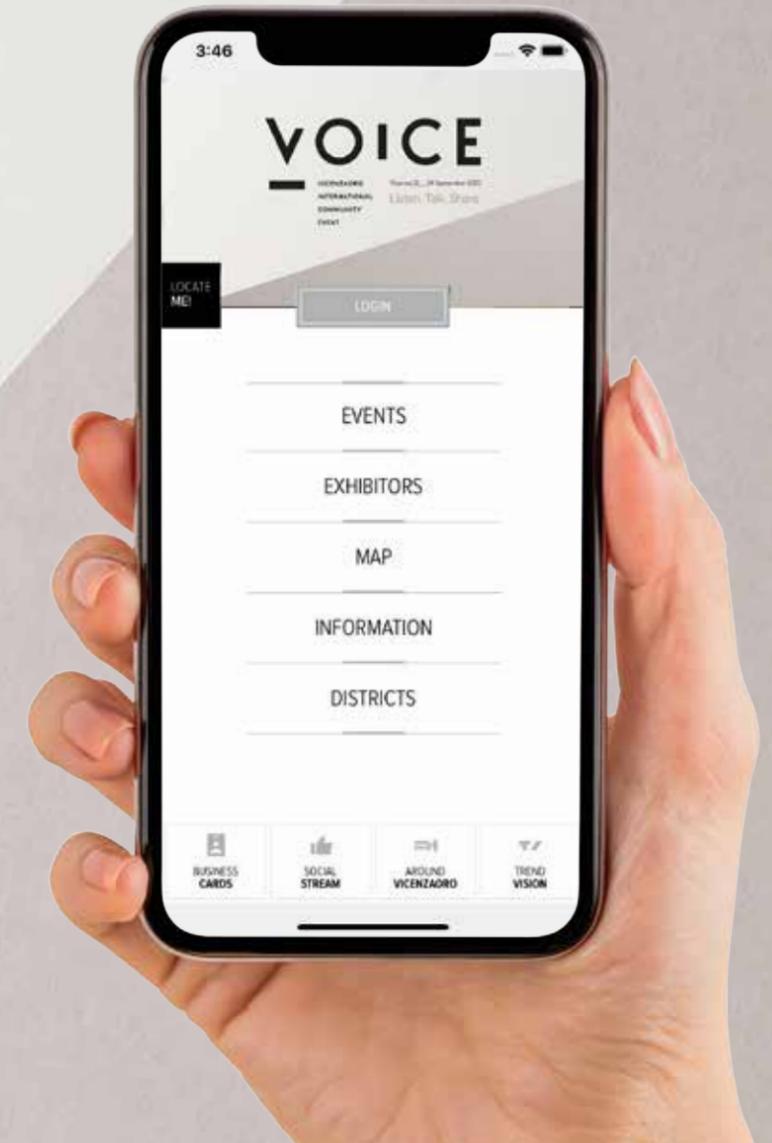
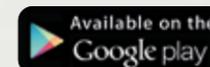
Un argomento di grande discussione e attualità che apre numerosi fronti e ambiti di discussione, soprattutto in era post-Covid. Dalle aspettative del consumatore finale, alle responsabilità legate alla trasparenza di filiera, ai principi di business etico, fino ai nuovi codici che devono regolare le attività dell'industry. Inoltre a VOICE sono definite le nuove regole internazionali legate alla definizione di una nuova nomenclatura per la colorazione del corallo, a supporto di trader e consumatori. CIBJO, Assocoral e il Responsible Jewellery Council, sono i tre principali player che sul palcoscenico di VOICE condividono visioni, progetti e strategie per il futuro di un settore che necessita di una sempre maggiore trasparenza ed eticità.

A topic of considerable debate and relevance that opens numerous fronts and spheres for discussion especially in the post-Covid age. From the final consumer's expectations to responsibilities linked to supply chain transparency, the principles of ethical business and the new codes that must govern the industry's activities. Furthermore, the new international rules for defining a new classification for coral colors to assist both traders and consumers are to be defined at VOICE. CIBJO, Assocoral and the Responsible Jewellery Council are the three players that, on the stage of VOICE, will be sharing visions, projects and strategies for the future of a sector that is in need of ever greater transparency and ethicality.

# VOICE DOWNLOAD THE OFFICIAL APP

Keep the maps close at hand, discover the exhibitors and get the useful info easily with the official app of VOICE.

Tieni le mappe a portata di mano, scopri gli espositori e ottieni facilmente le informazioni utili con l'app ufficiale di VOICE.



VICENZAORO.COM/IT/VOICE



ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
Providing the future

## DAY 2: INNOVATION AND TECHNOLOGY

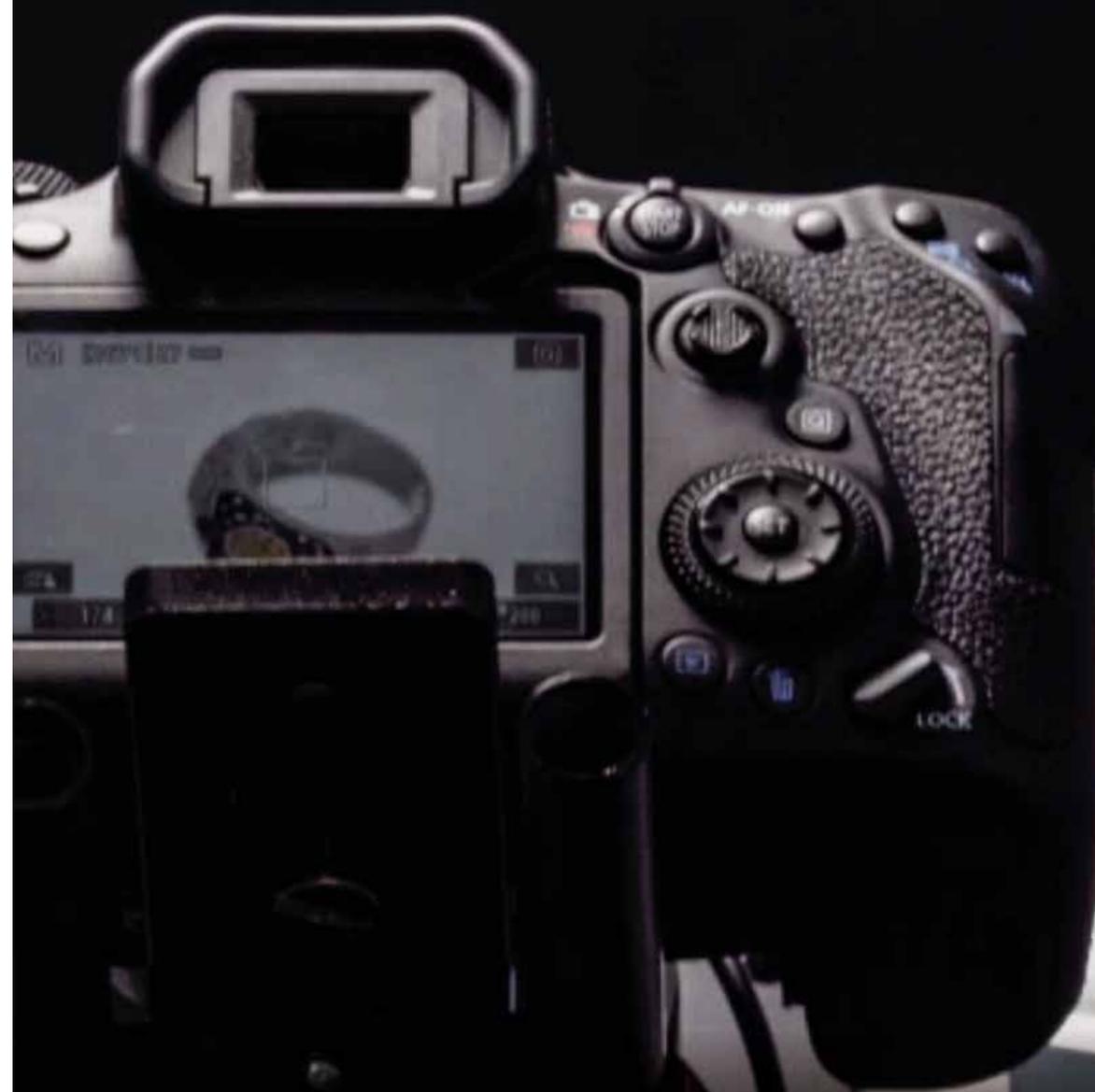
La tecnologia a supporto dell'industry, in laboratorio come pure online. Se ne parla sul palco di VOICE, con speaker autorevoli, e fra gli stand, con imprenditori che l'high-tech lo creano Technology to support industry both in the workshop and online. A topic under discussion on the VOICE stage with authoritative speakers and among the stands with the entrepreneurs who create high-tech

**G**rande abilità artigianale da una parte e sofisticata tecnologia dall'altra. La gioielleria è il perfetto connubio di questi due elementi, antitetici fra loro ma perfettamente integrabili. Di high-tech, segmento sempre più importante dell'industry e fiore all'occhiello della gioielleria made in Italy, se ne parla "on stage" anche a VOICE, con protagonisti e opinion leader, associazioni e imprenditori, sotto la supervisione del Club degli Orafi Italia. Di scena sullo stesso palco, insieme e con un obiettivo comune, Assocoral e CIBJO, con un focus sulla classificazione della gamma di colori del corallo Mediterraneo. E se di solito, a livello espositivo, a rappresentare l'anima high-tech di Vicenzaoro sono i format di TGold e TEvolution, VOICE non poteva essere da meno: nelle aree Creation, Creation Components ed Evolution TGold trovano spazio numerose realtà specializzate in progettazione e realizzazione di macchinari in grado di coprire tutto il ciclo di "making of" di un gioiello, oltre che semi-lavorati e componentistica di ogni genere.

Great artisan skill on the one hand and sophisticated technology on the other. Jewelry manufacturing is the perfect union of these two totally opposing yet perfectly integrable elements. High-tech, an increasingly more important segment of the industry and the pride of Made in Italy jewelry, will also be taking the stage at VOICE, with first-hand players and opinion leaders, associations and entrepreneurs, under the supervision of Club degli Orafi Italia. On the same stage, Assocoral and CIBJO, with a focus on classifying the color range of Mediterranean coral. And while, at the exhibition level, the TGold and TEvolution formats usually represent the high-tech soul of Vicenzaoro, VOICE lives up to the legacy: in the Creation, Creation Components and Evolution TGold areas, a large number of companies specializing in the design and construction of machinery able to cover the entire "making" cycle of a jewelry item will be exhibiting their offers together with semi-processed goods and components of every kind.



**Photos**  
**Videos**  
**360 Animations**  
**Presentations**



[www.alo.zone](http://www.alo.zone)

# DAY 3: TRENDS AND DESIGN

Tendenze da cogliere al volo e possibilmente da anticipare. Nella gioielleria ma anche nel mondo dell'alta orologeria e perché no, delle pietre preziose. Tutto on stage a VOICE

Trends to seize immediately and, if possible, in advance. Not only in jewelry but also in the high watchmaking world and, why not, even in precious stones. All on stage at VOICE

LUNEDÌ 14 SETTEMBRE  
MONDAY 14 SEPTEMBER

Che cosa accadrà nel mondo della gioielleria? Quali gioielli desidereremo di più? Come si evolverà il mercato e come cambieranno i metodi di acquisto? VOICE dedica un'intera giornata alle tendenze e al design, per provare a rispondere alle domande più frequenti degli operatori del settore orafa. In programma, il VO+ Talk intitolato "Filling the Gap: What's Missing between Brand and Retail", e l'atteso Trendvision Talk sui fenomeni culturali e le direzioni di stile di Trendvision Jewellery + Forecasting, che presenta anche il 19° "The Jewellery Trendbook 2022+", in versione digitale. C'è poi spazio anche per il mondo degli orologi, per quello dell'innovazione digitale per il retail, e per l'universo delle pietre, indagato con i Gem Talks organizzati in collaborazione con l'Istituto Gemmologico Italiano.

What will happen in the jewelry world? What types of jewelry will become popular? How will the market evolve and how will the way we buy jewels change? VOICE will dedicate an entire day to trends and design in order to answer the most frequently asked questions posed by industry professionals. The VO+ Talk entitled "Filling the Gap: What's Missing between Brands and Retail" will take place along with the much-anticipated Trendvision Talk on cultural phenomena and directions in style from Trendvision Jewellery + Forecasting, which will present "The Jewellery Trendbook 2022+," now in its nineteenth edition and available in digital format. Discussion will also turn to the world of watches, digital innovation in retail, and the universe of stones with in-depth information provided during the various Gem Talks held in collaboration with the Istituto Gemmologico Italiano.

ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
Providing the future



**TIV**  
TRENDVISION  
jewellery + forecasting

THE INDEPENDENT OBSERVATORY OF  
GLOBAL TRENDS FORECASTING IN JEWELLERY,  
DIAMONDS AND WATCH DESIGN.

# The Protagonists

Un palcoscenico che per tre giorni si popola e si anima di voci, tanto diverse ma tutte unite nell'obiettivo comune di far ripartire l'industria dell'eccellenza italiana. A VOICE si alternano panelist in arrivo da tutto il mondo, rappresentanti di categoria, futuri leader della comunicazione digitale, esperti di settore, buyer, manager, creativi, imprenditori e gemmologi. Tre giorni di confronti e dibattiti per un summit che vede il gioiello indiscusso protagonista della scena. In questa sezione anticipiamo i principali temi che saranno dibattuti, grazie alle voci di alcuni tra i guest e i partner presenti.

A stage which, for three days, will be populated and brought to life with voices, all very different but united in their common aim to get the Italian industry of excellence going again. At VOICE, panelists, category representatives, future digital communication leaders, sector experts, buyers, managers, creative artists, entrepreneurs and gemmologists from all over the world, will each take their turns. Three days of discussion and debate for a summit that sees jewelry as the indisputable star of the show. In this section, we offer an insight into the main themes under debate thanks to the voices of some of the guests and partners in attendance.

# VOICE: THE NEW STARTING POINT

THE PROTAGONISTS



«Dopo i difficili mesi trascorsi, qualche segnale positivo arriva dalle vendite offline e online delle grandi case d'asta e dai player digitali che hanno registrato crescita importanti. I retailer come Browns, Moda Operandi ma anche i grandi resale come TheRealReal, hanno registrato degli incrementi a doppia cifra nella categoria della gioielleria. C'è poi stata la polarizzazione del mercato con una grande differenza tra i grandi e i piccoli brand. I primi, da sempre molto attenti allo storytelling e al branding e già con un'importante vetrina online, sono stati maggiormente facilitati, tant'è vero che si sono registrati molti record per quanto riguarda la vendita online degli investment pieces, mentre ha sofferto il comparto dell'unbranded e i marchi che non avevano una vetrina online. Il Covid ha enfatizzato alcune tendenze che si stavano già intravedendo, ha accentuato l'importanza della forza del marchio, delle nuove tecnologie e del digital e ha messo a fuoco la capacità delle aziende di adattarsi e di adottare una mentalità quasi da start-up».

- ALEXANDRA TROSIN,  
Direttore del Club degli Orafi

«After the last months, some positive signs are coming from offline and online sales at the big auction houses and from digital players who have recorded significant increases. Retailers such as Browns and Moda Operandi, but also large resale companies like TheRealReal, have all recorded double-figure increases in the jewelry category. Another trend we are seeing is market polarization with a huge difference in terms of performance between large and small brands. The big brands, which have always paid great attention to storytelling and branding and which already had prominent on-line stores, have been more fortunate, and in actual fact, this year has witnessed many records in terms of the on-line sale of investment pieces. On the other hand, the unbranded sector and brands that did not have an on-line store when the crisis began have suffered the most. Covid has highlighted some trends that were already creeping in and has emphasized the importance of brand power, new technologies and digital, as well as sharpened companies' ability to adapt and adopt an almost start-up mentality.»



«È chiaro che anche per l'oreficeria non è un momento facile. A causa del lockdown, dopo anni di ripresa per fatturato ed export, le quantità di preziosi venduti hanno subito un brusco calo, mediamente quasi del 40%, con un picco ancora più evidente nel solo mercato cinese. Però è doveroso guardare ai segnali positivi. Siamo all'inizio di un nuovo ciclo economico, ancora debole ma supportato da politiche monetarie espansive. E VOICE dà un ulteriore segnale di incoraggiamento: adesso è il momento di aprirsi ai mercati, dall'America alla Russia, da Dubai all'Iran. Puntando su una nuova mentalità sempre più digitale e globale».

«It is obvious that it's not an easy time for jewelry either. Because of the lockdown - after years of seeing an upswing in sales and exports - we saw a sudden drop in jewelry sales, about 40% on average, with an even greater decrease in the Chinese market alone. But, we must also point out some positive signs. We are at the beginning of a new economic cycle, still weak but backed up by expansionary monetary policies. And VOICE is another encouraging sign. Now is the time to open up to the markets, to help markets do the same, from America to Russia and from Dubai to Iran. Focusing on an ever more digital and global mentality».

- ARDUINO ZAPPATERRA,  
Portavoce Nazionale Orafi CNA



«La nostra produzione, inutile nascondere, sta attraversando un momento di forte difficoltà, dovuto dal blocco delle fiere e dal lockdown di alcuni mercati di riferimento. L'offline resta ancora un punto saldo: corallo e cammei non sono pronti per la vendita online, in quanto ognuno con caratteristiche diverse, irripetibili al 100%, limite che però diventa un valore aggiunto. Sono tutti pezzi unici. L'associazione sta portando avanti alcuni progetti ambiziosi, che potranno dare una marcia in più agli associati: classificazione internazionale della gamma di colori del Corallo Mediterraneo, blockchain e marchio di qualità del prodotto».

«Our production, needless to hide it, is going through a moment of great difficulty, due to the blockade of trade fairs and the lockdown of some reference markets. Offline still remains an important part of our artistic craftsmanship; coral and cameos are not ready for online sales, as each single jewel has its special features, 100% unrepeatable. Such a limit, however, becomes an added value for those who buy our products. They are all unique pieces. The association is carrying out some ambitious projects, which will be able to give something more to all members: international classification of the range of colors of Mediterranean Coral, blockchain and product quality brand.»

- VINCENZO AUCELLA,  
Presidente di Assocoral



«Nel trimestre marzo-maggio 2020, il comparto orafa ha visto la propria produzione crollare, con una flessione del -72%. Le esportazioni dei primi quattro mesi del 2020 hanno segnato un calo del -31,2%, più accentuato (-39,9%) nei Paesi extra UE. Sul fronte dei prezzi alla produzione si sono registrati segnali inflazionistici con una crescita del 4,2% nel complesso dei quattro mesi tra marzo e giugno.\* Per questo, è fondamentale un intervento shock da parte del governo. Misure a sostegno della ripresa sono identificabili nel prolungamento della moratoria sugli interessi dei finanziamenti e dei prestiti d'uso; nella creazione di apposite linee di liquidità con piani di ammortamento straordinari; nello stimolare la ripartenza del mercato interno attraverso campagne promozionali».

\* Elaborazione a cura dell'Ufficio Studi di Confartigianato Imprese su dati ISTAT.

«In the quarter from March to May 2020, the jewelry sector saw its production collapse with a decrease of -72%. Exports in the first four months of 2020 recorded a drop of -31.2%, even sharper (-39.9%) in non-EU countries. On the production cost front, the industry has shown signs of inflation with an overall growth rate of 4.2% over the four months between March and June.\* For this reason, a shock intervention from the government is essential. Measures to support the recovery include prolonging the suspension of interests on financing and on-going loan for use agreements; creating specific liquidity facilities with extraordinary amortization plans; stimulating domestic market recovery through promotion campaigns.»

\* ISTAT data processing by Confartigianato Imprese's Study Office.

- LUCA PARRINI,  
Presidente Nazionale Confartigianato Orafi



«Ci sono due provvedimenti che potrebbero essere di grande aiuto per tutte le imprese del settore, e sostanzialmente senza costi per le casse dello Stato. Il primo è l'adesione anche sostanziale alla Convenzione di Vienna: formalmente è avvenuta già due anni fa, ma il Governo non ha ancora messo gli uffici di marcatura nelle condizioni di partire, eppure questo semplificherebbe di molto le procedure di esportazione anche all'interno dell'Unione Europea. L'altro tema è la possibilità di utilizzare la garanzia statale sui prestiti oltre i 25 mila euro per abbassare i tassi di interesse applicati sul prestito d'uso dell'oro, sostenendo così l'operatività delle aziende del settore e riducendo i costi che devono affrontare».

«There are two measures that would be of great help to all companies in the industry, and, essentially, at no cost to the State. The first is fully participating in the Vienna Convention. Technically, this happened two years ago, but the government hasn't yet set out the conditions that would allow branding offices to get started, and this would really simplify many export procedures even within the European Union. The other measure would be the opportunity to have the state guarantee loans over 25,000 euros in order to lower interest rates applied to loans against gold. This would help companies in the industry to stay operational and reduce their costs.»

- ANDREA FABBIAN,  
Presidente della Categoria Orafa e Argentiera di  
Apindustria Confimi Vicenza

# GAETANO CAVALIERI:

## SUSTAINABILITY FIRST

A VOICE, tre i momenti “firmati” CIBJO: ce ne parla il Presidente Gaetano Cavalieri. At VOICE, three moments under the name of CIBJO: President Gaetano Cavalieri explains

«**C**on 47 Paesi membri, 40 partner commerciali, fra cui IEG Italian Exhibition Group, e 7 milioni di imprese per 100 milioni di addetti rappresentati con una produttività di alcune centinaia di miliardi di dollari l'anno, CIBJO ha un ruolo fondamentale nell'industria della gioielleria. Per questo, durante il lockdown, a seguito di impulsi giunti da ogni dove, abbiamo deciso di mettere in moto una “macchina” che ha portato a circa 50 eventi online per un totale di oltre 30.000 partecipanti e 54 panelist fra le più importanti autorità e protagonisti del settore. Sono stati momenti di confronto ed empatia importanti su temi fondamentali come la CSR e la sostenibilità post-Covid, diventati patrimonio di tutti noi, e che proprio per questo abbiamo deciso di riproporre a VOICE con un panel riassuntivo di quanto emerso nei mesi scorsi. E non potevamo non dare spazio a chi sta davvero facendo la differenza in tal senso in contesti difficili come l'Africa: con il secondo panel “Africa is Rising: A New Generation Finds its Voice” presentiamo una nuova generazione di designer e produttori di gioielli africani, intenti a cambiare il paradigma secondo il quale quasi tutte le materie prime estratte nel continente vengono esportate e lavorate altrove. CIBJO è inoltre da sempre a fianco di Assocoral nell'importante questione della classificazione dei coralli preziosi e nella tutela di questa materia prima soggetta a gravi rischi ambientali, come dimostra il Coral Blue Book, scaricabile dal nostro sito. VOICE è dunque un'occasione importante per fare il punto della situazione, insieme all'imprenditore Enzo Liverino e a Vincenzo Aucella, Presidente dell'Associazione dei produttori di corallo, cammei e gioielli di Torre del Greco».

«With 47 member nations, 40 commercial partners, including IEG Italian Exhibition Group, and 7 million companies representing 100 million workers and a productivity worth several billions of dollars per year, CIBJO plays a fundamental role in the jewelry industry. That is why, during the lockdown, and on the impetus received from all corners of the earth, we decided to set a “machine” in motion that has led to about 50 on-line events for a total of over 30,000 participants and 54 panelists, including some of the sector's most prominent authorities and top experts. Said events marked important moments of confrontation and empathy on fundamental themes such as CSR and sustainability after Covid,

things that are the heritage of everyone, which is exactly why we have decided to re-propose them at VOICE with a panel to sum up the facts that have emerged in recent months. And we definitely could not ignore those who are really making the difference to this effect in such complicated contexts as Africa: with the second panel, “Africa is Rising: A New Generation Finds its Voice”, we will be presenting a new generation of African jewelry designers and producers who are intent on changing the paradigm which generally sees all the raw materials extracted in the continent exported and processed elsewhere. Moreover, CIBJO has always flanked Assocoral with regard to the question of classifying precious corals and protecting this raw material that is subject to serious environmental risk, as the Coral Blue Book, which can be downloaded from our site, goes to prove. VOICE is therefore an important occasion to weigh up the situation, together with entrepreneur, Enzo Liverino and Vincenzo Aucella, President of the Torre del Greco Coral, cameo and jewelry producers' Association.» **L.S.**



CIBJO SEMINAR - Hall 7, The Stage of VOICE
Saturday, 12 September, 2.30 – 4 pm
"CSR and sustainability in the post-Covid era"
Saturday, 12 September, 4.15 – 5.30 pm
"Africa is rising: a new generation finds its voice"
Sunday, 13 September, 1 – 2 pm
"CIBJO and Assocoral: the classification of the color range of the Mediterranean coral"

SATURDAY 12 SEPTEMBER  
SUNDAY 13 SEPTEMBER



# THE JEWELLERY TRENDBOOK *forecast* 2022 +



# IVANA CIABATTI:

## CONFIDENCE IN THE FUTURE IS HERE

Ivana Ciabatti, Presidente di Federorafi, traccia il quadro della situazione nazionale dell'industry e le strategie per risollevare il business, partendo da VOICE. Ivana Ciabatti, President of Federorafi, outlines the industry's situation in Italy and the strategies for reviving business, starting from VOICE

**Q**ual è il ritratto della situazione del mercato gioielliero italiano pre e post Covid? I dati relativi al primo quadrimestre 2020 elaborati per Federorafi dal Centro Studi di Confindustria Moda, mostrano un calo record dell'export di oltre il -30% dopo che il primo bimestre si era chiuso con una conferma del trend (+23%) molto positivo ereditato dal 2019. Il Covid e il lockdown prima e le restrizioni negli spostamenti verso i Paesi di interesse, le chiusure ancora in atto in diverse aree mondiali, la cancellazione di tutte le manifestazioni fieristiche, le quotazioni record delle materie prime e gli ulteriori costi derivanti dall'introduzione delle necessarie misure di sicurezza nelle aziende continuano a preoccuparci. Una recente indagine di Confindustria ha evidenziato come l'applicazione dei protocolli sanitari ha fatto sì che ci sia stato un aumento dei costi mensili sostenuti in media per lavoratore pari a 125 euro.

Quali sono le strategie messe in atto per dare priorità alla ripresa? Come noto il settore orafa ha già investito su questo fronte con le iniziative "The Extraordinary Italian Jewelry" con ICE Agenzia e con "La Bellezza Continua" con IEG/Vicenzaoro e quindi confidiamo sulla disponibilità di ulteriori risorse per potenziarle. Parallelamente dobbiamo concentrarci sulle iniziative dedicate al business e qui rimarco le richieste fatte circa le deroghe per potenziare gli accordi con la GDO USA che nella fase "pre-covid" hanno prodotto risultati misurabili per centinaia di imprese orafe, alla necessità di aiutare le imprese nella partecipazione alle fiere internazionali in Italia ed all'estero e quindi confido che arrivi finalmente il via libera per l'estensione dell'applicazione degli strumenti SIMEST

– SACE per la finanza agevolata e i contributi a fondo perduto.

Quale importanza possono avere gli eventi fisici? Su questo punto devo sottolineare come il nostro settore sia stato particolarmente lungimirante avendo concordato per tempo con IEG/Vicenzaoro una strategia diversa rispetto ad altri settori del made in Italy lanciando l'evento VOICE che, nel garantire a costi accessibili una piattaforma fisica di business per le imprese, sperimenterà nuove formule di comunicazione. Sui mercati esteri abbiamo puntato sulla Cina continentale con il progetto "The Extraordinary Italian Jewelry" al China International Import Expo di Shanghai (CIIE) di novembre organizzato da Federorafi con ICE Agenzia. Oltre 60 aziende hanno aderito e rappresenterà la più importante presenza del gioiello italiano mai organizzata in Cina.

«Il nostro settore è stato particolarmente lungimirante avendo concordato per tempo con IEG/Vicenzaoro una strategia diversa rispetto ad altri settori del made in Italy, lanciando l'evento VOICE che, nel garantire a costi accessibili una piattaforma fisica di business per le imprese, sperimenterà nuove formule di comunicazione»

SATURDAY 12 SEPTEMBER

What is the general picture regarding the Italian jewelry market situation and the various segments of the industry before and after Covid? The data relating to the first four months of 2020, processed for Federorafi by Confindustria Moda's Study Center, show a record drop of more than -30% in exports after the first two months closed with a highly positive trend (+23%) carried over from 2019. Covid, Italy's lockdown, the restrictions in movement towards the countries of interest, by closures still in effect in various parts of the world, by the cancellation of all trade shows from February to August, record raw material prices and further costs deriving from having to introduce the necessary safety measures on company premises are still worrying. And a recent Confindustria survey showed how applying sanitary protocols has led companies to face an average increase of Euro 125 in monthly costs per employee.

What strategies have been enacted to prioritize the recovery? As we know, the jewelry sector has already invested in this front with "The Extraordinary Italian Jewelry" initiative with ICE Agenzia and with "Beauty Continues" with IEG/Vicenzaoro and we are therefore confident of having further resources to strengthen it. At the same time, we have to focus on initiatives aimed at business, and here I would underline the requests made regarding derogations to strengthen agreements with USA large scale retail which, prior to Covid, had produced measurable results for hundreds of jewelry companies, as well as to the need to help companies to take part in international trade shows in Italy and abroad. I therefore hope that the green light will soon be given to extend the application of SIMEST -SACE instruments (Italian export insurance and funding services).

How important might physical business events be? On this point, I must point out that our sector has been particularly farsighted having punctually agreed with IEG/Vicenzaoro on a different strategy compared to other Made in Italy sectors by launching the VOICE event which, in ensuring at affordable costs, a physical business platform for companies, will also be experimenting new communication formulas. As regards the foreign markets, we are focusing on continental China with "The Extraordinary Italian Jewelry" project, organized by Federorafi with ICE Agenzia, to be held at the China International Import Expo in

Shanghai (CIIE) in November. Over 60 companies have subscribed so it promises to be the most significant Italian jewelry participation ever organized in China. L.S.

«Our sector has been particularly farsighted having punctually agreed with IEG/Vicenzaoro on a different strategy compared to other Made in Italy sectors by launching the VOICE event which, in ensuring, at affordable costs, a physical business platform for companies, will also be experimenting new communication formulas»

### INAUGURAL GREETINGS

Saturday, 12 September, 9.45 - 10.30 am

Hall 7, The Stage of VOICE

Moderator: Andrea Cabrini, Director of Class CNBC



# CARLO FERRO:

## LET'S SWITCH THE ENGINES BACK ON

Carlo Ferro, Presidente dell'Agenzia ICE, illustra dati e tendenze del settore pre e post-Covid. Oltre alle strategie per accelerare la ripresa. Carlo Ferro, President of the ICE Agency, outlines the jewelry industry's pre and post-Covid figures and trends together with strategies to speed up recovery

«Dopo aver accumulato 10 anni di crescita consecutiva e un 2019 relativamente brillante, con un +2.3% di crescita dei beni venduti all'estero, a gennaio e febbraio avevamo registrato un +4.7%, benché la Cina fosse già colpita dalla pandemia. Ora, i numeri Istat di fine maggio indicano una flessione del -16% nei primi 5 mesi del 2020 sul 2019, ma sottolineano anche un bel +35% di maggio su aprile. Si auspica quindi che i prossimi mesi vadano in questa direzione, con un percorso di crescita a U e un recupero progressivo. Fra gennaio e aprile, la gioielleria ha toccato il dato direi "storico" del -31,5% tendenziale, in un quadro di export mondiale del -37,8%. È insomma un settore che ha risentito anche più di altri, che in Italia, nel 2019 ha significato da solo 7 miliardi di export, e questo grazie all'eccellenza che da sempre i nostri distretti orafi sanno esprimere. VOICE è il primo evento che ci rivede tutti insieme: ci eravamo lasciati a gennaio a Vicenzaoro, con un'edizione che aveva visto, grazie a ICE-Agenzia, la partecipazione di 200 visitatori dedicati e il lancio del progetto Startup and Carats, incentrato su innovazione e tecnologia. Le proiezioni ci dicono che per tornare a un trend positivo del sistema moda italiano dovremo aspettare il 2022, ma intanto riprendiamo ottimisti. Il Patto per l'export, voluto dal ministro Di Maio, esprime reazione e visione a supporto delle imprese. Ed ICE è fortemente impegnata ad accelerare la sua azione di servizio su quattro pilastri: la campagna di comunicazione del brand Italia, l'e-commerce, la Fiera Smart 365 e la formazione di digital export manager. Anche per il comparto della gioielleria abbiamo iniziative nuove e molto importanti, come campagne di promozione in Usa e Cina e lo stand del settore Made in Italy organizzato da ICE e Federorafi al CIIE a Shanghai il prossimo novembre».

«After having racked up 10 consecutive years of growth and a relatively brilliant 2019, with a +2.3% increase in goods sold abroad, in January and February we had reached +4.7%, even while China was already being affected by the pandemic. Now, Istat numbers at the end of May indicate a downturn of -16% in the first 5 months of 2020 compared to 2019, but they also

highlight a good +35% in May compared to April. It is therefore hoped that the coming months continue in this direction with a U-shaped growth curve and progressive recovery. Between February and April, jewelry touched the, I would say, "historic" figure of a tendential -31.5% within a global export outlook of -37.8%. In short, it is a sector that has been hit more than others, especially considering that, in 2019, it alone was worth 7 billion in exports thanks to the excellence that our gold districts have always been able to express. VOICE is the first event that will see us gathered together: we parted in January at Vicenzaoro after an edition that, thanks to ICE-Agenzia, had boasted the participation of 200 specialist visitors and the launching of the Startup and Carats project focused on innovation and technology. Forecasts tell us that, in order for the Italian fashion system to return to a positive trend, we will have to wait until 2022 but, in the meanwhile, let's get on with an optimistic start. The export Pact that Minister Di Maio petitioned so strongly for, shows reaction and vision in support of businesses. And ICE is heavily committed to speeding up the action to assist four main pillars: advertising campaigns to promote the Italy brand, e-commerce, the Smart 365 Trade Show and digital export manager training. We also have new and very important initiatives for the jewelry industry, such as advertising campaigns in the USA and China and a stand for the Made in Italy sector organized by ICE and Federorafi at the CIIE scheduled for next November.» L.S.



ICE AGENCY SEMINAR

Saturday, 12 September, 1 – 2 pm

"E-commerce and new opportunities for internationalization"  
Hall 7, The Stage of VOICE

SATURDAY 12 SEPTEMBER

T.G  
T.GOLD  
vicenzaoro

# INTERNATIONAL JEWELLERY TECHNOLOGY SHOW

22 - 27 JANUARY 2021  
Vicenza | Italy

Organised by

ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP  
Providing the future



VICENZAORO.COM

Follow us    

# DIGITAL TALKS: THE SCENARIOS

## ARE CHANGING. AND THE GOLDSMITHS?

Domenica 13 e lunedì 14 settembre, la VO Square punta tutto sulla digital transformation, inevitabile per la sopravvivenza del settore e determinante fattore di sviluppo. Sunday 13th and Monday 14th, the VO Square focuses on digital transformation, inevitable for the sector's survival and development factor

SUNDAY 13 SEPTEMBER  
MONDAY 14 SEPTEMBER

«**A** iutare le imprese a competere, pur con risorse contenute, spinge a ricercare nelle singole esperienze degli imprenditori quei valori che, pur generando prospettive di crescita differenti, possono essere portatori di innovazione e di opportunità non per un singolo operatore ma per la sua community. Per far questo sono ovviamente indispensabili specifiche valutazioni del mercato di riferimento ottenute attraverso dati e ricerche. Il fine è quello di essere motore di sviluppo inclusivo e sostenibile per i nostri operatori, con l'ambizione di non lasciare indietro nessuno, agendo in questo percorso di cambiamento attraverso quella che viene definita la "prossimità" umana». Il commento di Steven Tranquilli, Direttore Federpreziosi Confcommercio, sintetizza il nuovo "sentiment" legato al processo di digital transformation, che è uno dei macro temi trattati a VOICE nel ciclo dei Digital Talks. Fari puntati dunque sull'evoluzione digitale che va ben oltre tecnologia e tecnica, toccando aspetti quali: il metodo di lavoro e l'approccio al mercato, nuove competenze, visione e un rinnovato approccio manageriale e culturale. Si parla dei "Social come amplificatori di fiducia" con Davide Dal Maso, per il quale la fiducia è l'unica caratteristica efficace per distinguersi da chi fa un prezzo più basso. Quindi di "Strategie e-commerce 2020" con Gianluca Pellegrinelli, consulente eBay Italia, per scoprire come e-commerce e marketplace possano rappresentare una nuova modalità di vendita per il negozio fisico. Infine, spazio al valore dell'immagine, con il talk "Fotografia: veicolo di emozioni o semplice rappresentazione?", per apprendere tutti gli accorgimenti necessari a valorizzare un gioiello attraverso un corretto uso dell'obiettivo.

«Helping companies to compete, even with contained resources, urges entrepreneurs to search those values in individual experiences that, while generating different growth prospects, can herald innovation and opportunities, not for single operators but for the whole community. To do this, specific reference market analyses, obtained through data and research, are obviously indispensable. The goal is to be an inclusive and sustainable development flywheel for our operators, with the aim of not leaving anyone behind, acting in this change process through

what is defined as human "proximity".» This comment from Steven Tranquilli, Director of Federpreziosi Confcommercio, sums up the new "sentiment" linked to the digital transformation process, one of the macro themes dealt with at VOICE in the cycle of Digital Talks. The spotlights are therefore on digital evolution which goes well beyond technology and technique, touching on aspects such as: the work method and approach to the market, new skills, vision and a renewed managerial and cultural approach. "Social media as trust amplifiers" is the topic discussed by Davide Dal Maso, for whom trust is the only effective characteristic for standing out from those who produce at the lowest price. Then Gianluca Pellegrinelli, a consultant for eBay Italia, is poised to speak on "E-commerce strategies 2020" to discover how e-commerce and marketplace can be a new sales modality for the physical store. Lastly, a talk on the value of image with "Photography: a means of emotion or purely representation?" to understand all the necessary tricks for enhancing a jewel through the good use of the lens. **F.F.**



DIGITAL TALKS - HALL 6, VO SQUARE  
Sunday, 13 September, 1.00 – 1.45 pm  
"Social networks as trust amplifiers"  
Davide Dal Maso - Social Media Coach

Sunday, 13 September, 1.45 – 2.30 pm  
"Digital business... a competitor or an opportunity?"  
To find out the answer, you need to know it and understand its logics"  
Gianluca Pellegrinelli - Entrepreneur and consultant eBay Italia

Monday, 14 September, 1.00 – 1.45 pm  
"Photography: vehicle of emotions or simple representation?"  
Federico Ponzi - Photographer and Freelance Graphic Designer

Monday, 14 September, 1.45 – 2.30 pm  
"Luxury: the future is phygital"  
Bassel Bakdounes - CEO Velvet Media  
Andrea Zaniolo - New Business Director at Velvet Media  
Omar Rossetto - Head of Social at Media Velvet Media

Introduces and moderates:  
Steven Tranquilli - Direttore Federpreziosi Confcommercio (above)

# OROVERO. UNA SCELTA PREZIOSA.



Con OroVero puoi contare su un investimento semplice e sicuro, alternativo rispetto alle soluzioni finanziarie tradizionali.

Infatti, puoi acquistare e custodire i tuoi lingotti *London Good Delivery* presso i caveau di UBI Banca, contando sulla protezione da ogni rischio di danneggiamento o furto e disponendone il ritiro in qualsiasi momento.

Ti aspettiamo in filiale per saperne di più.

**UBI Banca**  
Fare banca per bene.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali.  
Condizioni contrattuali ed economiche, fogli informativi disponibili nelle filiali UBI Banca.

# TV TALK - PREDICTIONS:

## A FORECASTING EVENT

Dalla digitalizzazione avanzata al multiculturalismo... La presentazione del nuovo "The Jewellery Trendbook 2022+" diventa un talk animato dalle voci di autorevoli designer, buyer e cool hunter, per analizzare i nuovi fenomeni culturali. From advanced digitization to multi-culturalism... The presentation of the new "The Jewellery Trendbook 2022+" becomes an animated talk among the voices of expert designers, buyers and cool hunters to analyze the latest cultural phenomena speaks about it



**T**rasformazione. È questa la parola chiave del momento secondo Paola De Luca, founder e creative director di Trendvision Jewellery + Forecasting - Osservatorio internazionale di ricerca, specializzato nell'attività di forecasting per i settori della gioielleria, dell'orologeria e dell'accessorio di moda. «Occorre salire sul treno della trasformazione, per sopravvivere al cambiamento epocale che stiamo vivendo. Un cambiamento che seppur doloroso può essere positivo». È ottimistica la visione di chi è da sempre dedito allo studio dei cambiamenti socio-culturali, per indirizzare i player del settore gioielleria in un mercato vasto e in costante evoluzione. Per questa speciale edizione di VOICE, De Luca organizza "Tv Talk: Predictions 2021-22. Emerging Phenomena, Panorama and Forecast 2022": «Un talk articolato in 3 sessioni, con ospiti internazionali, per riflettere e indagare sulle nuove forme di pensiero, i movimenti emergenti nel design del gioiello e le nuove economie, inoltre per scoprire i temi dominanti nella cultura del consumatore e

quelli che saranno importanti nelle prossime stagioni». Questo per riassumere in breve quello che sarà un vero e proprio evento nell'evento, della durata di circa tre ore, rigorosamente "phygital", ovvero dove fisico e digitale si integrano per offrire un'esperienza che supera le barriere di spazio e tempo. «Oggi il mercato è globale e si deve lavorare così. Puoi essere ovunque fisicamente solo attraverso la tecnologia, la digitalizzazione deve diventare un ennesimo senso dell'uomo». Per sviluppare e raccontare nel dettaglio le nuove "predictions", il talk ha come protagonisti cool hunter, designer e buyer da tutto il mondo che, attraverso la loro esperienza, offrono un quadro esaustivo sui nuovi fenomeni culturali e le tendenze. La De Luca su questo punto è molto chiara: «Non si può parlare solo di gioiello e non di cultura. Occorre conoscere bene il momento che stiamo vivendo. Tutto ciò per cominciare a vivere il settore della gioielleria non più in modo perimetrato ma "sideless", ovvero senza porre o avere limiti».



Transformation. This is the key word of the moment according to Paola De Luca, founder and creative director of Trendvision Jewellery + Forecasting – the international research Observatory that specializes in forecasting activities for the jewelry, watch and fashion accessory sectors. «We need to board the transformation train to survive the historic change we are going through. A change that, although painful, can also prove positive.» The optimistic vision of someone who has always been dedicated to studying socio-cultural changes in order to guide jewelry sector players in a vast and constantly evolving market. For this special edition of VOICE, De Luca has organized "Tv Talk: Predictions 2021-22. Emerging Phenomena, Panorama and Forecast 2022": «A talk divided into three sessions with international guests to reflect and explore new forms of thought, emerging movements in jewelry design and the new economies as well as to discover the mainstream themes in consumer culture and those which will be important in the coming seasons.» In short, an authentic, three-hour long, event within an event, all strictly "phygital", or rather, where physical and digital will integrate to offer an experience that overcomes the barriers of space and time. «Today's market is global and we need to work in this way. It can only be physical everywhere through technology; digitization must become yet another human sense.» To develop and offer detailed accounts of the new "predictions", the talk will feature cool hunters, designers and buyers from all over the world who, through their experience, will provide a complete picture of the very latest cultural phenomena and trends. De Luca is explicitly clear on this point: «You cannot speak of jewelry without including culture. You need to really understand the moment we are living through. In this way you can enjoy a "sideless" experience of the jewelry sector, in other words, a sector that no longer has or imposes boundaries.» **A.R.**

TV TALK - PREDICTIONS @ VOICE - A FORECASTING EVENT | PRESENTING SEASONS 2022

Monday, September 14, 2.30 - 4.45 pm  
Hall 7 - The Stage of VOICE

Organized by Trendvision Jewellery + Forecasting

Emerging Phenomena - Speakers:

Paola De Luca, Creative Director & Founder Trendvision Jewellery + Forecasting

Akash Das, Professor & Researcher @ The Futurist Ltd.

Ash Allibhai, Trend Forecaster e Contributor TV

Jewellery Panorama - Speakers:

Smith Sadanandan, Journalist & Jewellery Editor | Key contributor TV

Thomas Lazzarini, Cool Hunter & Researcher, Farfetch Personal Shopper

Alessio Boschi, Designer

Lydia Courteille, Designer

Satta Matturi, Founder and Creative Director

of Satta Matturi Fine Jewellery

Studio Renn - Roshni & Rahul Jhaveri, Designers

Lauren Kulchinsky Levison, Vice President, Chief Style Officer, Curator Mayfair Rocks

Trendvision Forecast 2022 - Speakers:

Paola De Luca, Creative Director & Founder Trendvision Jewellery + Forecasting

Narendra Kumar, Fashion Designer and Creative Director at Amazon

Fashion, India and Filmmaker

Adrien Roberts, International Director of Education, Accademia

di Costume e Moda

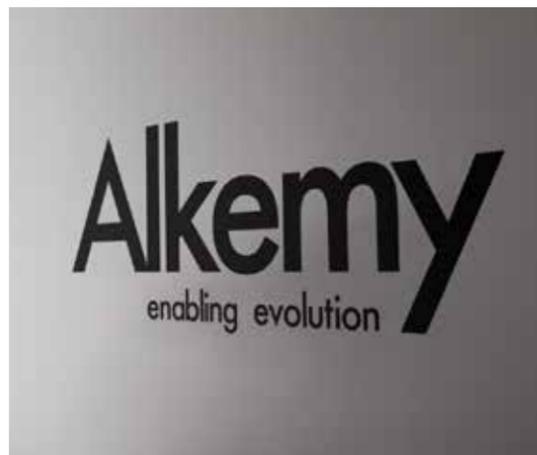
Moderator:

David Brough, Editor and Co-Founder of Jewellery Outlook

# ALKEMY:

## DIGITAL CREATES VALUE

Il settore del lusso è sempre più aperto alla nuova sfida lanciata dall'evoluzione digitale in era post Covid. Ce ne parla Duccio Vitali, Amministratore Delegato di Alkemy S.p.A. The luxury sector is increasingly more open to the new challenges launched by the digital evolution in the post-Covid era. Duccio Vitali, CEO of Alkemy S.p.A., speaks about it



«**A**nche in Italia il mondo del lusso si deve adattare al cambiamento. Il Covid ha messo in luce il ritardo del nostro Paese nell'adozione del digitale. Questa crisi può trasformarsi in una grande occasione per il nostro Paese per investire in tecnologia e in digital transformation e per colmare finalmente il gap che ci separa dal resto dell'Europa. In Italia, infatti, a differenza dei Paesi anglosassoni, negli ultimi anni è continuato a prevalere l'utilizzo di canali tradizionali sia nella vendita che nella comunicazione ai clienti. Nel 2019, solo il 10% delle imprese italiane vendeva online i propri prodotti, con il risultato che durante il lockdown la maggior parte delle aziende si sia trovata completamente disintermediata dal proprio consumatore, riducendo drasticamente il proprio fatturato. Il recente lockdown ha però scosso profondamente il nostro sistema imprenditoriale e le previsioni per il 2020 relative all'e-commerce anticipano una crescita compresa tra 35% e il 40% rispetto al 2019: un dato molto forte considerando che il fatturato complessivo delle imprese italiane è previsto in calo di circa 500 miliardi. La penetrazione dell'e-commerce rispetto al totale delle vendite retail in Italia, inoltre, solo ad aprile 2020 ha registrato un balzo del 59%, superando la crescita complessiva dell'e-commerce in Italia degli ultimi 5 anni. Il dato ancora più interessante, analizzato grazie all'interazione con i nostri clienti fashion e retail, è che l'incremento delle vendite online registrato, se da una parte dipende dalla maggiore attività di chi utilizzava già l'e-commerce, dall'altra è relativo a nuove fasce di consumatori che si sono avvicinati al digitale per la prima volta durante il lockdown e che difficilmente torneranno indietro. L'emergenza sanitaria ha obbligato a sperimentare anche per le aziende del lusso una customer experience digitale

che si integri con l'esperienza fisica, salvaguardando l'esclusività e il valore differenziante del rapporto con i clienti, in ottica multicanale. Si guardi ad esempio al caso del Gruppo Kering: nel secondo trimestre del 2020 le vendite online sono passate dal 10% al 18% del fatturato. Casi eccellenti nel mondo sono stati esemplificati anche dalle più importanti aziende di gioielleria, internazionali e non solo. A fronte di una drastica contrazione del fatturato, causata dalla chiusura delle boutique e dei negozi nelle principali geografie, aziende come Tiffany & Co. e Pandora sono riuscite a far crescere i ricavi online grazie all'e-commerce, rimanendo vicini e rilevanti per i propri clienti, difendendo anche il valore in Borsa. Inoltre, anche i retailer più tradizionali presenti sia in mercati evoluti sul fronte digital, quali quello inglese, che in quelli molto più tradizionali ma di grandi dimensioni, come l'India, hanno visto una forte crescita degli acquisti online. Al netto dei danni arrecati a moltissime aziende e a tutta la nostra economia, questa crisi ha messo in luce, quindi, come il digitale possa essere una leva essenziale di creazione di valore anche per il lusso, filiera chiave dell'economia italiana. La differenza nel medio termine sarà determinata da quanto le aziende sapranno cogliere questa sfida per ripensare al proprio modello di business e adeguarlo alla nuova realtà che il digitale ha creato. Una sfida che il consumatore post-Covid sembra avere già colto».



«The luxury world must adapt to change, even in Italy. Covid has highlighted our country's delay in adopting digital. This crisis could become a great opportunity for our country to invest in technology and digital transformation and to finally bridge the gap that separates us from the rest of Europe. In fact, in Italy, unlike the Anglo-Saxon countries, recent years have shown a continuing use of traditional channels, both in terms of sales and customer communication. In 2019, only 10% of Italian companies were selling their products on-line meaning that, during lockdown, most of them were completely cut off from their own consumers, with a consequent drastic reduction in turnover. The recent lockdown has, however, profoundly shaken our entrepreneurial system and the forecasts for 2020 relating to e-commerce predict a growth of between 35 and 40% compared to 2019: an extremely high figure considering that the overall turnover of Italian companies is expected to fall by about 500 billion. Furthermore, e-commerce penetration compared to the total of retail sales in Italy recorded a leap of 59% in April 2020 alone, exceeding the overall growth in Italy's e-commerce of the last 5 years. The most interesting fact resulting from an analysis of our interaction with fashion and retail clients, is that the recorded increase in on-line sales, while largely the result of greater activity by those who were already buying on-line, was also due to a relatively new bracket of consumers who started to use digital for the first time during the lockdown and who are unlikely to return to their old habits. The health crisis has also forced luxury companies to experiment the digital customer experience that integrates with the physical experience, safeguarding exclusiveness and the differentiated value of customer relations, in

a multi-channel outlook. Take, for example, the case of the Kering Group: in the second quarter of 2020, on-line sales went from 10% of the turnover to 18%. Other prime examples in the world were given by leading jewelry companies, both international and not. Faced with a drastic drop in turnover, caused by having to close boutiques and stores in the main geographical areas, companies like Tiffany & Co. and Pandora managed to increase their on-line revenues thanks to e-commerce, staying close and relevant to their customers and also defending the value in the Stock Exchange. Moreover, the more traditional retailers on the digitally evolved markets, such as the British market, and in those highly traditional but large markets, such as India, also witnessed an enormous growth in on-line sales. Net of the damage caused to a great number of companies and our whole economy, this crisis has, however, highlighted how digital can provide essential leverage for creating value even in the luxury sector, a key supply chain for the Italian economy. The difference in the medium term will be determined by the degree to which companies will be able to welcome the challenge and re-organize their business model to adapt to the new reality that digital has created. A challenge that the post-Covid consumer seems to have already seized.»

Above, Duccio Vitali, CEO of Alkemy S.p.A.

# AZZURRA CESARI:

## GIRL TALK

Un dialogo tutto al femminile, per promuovere e proteggere il futuro della gioielleria made in Italy. Ce ne parla Azzurra Cesari, Special Project Manager Cesari & Rinaldi Gemmai Futurgem Group. An all-female dialogue to promote and protect the future of made in Italy jewelry. Azzurra Cesari, Special Project Manager Cesari & Rinaldi Gemmai Futurgem Group, talks about it

«Sotto il cappello di Assogemme, stiamo cercando di sentirci più vicini, di ascoltarci di più e di cercare di fare squadra assieme, anche in un'ottica di confronto», esordisce Azzurra Cesari, parlando del talk organizzato da Assogemme, "The future of jewellery. Nuove generazioni di donne a confronto nel sistema gioiello": un evento creato con l'obiettivo di delineare una panoramica complessiva dell'industria orafa made in Italy dal punto di vista delle giovani generazioni e indicare le linee strategiche per uno sviluppo più sostenibile. «Questo talk nasce da una comunione di intenti. Soltanto in seguito, ci siamo rese conto di essere tutte donne e abbiamo deciso di metterlo in luce. Effettivamente, inizia a esserci una presenza femminile piuttosto corposa nelle nuove generazioni del mondo del gioiello». A rappresentare tale presenza, assieme alla Cesari, ci sono Alessia Crivelli e Isabella Traglio. «Oltre al suo ruolo di marketing manager presso Crivelli, Alessia Crivelli è Presidente di Mani Intelligenti, una fondazione impegnata a costruire un programma di formazione molto importante sul territorio valenzano. Isabella Traglio, vice direttore generale di Vhernier, ha un ruolo a 360° e da sempre promuove, protegge e spinge il design del gioiello verso il futuro. Io mantengo il mio ruolo di rappresentante di tutta la filiera. Assogemme rappresenta i principali operatori nell'ambito delle pietre preziose di colore: tagliatori di gemme, diamanti, perle e coralli, grossisti, professionisti del settore, rivenditori, gioiellieri, retailer, produttori e rivenditori. La nostra sfida è mantenere ed esaltare la grande artigianalità ma allo stesso tempo promuovere lo sviluppo di un certo tipo di tecnologia, e fare in modo che i due aspetti si integrino».

«Under the aegis of Assogemme, we are trying to feel closer, to listen more to each other and try to work as a team together, also with the intent of exchanging views», begins Azzurra Cesari, speaking about the talk organized by Assogemme, "The future of jewellery. New generations of women in comparison in the jewel system": an event created with the aim of outlining an overall overview of the made in Italy goldsmith industry from the point of view of the younger generations and indicating the strategic

guidelines for a more sustainable development. «This talk comes from a communion of intentions. Only later did we realize that we were all women and decided to highlight this feature. Indeed, we have started witnessing a rather significant female presence in the new generations of the jewelry world.» And such presence is represented, together with Cesari, by Alessia Crivelli and Isabella Traglio. «In addition to her role as Marketing Manager of Crivelli, Alessia Crivelli is President of Mani Intelligenti, a foundation committed to building a very important training program in the Valenza area. Isabella Traglio, General Vice Director of Vhernier, has an all-around role and has always promoted, protected and pushed jewelry design towards the future. I personally maintain my role as representative of the entire supply chain. Assogemme represents the main operators in the field of colored gemstones: cutters of gems, diamonds, pearls and corals, wholesalers, industry professionals, dealers, jewellers, retailers, manufacturers and distributors. Our challenge is to safeguard and enhance great craftsmanship but at the same time promote the development of a certain type of technology, and make sure that the two aspects complement each other.» **A.R.**

### ASSOGEMME SEMINAR

Sunday, September 13,  
11.30 - 12.30 pm

Hall 7 - The Stage of VOICE

"The future of jewellery. New generations of women in comparison in the jewel system"

Organized by Assogemme in collaboration with FYHWL

Moderator Margherita Succi, Founder and Ceo of FYHWL,  
Online Design Magazine

Speakers:

Alessia Crivelli, Marketing Manager Crivelli  
Azzurra Cesari, Special Project Manager Cesari & Rinaldi Gemmai Futurgem Group  
Isabella Traglio, General Vice Director Vhernier



SUNDAY 13 SEPTEMBER

# GEM TALKS:

## THE HIDDEN SIDE OF STONES

Tre giorni con i Gem Talks, per un aggiornamento sui temi del momento nel mondo delle gemme. Three days of Gem Talks, focusing on what's new in the world of gemstones



Offrire nozioni storiche e tecniche, attraverso la testimonianza di esperti internazionali del settore, ma anche dare agli operatori gli strumenti utili per imparare a raccontare le gemme alla propria clientela. Questo lo scopo dei Gem Talks, vero must di Vicenzaoro, che non potevano mancare in questa prima edizione di VOICE, poiché il mondo delle gemme è in continua evoluzione e richiede costanti aggiornamenti. Il ciclo di seminari, organizzati come sempre in collaborazione con l'Istituto Gemmologico Italiano, anima il palinsesto con tre appuntamenti quotidiani. Si inizia sabato, con "Il sempre affascinante mondo delle Perle". Rui Galopim de Carvalho, Vice Presidente di CIBJO, e Monica Odoli, Responsabile Corsi IGI, spiegano la reale differenza tra perle naturali e perle coltivate, e approfondiscono la conoscenza dei vari tipi di perle naturali più comuni e delle perle più insolite, come le Melo Melo, le Conch, le Abalone e le Quahog. Domenica 13, Gianni Melas, The Gem Explorer, e Massimo Gismondi, Ceo di Gismondi 1754 conducono "Alla ricerca delle gemme", un vademecum per l'acquisto delle gemme che sviscera diversi temi, come la necessità di reperire campioni per il database di riferimento dei laboratori a cui sempre più viene richiesto di determinare l'origine geografica delle gemme di colore. Infine, lunedì 14, Lucia Gori, Docente IGI, e Loredana Prosperi, Direttore e responsabile laboratorio analisi IGI, raccontano il fascino discreto e misterioso delle "Gemme in bianco e in nero", per approfondire la conoscenza delle pietre "vestite" di "non colori" o colori neutri: al di là degli innumerevoli significati simbolici attribuiti loro, bianco e nero in gemmologia hanno precisi significati da scoprire.

These discussions offer historical and technical information provided by international experts in the industry and give professionals useful tools for presenting gemstones to their own clientele. This is the aim of Gem Talks, one of Vicenzaoro's must-attend events, that certainly couldn't be left out of this first edition of VOICE; because the world of gems is always evolving and there is the need to stay constantly up-to-date. This series of seminars, held, as always, in collaboration with the Italian Gemological Institute, is a highlight of the calendar, with an event each of the three days. It kicks off on Saturday with "The always fascinating world

of pearls." Rui Galopim de Carvalho, vice president of CIBJO, and Monica Odoli, head of courses for IGI, will explain the real differences between natural pearls and cultured pearls. They will also go in-depth on the most common types of natural pearls as well as unusual pearls like Melo Melo, Conch, Abalone and Quahog varieties. On Sunday, September 13, Gianni Melas, "The Gem Explorer," and Massimo Gismondi, CEO of Gismondi 1754, will hold the "In search of gems" talk, which will cover everything having to do with purchasing gemstones. They will discuss a wide array of topics, as the need to obtain samples so that labs, which are constantly being asked to determine the geographical origin of colored gemstones, can maintain databases. Finally, on Monday, September 14, Lucia Gori, who teaches at IGI, and Loredana Prosperi, director and head of IGI's laboratory, will talk about the understated and mysterious allure of "Gems in black and white." This discussion will offer an in-depth look at "colorless" gemstones or those in more neutral hues. Beyond the various symbolic interpretations attributed to them, black and white gemstones have a great deal of significance, ready to be discovered. **A.R.**

### GEM TALKS - HALL 6 - VO SQUARE

In collaboration with I.G.I. - Italian Gemological Institute  
Saturday, September 12, 12.30 - 1.30 pm

"The always fascinating world of pearls"

Speakers: Rui Galopim de Carvalho, CIBJO Vice President,  
Monica Odoli, Head of IGI courses

Sunday, September 13, 11.30 am - 12.30 pm

"In search of gems"

Speakers: Gianni Melas, "The Gem Explorer,"  
Massimo Gismondi, CEO of Gismondi 1754

Monday, September 14, 10.00 - 11.00 am

"Gems in black and white"

Speakers: Lucia Gori, IGI professor,  
Loredana Prosperi, Director and Head of the IGI analysis laboratory

SATURDAY 12 SEPTEMBER, SUNDAY 13 SEPTEMBER

MONDAY 14 SEPTEMBER

# How We See The Future

Il futuro dell'industry visto da chi di questo futuro sarà protagonista. Un panel che mette insieme le voci di quattro giovani imprenditori del settore - Alessia Crivelli, Davide Dal Maso, Laura Inghirami, Matteo Ward - per riflettere sui temi e sulle opportunità di sviluppo per l'industria della gioielleria. Partendo dalle contaminazioni con il mondo moda nella sua accezione più etica, si parla dei nuovi strumenti di innovazione digitale e di comunicazione social, fino ad arrivare alle tematiche legate più direttamente alla produzione e alla forza del brand. Più punti di vista per cogliere e confrontarsi su istanze contemporanee e future.

The future of industry seen through the eyes of those who will be that future's main players. A panel that gathers together the voices of four young entrepreneurs from the sector - Alessia Crivelli, Davide Dal Maso, Laura Inghirami, Matteo Ward - to reflect on themes and development opportunities regarding the jewelry industry. Starting from cross-contamination with the fashion world in its most ethical sense, other topics will include new digital innovation and social communication tools, as well as themes linked more directly to production and brand empowerment. More points of view to grasp and compare to contemporary and future issues.

TEXTS BY FEDERICA FROSINI

## LAURA INGHIRAMI:

### CRAFTSMANSHIP IS 4.0

Giovane imprenditrice e voce italiana dietro alla nuova realtà digitale Donna Jewel, Laura Inghirami racconta storie di artigianalità del territorio in un Grand Tour di eccellenza. Young entrepreneur and Italian voice behind the new digital company Donna Jewel, Laura Inghirami tells stories of craftsmanship around Italy in a Grand Tour of first-class production

**T**ra le guest più attese di VOICE, la giovane imprenditrice toscana e influencer del gioiello italiano - il suo account instagram @Donna.Jewel ha oltre 130 mila follower - è sul palco nella giornata di apertura dell'evento per regalare alla platea la sua visione sul futuro del settore. Donna Jewel è un progetto di ricerca a supporto di giovani talenti emergenti con contest dedicati su Instagram, e di valorizzazione del made in Italy che Laura Inghirami ha rafforzato nel 2019 con il lancio dell'iniziativa Grand Tour, un viaggio attraverso le eccellenze più importanti d'Italia, da Nord a Sud. «Il mio impegno è comunicare e raccontare le storie artigianali che si celano dietro i prodotti. Storie d'italianità fatte di esperienza, cultura, arte e tradizione che seleziono sulla base di criteri che mettono insieme storia e tecnica. Amo rapportarmi con i territori e mi incuriosisce scoprire i volti di coloro che creano l'emozione che solo un gioiello sa trasmettere. "How We See the Future" si inserisce perfettamente in questo mio credo perché anche VOICE a suo modo ha il fine di renderci tutti uguali, facendoci guardare nella stessa direzione, che è difesa e supporto del made in Italy. La mia è una visione che vuole cementare la forza dell'aspetto culturale tutto italiano, comunicare quello che c'è dietro l'etica del fare, il senso del lavoro, l'esperienza, la tradizione che si tramanda di generazione in generazione. Amo mettere a disposizione delle piccole realtà artigianali le mie competenze di comunicazione digitale e scoprire che c'è una curiosità autentica nei confronti di questa dimensione per loro decisamente innovativa. Ci sono ancora logiche del passato sulle quali bisogna lavorare, ma credo fortemente in un futuro in cui potremo parlare di artigianalità 4.0».

Among the most highly-awaited guests at VOICE, is the young Tuscan entrepreneur and Italian jewelry influencer - her Instagram account @Donna.Jewel has over 130,000 followers - will be taking the stage on the opening day of the event to offer the audience her vision of the sector's future. Donna Jewel is a research project that supports young emerging talents with specific contests on Instagram and assesses Made in Italy, an aspect that Laura Inghirami further boosted in 2019 by launching

her Grand Tour initiative, a journey through Italy's top production, from North to South. «My aim is to transmit and tell the artisan stories hidden behind the products. Stories of Italianness, made up of experience, culture, art and tradition that I select on the basis of certain criteria that include history and technique. I love to relate with the territories and I am curious to discover the faces of those who create the emotion that only jewelry can evoke. "How We See the Future" perfectly fits in with my way of thinking because VOICE too, in its own way, aims to make us all equal by looking in the same direction. In other words, towards defending and supporting Made in Italy. My vision wants to reinforce the power of that all-Italian cultural aspect, to transmit what lies behind the ethics of production, the sense of work, the experience and tradition handed down from generation to generation. I love placing my digital communication skills at the disposal of small artisan businesses and discovering that they are really curious to learn about this dimension which, for them, is decidedly new. There are still some logics of the past that need to be worked on, but I strongly believe in a future where we can speak of 4,0 craftsmanship.»



Laura Inghirami, classe 1993, è nata in Toscana, a Sansepolcro. Laureata in Economia Aziendale all'Università Luigi Bocconi di Milano, si laurea poi a Parigi in International Business. Muove i primi passi nel mondo del gioiello presso una maison a Parigi e prosegue con il Politecnico di Milano per entrare a contatto con la parte più creativa. Dopo altre esperienze professionali, nel 2017 lancia Donna Jewel e nel 2019 il progetto Grand Tour.

Laura Inghirami, born in Sansepolcro, Tuscany in 1993. After graduating in Business Management at Luigi Bocconi University in Milan, she then obtained another degree in International Business in Paris. She took her first steps in jewelry at a Parisian company and continued at Milan Polytechnic to come into contact with the more creative aspect. After further career experiences, in 2017 she launched Donna Jewel followed by the Grand Tour project in 2019.

# ALESSIA CRIVELLI:

## LET THE YOUNG SPEAK

Presidente della Fondazione Mani Intelligenti, Alessia Crivelli si unisce al panel degli under 30 per lanciare un messaggio di ottimismo per il mondo che verrà. Alessia Crivelli, President of Fondazione Mani Intelligenti, joins the panel of under-30s to launch a message of optimism for the world to come

«Sono molto contenta di essere su questo palcoscenico, perché il futuro si riscrive partendo dalle nuove generazioni. Da ottimista, penso che quanto faremo oggi sarà qualcosa di bello, soprattutto se diamo la parola ai giovani. Intraprendo un futuro green che si declina nelle idee delle persone, in un nuovo modo di comunicare e di raccontarsi, che prima non era pensabile. Oggi c'è voglia di trasferire competenze, di spiegare cosa facciamo, cosa siamo. Il comparto merita tutto ciò e, superando le resistenze che lo hanno tenuto lontano da queste logiche, deve essere l'anello di congiunzione tra lusso, manifattura, artigianato ed eternità. Come una piccola forma d'arte, fatta di cuore e passione».

«I am delighted to be on this stage, because the future is re-written starting from the new generations. I am an optimistic, and I believe that what we do today will be something beautiful, especially if we let the young speak. The future I see is green and sustainable, interpreted in the ideas of people, in a new way of communicating and in the desire to tell our stories, something that did not exist before. Now there is a willingness to transmit skills, to explain what we are doing and what we are. Our sector deserves all of this, and having overcome resistances that, over time, have distanced us from these logics, has to be the link between luxury, manufacture, craftsmanship and eternity. A small form of art that requires heart and passion.»

Alessia Crivelli, Presidente della Fondazione Mani Intelligenti, è Direttore Marketing della Crivelli srl.

Alessia Crivelli, President of Fondazione Mani Intelligenti, is Marketing Manager at Crivelli srl.

# MATTEO WARD:

## DESIGNING NEW REGENERATIVE SYSTEMS

Industrie che sfruttano output non indispensabili, produzioni in aumento, così come i consumi idrici e i rifiuti. Come si costruisce il futuro? Industries that exploit non-essential output, production, water consumption and waste all on the increase. How can a future be built?

«La responsabilità delle aziende non è quella di concentrarsi su nuovi modelli di abiti, ma di disegnare nuovi sistemi che giustifichino lo sfruttamento delle risorse del nostro pianeta. Il futuro di tutti noi dipende dalla capacità di costruire processi produttivi che non siano distruttivi, ma rigenerativi. È questa la direzione da prendere affinché si possa parlare di una rivoluzione sistematica che coinvolga sia il lato produttivo con strumenti ad hoc, a sia quello educativo che agisca sulle persone. Occorre rivedere altresì i modelli di accesso al credito e riconoscere valore al capitale umano nell'analisi di rischio delle aziende».

«Corporate responsibility does not mean focusing on new dress models but designing systems that justify exploiting our planet's resources. The future depends on the ability to construct productive processes that, rather than being destructive, are regenerative. This is the road to take in order to be able to speak of a systematic revolution that involves both the production side, with ad hoc instruments, and the educational side to address the people. We also need to review credit access models and recognize the value of human capital when analyzing corporate risk.»

Matteo Ward, classe 1986, è tra i co-founder di Wråd, una "call to action" che agisce nel rispetto del pianeta e della sua popolazione.

Matteo Ward, born in 1986, is a co-founder of Wråd, a "call to action" that acts in respect of the planet and people.

# DAVIDE DAL MASO:

## TRUST IS THE FUTURE

Docente e coach di Social Media Marketing, fondatore della no-profit Social Warning - Movimento Etico Digitale, e tra i top under 30 italiani secondo Forbes. Sul palco di VOICE parla di fiducia. Teacher and Social Media Marketing coach, founder of the NGO Social Warning – Movimento Etico Digitale and one of the top under-30 Italians according to Forbes. On the VOICE stage to speak about trust

«Prendi il meglio dal passato, vivi il presente, pensa al futuro». È questo l'invito che Davide Dal Maso fa attraverso la sua homepage - [davedalmaso.net](http://davedalmaso.net) - e che in qualche modo riassume il tema del confronto del talk "How We See the Future". Social media coach, Davide Dal Maso lavora a stretto contatto con le aziende del settore orafa-gioielliere, affiancandole in un processo di formazione interna sull'uso dei social media. Il tema della fiducia, a lui molto caro, è il fulcro da cui parte tutto. «Il tema della fiducia è sempre più legato al mondo del gioiello online, che durante il Covid si è ulteriormente amplificato. Nel momento in cui ho meno touch point a disposizione e meno opportunità di incontro con i buyer, i social media diventano gli attivatori per trasferire la fiducia ai potenziali clienti. Una leva fondamentale da usare a fronte di minore fisicità e per raggiungere risultati concreti, che vuol dire sapersi distinguere da chi fa un prodotto simile. Quindi i social come strumento per raccontare l'aspetto artigianale dietro al prodotto, perché se mostro solo il gioiello finito, non si saprà mai cosa c'è dietro. Per questo è fondamentale lavorare su un piano strategico di pianificazione e di ideazione che ti permetta di creare contenuti ad hoc per sito, facebook, instagram e anche linkedin, e di agire su due livelli: quello delle persone, per mostrare il valore dell'artigianalità, e quello del territorio e del made in Italy che deve essere raccontato. Un percorso di consapevolezza e azione che coinvolga anche la parte commerciale dell'azienda, per rimanere sempre in contatto con i buyer e alimentare le relazioni, e che costruisca il futuro dando valore a quello che già si fa, più che a costruire qualcosa di nuovo».

«Take the best of the past, live the present, think of the future.» This is what Davide Dal Maso invites you to do on his homepage - [davedalmaso.net](http://davedalmaso.net) - and, to some extent, what summarizes the topic of the talk "How We See the Future". Social media coach, Davide Dal Maso works in close contact with companies operating in the gold-jewelry sector, flanking them along an internal training course on the use of social media. The topic of trust, which is very dear to him, is the core from which everything stems. «Trust has always been

linked to the on-line jewelry world which, during the Covid crisis, grew considerably. When there are fewer touch points available and fewer chances to meet with buyers, the social media become the activators for transferring trust to potential customers. A fundamental lever to use in response to less physical contact and to achieve concrete results, which means knowing how to stand out from those that make a similar product. Therefore, the social networks are a tool for explaining the artisan aspect behind the product because, if you only show the finished item, what lies behind its production will never be known. That is why it is essential to work on a strategic planning and design plan that will allow you to create ad hoc content for your website, facebook, instagram and even your linkedin profiles and to act on two levels: firstly, people, to show the value of craftsmanship, and then the territory and Made in Italy, which must then be explained. A process of awareness and action that also involves the company's commercial side in order to always be in contact with the buyers and to nurture relations as well as to construct the future by giving value to what you already know how to do rather than constructing something new.»



Davide Dal Maso, classe 1995, docente e coach di Social Media Marketing. Scrive di marketing ed employer branding collegati alla generazione Z per Millionaire, ha fondato la no-profit Social Warning - Movimento Etico Digitale e affianca aziende e professionisti con strategie social per lo sviluppo del business. Per la rivista Forbes è tra i leader del futuro Under 30.

Davide Dal Maso, born in 1995, teacher and Social Media Marketing coach. He writes about marketing and employer branding in relation to generation Z for Millionaire, founded the NGO Social Warning - Movimento Etico Digitale and flanks companies and freelancers with social strategies for business development. According to Forbes magazine, he is one of the under-30 leaders of the future.

# JEROME FAVIER:

## THE CHALLENGES OF "MADE IN"

VOICE inaugura con un'intervista one-to-one al Vice presidente e CEO di Damiani sul valore dell'italianità. VOICE opens with a one-to-one interview with Damiani's Vice President and CEO on the value of Italianness

È un'inaugurazione che non perde tempo e punta subito tutto su uno dei temi cardine dell'evento, mettendo al centro del palcoscenico il valore del made in Italy per affrontare le future sfide che il mercato presenterà. Un argomento tanto sensibile quanto attuale, commentato in anteprima dal CEO di Damiani, Jerome Favier. «La vera forza dell'Italia risiede tutta nella sua capacità di riappropriarsi del concetto di "made in", che è al tempo stesso la leva che la differenzia dal resto del mondo. L'Italia è un punto di accoglienza importante che le garantisce una forte coscienza dell'italianità, ma penso che le potenzialità di sviluppo siano ancora più alte della consapevolezza. Questo vuol dire anche tornare a lavorare su quei valori che storicamente sono stati vincenti per molte aziende familiari, ossia la famosa "reason why" del padre fondatore. I brand vincenti saranno quelli in grado di interpretare lo spirito del tempo, rimanendo fedeli alle loro radici e al dna aziendale, puntando tutto su autenticità e unicità. Un'azienda con una famiglia solida alle spalle da tre generazioni come Damiani, riesce ad avere la forza per una strategia che si fonda proprio su questi valori, e ha come challenge principale quello di mettere sempre davanti al cliente finale questa verità».

An inauguration that wastes no time and immediately focuses on one of the event's key topics by placing the value of Made in Italy in facing the future challenges that the market will pose at center stage. A topic that is as sensitive as it is current and commented on in advance by Jerome Favier, CEO at Damiani. «Italy's true strength lies totally in its ability to regain possession of the "made in" concept which is, at the same time, the leverage that differentiates us from the rest of the world. Italy is an important hospitality point that ensures a strong sense of Italianness but I believe that potential for development is still greater than awareness. This also means going back to elaborate on those values that were historically winning for many family-run businesses, or rather, the famous founding father's "reason why". The brands that come out on top will be those able to interpret the spirit of the times while remaining faithful to their roots and company heritage, focusing everything on authenticity and uniqueness. A company with a solid family behind it for three generations, like Damiani, manages to have the strength for a strategy based on these values and its main challenge is to always show the final customer the truth.» **F.F.**



### INTERVIEW

Saturday, September 12

10.45 - 11.45 am

Hall 7 - The Stage of Voice

SATURDAY 12 SEPTEMBER



the  
jewellery  
boutique  
show

# Where jewellery begins.

22 - 27 JANUARY 2021 | VICENZA, ITALY

In collaborazione con



Organised by

**ITALIAN EXHIBITION GROUP**  
Providing the future

#safebusiness by IEG  
iegexpo.it/it/safebusiness



# MARIO PESERICO:

## COUNTERFEIT WATCHMAKING, TOWARDS NEW RULES

Mario Peserico, AD di Eberhard e Presidente di Assorologi e Indicam, fa il punto su un problema che vale 300 milioni di Euro l'anno.  
Mario Peserico, CEO of Eberhard and President of Assorologi and Indicam, outlines a problem worth 300 million Euros annually

«La contraffazione è un elemento di grande nocimento per l'orologeria, fra i settori più toccati in assoluto. Un fenomeno che negli ultimi anni ha subito una grande accelerazione, passando dalle spedizioni di piccoli quantitativi a essere veicolata attraverso il web. Per questo, Assorologi e Indicam, l'associazione che dal 1987 combatte contro questo mercato parallelo, cercano di sensibilizzare sempre di più il consumatore affinché si renda conto dei rischi che corre comprando online, su siti che non sono quelli ufficiali delle singole marche. In tal senso, stiamo operando anche perché le autorità impongano finalmente delle regole precise ai marketplace. Purtroppo, accade ancora che i motori di ricerca non controllino i prodotti messi all'asta: offrono prodotti C2C come pure B2C, che intaccano le filiere regolari e usurpano ai siti ufficiali i clienti finali. Inoltre, se fino a qualche anno fa si poteva parlare di un mercato secondario che aveva evidenti limiti nella resa finale, oggi purtroppo ci troviamo di fronte a prodotti che possono essere spacciati tranquillamente per autentici. Inganno spesso scoperto solo al momento di una riparazione fatta da mani esperte. Per dare un'idea del valore totale di questo giro d'affari è stato stimato che è pari al 10% del totale, vale a dire a circa 300 milioni sui 3 miliardi totali dell'orologeria. Altro problema è quello della difficoltà nell'intercettazione delle spedizioni: l'hub della produzione contraffatta è l'Oriente, insieme alla Turchia, che si è specializzata nella componentistica, che viene poi assemblata qui in Italia, catena di montaggio "spezzata" che rende assai arduo il compito di vigilanza delle autorità. Per questo, una stretta collaborazione fra le parti è fondamentale, partendo da un aggiornamento della normativa sull'e-commerce, la cui ultima legge risale ormai al 2001... Secoli fa!»

«Counterfeiting is exceedingly damaging to the watchmaking industry, one of the sectors most affected by this crime. An activity factor that, in recent years, has increased at an alarming rate, going from shipments of small quantities to being heavily con-

ducted through the web. That is why Assorologi and Indicam, the association that has been battling against this parallel market since 1987, are trying to make consumers increasingly aware of the risks they are running by buying on-line from websites that are not the individual brands' official domains. To this effect we are also operating so that the authorities will, at last, impose precise rules on the marketplace. Unfortunately, search engines often still do not check the products put up for auction: they offer both CtoC and BtoC products that undermine the regular supply chains and deviate the final customers from official sites. And while up until a few years ago, you could speak of a secondary market with obvious limits in the final result, nowadays, we are, unfortunately, coming up against products that can easily be passed off as authentic. A trick that only comes to light when the item needs repairing by expert hands. To give an idea of the value of this business, estimates place it at 10% of the total, in other words, about 300 million Euros of the watchmaking industry's 3 billion Euro total. Another problem is the difficulty in intercepting shipments: forgeries are mainly produced in the East and in Turkey, which specializes in components, and then the products are assembled in Italy, a "split" assembly line that makes it extremely hard for the authorities to monitor. That is why close collaboration between the parties is fundamental, starting from updating e-commerce regulations, whose last law dates back to distant 2001... Centuries ago!» L.S.

### INTERVIEW

Monday, September 14,  
11.15 - 12.15 pm

Hall 7 - The Stage of Voice

"Online anti-counterfeiting, tools and strategies"

Speaker: Mario Peserico, President of Assorologi  
Moderator: Dody Giussani, Editor in Chief of L'Orologio



MONDAY 14 SEPTEMBER



## Watches and Jewellery

L'esclusivo appuntamento dell'orologeria  
e gioielleria vintage di pregio.

**22 - 24 Gennaio 2021**

Quartiere Fieristico di Vicenza - Italy  
dalle **9.30** alle **18.30**

Per collezionisti, appassionati e operatori di settore.

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

In concomitanza con



the  
jewellery  
boutique  
show



Organised by

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

# VO+: WHAT'S MISSING BETWEEN BRAND AND RETAIL

Il magazine VO+ modera un confronto tra il mondo retail e quello dei brand del lusso, per indagare sulle nuove opportunità e le criticità emerse dal post Covid. VO+ magazine moderates a debate between the retail world and that of luxury brands to investigate into the new opportunities and criticalities arisen in the post-Covid period

Un panel che risponde alle attuali esigenze del mercato e che mette insieme una pluralità di voci, espressione del mondo retail da una parte e del mondo aziendale dall'altra. Moderato da Federica Frosini, Direttore Responsabile del magazine VO+, il talk "Filling the Gap: What's missing between brand and retail" indaga per capire come colmare il gap relazionale tra il punto vendita alto di gamma e i brand del lusso. Qual è il modello di vendita più giusto per il mercato e il cliente di oggi? Come si approccia un brand di alta gioielleria nei confronti di modelli di vendita online? Gli aspetti da considerare sono due. Uno legato al modello tradizionale di vendita che richiede di enfatizzare e curare tutti gli aspetti legati alla relazione con il cliente. Poi c'è quello legato al canale digitale, che in questo momento ha bisogno di essere rinnovato con un approccio più innovativo. Un confronto che dà anche voce a una realtà multibrand del lusso come Sugar, con l'intervento di Beppe Angiolini, e a un marchio storico dell'alta gioielleria internazionale con Sarah Fabergé, dell'omonima maison. Da non perdere, il contributo di un rinomato e-tailer, che spiega le logiche di una vendita alto di gamma attraverso il canale online.

A panel that responds to the current market needs and englobes a multitude of voices from the retail world on the one hand and the business world on the other. Moderated by Federica Frosini, Editor-in-Chief of VO+ magazine, the talk, entitled "What's missing between brand and retail", investigates to find out how to bridge the relational gap between the high-range sales point and luxury brands. What is the best sales model for today's market and customer? How should a high jewelry brand approach on-line sales models? There are two aspects to consider. One linked to the traditional sales model which involves everything to do with customer relations. Then, there is the model linked to the digital channel, which, at this particular moment, needs to be renovated with a new, innovative approach. A debate that also gives voice to a luxury multi-brand boutique like Sugar, with the

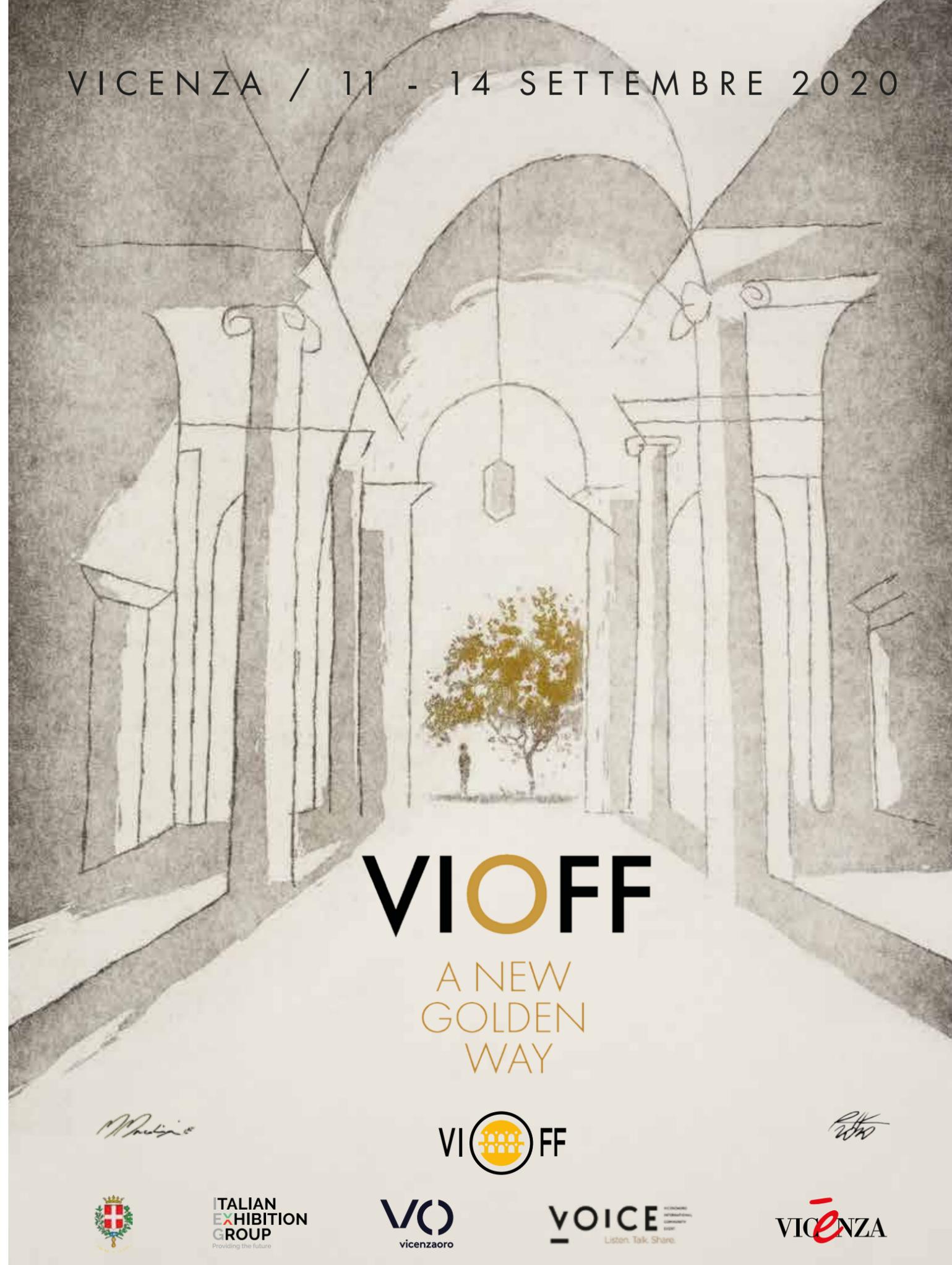
intervention of Beppe Angiolini, and from Sarah Fabergé, from the historical international high jewelry brand. Definitely not to be missed is the contribution from a renowned e-tailer, which will explain the logics of selling high-range on on-line channels.



**VO+ TALK**  
Monday, September 14,  
1 - 2 pm  
Hall 7 - The Stage of Voice  
"Filling the gap: What's missing between brand and retail"  
Speakers: Beppe Angiolini, owner of Sugar boutique and Honorary President and marketing communication responsible for the Camera Nazionale della Moda Italiana  
Sarah Fabergé, Director of Special Project Fabergé (above)  
Moderator: Federica Frosini, Editor in Chief of VO+ magazine

MONDAY 14 SEPTEMBER

VICENZA / 11 - 14 SETTEMBRE 2020



# IRIS VAN DER VEKEN:

## SHAPING A SUSTAINABLE POST-COVID WORLD

Un insight dai vertici del settore, con Iris Van der Veken - Direttore Esecutivo del Responsible Jewellery Council. A leadership view from Iris Van der Veken - Executive Director, Responsible Jewellery Council

«**D**a tempo ormai mi occupo personalmente di tematiche e azioni sostenibili, in più di 20 anni ho guidato e assistito a cambiamenti nell'approccio verso la sostenibilità da parte della filiera globale, dei governi e dell'opinione pubblica e sono sicura che la pandemia di Covid-19 cambierà per sempre il modo di agire e la crescita stessa delle aziende di successo. La pandemia ci ha insegnato che il business non può prosperare in un mondo segnato da povertà, disuguaglianza, disordini e degrado ambientale.

In qualità di leader nel settore, mi sento di delineare quattro sfere di azione prioritarie per il supporto alla filiera globale in questa crisi imprevedibile e in continua evoluzione:

1. Le imprese non possono fare tutto da sole. Come in tutti gli altri settori, la nostra ripresa necessiterà di un costante sostegno fondato su politiche economiche audaci e tempestive da parte dei governi di tutto il mondo, al fine di contenere il più possibile il danno economico, contribuire a instaurare fiducia nel mercato e concentrarsi sulla ripartenza.

2. L'integrità del prodotto non è negoziabile. Lavoriamo in un settore legato alla bellezza e alle emozioni. Colleghiamo i cuori alle menti. I clienti esigono sempre fiducia quando acquistano un gioiello per celebrare un momento importante della loro vita. Le ricerche rivelano che il consumatore post-Covid darà ancor più importanza alla fiducia e agli obiettivi concreti, e valuterà le aziende in

base al loro operato durante e dopo la crisi.

3. Le imprese devono saper trasformare i buoni propositi in azioni. Dobbiamo incentivare le partnership nella trasformazione delle filiere e nel generare effetti positivi. Abbiamo la grande opportunità di creare una società più equa, più sana e resiliente, in armonia con la natura.

4. Le storie basate sui dati sono di grande impatto. Anche nell'era pre-Covid la digitalizzazione era considerata fondamentale per il rinnovamento delle imprese, ma il problema principale era la lentezza con cui la maggior parte delle società si adattava al digitale. Ora, di conseguenza allo shock sanitario ed economico causato dalla pandemia, le aziende dovranno portare avanti i loro programmi di digitalizzazione e automazione per essere ancor più flessibili e smart, tagliare i costi indesiderati nella gestione dei rischi e aumentare l'efficienza produttiva».

«La pandemia di Covid-19 ha gettato il mondo intero in una fase di profonda incertezza, ma resta fondamentale promuovere e integrare pratiche commerciali responsabili e lo sviluppo sostenibile nel settore dei gioielli, con l'obiettivo di infondere maggior fiducia nei consumatori. La sostenibilità è oggi un principio diffuso a livello globale, che ritrova nelle partnership e nella cooperazione il motore per andare avanti»

SATURDAY 12 SEPTEMBER

«As an early-adopter of sustainability issues and action, I have led and witnessed changing attitudes and behaviours to sustainability in the global supply chain, governments and public opinion for over 20 years and I am sure the Covid-19 pandemic will forever change how successful businesses operate and grow. The pandemic has taught us that business simply cannot thrive in a world of poverty, inequality, unrest and environmental degradation.

From an industry leadership perspective I believe there are four priority areas for action to support the global supply chain throughout this unpredictable and ever-changing crisis:

1. Business cannot do this alone. Like every industry, our industry recovery will continue to need support of bold and timely economic policies from governments around the world to mitigate the economic damage and help build confidence in the economy and focus on recovery.

2. Product integrity is non-negotiable. We work in an industry of beauty and emotions. We connect hearts and minds. Consumers always expect trust when they buy a piece of jewellery to celebrate a significant moment in their lives. Early research shows that the post-Covid consumer will prioritize trust and true purpose even more and will evaluate companies based on how they acted during and after the crisis.

3. Business must turn purpose into action. We need to accelerate Partnerships to transform supply chains and build positive impact. have a huge opportunity to create a more healthy and resilient equal society that is balanced with nature.

4. Data-driven stories have profound impact. Even in the pre-Covid era, digitization was considered essential to transform businesses, but the issue was that most companies were slow in adopting digital. Now, after this health and economic shock caused by the pandemic, businesses will have to advance their digitization and automation roadmaps to become even more lean, flat, agile, cut unwanted costs to manage risk and bring in efficiencies.» **L.S.**

«The global Covid-19 pandemic is creating all sorts of uncertainty for the world, but the importance of promoting and integrating responsible business practices and sustainability among the jewellery industry remains essential to enhance consumer confidence. Sustainability has become a global mainstream movement with partnerships and collaboration the only way forward»



CIBJO SEMINAR

Saturday, September 12, 2.30 - 4 pm

Hall 7 - The Stage of Voice

"CSR and sustainability in the post-Covid era"

Moderator: Gaetano Cavalieri, President of CIBJO

# The Jewels

Per chi disegna e progetta gioielli, il lockdown non è stato un momento di pausa, bensì un periodo in pieno fermento, utile alla sperimentazione e alla nascita di nuovi progetti creativi, con la prospettiva di ricominciare con il passo giusto, cercando di trarre lezioni positive da un momento storico difficile. Ogni azienda riparte puntando su nuove collezioni oppure su alcuni gioielli iconici, che custodiscono in sé valori rinnovati e concetti inediti. Quali? Lo scoprite nelle prossime pagine, attraverso la voce di quei marchi che, per la ripartenza, puntano sul potere simbolico dei loro gioielli.

For those who design and create jewelry, the lockdown, rather than a standstill was a period of bustling activity, a time in which to experiment and to generate new creative projects with a view to restarting at the right pace, trying to learn positive lessons from a difficult historical moment. Each company is either restarting by focusing on new collections or on iconic jewelry items that englobe renewed values and unprecedented concepts. Which? Find out on the following pages through the voices of those brands that, in order to get back on track, are relying on the symbolic power of their jewelry.

TEXTS BY ANTONELLA REINA



**FRATELLI BOVO**

«La nostra scelta ricade su una collana in oro giallo 18 carati della collezione “Love Knot”. È formata da una serie di maglie vincolate tra loro, attraverso snodi lavorati a mano; vuole rappresentare l'importanza dello stare insieme e di ripartire insieme, perché dipendiamo tutti l'uno dall'altro».

«Our choice falls on an 18-carat yellow gold necklace from the “Love Knot” collection. It is made up of a series of meshes linked together by hand-processed joints; our aim consists in representing the importance of staying united and restarting together, because we all depend on each other.»

\* Fratelli Bovo is a historic company in the goldsmith district of Vicenza. Since 1977, its strength has been made up of technical and stylistic product innovation.



**RONCO**

«La collana in tre colori oro 750 fa parte della collezione “Armonia”. La sua lavorazione artigianale rispecchia la creatività, la tradizione e il gusto artistico del territorio vicentino: quale migliore connubio per ripartire al meglio sul mercato mondiale e buttarci alle spalle questo 2020?».

«The three-color 750 gold necklace is part of the “Armonia” collection. Its craftsmanship reflects the creativity, tradition and artistic taste of the Vicenza area: what better combination to restart at best on the world market and leave year 2020 behind us? »

\* Ronco jewels are made in Vicenza, a territory rich in culture. They combine great local goldsmith tradition and technological innovation.



**UNOERRE**

«La collezione “Fashion Jewellery” esprime il nostro legame con la tradizione delle catene made in Italy ma guarda anche al futuro, grazie alla sua lavorazione sperimentale, con cui l'oro si fonde al colore nero, dando un effetto “stardust”. Il bracciale scelto è realizzato in bronzo con bagno in oro giallo».

«The “Fashion Jewellery” collection expresses our bond with the tradition of Made in Italy chains but also looks to the future, thanks to its experimental processing, through which gold merges with the black color, giving a “stardust” effect. The chosen bracelet is made of bronze with yellow gold plating.»

\* UnoAerre owes its name to the N.1AR punch, being the first company in the Arezzo district. Founded in 1926, it is known for its technological-artisan know-how in the production of gold and silver jewelry. It covers 70% of the wedding ring market in Italy.



**CAMEO ITALIANO**

«L'emblema della “ripartenza”? Per noi è il fiore, per i diversi valori simbolici che esso incarna: la vita, la bellezza, la natura. Il motivo floreale trova una simbiosi nel design della montatura e del cameo di alcuni oggetti della collezione Scent: gioielli in argento 925 placcati in oro giallo 18 carati con cameo di conchiglia sardonica inciso totalmente a mano».

«We choose the flower as an emblem of the “restart”, since it embodies different symbolic values: life, beauty, nature. The floral pattern finds a symbiosis in the design of the frame and the cameo of some objects from the Scent collection: jewelry in 925 silver plated in 18-carat yellow gold with sardonyx shell cameo entirely hand-engraved.»

\* Cameo Italiano is a brand from Torre del Greco dedicated to the creation of contemporary jewels made with the old shell engraving technique.



**CRIERI**

«Vogliamo celebrare il valore del made in Italy con due bracciali tennis inediti in cui l'alternanza delle pietre riproduce la bandiera italiana. In oro 18 carati, diamanti bianchi e neri, tsavorite e rubini, le due creazioni fanno parte di una limited edition dal nome #madeinitaly».

«We want to celebrate the value of Made in Italy with two brand new tennis bracelets in which the alternation of gemstones reproduces the Italian flag. In 18-carat gold, white and black diamonds, tsavorite and rubies, the two creations are part of a limited edition called #madeinitaly.»

\* Crieri, based in the Valenza district, is a company dedicated to the continuous search for cutting-edge production methods and the development of classic models with a definitely innovative twist.



**PERUFFO**

«Il Long Double earring della collezione Studs è il nostro pezzo chiave per la ripresa. In oro 9 e 18 carati e agata blu, è un gioiello che racchiude in sé i valori del brand: alta qualità del design e nella lavorazione, utilizzo di tecniche innovative e radici solide nell'alta gioielleria».

«The Long Double earring from the Studs collection is our key piece for the restart. In 9 and 18-carat gold and blue agate, this jewel perfectly embodies the values of the brand: high quality of design and workmanship, use of innovative techniques and solid roots in fine jewelry.»

\* Peruffo stands out for its contemporary and dynamic style, enriched from time to time with artistic and cultural content.



**CAORO THE FASHION EXPRESSION**

«Il bracciale Dafne è in oro 18 carati, turchese e corallo. Ispirato alla ninfa associata ai corsi e alle sorgenti d'acqua, rappresenta un ciclo di rinascita continua. L'oro non è solo un metallo prezioso, ma un simbolo di nuova linfa da cui sboccia la speranza, sotto forma di fiori delicati e rigogliosi».

«The Dafne bracelet is in 18-carat gold, turquoise and coral. Inspired by the nymph associated with streams and water sources, it represents a cycle of continuous rebirth. Gold is not only a precious metal, but a symbol of new lymph from which hope blossoms, in the form of delicate and lush flowers.»

\* Founded in Vicenza in 1996, the Caoro brand celebrates the best Italian goldsmith tradition through original intuitions.

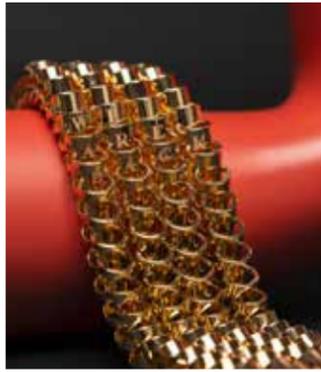


**AMEN**

«Il bracciale in argento 925 dorato e zirconi multicolor, della collezione Albero della Vita, esprime la volontà di ricominciare a crescere e di produrre nuovi frutti, avendo ben piantate per terra le radici, nonostante la tempesta che ci ha colpiti. Ci siamo dovuti fermare, ma adesso è il momento di rifiorire».

«The bracelet in gilded 925 silver and multicolor zircons, from the “Albero della Vita” collection, expresses the will to start growing again and bear new fruit, since the roots are still firmly planted on the ground, despite the storm that hit us. We had to stop, but now it's time to bloom again.»

\* Amen is known for the unique style of its accessories, in which sacred symbols such as crosses, rosaries and hearts are reinterpreted in a fashion key.



### FEMAR

«Ripartiamo con il bracciale della collezione Together. Un bracciale morbido, composto da elementi cilindrici concatenati. È in oro 18 carati e porta inciso sulla sua superficie la frase “Re-Start: We are Back”, realizzata con una lavorazione a laser».

«Let's start again with the bracelet from the Together collection. A soft bracelet made up of chained cylindrical elements. It is in 18-carat gold and has the phrase “Re-Start: We are Back” engraved on its surface, made with laser processing.»

\* Femar is a Tuscan company boasting a combination between artisan goldsmith tradition and sophisticated technology.



### BOCCADAMO

«Lanciata in concomitanza con la fase 2 del Covid-19, la collezione Gaya è la nostra linea della rinascita. Attraverso di essa siamo tornati a regalare bellezza con i nostri gioielli, inviando un segnale forte per ritornare alla vita, cogliendone il lato migliore che sa offrire».

«Launched in conjunction with Covid-19 phase 2, the Gaya collection is our line of rebirth, through which we have started to offer beauty by means of our jewels again, sending a strong sign of returning to life, grasping all the best it can offer.»

\* Based in Frosinone, Boccadamo is a company that has been able to stand out on the Italian and international scene for its pret-à-porter jewelry.



### FAIR LINE

«Volevamo creare un pezzo unico che raccontasse i nostri nuovi valori dopo il Covid e che rappresentasse simbolicamente la forza della connessione con i nostri partner. Così è nato “Meaningful Object Project”, un gioiello in oro 14 carati e pietre naturali, realizzato con una cura meticolosa per i dettagli e la finitura (nella foto un prototipo in progress)».

«We wanted to create a unique piece that would recount our new values after Covid and that would symbolically represent the strong bond with our partners. Thus, “Meaningful Object Project” was born, a jewel in 14-carat gold and natural stones, made with a meticulous eye for detail and finishings (in the image, a prototype in progress).»

\* Fair Line is a brand from Vicenza, specialized in the production of 14-carat gold jewelry for over 30 years.

### GIOVANNI RASPINI

«Voglio rispondere con la creatività e la bellezza ai cambiamenti che hanno colpito il mondo intero. La nuova collezione Paris, con la sua ispirazione figurativa fra organico e geometrico, è un messaggio di continuità che parte dal cuore della Toscana per dire: “Noi ci siamo”».

«I want to respond with creativity and beauty to the changes that have affected the entire world. The new Paris collection, with its figurative inspiration between organic and geometric, is a message of continuity that starts from the heart of Tuscany to say: “We are ready”.»

\* Giovanni Raspini is famous for its contemporary creations, rigorously made by craftsmen in Tuscany.



### ROBERTO COIN

«Love in Verona è la collezione dell'anno 2020. Tutto riparte sempre dall'amore, motore di vita e moltiplicatore di energia. Pulita nel design ma ricca di simboli e significati, vuole essere una celebrazione della semplicità che contraddistingue l'eleganza».

«Love in Verona is the collection of the year 2020. Everything always starts from love, the engine of life and energy multiplier. With a neat design but full of symbols and meanings, it aims to be a celebration of the simplicity that distinguishes elegance.»

\* A stylistic uniqueness with multiple facets characterizes the jewels signed by Roberto Coin's brand.



### ANTONINI MILANO

«Scegliamo un collier in oro con puntale in diamanti della collezione Anniversary100. È composto da tanti elementi “infinito” incatenati fra loro fino a formare un cerchio, come quello delle nostre vite, che metaforicamente ripartono, stabilendo un nuovo punto di partenza, il puntale in diamanti».

«We've chosen a gold necklace with a diamond tip from the Anniversary100 collection. It is composed of many “infinite” elements chained together to form a circle, like that of our lives, which metaphorically restart, thus establishing a new starting point, the diamond tip.»

\* Since 1919, Antonini Milano has been making fine jewelry characterized by an innovative design.



### FOPE

«Ripartiamo dai gioielli della nuova collezione Panorama. Bellissimi oggetti, eleganti e confortevoli, e soprattutto unici nel loro genere. Rappresentano una celebrazione del tipico concetto di lusso discreto che da sempre contraddistingue il brand».

«Let's restart from the jewels of the new Panorama collection. Beautiful, elegant and comfortable pieces, and above all, unique of their kind. They represent a celebration of the typical concept of discreet luxury that has always marked the brand.»

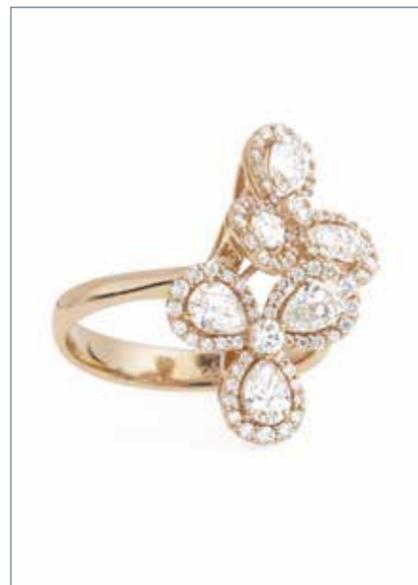
\* Founded in Vicenza in 1929, Fope stands out for the elegance of its jewels made with experimental techniques.

**FABERGÉ**

«Gli smeraldi sono stati a lungo considerati un simbolo di speranza. Per questo abbiamo realizzato il pendente “Trio Yellow Gold Emerald Fluted”, che esibisce un grande smeraldo centrale, circondato da smeraldi più piccoli. Fa parte della collezione “The Colours of Love”».

«Emeralds have long been considered as a symbol of hope. That is why we created the “Trio Yellow Gold Emerald Fluted” pendant which boasts a large central emerald surrounded by smaller ones. It is part of “The Colours of Love” collection.»

\* Fabergé is one of the most famous names in jewelry. It has been creating handcrafted jewelry items that have become authentic icons of beauty and perfection since 1882.

**LEO PIZZO**

«Ripartiamo dall'iconica collezione Flora. Una linea ridisegnata in chiave più moderna e minimale per permettere alle nuove generazioni di trovare lo stesso senso di valore e bellezza che ha fatto innamorare i loro genitori».

«Let's start from the iconic Flora collection. A line redesigned in a more modern and minimal key so that new generations are able to find the same sense of value and beauty that made their parents fall in love.»

\* Leo Pizzo is a family business of fine jewelry artists, founded in the heart of the Valenza district in 1971.

**ANNAMARIA CAMMILLI**

«Il successo dell'anello Regina conferma l'appel intramontabile di un design unico e dei volumi straordinari di un gioiello scolpito nella cera. La passione dei maestri orafi italiani è tangibile in ogni singolo dettaglio. Sono queste le nostre carte vincenti per affrontare la ripartenza con rinnovata consapevolezza e slancio».

«The success of the Regina ring confirms the timeless appeal of a unique design and the extraordinary volumes of a jewel carved in wax. The passion of Italian master goldsmiths can be perceived in every single detail. These are our trump cards to face the restart with renewed awareness and enthusiasm.»

\* The Florentine maison by Annamaria Cammilli is dedicated to the creation of contemporary jewels inspired by abstract concepts and nature.

**CRIVELLI**

«Abbiamo appena lanciato “Ora più che mai”, un progetto nato per indagare il significato del concetto di legame, senza tenere segreta la paura che questo momento storico ha generato. È una collezione di ciondoli, in oro, smalto e diamanti, ispirati al primordiale simbolo dell'amore: il cuore».

«We have just launched “Ora più che mai” (Now more than ever), a project designed to investigate the meaning of the concept of bond, without hiding the fear that this historic moment has generated. It is a collection of gold, enamel and diamond pendants inspired by the primordial symbol of love: the heart.»

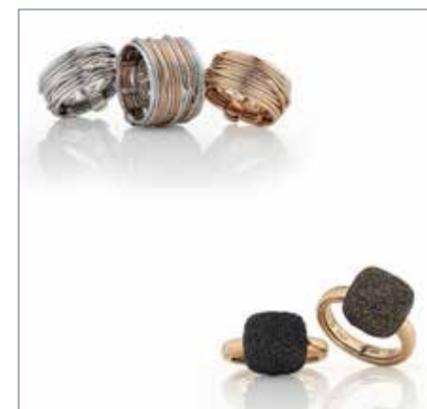
\* Crivelli is a historical company from Valenza that has been creating collections featuring elaborate precious stone combinations since the '70s.

**FRATELLI DINACCI**

«Che sia un solitario in oro 18 kt o un bracciale tennis, per noi l'idea alla base di ogni nostra creazione è quella di “abbracciare” le pietre protagoniste del gioiello, con incassature e montature che ne esaltino le peculiarità. E la personalità di chi le indossa.»

«Whether it is an 18kt gold solitaire or a tennis bracelet, for us, the idea behind all our creation is to “embrace” the stones within each jewelry item with settings and mountings that enhance their peculiarities. And the personality of the person wearing them.»

\* In the early 1900s, Giovanni Dinacci became an expert in precious metal testing. Over the following years, the company also specialized in mounting and semi-processed items and, since 2009, the brand has been 100% Made in Italy certified.

**PESAVENTO**

«DNA Spring e Polvere di Sogni sono le collezioni iconiche del brand. Per noi rappresentano la ripartenza, nel segno della continuità con la nostra visione: bellezza, ricerca, entusiasmo, volontà di dare vita ai sogni. Questi anelli sono dei veri best seller che, con la loro allure elegante e la sorprendente luminosità, hanno la capacità di donare felicità».

«DNA Spring and Polvere di Sogni are the brand's iconic collections. For us they represent the re-start in the name of continuing our vision: beauty, research, enthusiasm, the desire to bring dreams to life. These rings are authentic best sellers that, with their elegant allure and surprising brightness, are able to evoke happiness.»

\* The Pesavento brand has made a name for itself due to its strong identity and ability to anticipate the needs of the public.

**BROSWAY**

«Dopo il periodo di lockdown, viene data più importanza alle emozioni e agli affetti. Chakra, la linea best seller di Brosway, si arricchisce di nuovi simboli che ci accompagnano e che rappresentano pensieri, sentimenti e stati d'animo. Amuleti che risvegliano la nostra energia, i nostri sogni e le nostre emozioni».

«Since the lockdown period, emotions and sentimental attachments have become more important. The Chakra line, Brosway's best seller, has been further enriched with new symbols to accompany us and which represent thoughts, feelings and moods. Amulets that re-awaken our energy, our dreams and our emotions.»

\* Designed to be worn every day and at every occasion, Brosway jewelry is a perfect, smart and versatile travelling companion.



**VENDORAFA**

«Come prodotto di ripartenza, abbiamo scelto il nostro anello “Onda Lucid”, in oro giallo 18kt e diamanti bianchi, perfetta rappresentazione della nostra tecnica d’eccellenza, la martellatura, e del nostro design, caratterizzato da linee e geometrie che richiamano il mondo della natura e di ispirazione architettonica».

«We chose our 18kt gold and white diamond “Onda Lucid” ring as a re-start product since it perfectly represents hammering, our most outstanding technique, and our design which features lines and geometries that recall the natural world while drawing on architectonic inspiration.»

\* Art, design and goldsmith expertise characterize every jewelry item created by Vendorafa.



**ENZO LIVERINO**

«Presenteremo i nuovi gioielli della collezione “The Daggers” nel nostro stand a Vicenza. Realizzati con diversi tipi di perle coltivate, sono stati creati durante il lockdown e noi li consideriamo la nostra “ripartenza”».

«We are presenting the new jewelry in “The Daggers” collection at our stand in Vicenza. Made with various types of cultivated pearls, it was created during the lockdown and we think of it as our “re-start”.»

\* Originality and quality at all costs for Enzo Liverino, whose products are now synonymous of excellence in jewelry art and culture.



**BRONZALLURE MILANO**

«Questo bracciale dalla linea asimmetrica rappresenta il ponte tra passato e futuro del nostro brand. Sintesi di eleganza e modernità che è tipica di Bronzallure, si ispira a uno dei nostri più amati best seller, atualizzandone il design e i dettagli preziosi».

«This bracelet with its asymmetrical lines represents the bridge between our brand’s past and future. With a combination of elegance and modernity that is typical of Bronzallure, it draws on one of our most loved best sellers that has been given a modern design and precious details.»

\* Bronzallure Milano creates jewelry in line with current trends, made in Golden Rosé, a patented precious metal alloy.

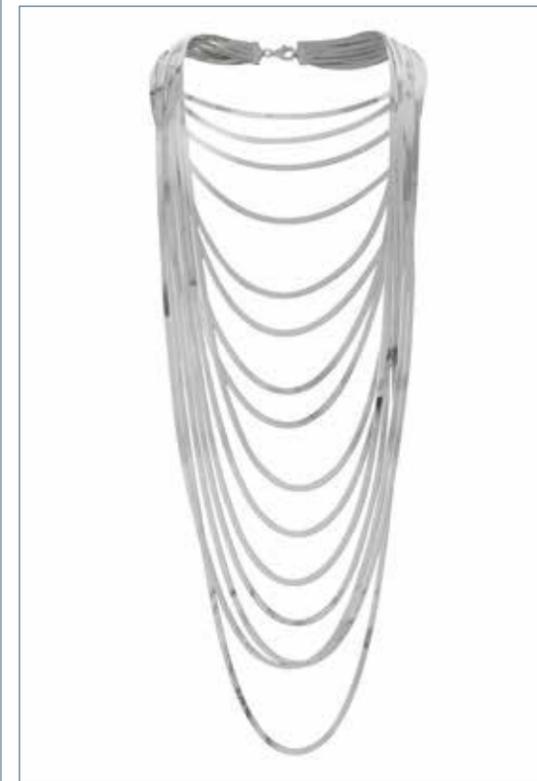


**MATTIOLI**

«Connubio fra tradizione orafa, qualità italiana, innovazione ed eleganza, i nuovi gioielli one-of-a-kind sono il punto di ripartenza per l’atelier guidato da Licia Mattioli. Pezzi unici che armonizzano l’antica tradizione orafa torinese, modernizzandola attraverso una nuova e innovativa connotazione materica».

«A combination of goldsmith tradition, Italian quality, innovation and elegance, the new one-of-a-kind jewelry represents a starting point for the company headed by Licia Mattioli. Unique items that harmonize the ancient goldsmith tradition of Turin, modernizing it through a new and innovative textural dimension.»

\* Mattioli creates versatile and sophisticated jewelry, the result of 150 years of artisan know-how.



**KARIZIA**

«Fluidità è il termine che identifica maggiormente il pezzo che abbiamo scelto come simbolo del nostro Re-start: si tratta della collana Waterfall, multifilo in argento 925, che con le sue maglie mobili rimanda al concetto dei pensieri positivi che dobbiamo lasciare scorrere. Ora più che mai».

«Fluidity is the word that most correctly describes the item we have chosen to symbolize our Re-start: called Waterfall, this multi-strand necklace in 925 silver, with its mobile links, recalls the concept of positive thoughts that we must allow to flow. Now more than ever.»

\* From the village of Cassola, in the province of Vicenza, jewelry that has been expressing technology, sustainability and ethical commitment for thirty years.



**ALESSI DOMENICO**

«Per questa ripartenza, abbiamo creato la Dynasty Collection, una nuova serie di gioielli dal design distintivo che rispecchia al meglio l’artigianato dell’alta gioielleria. Attraverso speciali tecniche di montatura del diamante e audaci giochi di luce, una catena d’oro diventa un gioiello».

«To mark this re-start we have created the Dynasty Collection, a new series of jewelry with a distinctive design that best reflects high jewelry workmanship. Using special diamond mounting techniques and daring games with light, a gold chain becomes a jewelry item.»

\* An Italian heart but international vision for Alessi Domenico, a company that has specialized in producing gold and silver chains since 1946.

**SCHOFER**

«Quest’anno, aggiungiamo un’offerta colorata e gioiosa di catene e di braccialetti, grazie ai nuovi colori Pantone dalle tonalità calde. Come il Blush Beauty che irradia il calore avvolgente di un tramonto estivo».

«This year, we are adding a colorful and joyful offer of chains and bracelets, thanks to the new Pantone colors with warm shades. Like the Blush Beauty that radiates the enveloping warmth of a summer sunset.»

\* Schofer is a German company boasting many years of experience in the production and processing of gold and silver chains.



# italiangoldthinker

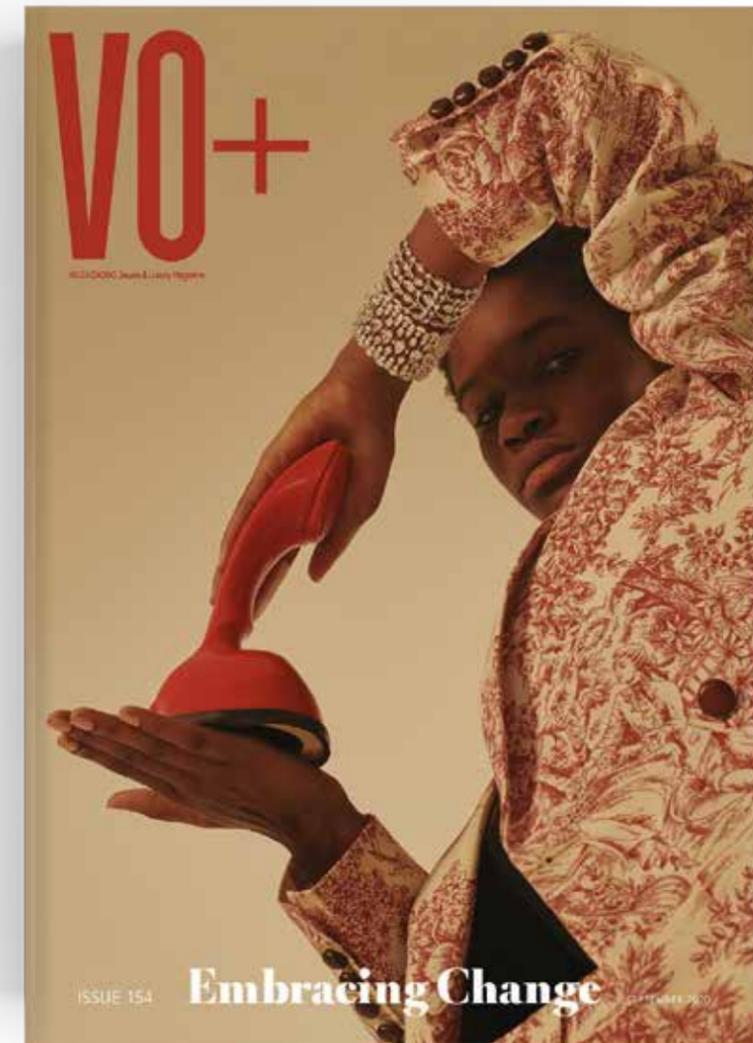


  
**FAIR LINE**<sup>®</sup>  
VICENZA



**Vo+ September 2020**

**The world's premiere jewelry  
lifestyle destination**



**VO+**





### ACCESSO ALLA MANIFESTAZIONE Exhibition access

L'ingresso a VOICE è gratuito e riservato esclusivamente agli operatori di settore. Per accedere alla Manifestazione è necessario registrarsi online sul sito <https://www.vicenzaoro.com/it/voice> o tramite l'App. È vietato introdurre cani o altri animali all'interno del Quartiere Fieristico, a eccezione dei cani a servizio di persone non vedenti. Si ricorda che all'interno del quartiere fieristico non è consentita la vendita diretta al pubblico.

The entrance to VOICE is free of charge and reserved exclusively for operators of the sector. In order to access the Exhibition it will be necessary to register online on the website <https://www.vicenzaoro.com/en/voice> or on the App. No dogs or animals of any kind are allowed to the Exhibition Centre, exception made for the guide dogs for blind people. You are hereby reminded that the sale of goods directly to the public is not allowed.

### PUNTO INFORMAZIONI INFO POINT

Info Point: Hall 8.0

Guardaroba agli Ingressi Ovest 1 e Ovest 3 con servizio di deposito bagagli. Per non creare ostacolo all'afflusso dei visitatori, si prega di limitare l'uso del trolley.

Information Office located at Hall 8.0

Cloakrooms at West Entrance 1 and 3 with luggage storage Room. We kindly ask you to limit the use of trolleys so as not to obstruct visitor passageways.

### HOTEL Hotel

Visita il portale Vivhotel e trova la soluzione ideale per il tuo alloggio a Vicenza o dintorni in autonomia.



Visit the Vivhotel portal and find the ideal solution for your accommodation in Vicenza or surroundings independently.



### PREMIUM TRAVEL AGENCIES Premium Travel Agency

Affida l'organizzazione della tua visita a VOICE alle nostre Premium Travel Agencies. Prenotazioni di hotel, treni, voli, noleggio automobili, transfer e ristoranti.

Entrust your accommodation to our Premium Travel Agencies. Hotel reservations, flights, trains, car rental, transfers and restaurants.

**VICENZA, VERONA e/and PADOVA:**  
BTM BUSINESS TRAVEL MANAGEMENT  
T +39 045 942071  
[www.business-travel-btm.com](http://www.business-travel-btm.com)  
[vicenzafiera@btmitaly.it](mailto:vicenzafiera@btmitaly.it)

**VENEZIA: EVENTS2B**  
T +39 041 2727818  
[www.events2b.it](http://www.events2b.it)  
[luca.migliorini@events2b.it](mailto:luca.migliorini@events2b.it)  
Hall 8.0

### RISTORAZIONE Restaurants

Bar in Hall 7, Hall 1 e Hall 2.

Sushi corner in Hall 1.

Ristorante in Hall 7.1.  
Consigliata la prenotazione T +39 0444 969824.

Bars at Hall 7, Hall 1 and Hall 2.

Sushi corner at Hall 1.

Restaurant at Hall 7.1.  
Reservations recommended T +39 0444 969824

### WiFi WiFi

All'interno del quartiere fieristico è attiva una rete di Free WiFi per tutti i visitatori di Vicenzaoro

Free WiFi in all the Show Halls for all Vicenzaoro visitors.

# INFO UTILI USEFUL INFO

# VOICE

VICENZAORO  
INTERNATIONAL  
COMMUNITY  
EVENT

Listen. Talk. Share.

Vicenza 12\_\_14 September 2020



### SERVIZIO NCC Private Car Service

È disponibile un servizio di Nolo Con Conducente a tariffe esclusive per i visitatori di Vicenzaoro:

T +39 327 0071111  
[info@autonoleggiodebeni.com](mailto:info@autonoleggiodebeni.com)

Hall 8 Ingresso

It is also available a Private Car Service at exclusive Vicenzaoro rates.

Information and booking at:  
T +39 327 0071111  
[info@autonoleggiodebeni.com](mailto:info@autonoleggiodebeni.com)

Hall 8 Entrance 1



### PARCHEGGIO Car Park

Multipiano Coperto: Parcheggio coperto e videosorvegliato. Pagamento anche con Telepass.

Parcheggio Esterno: Sono inoltre disponibili parcheggi scoperti esterni non custoditi.

Per prenotare:  
[aimmobilita.it/it/fieradivicensa](http://aimmobilita.it/it/fieradivicensa)

Multi-Storey Car Park: Exhibition Centre's multi-storey Car Park with CCTV.

Payment also by Telepass: Outdoor Parking It is also available an external non surveilled car park.

Booking at:  
[aimmobilita.it/it/fieradivicensa](http://aimmobilita.it/it/fieradivicensa)



### PARCHEGGI DISABILI Disabled Parking

Per i visitatori sono disponibili parcheggi gestiti da AIM SpA sia presso il parcheggio multipiano (Car Park) sia nelle aree denominate P4 e P6 fronte Ingresso Ovest. Per gli espositori Italian Exhibition Group Spa rilascia permessi provvisori di parcheggio (fino ad esaurimento dei posti) presentando una richiesta accompagnata da certificato medico all'Ufficio Service/ Operations. Il quartiere fieristico è dotato di attrezzature e percorsi idonei per portatori di handicap. Segreteria Service-Operations. T +39 0444 969922

For visitors parking facilities organised by AIM SpA are available in the multi-storey car park (Car Park) as well as in the areas P4 and P6 in front of the West Entrance. For exhibitors ITALIAN EXHIBITION GROUP SpA issues provisional parking permits (subject to availability) on request, accompanied by a medical certificate, to the Service/Operations Office. Moreover, the trade fair area is equipped with easy access routes for the disabled. For further information, telephone the Service- Operations. Office T +39 0444 969922



### ALTRI SERVIZI Altri Servizi

- Bookshop
- Guardia Medica
- Stazione di Polizia

- Bookshop
- Medical Service
- Police Station



### OFFICE SPACE Office Space

È possibile affittare salette per riunioni private.  
Rooms for private meetings can be booked.

Info Events Manager  
T +39 0444 969964.



### PRIVACY Privacy

Il sito web di Vicenzaoro riporta nell'apposita area "Privacy" il testo della Policy per la tutela dei dati personali (D.Lgs. 196/03), oltre al link ai seguenti documenti: diritti dell'interessato e codice deontologico in materia di trattamento delle immagini.

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

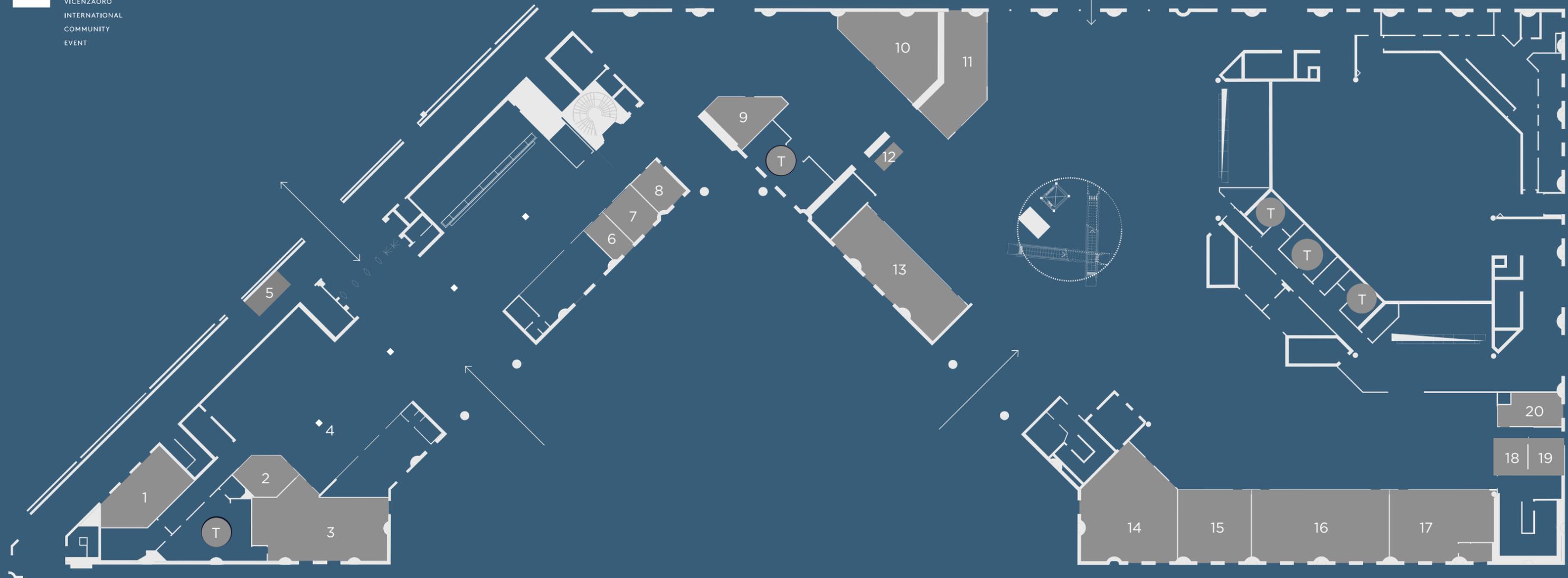
The text pertaining to the Personal Information Protection Policy (LEg. Dec. 196/03) is published in the "Privacy" area of the Vicenzaoro website, together with a link to the following documents: interested party rights, code of conduct regarding the processing of images and photographs.

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

# VOICE

## HALL 8 WEST ENTRANCE

VICENZAORO  
INTERNATIONAL  
COMMUNITY  
EVENT



1	Guardaroba Cloakroom
2	Amministrazione Administration
3	Medico Doctor
4	Desk Taxi - Desk Information Turismo Vicenza Taxi Desk - Information Desk
5	Club Degli Orafi Club Degli Orafi

6	Vivaticket Vivaticket
7	Vivaticket Vivaticket
8	Portineria Uffici Concierge Offices
9	Sales Office VOICE Sales Office VOICE
10	Exhibitor Service Point - Allestimenti Romolo Urbani Casseforti Exhibitor Service Point - Fitting Solutions - Romolo Urbani Safe

11	Bookshop Trendvision Media Village - Vo+ Trendvision Bookshop Mediavillage - Vo+
12	VO Car service VO Car service
13	Buyers Reception Buyers Reception
14	Deposito Bagagli - Guardaroba Cloakroom - Luggage Deposit
15	Guardaroba Buyers Buyers Cloakroom

16	Sala Stampa Press Room
17	Sala Stampa Press Room
18	Logistica Carabinieri Police Station
19	Logistica Polizia Police Station
20	Ufficio Denunce Polizia Police Complaints Office

HALL 2  
ESSENCE  
GEMS, DIAMONDS, PEARLS

ESSENCE  
ELEMENTS

EVOLUTION

HALL 6  
CREATION

HALL 1  
EXPRESSION

HALL 7  
CREATION

HALL 7  
ICON

VO  
SQUARE

VIRTUAL  
MEETING  
ROOMS

THE  
STAGE

● LOOK	HALL 1
● EXPRESSION Packaging & Visual Merchandising	HALL 1
● ESSENCE Gems, Diamonds & Pearls	HALL 2
● ESSENCE ELEMENTS Gem Product Sourcing & Delivery	HALL 2
● EVOLUTION Jewelry Machinery and Technology	HALL 2
● ICON	HALL 7
● CREATION	HALL 6, 7

HALL 1  
LOOK

WEST ENTRANCE

# Directory

**9.25 SRL**  
CAMUCIA CORTONA - AR - Italia  
info@francescostrass.it  
HALL 6 - 241 - CREATION

**A.F.E.M.O.**  
VICENZA - VI - Italia  
info@afemo.it m.malglioglio@afemo.it  
www.afemo.it  
HALL 2 - 186 - EVOLUTION

**A.G.O. ARTIGIANI GALLARATESI ORAFI SNC**  
GALLARATE - VA - Italia  
agojewel@libero.it  
HALL 7 - 723 - CREATION

**AFIC DIAMONDS LTD**  
52521 RAMAT GAN - Israele  
afic@aficdiamonds.com  
www.aficdiamonds.com  
HALL 2 - 135 - ESSENCE GEMS

**ALBERTI GIOIELLI SRL**  
15048 VALENZA - AL - Italia  
info@albertigioielli.it  
www.albertigioielli.it  
HALL 7 - 430 - ICON

**ALBERTO CASINI SRL**  
SUBBIANO - AR - Italia  
riservato@casinilver.com  
www.casinilver.it  
HALL 6 - 135 - CREATION

**ALESSI DOMENICO SPA**  
BASSANO DEL GRAPPA - VI - Italia  
info@alessidomenico.com  
www.alessidomenico.com  
HALL 7 - 570 - CREATION

**ALISIA JEWELS**  
BASSANO DEL GRAPPA - VI - Italia  
info@alisia.it  
www.alisia.it  
HALL 1 - 314 - LOOK

**ALLEMANO**  
GRUGLIASCO - TO - Italia  
info@allemano.it  
www.allemanotime.com  
HALL 1 - 179 - LOOK

**ALO - JVF**  
AREZZO - AR - Italia  
info@alo.zone  
www.alo.zone  
HALL 2 - 277 - EVOLUTION

**ALUNNO & MARCANTONI SNC**  
AREZZO - AR - Italia  
info@alunnoemarcantoni.it  
www.alunnoemarcantoni.it  
HALL 7 - 514 - CREATION

**AMEN**  
AREZZO - AR - Italia  
giovanni@crocesud.com  
www.amencollection.com  
HALL 1 - 210 - LOOK

**AMLE'**  
SANTA MARIA CAPUA VETERE - CE - Italia  
info@amle.it  
www.amle.it  
HALL 1 - 321 - LOOK

**ANNAMARIA CAMMILLI G. SRL**  
BAGNO A RIPOLI - FI - Italia  
concina@annamariacammilli.com  
www.annamariacammilli.com  
HALL 7 - 600 - ICON

**ANTEO SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
amministrazione@anticheteorieorafe.com  
www.anteogioielli.com  
HALL 7 - 652 - ICON

**ANTONINI MILANO**  
MILANO - MI - Italia  
graziano.casoni@antonini.it  
www.antonini.it  
HALL 7 - 623 - ICON

**AONIE**  
Milano - MI - Italia  
contact@aonie.it  
www.aonie.it  
HALL 1 - 353 - LOOK

**AQUAFORTE**  
VICENZA - VI - Italia  
info@al-ba.biz  
www.aquafortevicenza.it  
HALL 1 - 345 - LOOK

**AREZIA ORO SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@areziaoro.it  
www.areziaoro.it  
HALL 7 - 566 - CREATION

**ARPAS A.S.**  
ESENYURTISTANBUL - Turchia  
marketing@arpas.com kubraates@arpas.com  
www.arpas.com  
HALL 7 - 714 - CREATION

**ART&SOFT SRLS**  
Valenza - AL - Italia  
info@art-soft.it  
https://www.art-soft.it/  
HALL 2 - 185 - EVOLUTION

**ARTEXPO SRL**  
ALESSANDRIA - AL - Italia  
contact@artexposrl.it  
www.artexposrl.it  
HALL 1 - 129 - EXPRESSION

**ARTI-AMBRA DI JANUSZ DAROWSKI**  
ZAMOSTNE - Polonia  
artia@arti-ambra.pl  
www.arti-ambra.pl  
HALL 7 - 732 - CREATION

**ARTLINEA SPA**  
CAPOLONA - AR - Italia  
info@artlineaspa.it  
www.artlineaspa.it  
HALL 7 - 412 - ICON

**ARTUR GOLD SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
arturgold@arturgold.com  
www.arturgold.com  
HALL 7 - 562 - CREATION

**ASOLO GOLD SPA**  
SAN ZENONE DEGLI EZZELINI - TV - Italia  
export@asologold.com  
www.asologold.com  
HALL 7 - 692 - ICON

**AUCELLA SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@aucella.com  
www.aucella.com  
HALL 7 - 780 - CREATION

**AURORA SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@auroravicenza.it  
www.auroravicenza.it  
HALL 7 - 563 - CREATION

**AUSTRALIA PEARLS SARL**  
NICE - Francia  
australiapearls@hotmail.fr  
HALL 2 - 111 - ESSENCE GEMS

**AZETA ASTUCCI SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
amministrazione@azetaastucchi.it  
www.azetaastucchi.it  
HALL 1 - 156 - EXPRESSION

**B.B. BENEDETTI PALMIRO SPA**  
AREZZO - AR - Italia  
info@benedettipalmiro.com  
HALL 6 - 134 - CREATION

**B.T.T. ITALIA SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
sales@bttimpianti.it  
www.bttimpianti.it  
HALL 2 - 144 - EVOLUTION

**BABY CHIBI SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
ordini@babychibi.it  
www.babychibi.it  
HALL 7 - 512 - CREATION

**BARAKA'**  
OLMO DI CREAZZO - VI - Italia  
giovanna.bagnara@baraka.it  
www.baraka.it  
HALL 7 - 690 - ICON

**BARBERIS CARLO SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
carlobarberissrl@libero.it cescobarberis@hotmail.com  
www.carlobarberis.com  
HALL 7 - 660 - ICON

**BARBERO & RICCI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
info@barbero-ricci.com  
www.barbero-ricci.com  
HALL 7 - 240 - ESSENCE COMPONENTS

**BASILIO LIVERINO SNC**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@liverino.it  
www.liverino.it  
HALL 7 - 813 - CREATION

**BELLE ARTI SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
bellearti@belle-arti.it  
www.belle-arti.it  
HALL 1 - 313 - LOOK

**BETTER SILVER SPA**  
BRESSANVIDO - VI - Italia  
marketing@bettersilver.it  
www.bettersilver.it  
HALL 7 - 971 - CREATION

**BETTINARDI SRL**  
LONGARE - VI - Italia  
info@bettinardiwatch.com  
www.bettinardiwatch.com  
HALL 7 - 764 - CREATION

**BIZ SRL**  
CASSOLA - VI - Italia  
info@biz-jewellery.com  
www.biz-jewellery.com  
HALL 6 - 146 - CREATION

**BIZZOTTO GIOIELLI**  
San Zenone degli Ezzelini - TV - Italia  
export@bizzottogioielli.com  
www.bizzottogioielli.com  
Rappresentato da/Represented by: ASOLO GOLD SPA  
HALL 7 - 692

**BLU ORO SRL**  
ALBERORO-MONTE S.SAVINO - AR - Italia  
romana@bluoro.it  
www.bluoro.it  
HALL 7 - 515 - CREATION

**BMB DECORLINE SRL**  
MONTELUPO FIORENTINO - FI - Italia  
info@bmbdecorline.it  
www.bmbdecorline.it  
HALL 1 - 103 - EXPRESSION

**BOLZON GIOIELLI SRL**  
TRISSINO - VI - Italia  
info@bolzongioielli.it  
www.bolzongioielli.it  
HALL 6 - 140 - CREATION

**BONOR SRL**  
SANSEPOLCRO - AR - Italia  
bonorsrl@alice.it  
HALL 7 - 792 - CREATION

**BRACCIALI SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@braccialisrl.it  
www.braccialisrl.it  
HALL 6 - 111 - CREATION

**BRIGHT EDELSTEIN GEMS**  
IDAR OBERSTEIN - Germania  
bright@t-online.de  
HALL 2 - 136 - ESSENCE GEMS

**BRONZALLURE MILANO**  
MILANO - MI - Italia  
rachel@mlor.it  
www.mlor.it  
HALL 1 - 440 - LOOK

**BROSWAY**  
MONTEGIORGIO - FM - Italia  
info@brosway.com  
www.brosway.com  
HALL 1 - 151 - LOOK

**BRUNO MAZZA SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@brunomazza.com  
www.brunomazza.com  
HALL 7 - 561 - CREATION

**BUELLING GERMANY**  
PFORZHEIM - GERMANIA - Germania  
marc@buelling.com  
www.buelling.com  
HALL 7 - 983 - CREATION

**BUONOCORE GIOIELLI SRL**  
NAPOLI - NA - Italia  
info@buonocoregioielli.com buonocoregioielli@pec.it  
www.buonocoregioielli.com  
HALL 7 - 443 - ICON

**C&C GIOIELLI SRL**  
SAN SALVATORE MONFERRATO - AL - Italia  
cocuzza@cecgioielli.com  
www.cecgioielli.com  
HALL 7 - 662 - ICON

**CAMEO & BEYOND**  
LONDON - Regno Unito  
info@cameoandbeyond.com  
www.cameoandbeyond.com  
HALL 1 - 344 - LOOK

**CAMEO ITALIANO**  
MARCIANISE - CE - Italia  
gioielli@cameoitaliano.it  
www.cameoitaliano.it  
HALL 1 - 100 - LOOK

**CAMET**  
CORTONA - AR - Italia  
info@cametcatene.it  
www.camecatene.it  
HALL 6 - 120 - CREATION

**CAMPI LINO SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@campilino.it  
www.campilino.it  
HALL 7 - 544 - CREATION

**CARL EDMOND**  
SOLNA - Svezia  
www.movitalia.it  
HALL 1 - 193 - LOOK

**CATERINAB**  
S. ZENONE DEGLI EZZELINI - TV - Italia  
info@caterinab.it  
www.caterinab.it  
HALL 1 - 174 - LOOK

**CAVALIERE SAS DI CAVALIERE DANTE**  
ARZIGNANO - VI - Italia  
info@cavaliere925.it  
www.cavaliereandri.it  
HALL 6 - 144 - CREATION

**CENZI VITTORIO SRL**  
TRISSINO - VI - Italia  
amministrazione@vittoriocenzigioielli.com  
www.vittoriocenzigioielli.com  
HALL 7 - 592 - CREATION

**CERONI FRANCO SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
franco.ceroni27@gmail.com  
HALL 6 - 105 - CREATION

**CHIAMPESAN FABRIS SRL**  
SANDRIGO - VI - Italia  
info@chiampesanfabris.com  
www.chiampesanfabris.com  
HALL 7 - 790 - CREATION

**CHRYSOS SPA**  
ROMANO D'EZZELINO - VI - Italia  
sales@chrysos.com  
www.chrysos.com  
HALL 7 - 590 - CREATION

**CI ZETA GIOIELLI SAS DI TODOERTI LUIGINO & C.**  
VALENZA - AL - Italia  
info@cizetagioielli.it  
HALL 7 - 526 - CREATION

**CIEMMEO SRL**  
MUSSOLENTE - VI - Italia  
info@ciemmeo.com amministrazione@ciemmeo.com  
www.ciemmeo.com  
HALL 2 - 175 - EVOLUTION

**CIMO SRL**  
VIGEVANO - PV - Italia  
bar@cimosrl.it  
www.cimosrl.it  
HALL 2 - 180 - EVOLUTION

**CLAUDIA HAMANN EDELSTEIN GMBH**  
MUENCHEN - Germania  
contact@claudiahamann.com  
www.claudiahamann.com  
HALL 2 - 110 - ESSENCE GEMS

**CLEO SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@cleosrl.it  
www.cleosrl.it  
HALL 6 - 130 - CREATION

**CLEOPATRA ITALIA SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
carolina@cleopatraitalia.it  
www.cleopatraitalia.it  
HALL 7 - 741 - CREATION

**CNA SERVIZI AREZZO SCRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@cna.arezzo.it  
www.cna.arezzo.it  
HALL 6 - 233 - CREATION

**COMERO GROUP SRL**  
COSTABISSARA - VI - Italia  
comero@comero.net  
www.comerogroup.it  
HALL 7 - 972 - CREATION

**CONDITO GIOVANNI SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
g.condito@tiscali.it  
www.condito.it  
HALL 2 - 106 - ESSENCE GEMS

**CONFUORTO GIOIELLI SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@confuortogioielli.it  
www.confuortogioielli.it  
HALL 1 - 343 - LOOK

**CORAL ORAFA MEDITERRANEA SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@coralorafamediterranea.com  
www.coralorafamediterranea.com  
HALL 7 - 533 - CREATION

**CORART SCARL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@corart.com  
www.corart.com

**CORUM ITALIA SRL**  
MILANO - MI - Italia  
a.bajardo@corum.it  
https://www.corum-watches.com/  
HALL 1 - 194 - LOOK

**COSCIA SRL**  
MARCIANISE - NA - Italia  
info@coscia.it  
www.coscia.it - www.lelunegioielli.it  
HALL 7 - 420 - ICON

**COSTA PIETRO & FIGLI SRL**  
MOTTA DI COSTABISSARA - VI - Italia  
info@costasrl.com cristina@costasrl.com  
www.costasrl.com  
HALL 7 - 506 - ESSENCE COMPONENTS

**COSTELLAZIONI GIOIELLI**  
BUSTO ARSIZIO - VA - Italia  
raffaeilo.nemni@costellazionigioielli.it  
www.costellazionigioielli.it  
HALL 1 - 412 - LOOK

**CR GIOIELLI SRL**  
BERGAMO - BG - Italia  
info@crgioielli.com  
www.crgioielli.com  
HALL 2 - 133 - ESSENCE GEMS

**CRESOR SRL**  
PONTICINO (AR) - AR - Italia  
info@cresor.it  
www.cresor.it  
HALL 6 - 125 - CREATION

**CRIERI**  
Milano - MI - Italia  
crieri@crieri.com  
https://www.crieri.com/  
HALL 1 - 120 - LOOK

**CRISTIANA PERALI**  
ROMA - RM - Italia  
info@cristianaperali.it  
www.cristianaperali.it  
HALL 1 - 142 - LOOK

**CRIVELLI SRL**  
VALENZA PO - AL - Italia  
amministrazione@crivelligioielli.com  
www.crivelligioielli.com  
HALL 7 - 120 - ICON

**CROMA CATENE SRL**  
SUBBIANO - AR - Italia  
info@cromacatene.it  
www.cromacatene.it  
HALL 7 - 794 - CREATION

**D'ELIA GEMME GIOIELLI DI D'ELIA ANTONIO**  
PALAGIANO - TA - Italia  
micamatulli@gmail.com antoniomyway@hotmail.it  
HALL 2 - 105 - ESSENCE GEMS

**D&SIGN SRL**  
TORBOLE CASAGLIA - BS - Italia  
info@designsrl.com  
www.designsrl.com  
HALL 1 - 124 - EXPRESSION

**DALIA PREZIOSI SAS DI KARMELY YOSEF & C.**  
MILANO - MI - Italia  
sandra@daliapreziosi.it  
HALL 2 - 200 - ESSENCE GEMS

**DAMASO MARTINEZ S.L.**  
BILBAO - Spagna  
mariana@damasomartinez.com  
www.damasomartinez.com  
HALL 7 - 444 - ICON

**DAMIANI SPA**  
VALENZA - AL - Italia  
valeria.repossi@damiani.com  
www.damiani.it  
HALL 1 - 220 - ICON

**DAMIANI**  
HANDMADE IN ITALY SINCE 1924

**DANIELA COARO SAS**  
TRISSINO - Italia  
danielacoaro@coaro.com  
www.coaro.it  
HALL 7 - 502 - CREATION

**DAVERIVICENZA SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
rezzo@daverivicenza.it  
www.dvitaly.it  
HALL 7 - 560 - CREATION

**DAVIDE SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@davidesrl.com  
HALL 6 - 112 - CREATION

**DAVITE & DELUCCHI SNC**  
VALENZA - AL - Italia  
info@davitedelucchi.it  
www.davitedelucchi.it  
HALL 7 - 180 - ICON

**DBLUX SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@dblux.com  
www.dblux.com  
HALL 2 - 120 - ESSENCE GEMS

**DE SIMONE FRATELLI SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@desimonefratelli.com  
www.desimonefratelli.com  
HALL 7 - 622 - ICON

**DEAMBROGIO F.LLI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
info@deambrogio.it  
www.deambrogio.it  
HALL 7 - 433 - ICON

**DEIL JOSEPH SRL**  
MILANO - MI - Italia  
info@deiljoseph.com  
www.deiljoseph.com  
HALL 7 - 643 - ICON

**DEL PIA SRL**  
ALBERORO-MONTE S.SAVINO - AR - Italia  
sales@delpiaefratelli.it  
www.delpiaefratelli.it  
HALL 7 - 534 - CREATION

**DENTRO LE MURA SAS DI SUSINI PAOLO & C.**  
MASSA E COZZILE - PT - Italia  
info@dentrolemura.it  
www.dentrolemura.it  
HALL 1 - 149 - EXPRESSION

**DESIRE' SRL**  
PIEVE AL TOPPO.CIVITELLA V.C. - AR - Italia  
info@desiregioielli.com  
www.desiregioielli.com  
HALL 7 - 805 - CREATION

**DHARM DIAM BVBA**  
HOVENIERSSTRAAT - ANTWERP - Belgio  
pankaj.be@ddpl.com  
www.ddpl.com  
HALL 2 - 204 - ESSENCE GEMS

**DI BI SPA**  
CASSOLA - VI - Italia  
dibi@dibispa.com  
www.dibispa.com  
HALL 7 - 806 - CREATION

**DI.GO SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
info@digovalenza.com  
www.valentina-callegher.com  
HALL 7 - 485 - ICON

**DIBI GOLD SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
dibigold@aruba.it  
www.damiani.com  
HALL 7 - 761 - CREATION

**DIEFFEORO SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
dieffeoro@gmail.com  
www.dieffeoro.it  
HALL 6 - 104 - CREATION

**DINACCI FRATELLI SRL**  
NAPOLI - NA - Italia  
dinacci.amm@libero.it  
HALL 7 - 516 - ESSENCE COMPONENTS

**DIVA GIOIELLI**  
UDINE - UD - Italia  
info@divagioielli.com  
www.divagioielli.com  
HALL 1 - 395 - LOOK

**DODO MARIANI**  
Santa Margherita Ligure - GE - Italia  
info@viridisgioielli.com  
www.dodomariani.com  
HALL 1 - 301 - LOOK

**DOMA SRL**  
LATERINA - AR - Italia  
doma@doma.srl  
www.doma.srl  
Rappresentato da/Represented by: CRESOR SRL  
HALL 6 - 125

**DOTEA SRL**  
MARCIANISE - CE - Italia  
dotea@tari.it  
HALL 1 - 372 - LOOK

**DUEAERRE SRL**  
BADIA AL PINO CIVITELLA V. C. - AR - Italia  
info@dueaerre.com  
www.dueaerre.com  
HALL 1 - 302 - LOOK

**DUEAERRE1938**  
CIVITELLA IN VAL DI CHIANA - AR - Italia  
INFO@DUEAERRE.COM  
www.dueaerre.com  
Rappresentato da/Represented by: DUEAERRE SRL  
HALL 1 - 302

**DUECI BIJOUX DI CANZIAN CLAUDIO**  
CIGOGNOLA - PV - Italia  
info@duecibijoux.it  
www.duecibijoux.it  
HALL 1 - 133 - LOOK

**DWS SRL**  
THIENE - VI - Italia  
sarina.pranovi@dwssystem.com  
www.dwssystem.com  
HALL 2 - 154 - EVOLUTION

**ERIKA SRL**  
MIRABELLO MONFERRATO - AL - Italia  
info@erikagioielli.it  
www.erikagioielli.com  
HALL 7 - 575 - CREATION

**ERREGI SRL**  
Legnano - MI - Italia  
erregilegnano@gmail.com  
HALL 7 - 773 - CREATION

**ESSELLE 2000 SRL**  
FOIANO DELLA CHIANA - AR - Italia  
esselle.2000@alice.it  
HALL 6 - 124 - CREATION

**ETEREA SRL**  
MONZA - MB - Italia  
monica@etereagioielli.com  
www.etereagioielli.com  
HALL 1 - 122 - LOOK

**EURO 90**  
AREZZO - AR - Italia  
euro90srl1990@gmail.com  
www.euro90gioielli.it  
HALL 6 - 108 - CREATION

**EUROCATENE SRL SOCIETA' UNIPERSONALE**  
AREZZO - AR - Italia  
info@eurocatene.it  
www.eurocatene.it  
HALL 7 - 762 - CREATION

**EVA SRL**  
NOLA - NA - Italia  
info@evanueva.it  
www.evanueva.it  
HALL 7 - 680 - ICON

**EXCELLENT TIME SRL - LUMINOX**  
MONZA - MB - Italia  
info@excellenttime.com  
www.excellenttime.it/  
HALL 1 - 196 - LOOK

**EXTENDA-AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCION EXTERIOR**  
SEVILLA - Spagna  
mlq@extenda.es  
www.extenda.es

**F.A. GIOIELLI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
fagioielli@fagioielli.it  
www.fagioielli.it  
HALL 7 - 672 - ICON

**F.I.M.O. FORNI LONGHETTI SRL UNIPERSONALE**  
SESTO SAN GIOVANNI - MI - Italia  
sergio@fornilonghetti.it  
www.fornilonghetti.it  
HALL 2 - 172 - EVOLUTION

**FAB GOBBETTI SRL**  
RETTORGOLE DI CALDOGNO - VI - Italia  
amministrazione@fabgobbetti.it  
www.fabgobbetti.it  
HALL 7 - 523 - CREATION

**FABERGÉ**  
LONDON - Regno Unito  
nico.clary@faberge.com  
www.faberge.com  
HALL 7 - 400 - ICON

**FABIO COLLECTION SRL**  
MILANO - MI - Italia  
info@fabiocollection.it lorena@fabiocollection.it  
HALL 7 - 465 - ICON

**FACCO CORPORATION**  
CAMISANO VICENTINO - VI - Italia  
info\_facco@faccocorp.it  
www.faccogioielli.it  
HALL 1 - 182 - LOOK

**FAIR LINE SRL**  
OLMO DI CREAZZO - VI - Italia  
info@fairline.it  
www.fairline.it  
HALL 7 - 730 - CREATION

**FAIV-FED.ARTIG.IMPR.VICENTINI**  
VICENZA - VI - Italia  
info@confartigianatovicenza.it  
www.confartigianatovicenza.it

**FALSINI ART SRL**  
SUBBIANO - AR - Italia  
linda@falsiniart.it  
www.falsiniart.it  
HALL 6 - 121 - CREATION

**FANCY SRL UNINOMINALE**  
AREZZO - AR - Italia  
info@fancysrl.it rita@fancysrl.it  
www.fancysrl.it  
HALL 2 - 230 - ESSENCE ELEMENTS

**FANTASY SRL**  
CAPOLONA - AR - Italia  
info@fantasy444ar.com  
www.fantasy444ar.com  
HALL 7 - 513 - CREATION

**FASTI INDUSTRIALE SPA**  
MONTALTO DORA - TO - Italia  
info@fasti.it  
www.fasti.it  
HALL 2 - 280 - EVOLUTION

**FEMAR SRL**  
CASTIGLION FIORENTINO - AR - Italia  
info@femarsrl.it  
www.femarsrl.com  
HALL 7 - 771 - CREATION

**FERRARI SPA**  
ALESSANDRIA - AL - Italia  
contact@ferrarigroup.net  
www.ferrarigroup.net  
HALL 7 - 973 - CREATION

**FIABE GIOIELLI SRL**  
FORLI' - FC - Italia  
info@fiabegioielli.it  
HALL 6 - 210 - CREATION

**FILLYOURHOMEWITHLOVE SRL**  
RIMINI - RN - Italia  
commerciale@fillyourhomewithlove.com

**FIRENZE SHANKARA SRL**  
FIRENZE - FI - Italia  
info@firenzes Shankara.it  
www.firenzes Shankara.com  
HALL 2 - 210 - ESSENCE ELEMENTS

**FLORIANI ASTUCCI SRL**  
CALDERARA DI RENO - BO - Italia  
info@floriani-astucci.it  
www.floriani-astucci.it  
HALL 1 - 157 - EXPRESSION

**FOPE SPA**  
VICENZA - VI - Italia  
vverlato@fope.com  
www.fope.com  
HALL 7 - 100 - ICON

**FOREVER UNIQUE - OSIGEM SRL**  
MILANO - MI - Italia  
info@osigem.com  
www.foreverunique.it  
HALL 7 - 490 - ICON

**FOUR LINE GROUP SRL UNIPERSONALE**  
VICENZA - VI - Italia  
amministrazione@fourline.it  
www.fourline.it  
HALL 7 - 731 - CREATION

**Fratelli Bovo**  
36070 Trissino - VI - Italia  
commerciale@fratellibovo.com  
www.fratellibovo.com  
Rappresentato da/Represented by: PERUFFO JEWELRY  
HALL 7 - 463

**FRATELLI CHINI SRL**  
LATERINA PERGINE VALDARNO - AR - Italia  
amministrazione@chini.it  
www.chini.it  
HALL 7 - 770 - CREATION

**FUTURGEM SRL**  
RIMINI - RN - Italia  
info@furgem.com  
www.furgem.com  
HALL 2 - 125 - ESSENCE GEMS

**G. VERDI & C. SRL UNIPERSONALE**  
VALENZA - AL - Italia  
info@verdigioielli.com  
www.verdigioielli.com  
HALL 7 - 462 - ICON

**G.B. SRL**  
CADONEGHE - PD - Italia  
gbgems@tin.it  
HALL 2 - 107 - ESSENCE GEMS

**G.Y.N. Mohammed Ohg.**  
Idar-Oberstein - Germania  
info@gyngem.de  
www.gyngem.com  
HALL 2 - 203 - ESSENCE GEMS

**GABRIELA RIGAMONTI JEWELS**  
VICENZA - VI - Italia  
italia@gabrielarigamonti.it  
www.gabrielarigamonti.it  
HALL 1 - 181 - LOOK

**GAIEGIOIE BY STAFF SNC**  
MONTE S.SAVINO - AR - Italia  
staffsnc@interfree.it  
www.gaiegioie.com  
HALL 6 - 132 - CREATION

**DAVIDE SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@davidesrl.com  
HALL 6 - 112 - CREATION

**DAVITE & DELUCCHI SNC**  
VALENZA - AL - Italia  
info@davitedelucchi.it  
www.davitedelucchi.it  
HALL 7 - 180 - ICON

**DBLUX SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@dblux.com  
www.dblux.com  
HALL 2 - 120 - ESSENCE GEMS

**DE SIMONE FRATELLI SRL**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
info@desimonefratelli.com  
www.desimonefratelli.com  
HALL 7 - 622 - ICON

**DEAMBROGIO F.LLI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
info@deambrogio.it  
www.deambrogio.it  
HALL 7 - 433 - ICON

**DEIL JOSEPH SRL**  
MILANO - MI - Italia  
info@deiljoseph.com  
www.deiljoseph.com  
HALL 7 - 643 - ICON

**DEL PIA SRL**  
ALBERORO-MONTE S.SAVINO - AR - Italia  
sales@delpiaefratelli.it  
www.delpiaefratelli.it  
HALL 7 - 534 - CREATION

**DENTRO LE MURA SAS DI SUSINI PAOLO & C.**  
MASSA E COZZILE - PT - Italia  
info@dentrolemura.it  
www.dentrolemura.it  
HALL 1 - 149 - EXPRESSION

**DESIRE' SRL**  
PIEVE AL TOPPO.CIVITELLA V.C. - AR - Italia  
info@desiregioielli.com  
www.desiregioielli.com  
HALL 7 - 805 - CREATION

**DHARM DIAM BVBA**  
HOVENIERSSTRAAT - ANTWERP - Belgio  
pankaj.be@ddpl.com  
www.ddpl.com  
HALL 2 - 204 - ESSENCE GEMS

**DI BI SPA**  
CASSOLA - VI - Italia  
dibi@dibispa.com  
www.dibispa.com  
HALL 7 - 806 - CREATION

**DI.GO SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
info@digovalenza.com  
www.valentina-callegher.com  
HALL 7 - 485 - ICON

**DIBI GOLD SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
dibigold@aruba.it  
www.damiani.com  
HALL 7 - 761 - CREATION

**DIEFFEORO SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
dieffeoro@gmail.com  
www.dieffeoro.it  
HALL 6 - 104 - CREATION

**DINACCI FRATELLI SRL**  
NAPOLI - NA - Italia  
dinacci.amm@libero.it  
HALL 7 - 516 - ESSENCE COMPONENTS

**DIVA GIOIELLI**  
UDINE - UD - Italia  
info@divagioielli.com  
www.divagioielli.com  
HALL 1 - 395 - LOOK

**DODO MARIANI**  
Santa Margherita Ligure - GE - Italia  
info@viridisgioielli.com  
www.dodomariani.com  
HALL 1 - 301 - LOOK

**DOMA SRL**  
LATERINA - AR - Italia  
doma@doma.srl  
www.doma.srl  
Rappresentato da/Represented by: CRESOR SRL  
HALL 6 - 125

**DOTEA SRL**  
MARCIANISE - CE - Italia  
dotea@tari.it  
HALL 1 - 372 - LOOK

**DUEAERRE SRL**  
BADIA AL PINO CIVITELLA V. C. - AR - Italia  
info@dueaerre.com  
www.dueaerre.com  
HALL 1 - 302 - LOOK

**DUEAERRE1938**  
CIVITELLA IN VAL DI CHIANA - AR - Italia  
INFO@DUEAERRE.COM  
www.dueaerre.com  
Rappresentato da/Represented by: DUEAERRE SRL  
HALL 1 - 302

**DUECI BIJOUX DI CANZIAN CLAUDIO**  
CIGOGNOLA - PV - Italia  
info@duecibijoux.it  
www.duecibijoux.it  
HALL 1 - 133 - LOOK

**DWS SRL**  
THIENE - VI - Italia  
sarina.pranovi@dwssystem.com  
www.dwssystem.com  
HALL 2 - 154 - EVOLUTION

**ERIKA SRL**  
MIRABELLO MONFERRATO - AL - Italia  
info@erikagioielli.it  
www.erikagioielli.com  
HALL 7 - 575 - CREATION

**ERREGI SRL**  
Legnano - MI - Italia  
erregilegnano@gmail.com  
HALL 7 - 773 - CREATION

**ESSELLE 2000 SRL**  
FOIANO DELLA CHIANA - AR - Italia  
esselle.2000@alice.it  
HALL 6 - 124 - CREATION

**ETEREA SRL**  
MONZA - MB - Italia  
monica@etereagioielli.com  
www.etereagioielli.com  
HALL 1 - 122 - LOOK

**EURO 90**  
AREZZO - AR - Italia  
euro90srl1990@gmail.com  
www.euro90gioielli.it  
HALL 6 - 108 - CREATION

**EUROCATENE SRL SOCIETA' UNIPERSONALE**  
AREZZO - AR - Italia  
info@eurocatene.it  
www.eurocatene.it  
HALL 7 - 762 - CREATION

**EVA SRL**  
NOLA - NA - Italia  
info@evanueva.it  
www.evanueva.it  
HALL 7 - 680 - ICON

**EXCELLENT TIME SRL - LUMINOX**  
MONZA - MB - Italia  
info@excellenttime.com  
www.excellenttime.it/  
HALL 1 - 196 - LOOK

**EXTENDA-AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCION EXTERIOR**  
SEVILLA - Spagna  
mlq@extenda.es  
www.extenda.es

**F.A. GIOIELLI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
fagioielli@fagioielli.it  
www.fagioielli.it  
HALL 7 - 672 - ICON

**F.I.M.O. FORNI LONGHETTI SRL UNIPERSONALE**  
SESTO SAN GIOVANNI - MI - Italia  
sergio@fornilonghetti.it  
www.fornilonghetti.it  
HALL 2 - 172 - EVOLUTION

**FAB GOBBETTI SRL**  
RETTORGOLE DI CALDOGNO - VI - Italia  
amministrazione@fabgobbetti.it  
www.fabgobbetti.it  
HALL 7 - 523 - CREATION

**FABERGÉ**  
LONDON - Regno Unito  
nico.clary@faberge.com  
www.faberge.com  
HALL 7 - 400 - ICON

**FABIO COLLECTION SRL**  
MILANO - MI - Italia  
info@fabiocollection.it lorena@fabiocollection.it  
HALL 7 - 465 - ICON

**FACCO CORPORATION**  
CAMISANO VICENTINO - VI - Italia  
info\_facco@faccocorp.it  
www.faccogioielli.it  
HALL 1 - 182 - LOOK

**FAIR LINE SRL**  
OLMO DI CREAZZO - VI - Italia  
info@fairline.it  
www.fairline.it  
HALL 7 - 730 - CREATION

**FAIV-FED.ARTIG.IMPR.VICENTINI**  
VICENZA - VI - Italia  
info@confartigianatovicenza.it  
www.confartigianatovicenza.it

**FALSINI ART SRL**  
SUBBIANO - AR - Italia  
linda@falsiniart.it  
www.falsiniart.it  
HALL 6 - 121 - CREATION

**FANCY SRL UNINOMINALE**  
AREZZO - AR - Italia  
info@fancysrl.it rita@fancysrl.it  
www.fancysrl.it  
HALL 2 - 230 - ESSENCE ELEMENTS

**FANTASY SRL**  
CAPOLONA - AR - Italia  
info@fantasy444ar.com  
www.fantasy444ar.com  
HALL 7 - 513 - CREATION

**FASTI INDUSTRIALE SPA**  
MONTALTO DORA - TO - Italia  
info@fasti.it  
www.fasti.it  
HALL 2 - 280 - EVOLUTION

**FEMAR SRL**  
CASTIGLION FIORENTINO - AR - Italia  
info@femarsrl.it  
www.femarsrl.com  
HALL 7 - 771 - CREATION

**FERRARI SPA**  
ALESSANDRIA - AL - Italia  
contact@ferrarigroup.net  
www.ferrarigroup.net  
HALL 7 - 973 - CREATION

**FIABE GIOIELLI SRL**  
FORLI' - FC - Italia  
info@fiabegioielli.it  
HALL 6 - 210 - CREATION

**FILLYOURHOMEWITHLOVE SRL**  
RIMINI - RN - Italia  
commerciale@fillyourhomewithlove.com

**FIRENZE SHANKARA SRL**  
FIRENZE - FI - Italia  
info@firenzes Shankara.it  
www.firenzes Shankara.com  
HALL 2 - 210 - ESSENCE ELEMENTS

**FLORIANI ASTUCCI SRL**  
CALDERARA DI RENO - BO - Italia  
info@floriani-astucci.it  
www.floriani-astucci.it  
HALL 1 - 157 - EXPRESSION

**FOPE SPA**  
VICENZA - VI - Italia  
vverlato@fope.com  
www.fope.com  
HALL 7 - 100 - ICON

**FOREVER UNIQUE - OSIGEM SRL**  
MILANO - MI - Italia  
info@osigem.com  
www.foreverunique.it  
HALL 7 - 490 - ICON

**FOUR LINE GROUP SRL UNIPERSONALE**  
VICENZA - VI - Italia  
amministrazione@fourline.it  
www.fourline.it  
HALL 7 - 731 - CREATION

<p><b>GALEIRAS</b> GONDOMAR - Portogallo lucilia@galeiras.pt www.galeiras.pt HALL 1 - 177 - LOOK</p>
--

<p><b>GALVANOTEC SRL</b> ARCUGNANO - VI - Italia info@orosoffiato.it www.orosoffiato.it HALL 7 - 760 - CREATION</p>
---

<p><b>GARAUDE SAS</b> PARIS - Francia welcome@garaude.com www.garaude.com HALL 2 - 134 - ESSENCE GEMS</p>
---

<p><b>GARBARINO &amp; TITONEL SRL</b> VALENZA - AL - Italia info@garbarinotitonel.com www.garbarinotitonel.com HALL 2 - 260 - EVOLUTION</p>
---

<p><b>GELFO srl</b> BASSANO DEL GRAPPA - VI - Italia info@gelfo.it www.gelfo.it Rappresentato da/Represented by: ORO...GIO'IELLI SRL BY PUNTO D'ORO HALL 7 - 546</p>
--

<p><b>GEM HUB MILANO</b> MILANO - MI - Italia info@gemhub.it www.gemhub.it HALL 2 - 235 - ESSENCE ELEMENTS</p>
--

<p><b>GEMMARIUM ITALIA</b> BARI - BA - Italia gemmarium@gemmarium.com www.gemmarium.com HALL 1 - 355 - LOOK</p>
---

<p><b>GEMME D'ORIENTE SRL</b> VICENZA - VI - Italia gemmedoriente@yahoo.it www.gdogem.com HALL 2 - 215 - ESSENCE ELEMENTS</p>
---

<p><b>GENTILE SRL</b> TORRE DEL GRECO - NA - ITALIA nello.gentile@me.com HALL 7 - 535 - CREATION</p>
--

<p><b>GIALLO SRL</b> MONTE SAN SAVINO - AR - Italia info@giallosrl.net www.giallo.net HALL 6 - 200 - CREATION</p>
---

<p><b>Gianni Carità &amp; figli SpA</b> Napoli - NA - Italia giannicarita@tari.it giannicarita.it Rappresentato da/Represented by: GIANNI CARITA' &amp; FIGLI SPA HALL 7 - 504</p>
--

<p><b>GIANNI CARITA' &amp; FIGLI SPA</b> NAPOLI - NA - Italia giannicarita@tari.it www.giannicarita.it HALL 7 - 504 - CREATION</p>
--

<p><b>GILORO SRL</b> VALENZA - AL - Italia info@giloro.com www.giloro.it HALL 7 - 673 - ICON</p>
--

<p><b>GIMOR MILANO SRL</b> MILANO - MI - Italia amministrazione@gimor.it www.gimormilano.com HALL 7 - 642 - ICON</p>
--

<p><b>GIORDANA CASTELLAN</b> TRISSINO - VI - Italia patrizia@puntoorovi.com giordana@puntoorovi.com lara@puntoorovi.com www.giordanacastellan.com HALL 7 - 811 - CREATION</p>
---

<p><b>GIORDINI SRL</b> PIEVE AL TOPPO CIVITELLA V.C. - AR - Italia giordini@giordini.it www.giordini.it HALL 7 - 740 - CREATION</p>
---

<p><b>GIORGIO VISCONTI SPA</b> VALENZA - AL - Italia info@giorgiovisconti.it www.giorgiovisconti.it HALL 7 - 425 - ICON</p>
---

<p><b>GIOVANNI FERRARIS</b> SAN SALVATORE MONFERRATO - AL - Italia andrea@ferraris.it www.ferraris.it HALL 7 - 460 - ICON</p>
---

<p><b>GOBI PREZIOSI SAS</b> S. LEO - AR - Italia info@gobi.it gobiadm@gobi.it www.gobi.it HALL 6 - 137 - CREATION</p>
---

<p><b>GOLD &amp; SILVER ITALIAN GROUP</b> VICENZA - VI - Italia info@goldsilvergroup.it HALL 6 - 232 - CREATION</p>
---

<p><b>GOLD ART SRL</b> AREZZO - AR - Italia contabilita@goldart-348ar.it www.goldart-348ar.it HALL 7 - 484 - ICON</p>
---

<p><b>GOLD LINE SRL</b> AREZZO - AR - Italia goldine@goldline.ar.it www.goldline.ar.it HALL 7 - 545 - CREATION</p>
--

<p><b>GOLDEN CLEF INTERNATIONAL SPA</b> AREZZO - AR - Italia federico@goldenclef.it HALL 7 - 543 - CREATION</p>
---

<p><b>GOLDEN CORALS SRL</b> TORRE DEL GRECO - NA - Italia goldencorals@goldencorals.com www.goldencorals.com HALL 1 - 373 - LOOK</p>
--

<p><b>GOLDETRURIA SNC DI CAMPRIANI ATTILIO &amp; C.</b> AREZZO - AR - Italia info@goldetruria.com www.goldetruria.com HALL 6 - 109 - CREATION</p>
---

<p><b>GORGOGNONE SRL</b> MILANO - MI - Italia info@g-gorgo.it HALL 7 - 435 - ICON</p>
---

<p><b>GOVONI FABIO SRL</b> CENTO - FE - Italia info@govonigioielli.it www.govonigioielli.it HALL 7 - 733 - CREATION</p>
---

<p><b>GRAPHITE HI TECH SRL</b> SAN ZENO DI CASSOLA - VI - Italia info@graphitech.com www.graphitech.com HALL 2 - 156 - EVOLUTION</p>
--

<p><b>GRAZIELLA GROUP SPA</b> AREZZO - AR - Italia info@graziellaluxury.it www.graziellaluxury.it HALL 1 - 311 - LOOK</p>
---

<p><b>GUENDALINA BOTTEGA CREATIVA SRL</b> MILANO - MI - Italia guendalinabc@gmail.com https://www.guendalinabottegacreativa.com HALL 1 - 154 - LOOK</p>
---

<p><b>GV FORMACAD SRL - 3D TECHNOLOGY</b> VALENZA - AL - Italia info@gvformacad.it www.gvformacad.it HALL 2 - 181 - EVOLUTION</p>
---

<p><b>H2ON ITALY BY STELLA PREZIOSI SRL</b> Capolona - AR - Italia info@h2on.it www.h2on.it HALL 1 - 180 - LOOK</p>
---

<p><b>HORO LINEA SRL</b> AREZZO - AR - Italia horolinea@horolinea.com www.horolinea.com HALL 6 - 231 - CREATION</p>
---

<p><b>I BY IANNELLI SRL</b> VALENZA - AL - Italia amministrazione@ibyannelli.it www.ibyannelli.it HALL 7 - 220 - ESSENCE COMPONENTS</p>
---

<p><b>IACOVONE SRL</b> VICENZA - VI - Italia info@iacovonegioielli.it www.iacovonegioielli.com HALL 6 - 230 - CREATION</p>
--

<p><b>IBO PEDRINI ORAFO</b> SAN PAOLO D'ARGONBERGAMO - Italia ibopedrini@gmail.com HALL 7 - 961 - CREATION</p>
--

<p><b>ICE - AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIA</b> ROMA - RM - Italia prodotti.persona@ice.it www.ice.gov.it HALL 6 - 235 - CREATION</p>
--

<p><b>IDANDI</b> Arezzo - AR - Italia amministrazione.idandi@gmail.com HALL 1 - 323 - LOOK</p>
--

<p><b>IDEA CORAL SRL</b> TORRE DEL GRECO - NA - Italia ideacoral@tari.it www.ideacoral.com HALL 7 - 720 - CREATION</p>
--

<p><b>IDEA D'ORO SAS</b> TEGOLETO-CIVITELLA VAL CHIANA - AR - Italia info@ideadoro.com www.ideadoro.com HALL 6 - 133 - CREATION</p>
---

<p><b>IKOI SPA</b> SAN ZENO DI CASSOLA - VI - Italia info@ikoi.it www.ikoi.it HALL 2 - 165 - EVOLUTION</p>
--

<p><b>IL GIGLIO SRL</b> AREZZO - AR - Italia info@ilgigliogold.it www.ilgigliogold.it HALL 7 - 753 - CREATION</p>
---

<p><b>IL SOLE GIOIELLI SRL</b> VALENZA - AL - Italia info@ilsolegioielli.it www.ilsolegioielli.it HALL 7 - 260 - ESSENCE COMPONENTS</p>
---

<p><b>IL TULIPANO SNC DI VANNESCHI E BORRI</b> AREZZO - AR - Italia info@iltulipano.it www.iltulipano.it HALL 7 - 782 - CREATION</p>
--

<p><b>ILT ENERGIA SRL</b> PONSACCO - PI - Italia sales@iltenergia.it www.iltenergia.it HALL 2 - 182 - EVOLUTION</p>
---

<p><b>INTERNATIONAL GOLD AND SILVER SERVICE SRL</b> TORRI DI QUARTESOLO - VI - Italia igss@igss.it www.igss.it HALL 7 - 555 - CREATION</p>
--

<p><b>ITALGOLD SRL</b> VALENZA - AL - Italia italgold@italgold.it www.italgold.it HALL 7 - 510 - CREATION</p>
---

<p><b>ITALIMPIANTI ORAFI</b> BADIA AL PINO - AR - Italia info@italimpianti.it www.italimpianti.it HALL 2 - 183 - EVOLUTION</p>
--

<p><b>JEWEL BOX &amp; CO. SRL</b> ALESSANDRIA - AL - Italia info@jewelbox.it www.jewelbox.it HALL 1 - 126 - EXPRESSION</p>
--

<p><b>JJEWELS MILANO</b> MILANO - MI - Italia info@bluewhitgroup.it www.bluewhitgroup.it HALL 7 - 630 - ICON</p>
--

<p><b>JUNGHANS</b> SCHRAMBERG - Germania info@movitalia.it www.movitalia.it HALL 1 - 190 - LOOK</p>
---

<p><b>JVF SRL</b> VENEZIA - VE - Italia sales@jewelryvirtualfair.com www.jewelryvirtualfair.com HALL 2 - 277 - EVOLUTION</p>
--

<p><b>K DI KUORE SRL</b> AREZZO - AR - Italia info@kdi kuore.com www.kdi kuore.com HALL 7 - 423 - ICON</p>
--

<p><b>KARIZIA SPA</b> CASSOLA - VI - Italia info@karizia.it www.karizia.it HALL 7 - 812 - CREATION</p>
--

<p><b>KITTY SRL</b> AREZZO - AR - Italia info@kitty.it www.kitty.it HALL 7 - 724 - CREATION</p>
---

<p><b>KOMETA</b> FOJANO DELLA CHIANA - AR - Italia kometa@ag925.it www.ag925.it HALL 6 - 131 - CREATION</p>
---

<p><b>L'ASPO SRL</b> AREZZO - AR - Italia laura@laspo.it www.laspo.it HALL 7 - 505 - ESSENCE COMPONENTS</p>
---

<p><b>L'ETUI SAS DI CALDIROLI ANDREA &amp; C.</b> MILANO - MI - Italia letui@homegate.it www.letui.it HALL 1 - 155 - EXPRESSION</p>
---

<p><b>LA BRUNE ET LA BLONDE</b> PARIS - Francia Florent Foucher &lt;ffoucher@labruneetlablonde.com&gt; Véronique Tournet &lt;vtournet@labruneetlablonde.com&gt; HALL 7 - 664 - ICON</p>
---

<p><b>LABIGEM   LABORATORIO ITALIANO DI GEMMOLOGIA</b> VICENZA - VI - Italia info@labigem.com www.labigem.com HALL 2 - 205 - ESSENCE GEMS</p>
---

<p><b>LACEA SNC</b> VICENZA - VI - Italia lacea@lacea.it www.lacea.it HALL 1 - 159 - EXPRESSION</p>
---

<p><b>LALBI SRL</b> BERBENNO - BG - Italia lalbi@lalbi.it www.lalbi.it HALL 1 - 158 - EXPRESSION</p>
--

<p><b>LAURENT GANDINI</b> MILANO - MI - Italia crisrina@laurentgandini.com www.laurentgandini.com HALL 1 - 375 - LOOK</p>
---

<p><b>LAZA SNC DI ZACCARIA IVAN &amp; C.</b> VICENZA - VI - Italia info@laza.biz www.laza.biz HALL 6 - 142 - CREATION</p>
---

<p><b>LE CHIC</b> MARCIANISE - CE - Italia lechicsas@gmail.com www.lechicsas.com HALL 1 - 352 - LOOK</p>
--

<p><b>LEADERLINE MILANO</b> MILANO - MI - ITALIA info@bluewhitgroup.it www.leaderline.it Rappresentato da/Represented by: JJEWELS MILANO HALL 7 - 630</p>
---

<p><b>LECARRÉ</b> LA CORUNA - Spagna info@lecarre.es www.lecarre.es HALL 1 - 140 - LOOK</p>
---

<p><b>LEGOR GROUP SPA</b> BRESSANVIDO - VI - Italia info@legor.com www.legorgroup.com HALL 2 - 250 - EVOLUTION</p>
--

<p><b>LELLO ORLANDO SRL</b> TORRE DEL GRECO - NA - Italia orlandolello@gmail.com www.orlandolello.com HALL 2 - 114 - ESSENCE GEMS</p>
---

<p><b>LENTI SRL</b> VALENZA - AL - Italia info@lentsrl.it www.lentsrl.it HALL 7 - 230 - CREATION</p>
--

<p><b>LEO PIZZO SPA</b> VALENZA - AL - Italia leopizzo@leopizzo.com www.leopizzo.com HALL 7 - 160 - ICON</p>
--

<p><b>LINCETTO GIOIELLI SRL</b> PIAZZOLA SUL BRENTAPADOVA - PD - Italia info@lincettogioielli.it www.lincettogioielli.it HALL 7 - 960 - CREATION</p>
--

<p><b>LINEA 2V ARGENTERIA SRL</b> AREZZO - AR - Italia info@l2vargenteria.it www.linea2vargenteria.it HALL 7 - 751 - CREATION</p>
---

<p><b>LINEA ITALIA SRL</b> MOTTA DI COSTABISSARA - VI - Italia info@lineaitalia.com www.lineaitalia.com HALL 7 - 550 - CREATION</p>
---

<p><b>LOMBARDI SRL</b> VALENZA - AL - Italia lombardi@vendedorafa.it www.vendorafa.it HALL 7 - 402 - ICON</p>
---

<p><b>LORENPLAST SRL</b> CORNEDO VICENTINO - VI - Italia info@lorenplast.it www.lorenplast.it HALL 1 - 128 - EXPRESSION</p>
---

<p><b>LUIBER SRL</b> AREZZO - AR - Italia info@luiber.it ordini.luiber@gmail.com www.luiber.it HALL 2 - 220 - ESSENCE ELEMENTS</p>
--

<p><b>LUSI SRL</b> ROMANO D'EZZELINO - VI - Italia info@lusigioielli.it www.lusigioielli.it HALL 6 - 103 - CREATION</p>
---

<p><b>LUVOR SRL</b> VALENZA - AL - Italia info@luvor.com www.luvor.com HALL 7 - 422 - ICON</p>
--

<p><b>LYNX SRL</b> MONFALCONE - GO - Italia info@lincsr.com www.zzero.com</p>
---

<p><b>M.P.M. SRL DI GOBBATO ENZO</b> VICENZA - VI - Italia mpm@gobbato.com www.gobbato.com HALL 7 - 772 - CREATION</p>
--

<p><b>MAMAN ET SOPHIE</b> FIRENZE - FI - Italia s.baglioni@mamanetsophie.com www.mamanetsophie.it HALL 1 - 371 - LOOK</p>
---

<p><b>MANGIAROTTI SRL</b> VALENZA - AL - Italia info@mangiarottigioielli.it www.mangiarottigioielli.it HALL 7 - 461 - ICON</p>
--

<p><b>MARCELLO PANE</b> MARCIANISE - CE - Italia info@marcellopane.eu www.marcellopane.eu HALL 1 - 300 - LOOK</p>
---

<p><b>MARCO GERBELLA ORAFI</b> RAVENNA - RA - Italia comunicazione@marcogerbella.it www.marcogerbella.it HALL 1 - 350 - LOOK</p>
--

<p><b>MARESCA E. SRL</b> NAPOLI - NA - Italia maresca@tari.it www.marescagioielli.it HALL 1 - 176 - LOOK</p>
--

<p><b>MARIA DE TONI SRL</b> SANDRIGO - VI - Italia info@mariadetoni.it www.mariadetoni.it HALL 7 - 684 - ICON</p>
---

<p><b>Maria e Luisa Jewels</b> MILANO - MI - Italia marketing@mariaeluisa.com www.mariaeluisa.com HALL 1 - 340 - LOOK</p>
---

<p><b>MARZI GOLD ART SNC</b> ANGHIARI - AR - Italia info@marzigold.it www.marzi.eu HALL 7 - 743 - CREATION</p>
--

<p><b>MASSIMO RAITERI SRL</b> SAN SALVATORE M.TO - AL - Italia info@massimoraiteri.com www.massimoraiteri.com</p>
---

<p><b>MATA GOLD SRL</b> VICENZA - VI - Italia matagold21@gmail.com HALL 7 - 742 - CREATION</p>
--

<p><b>MATTIA MAZZA SRL</b> TORRE DEL GRECO - NA - Italia info@mattiamazza.it www.mattiamazza.it HALL 7 - 520 - CREATION</p>
---

<p><b>MATTIOLI SPA</b> TORINO - TO - Italia annalisa.dasilva@mattioligioielli.it www.mattioligioielli.it HALL 7 - 450 - ICON</p>
--

<p><b>MAXI ORO SNC</b> DUEVILLE - VI - Italia info@maxioro.it www.maxioro.it HALL 7 - 784 - CREATION</p>
--

<p><b>MECCANICHE VENEZIANE</b> SAN DONA' DI PIAVE - VE - Italia alessandro@meccanicheveneziane.it www.meccanicheveneziane.it HALL 1 - 195 - LOOK</p>
--

**MEDIA GROUP PTE LTD**  
SINGAPORE - Singapore  
grace.tan@media-group.com.sg  
www.solitairemagazine.com

**MEINI GIOIELLI SRL**  
RIGNANO SULL'ARNO - FI - Italia  
info@gioielleria-meini.com  
www.gioielleria-meini.com  
HALL 7 - 694 - ICON

**MEISTERSINGER / MÜHLE GLASHÜTTE**  
Germania  
HALL 1 - 192 - LOOK

**MENEGHETTI SRL**  
MILANO - MI - Italia  
meneghettimilano@gmail.com  
www.meneghettipearls.com  
HALL 2 - 115 - ESSENCE GEMS

**MIGLIORINI GIOIELLI SRL**  
PONTICINO - LATERINA - AR - Italia  
info@migliorinigioidelli.com  
www.migliorinigioidelli.com  
HALL 7 - 503 - CREATION

**MILANO PIERO SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
cristiano.maita@pieromilano.it  
www.pieromilano.it  
HALL 7 - 440 - ICON

**MILMAR SRL**  
PALERMO - PA - Italia  
milmar@hotmail.it  
HALL 2 - 102 - ESSENCE GEMS

**MILOR**  
MILANO - MI - Italia  
info@milor.it  
Rappresentato da/Represented by: BRONZALLURE  
MILANO  
HALL 1 - 440

**MIRCO VISCONTI SPA**  
VALENZA - AL - Italia  
visconti@mircovisconti.com  
www.mircovisconti.com  
HALL 7 - 140 - ICON

**MISIS SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
commerciale@misis.it  
www.misis.it  
HALL 6 - 100-101 - CREATION

**MITHIA GIOIELLI SRL**  
TRISSINO - VI - Italia  
mithiagioidelli@libero.it  
www.mithiagioidelli.com  
HALL 6 - 136 - CREATION

**MITTONI MARIA ANTONIETTA**  
LONATO DEL GARDA - BS - Italia  
info@mariaantoniettamittoni.it  
www.mariaantoniettamittoni.it/contatti.html  
HALL 1 - 392 - LOOK

**MORAGLIONE F.LI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
emiliana@moraglione.com  
www.moraglione.com  
HALL 7 - 670 - ICON

**MOSCA GUIDO**  
VICENZA - VI - Italia  
commerciale@moscaguido.it info@moscaguido.it  
HALL 6 - 143 - CREATION

**MULINO D'ORO SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@opemoda.com  
www.opemoda.com  
www.mulinodoro.com  
HALL 7 - 552 - CREATION

**MULTIFORM SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@multiformjewellery.com  
www.multiformjewellery.com  
HALL 7 - 551 - CREATION

**NANIS ITALIAN JEWELS SRL**  
TRISSINO - VI - Italia  
nanis@nanis.it  
www.nanis.it  
HALL 7 - 410 - ICON

**NARDI GOLD SRL**  
SUBBIANO - AR - Italia  
nardigold@nardigold.it agnese@nardigold.it  
www.nardigold.it  
HALL 6 - 107 - CREATION

**NERI ROMUALDO SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
m.fillippi@neriromualdo.it  
www.neriromualdo.it  
HALL 7 - 783 - CREATION

**NEW ANDER SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
newander@ander1962.com  
www.newander1962.com  
HALL 7 - 413 - ICON

**NEW GEM SPA**  
VALENZA - AL - Italia  
contabili@newgem.it  
www.newgem.it  
HALL 2 - 123 - ESSENCE GEMS

**NEW LIGHT SRL**  
PADOVA - PD - Italia  
info@newlight.srl  
www.newlight.srl  
HALL 7 - 565 - CREATION

**NOI GIOIELLI FIRENZE**  
FIRENZE - FI - Italia  
info@noigioidelli.com  
www.noigioidelli.com  
HALL 7 - 653 - ICON

**NOVECENTONOVANTANOVE DI LAZZERINI ENZO**  
FIRENZE - FI - Italia  
info@novecentonovantanove.com  
www.novecentonovantanove.com  
HALL 7 - 661 - ICON

**NOVELLO SRL**  
SANDRIGO - VI - Italia  
patrizia@robertonovello.it  
www.robertonovello.it  
HALL 7 - 774 - CREATION

**NUOVI GIOIELLI SRL**  
MUSSOLENTE - VI - Italia  
cristina.delucca@nuovigioidelli.com  
www.nuovigioidelli.com  
HALL 7 - 542 - CREATION

**O.M.P.A.R. SRL**  
ARCUGNANO - VI - Italia  
rita.gobbo@ompar.com  
www.ompar.com  
HALL 2 - 274 - EVOLUTION

**OMBI SRL**  
10019 STRAMBINO - TO - Italia  
ombi@ombi.it  
www.ombi.it  
HALL 2 - 170 - EVOLUTION

**ONIRIS JEWELS**  
milano - MI - Italia  
anna.gايا@utopia-jewels.com  
www.onirisjewels.com  
Rappresentato da/Represented by: UTOPIA JEWELS  
HALL 7 - 470

**OPE SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@opemoda.com  
www.opemoda.com  
Rappresentato da/Represented by: GALVANOTEC SRL  
HALL 7 - 760

**ORI ANTICHI SRL**  
NAPOLI - NA - Italia  
oriantichi@hotmail.com  
www.orientichi.it  
HALL 7 - 663 - ICON

**ORIGAMMI ATELIER**  
IRAKLIO - CRETE - Grecia  
gold@origammi.eu  
www.origammi.eu  
HALL 1 - 413 - LOOK

**ORO...GIO'IELLI SRL BY PUNTO D'ORO**  
VICENZA - VI - Italia  
puntodoro@tin.it  
www.puntodoro.it  
HALL 7 - 546 - CREATION

**ORO QUATTRO SRL**  
LATERINA - AR - Italia  
info@oroquattro.it  
HALL 6 - 123 - CREATION

**ORO TREND SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
matteo@oro-trend.com  
www.oro-trend.com  
HALL 7 - 472 - ICON

**OROCATENA SRL**  
BASSANO DEL GRAPPA - VI - Italia  
info@orocatena.it  
www.orocatena.it  
HALL 7 - 536 - CREATION

**OROGENESI JEWELRY SRL**  
CASSOLA - VI - Italia  
info@orogenesi.com  
www.orogenesi.com  
HALL 6 - 102 - CREATION

**OROTIG SPA**  
CASTELNUOVO DEL GARDA - VR - Italia  
sales@orotig.com  
www.orotig.com  
HALL 2 - 173 - EVOLUTION

**OROZEN SRL**  
ROMANO D'EZZELINO - VI - Italia  
info@orozen.it  
www.orozen.it  
HALL 7 - 781 - CREATION

**ORSOGRIGIO SRL**  
Monte San Savino - AR - Italia  
info@orsogrigosrl.it  
www.orsogrigiojewellery.it  
HALL 6 - 220 - CREATION

**OTTO JEWELS - RC SRL**  
PADOVA - PD - Italia  
giulia@ottojewels.com  
www.ottojewels.com  
HALL 1 - 130 - LOOK

**P.M.I. SERVICE SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
paolo.frusone@artigianiarezzo.it  
www.artigianiarezzo.it  
HALL 6 - 243 - CREATION

**P.V.Z. SRL**  
52040 CESA-MARCIANO DELLA CHIANA - AR - Italia  
info@pvzoro.it  
www.neonero.it  
HALL 7 - 524 - CREATION

**P&P SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@pippoperez.com  
www.pippoperez.com  
HALL 7 - 452 - ICON

**PALOMBA SALVATORE SNC DI PALOMBA UGO & C.**  
TORRE DEL GRECO - NA - Italia  
palombacoralli@virgilio.it  
www.palombacoralli.it  
HALL 2 - 104 - ESSENCE GEMS

**PANDORA ALLOYS SRL**  
CORSICO - MI - Italia  
info@pandoralloys.com  
www.pandoralloys.com  
HALL 2 - 171 - EVOLUTION

**PARISE SNC DI NOVELLO, POZZAN, STEFANI & C**  
VICENZA - VI - Italia  
export@oroparise.it  
www.oroparise.it  
HALL 7 - 532 - CREATION

**PARLAPIANO SNC DI BACCHIANI P.& MUCCINI R.**  
CATTOLICA - RN - Italia  
parlapianogioielli@libero.it  
HALL 7 - 632 - ICON

**PATROS SRL**  
MONTICELLO CONTE OTTO - VI - Italia  
leonardo.bottene@patrosgioielli.com  
patrosgioielli.com  
HALL 7 - 804 - CREATION

**PERONI & PARISE SRL**  
POVOLARO DI DUEVILLE - VI - Italia  
info@peronieparise.it  
www.peronieparise.it  
HALL 7 - 674 - ICON

**PERUFFO JEWELRY**  
TRISSINO - VI - Italia  
enrico@fratellibovo.com  
www.peruffojewelry.com  
HALL 7 - 463 - ICON

**PESAVENTO Art Expressions**  
VICENZA - VI - Italia  
info@pesavento.com  
www.pesavento.com

**PETRAMUNDI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
amministrazione@petramundi.com  
www.petramundi.com  
HALL 2 - 130 - ESSENCE GEMS

**PIANEGONDA**  
GROTTAZZOLINA - FM - Italia  
contact@pianegonda.com  
www.pianegonda.com  
HALL 1 - 151 - LOOK

**PORTVS**  
GONDOMAR - PORTO - Portogallo  
info@portvs.pt  
www.portvs.pt  
HALL 1 - 175 - LOOK

**PRIMA PREZIOSI SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@primapreziosi.it  
HALL 7 - 564 - CREATION

**PVG JEWELLERY SRL**  
SCANDICCI - FI - Italia  
francesco.cala@pontavecchiogioielli.it Pvgjewellerysrl@legaimail.it  
HALL 7 - 683 - ICON

**QUADRI GIOIELLI SRL**  
CAVAZZALE DI MONTICELLO C.OTTO - VI - Italia  
info@quadrigioielli.com gabriella@quadrigioielli.com  
www.quadrigioielli.com  
HALL 7 - 791 - CREATION

**QUADRIFOGLIO SPA**  
Arezzo - AR - Italia  
commerciale@quadrifogliospa.com  
www.quadrifogliospa.com  
HALL 7 - 530 - CREATION

**QUALITY SRL**  
NOVENTA PADOVANA - PD - Italia  
martina@qualitygems.it info@qualitygems.it  
HALL 2 - 132 - ESSENCE GEMS

**R.G.R. SNC**  
AREZZO - AR - Italia  
info@rgrhandmade.it  
info@rgrhandmade.it  
HALL 7 - 522 - CREATION

**RANCANGELO DI RANCAN DARIO E PIETRO SNC**  
TRISSINO - VI - Italia  
info@rancangelo.com elena@rancangelo.com  
HALL 7 - 270 - CREATION

**RANZAN ROMEO SRL**  
CAVAZZALE DI MONTICELLO C.O. - VI - Italia  
ranzanromeosrl@libero.it  
https://romeoranzan.com/  
HALL 7 - 280 - CREATION

**RAUSCHMAYER JEWELLERY GROUP**  
PFORZHEIM - GERMANIA - Germania  
jabrecht@rauschmayer.com  
www.rauschmayer-group.com  
HALL 7 - 744 - CREATION

**RCM SRL**  
VICENZA - AL - Italia  
rcm@rcmgioielli.it  
www.rcmgioielli.it  
HALL 7 - 473 - ICON

**RE SOLE SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
michela@resole.biz  
www.resole.biz  
HALL 7 - 752 - CREATION

**RF JEWELS SRL**  
ROMA - RM - Italia  
info@rf-jewels.com  
www.rf-jewels.com  
HALL 7 - 682 - ICON

**RICCARDO ORSATO SRL SOCIO UNICO**  
NOALE - VE - Italia  
info@orsato.it  
www.gloriadelor.com  
HALL 7 - 500 - CREATION

**RICHLINE ITALY SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
amministrazione@richline.it  
www.richline.it  
HALL 7 - 593 - CREATION

**RIVIERA ART DI OCCELLI EDOARDO**  
VENEZIA - VE - Italia  
occelliedoardo@rivieraart.com  
www.rivieraart.com  
HALL 2 - 100 - ESSENCE GEMS

**ROBERTO COIN SPA**  
VICENZA - VI - Italia  
info@robertocoin.com  
www.robertocoin.com  
HALL 7 - 404 - ICON

**RONCO SPA**  
MONTICELLO CONTE OTTO - VI - Italia  
elena@ronco.it  
www.ronco.it  
HALL 7 - 572 - CREATION

**ROSATO**  
MONTEGIORGIO - FM - Italia  
info@rosato.it  
www.rosato.it  
HALL 1 - 151 - LOOK

**ROYAL RAYS BV**  
ANTWERP - Belgio  
royalraysbvba@gmail.com  
royalrays.be  
HALL 2 - 202 - ESSENCE GEMS

**RUE DES MILLE**  
LA SPEZIA - SP - Italia  
info@ruedesmille.com  
www.ruedesmille.com  
HALL 1 - 410 - LOOK

**S.G. SNC DI SUCCI M.L.& BORRI Y.**  
MONTE SAN SAVINO - AR - Italia  
sg369r@aruba.it  
www.sg369ar.it  
HALL 6 - 110 - CREATION

**S.I.L.O. SPA**  
CASTIGLION FIBOCCHI - AR - Italia  
silo@silojewelry.it  
www.silojewelry.it  
HALL 7 - 750 - CREATION

**S-UNIT**  
BERGABARCELLONA - Spagna  
saez\_hn@hotmail.com  
HALL 1 - 393 - LOOK

**SADE SNC DI SANTINON EDOARDO ED ENRICO**  
SAN GIORGIO DELLE PERTICHE - PD - Italia  
enrico@sadegold.it  
www.sadegold.it  
HALL 6 - 145 - CREATION

**SARA PREZIOSI SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@sarapreziosi.it  
www.sarapreziosi.it  
HALL 1 - 303 - LOOK

**SCANAVIN SRL**  
SANDRIGO - VI - Italia  
info@scanavin.com  
www.scanavin.com  
HALL 7 - 810 - CREATION

**SCARTONI SRL**  
SAN ZENO - AR - Italia  
scartoni@scartoni.it  
www.scartoni.it  
HALL 6 - 122 - CREATION

**SDJ PACKING SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@sdjpacking.com  
www.sdjpacking.com  
HALL 1 - 160 - EXPRESSION

**SE.CO. SRL**  
MONTE SAN SAVINO - AR - Italia  
seco@inwind.it  
HALL 7 - 763 - CREATION

**SHANI' SRL**  
MILANO - MI - Italia  
sara@shanisrl.com  
www.shanisrl.com  
HALL 2 - 103 - ESSENCE GEMS

**Sigi Group by Lume Creations Co., Ltd.**  
BANGKOK - Thailandia  
headoffice@sigigroup.com  
www.sigigroup.com  
HALL 7 - 494 - CREATION

**SILVER LIGHT**  
AREZZO - AR - Italia  
info@silverlightarezzo.it  
HALL 7 - 754 - CREATION

**SILVER VOGUE SRL**  
VICENZA - VI - Italia  
info@silvervogue.it  
HALL 6 - 240 - CREATION

**SILVEX SPA**  
CIVITELLA VAL DI CHIANA - AR - Italia  
slacrimini@silvex.it  
www.silvex.it  
HALL 7 - 540 - CREATION

**SIMONETTO GIANFRANCO**  
CASSOLA - VI - Italia  
simonettogianfranco@libero.it info@simonettogianfranco.it  
HALL 6 - 141 - CREATION

**SIMPLY GOLD SRL**  
BERGAMO - BG - Italia  
info@simply-gold.it  
www.simply-gold.it  
HALL 2 - 276 - EVOLUTION

**SISMA SPA**  
PIOVENE ROCCHETTE - VI - Italia  
info@sisma.com  
www.sisma.com  
HALL 2 - 275 - EVOLUTION

**SL DIAMONDS BV**  
ANTWERP - Belgio  
info@sldiamonds.be  
www.sldiamonds.be  
HALL 2 - 137 - ESSENCE GEMS

**SOGNI**  
MARCIANISE - CE - Italia  
info@sognigioielli.com  
www.sognigioielli.com  
HALL 1 - 143 - LOOK

**SONGA ANTONIO SPA**  
MILANO - MI - Italia  
amministrazione@songa.it  
www.songa.it  
HALL 7 - 803 - CREATION

**SPECTRUM JEWELS MART**  
JAIPURRAJASTHAN - India  
spectrumjewelmart@gmail.com  
www.spectrumjewelsindia.com

**SPEGGIORIN SILVANO SRL**  
MONTICELLO CONTE OTTO - VI - Italia  
info@speggiorinsilvanosrl.com  
www.speggiorinsilvanosrl.com  
HALL 6 - 106 - CREATION

**SPOLETO GIOIELLI ENRICO MORBIDONI ORAFO IN SPOLETO**  
SPOLETO - PG - Italia  
enrico\_morbidoni@virgilio.it  
HALL 7 - 453 - ICON

**STARGEM SRL**  
GROSSETO - GR - Italia  
amministrazione@stargemsrl.com  
HALL 2 - 113 - ESSENCE GEMS

**STEFANO E C. SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
stefanoecsr@alice.it  
www.stefanoecgioielli.it  
HALL 7 - 434 - ICON

**STIL MEC SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@stilmec.eu amministrazione@stilmec.eu  
www.stilmec.eu  
HALL 2 - 176 - EVOLUTION

**STONE'S INTERNATIONAL SRL**  
PARMA - PR - Italia  
info@stonesint.com  
HALL 2 - 100 - ESSENCE GEMS

**SUPERORO HISPANO ITALIANA SA BLACK & WHITE JEWELLERY**  
MATARO' - BARCELONA - Spagna  
info@blackandwhitejewellery.com  
www.blackandwhitejewellery.com  
HALL 7 - 480 - ICON

**SUPERORO SRL**  
CAVAZZALE DI MONTICELLO C.OTTO - VI - Italia  
sales@superoro.it  
www.superoro.it  
HALL 7 - 640 - ICON

**SURREALIST UNIVERSE GOLD**  
VICENZA - VI - Italia  
g.nichele@surrealistgold.com  
www.surrealistgold.com  
HALL 7 - 633 - ICON

**TAITU' SRL**  
AREZZO - AR - Italia  
info@taitu.org  
www.taitu.org  
HALL 7 - 722 - CREATION

**TAUMAC SRL**  
ROMANO D'EZZELINO - VI - Italia  
gianni.turato@taumac.com  
www.taumac.com  
HALL 2 - 166 - EVOLUTION

**TECNO ORAFA SRL**  
BASSANO DEL GRAPPA - VI - Italia  
info@tecnoorafa.it acquisti@tecnoorafa.it  
HALL 7 - 814 - CREATION

**Tera Automation**  
Poppi - AR - Italia  
tera@tera-automation.com  
www.tera-automation.com  
HALL 2 - 184 - EVOLUTION

**TIBALDI SNC DI TIBALDI PAOLO & C.**  
VALENZA - AL - Italia  
info@tibaldisnc.it  
www.tibaldisnc.it  
HALL 2 - 146 - EVOLUTION

**TIEZZI CATENE DESIGN S.R.L**  
Monte San Savino - AR - Italia  
info@tiezzicatenedesign.it  
www.tiezzicatenedesign.it  
HALL 6 - 126 - CREATION

**TINOZZI ALESSIO**  
ROMA - RM - Italia  
at.stones@iol.it  
www.alessiotinozzi-naturalcorundum.com  
HALL 2 - 122 - ESSENCE GEMS

**TIRISI JEWELRY BV**  
AMSTERDAM - Paesi Bassi  
nzuchouwski@tirisi.com  
www.tirisi.com  
HALL 7 - 620 - ICON

**TO BE PACKING SRL**  
COMUN NUOVO - BG - Italia  
sales@tobe.it  
www.tobe.it  
HALL 1 - 112 - EXPRESSION

**TOP STAR SRL**  
SAN ZENO - AR - Italia  
david.lazzerini@topstar.it  
www.topstar.it  
HALL 7 - 554 - CREATION

**TORRESAN GIOIELLI SRL**  
MUSSOLENTE - VI - Italia  
info@torresangioielli.it  
www.torresangioielli.it  
HALL 7 - 531 - CREATION

**TRAMONTANO MONTATURE**  
MARCIANISE - CE - Italia  
info@gioiellitramontano.com  
www.tramontanomontature.com  
HALL 7 - 250 - ESSENCE COMPONENTS

**TRE ESSE INTERNATIONAL SRL**  
BASSANO DEL GRAPPA - VI - Italia  
lorena@tre-esse.it  
www.tre-esse.it  
HALL 7 - 541 - CREATION

**TVN TECH SRL**  
MONTE SAN SAVINO - AR - Italia  
info@tvntech.it  
www.tvntech.it  
HALL 2 - 174 - EVOLUTION

**UBI BANCA UNIONE DI BANCHE ITALIANE SPA**  
BERGAMO - BG - Italia  
HALL 6 - 242

**UNOAERRE INDUSTRIES SPA**  
AREZZO - AR - Italia  
info@unoaerre.it  
www.unoaerre.it  
HALL 7 - 290 - CREATION

**UNOAERRE**  
ITALIAN JEWELLERY

**UTOPIA JEWELS**  
20144 MILANO - MI - Italia  
info@utopia-jewels.com  
www.utopia-jewels.com  
HALL 7 - 470 - ICON

**VALENTINI SRL**  
VALENZA - AL - Italia  
valentini@valentinigems.it  
HALL 2 - 121 - ESSENCE GEMS

**VALENZA NEI MARCHI**  
VALENZA - AL - Italia  
staff@valenzaneimarchi.com  
www.valenzaneimarchi.it  
HALL 6 - 234

**VENDORAFA**  
VALENZA - AL - Italia  
lombardi@vendorafa.it  
Rappresentato da/Represented by: LOMBARDI SRL  
HALL 7 - 402

**VENEROSO SRL**  
DUEVILLE - VI - Italia  
info@venerosogioielli.it  
www.venerosogioielli.it  
HALL 7 - 574 - CREATION

**VERSARI ACCESSORIES di Daniele Versari**  
PIEVE AL TOPPO - AR - Italia  
info@versariaccessories.it  
HALL 1 - 132 - LOOK

**VICTORINOX**  
6438 IBACH-SCHWYZ - Svizzera  
HALL 1 - 191 - LOOK

**WOLF DESIGNS LIMITED**  
WASHINGTONWEST SUSSEX - Regno Unito  
JAPPERT@WOLF1834.COM  
www.wolf1834.com  
HALL 1 - 134 - EXPRESSION

**ZANCAN**  
NANTO - VI - Italia  
marketing1@zancangioielli.com  
www.zancangioielli.com  
HALL 7 - 200 - ICON

**ZARAMELLA ARGENTI SRL**  
VILAFRANCA PADOVANA - PD - Italia  
ilaria.gastaldello@zaramellaargenti.it  
www.zaramellaargenti.it  
HALL 1 - 102 - LOOK



**VIVHOTEL**  
VICENZAORO VERIFIED

*live  
the golden  
hospitality*

VivHotel – Vicenzaoro Verified Hotel is the new project born from the collaboration between Vicenzaoro, Federalberghi Confcommercio and the Vicenzaè Tourism Board, with the aim of best promoting the excellences of the territory and providing them to all visitors of Vicenza, the city of gold.

A well-thought offer by hotels and other accommodation facilities which can guarantee standards and quality of services at different levels, especially during the Vicenzaoro Fair Editions, but always suitable for both Italian and international business customers.

**VOICE**  
VICENZAORO  
INTERNATIONAL  
COMMUNITY  
EVENT  
Vicenza 12\_14 September 2020

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future





VENDORAFA  
ITALY



BAMBOO COLLECTION  
*HANDMADE ITALIAN JEWELLERY*