

## Una Visione Green per il Futuro

**Design e sostenibilità: due mondi che si incontrano nel settore orafa, grazie al contributo di aziende e ospiti d'eccezione del VISIO.NEXT Summit, l'evento che ha aperto ufficialmente la nuova edizione di Vicenzaoro. >p.2**

*Design and sustainability: two worlds that meet in the gold and jewelry sector, thanks to the contribution of companies and exceptional guests at the VISIO.NEXT Summit, the event that officially opened the new edition of Vicenzaoro >p.2*

IN EVIDENZA

SABATO **19** GENNAIO 2019

### EVENTI

#### Un Bosco Incantato

The Golden Wood è il tema del VIOFF e l'ispirazione per la cena alla Basilica Palladiana.

*The Golden Wood is the theme at VIOFF and the inspiration for the dinner at the Basilica Palladiana. >p.8*



### TREND

#### Juicy Coral

"Living Coral", decretato da Pantone Color of the Year 2019. "Living Coral" has been declared the Pantone Color of the Year 2019. >p.12



### INTERVISTA

#### Augusto Ungarelli

Giornate "sostenibili" a Vicenzaoro. Ne abbiamo parlato con Vendorafa. "Sustainable" days at Vicenzaoro. As talked with Vendorafa. >p.10



ARYA COLLECTION



# CRIERI

VESTIAMO DIAMANTI

PAV 1  
STAND 110

ARYA  
COLLECTION



FOLLOW US ON FACEBOOK  
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine



FOLLOW US ON INSTAGRAM  
instagram.com/vo\_plus

## Una Visione Green per il Futuro

Design e sostenibilità: due mondi che si incontrano nel settore orafa, grazie al contributo di aziende e ospiti d'eccezione del VISIO.NEXT Summit, l'evento che ha aperto ufficialmente la nuova edizione di Vicenzaoro. >p.2

*Design and sustainability: two worlds that meet in the gold and jewelry sector, thanks to the contribution of companies and exceptional guests at the VISIO.NEXT Summit, the event that officially opened the new edition of Vicenzaoro >p.2*



### EDITORIAL

**MASSIMO POLIERO**  
CEO OF LEGOR GROUP S.P.A.,  
PRESIDENT OF THE JEWELLERY  
TECHNOLOGY FORUM,  
VICE-PRESIDENT OF A.F.E.M.O.

Quello che ci siamo lasciati da poco alle spalle è stato un anno positivo per la produzione mondiale dell'oreficeria. Effetto per lo più dovuto al prezzo dell'oro e dell'argento che, rimanendo piuttosto stabile, ha permesso una certa costanza negli ordinativi. I mercati più trainanti sono stati quelli dell'Estremo Oriente, con Cina e India in testa, seguiti a stretto giro da Thailandia, Indonesia e Vietnam. In Medio Oriente ci sono state molte concause che hanno portato a un forte rallentamento della produzione gioielliera locale: l'introduzione dell'iva a Dubai, in Turchia tensioni politiche e il deprezzamento della lira a 6.2 rispetto all'Euro; in Arabia sono state emanate leggi molto restrittive e conservative, che permettono di produrre e vendere solo ad aziende residenti in loco da un certo numero di anni. In Europa e Italia, il quadro generale è rimasto abbastanza stabile, soprattutto grazie alla tenuta dei brand del lusso, mentre guardando a ovest, a Usa e Sudamerica, possiamo parlare di luci e ombre, con una situazione altalenante dovuta alla nuova rotta politica degli Stati Uniti. Infine, in lieve ripresa la Russia. Questo per avere in breve una panoramica (segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

SABATO 19 GENNAIO 2019

### EVENTI

#### Un Bosco Incantato

The Golden Wood è il tema del VIOFF e l'ispirazione per la cena alla Basilica Palladiana. *The Golden Wood is the theme at VIOFF and the inspiration for the dinner at the Basilica Palladiana.* >p.8



### TREND

#### Juicy Coral

"Living Coral", decretato da Pantone Color of the Year 2019. *"Living Coral" has been declared the Pantone Color of the Year 2019.* >p.12



### INTERVISTA

#### Augusto Ungarelli

Giornate "sostenibili" a Vicenzaoro. Ne abbiamo parlato con Vendorafa. *"Sustainable" days at Vicenzaoro. As talked with Vendorafa.* >p.10

## L'Appuntamento High Tech

**Dati in crescita per la 41° edizione di T.Gold, l'hub internazionale della tecnologia. Questi i numeri dell'edizione 2019: 168 gli espositori da 17 Paesi e visitatori da oltre 130**

Cresce di un punto rispetto al 2018 e arriva a un bel +20% la quota dei nuovi espositori alla quarantunesima edizione di T.Gold, realtà internazionale sempre più importante

per l'appeal che esercita sugli addetti ai lavori. Da una parte i produttori di macchinari e tecnologie per l'oreficeria e la gioielleria, che spesso attendono questo appuntamento annuale per proporre le loro novità di punta, dall'altra chi i preziosi li disegna e trasforma in realtà, designer e brand che sanno di trovare qui i giusti interlocutori per affrontare nuove soluzioni creative. Quest'anno, la tensostruttura collegata allo "storico" padiglione 9, registra l'11% in più di

spazio espositivo, e un totale di 168 aziende provenienti da 17 Paesi. La presenza italiana la fa da padrone, ovviamente, raggiungendo il 65% sul totale, ma un giro fra gli stand rivela un mercato in grande espansione, in Europa - con la presenza di aziende di Germania, Francia, Spagna, Gran Bretagna, Svizzera, Irlanda, Polonia e Turchia - ma anche extra il Vecchio Continente, con realtà made in Usa, pari al 5% circa del totale, oltre che da India, Hong Kong e (segue a pagina 4)

## La Gemmologia e il suo Valore

**I temi più importanti del settore gemmologico sono al centro del seminario di CIBJO e del XXI simposio di FEEG. Oggi, a partire dalle 10, in sala Tiziano**

Conoscere le gemme e il loro valore, e perseguire la loro perfetta eticità: è dedicata soprattutto ai temi più attuali delle pietre preziose questa seconda giornata di Vicenzaoro, che vede riunire le associazioni più

importanti in un convegno ricco di interventi autorevoli, organizzato da CIBJO e IGI (Istituto Gemmologico Italiano). Dalle dieci in poi, presso la sala Tiziano (hall 7.1), si terranno il seminario di CIBJO, "Responsible Sourcing & Sustainability", e la XXI edizione del simposio della Federation for European Education in Gemmology (FEEG). La sessione del mattino (10:00-12:30) aperta e moderata da Gaetano Cavalieri, Presidente di CIBJO, ha (segue a pagina 4)



# Una Visione Green per il Futuro

(segue dalla prima)

«Se non riuscite a trasformare la vostra azienda in una realtà sostenibile, concentratevi sulla difesa dei diritti umani». Lauren Kulchinsky Levison, Vice President, Chief Style Officer & Curator di Mayfair Rocks, definita da ICE "Key to Italy" e "Jeweler of the Year", ha chiuso ieri con queste parole il VISIO.NEXT Summit, primo evento di Vicenzaoro January 2019, che ha visto al centro della discussione il tema della Creatività Sostenibile. A invitarla sul palco come moderatrice dell'evento è stato Ugo Ravanelli, CEO di Italian Exhibition Group, che ha fatto un'importante premessa introduttiva: «La grande attenzione verso questi due mondi, che qui finalmente si incontrano, fa parte del dna di IEG. Vicenzaoro, grazie alla sua lunga esperienza, è la fiera più riconosciuta a livello internazionale per il settore orafa, e creare una tavola rotonda su questo focus dimostra la forte consapevolezza che il futuro di questo settore e dell'intero pianeta è basato su questo aspetto». Ma cosa significa sostenibilità nel mondo dei gioielli? Per Lynn Yaeger, contributor di Vogue America, vuole dire soprattutto "riciclare" gioielli antichi. «La mia famiglia collezionava qualunque tipo di anticaglia, ma il gioiello è stata una mia scoperta personale. L'idea di possedere qualcosa di storico mi ha sempre entusiasmato. È un modo diverso di esplorare la creatività. Gran

parte delle mie conoscenze di settore le ho apprese dai negozianti, che hanno saputo affascinarmi con le storie di certi pezzi. Adoro le iscrizioni che spesso si trovano nei monili antichi, capire come quell'oggetto è stato tramandato», racconta Lynn. Con un salto cronologico di qualche decennio, se non di secoli, dai collectable vintage di Lynn si è poi passati a parlare di gioielli creati ispirati dalla nanotecnologia. «Il progetto dell'Accademia di Gagliato delle Nanoscienze nasce in un paesino di 400 abitanti in Calabria. Prima ancora che di risultati scientifici, si può parlare di un effetto sociale: l'apertura di questo centro di studi ha significato per la comunità di Gagliato risorgere, tanto che in pochi anni abbiamo formato più di mille studenti. Oggi, attorno all'Accademia gravitano più di 100 scienziati di fama mondiale, con un unico obiettivo: sconfiggere il cancro, grazie alle nanoparticelle, che vanno a distruggere le cellule tumorali», racconta Paola Ferrari, fondatrice di Nanoshapes LLC e Presidente dell'Accademia. «L'idea di plasmare gioielli ispirati alle loro forme mi è nata guardando le incredibili immagini di uno studio realizzato da mio marito, che da anni si dedica a queste ricerche. La prima collezione in argento, bronzo e rame, è disegnata dagli esperti gemmologi e orafi di Matera, e il ricavato viene devoluto all'Accademia, mentre qui a Vicenza-

oro debuttiamo nella Fashion Room con una collezione in oro 18k e diamanti». Sostenibilità sociale, dunque, che diventa un supporto concreto alla ricerca medica. Ispirate alle forme della natura, ma di flora e fauna, sono invece i gioielli di Lydia Courteille - alla sua prima esposizione nella Design Room - che ha sintetizzato così il suo senso di "green design": «Mi piace dare una seconda vita ai gioielli vecchi, a quei monili dimenticati in un cassetto. Amo usare simboli di ogni genere, anche antichissimi, come il teschio, quel "memento mori" che ricorda a tutti che siamo uguali. Nella mia idea di sostenibilità parto dal riciclo di oro e pietre. Perché trattare materia prima nuova quando possiamo riutilizzare quello che già abbiamo?». A questo quesito, ha dato risposta Massimo Poliero, CEO di Legor Group S.p.A., Presidente di Jewellery Technology Forum e Vice-President di AFEMO, offrendo il suo punto di vista da imprenditore del settore tecnologico al servizio del comparto gioielliero. Altro parterre d'eccellenza all'Opening Ceremony seguito al Summit, con taglio del nastro alla presenza di Lorenzo Cagnoni, Presidente di IEG, Ugo Ravanelli, CEO di IEG, Erika Stefani, Ministro degli Affari Regionali e delle Autonomie, Silvio Giovine, Assessore alle Attività Produttive del Comune di Vicenza, Ivana Ciabatti Presidente di

**«Vicenzaoro è la fiera più riconosciuta a livello internazionale per il settore orafa, e creare una tavola rotonda sulla sostenibilità dimostra che il futuro del settore è basato su questo aspetto»**

- Ugo Ravanelli,  
CEO di Italian Exhibition Group

Confindustria Federorafi, Carlo Ferrone-Presidente di ICE.

«If you can't manage to transform your company into a sustainable organization, then concentrate on defending human rights.» These are the words with which Lauren Kulchinsky Levison, Vice President, Chief Style Officer & Curator of Mayfair Rocks, defined by ICE as "Key to Italy" and "Jeweler of the Year", closed yesterday's VISIO.NEXT Summit, which marked the opening of

Vicenzaoro January 2019 and placed the theme of Sustainable Creativity at the centre of its debate. Inviting her onto the stage to act as event moderator was Ugo Ravanelli, CEO of Italian Exhibition Group, who made an important introductory remark: «The huge attention on these two worlds, that are meeting at long last here, is part of IEG's dna. Vicenzaoro, thanks to its lengthy experience, is the gold and jewelry sector's most internationally recognized trade show, and organizing a round table on this focus demonstrates a great awareness that the future of this sector and the entire planet is based on this aspect.» But what does sustainability in the jewelry world mean? For Lynn Yaeger, contributor for Vogue America, it mainly means "recycling" old jewelry. «My family collected all kinds of old stuff but jewelry was my own personal discovery. The idea of owning something historical has always appealed to me. It is a different way of exploring creativity. I learned a large part of what I know about this sector from store-keepers, who fascinated me with the stories behind certain items. I love the inscriptions that can often be found on old trinkets, understanding how that object was handed down,» says Lynn. With a leap in time of several decades, if not centuries, from Lynn's collectable vintage, the discussion went on to talk about jewelry inspired by nanotechnology. «The Gagliato Academy of Nanosciences project originated in a village of just 400 inhabitants in



(segue dalla prima)



Massimo Poliero, CEO of Legor Group S.p.A., President of the Jewellery Technology Forum, Vice-President of A.F.E.M.O.

«Vicenzaoro is the gold and jewelry sector's most internationally recognized trade show, and organizing a round table on sustainability demonstrates a great awareness that the future of this sector is based on this aspect»

- Ugo Ravanelli,  
CEO of Italian Exhibition Group

Calabria. Before mentioning scientific results, we could talk about a social effect: the opening of this study center has brought the Gagliato community back to life, so much so that, in just a few years, over one thousand students have trained there. Now, more than 100 world famous scientists gravitate around the Academy with a mutual objective: conquering cancer with nanoparticles able to destroy the cancer cells.» says Paola Ferrari, founder of Nanoshaped LLC and President of the Academy. «The idea of molding jewelry inspired by their shapes came to me while watching the incredible images created by my husband who has dedicated himself to these studies for years. The first collection in silver, bronze and copper, was designed by expert gemologists and goldsmiths in Matera and the profits were donated to the Academy, while here at Vicenzaoro, we are making

our debut in the Fashion Room with a collection in 18k gold and diamonds.» Social sustainability then, that becomes concrete support for medical research. Also inspired by the shapes of nature, but the flora and fauna kind, are the jewelry items by Lydia Courteille - exhibiting in the Design Room for the first time - who summed up her sense of "green design" by saying: «I like to give a second lease of life to old jewelry, to those trinkets forgotten in a drawer. I love using symbols of all kinds, even very ancient ones, such as a skull, that "memento mori" that reminds everyone that we are all equal. In my idea of sustainability, I start by recycling gold and stones. Why process a new raw material when we can re-use what we already have?». This question was answered by Massimo Poliero, CEO of Legor Group S.p.A., President of the Jewellery Technology Forum and Vice President of AFEMO, offering his viewpoint as an entrepreneur in the technological sector at the service of the jewelry industry. Another illustrious public at the Opening Ceremony after the Summit with the cutting of the ribbon in the presence of Lorenzo Cagnoni, President of IEG, Ugo Ravanelli, CEO of IEG, Erika Stefani, Minister for Regional Affairs and Autonomies, Silvio Giovine, Councilor for Productive Activities for Vicenza Council, Ivana Ciabatti, President of Confindustria Federorafi and Carlo Ferro neo-President of ICE.

Lorenza Scalisi

totale del settore, che da oltre quarant'anni trova in T.Gold la regina delle fiere mondiali della tecnologia e dei macchinari, oltre che un appuntamento sempre più strategico per incontrare aziende produttive e portare le innovazioni high tech all'attenzione del pubblico giusto. Da questo punto di vista, nelle ultime edizioni ho rilevato con soddisfazione che il lavoro fatto da IEG per selezionare al meglio i buyer è servito: oggi arrivano persone più preparate, che sanno esattamente cosa stanno cercando. Per noi operatori, si traduce in giornate impegnative ma con riscontri molto interessanti. Come Ceo di Legor Group, e organizzatore insieme a Fiera del simposio, vorrei invece sottolineare quanto il Jewellery Technology Forum sia ormai un evento unico e imprescindibile per il confronto continuo fra ricerca e innovazione. Prova ne è non solo il riscontro che abbiamo in aula durante le varie sessioni, ma anche il traffico online sul nostro sito durante tutto l'anno, da cui si possono scaricare le 135 relazioni prodotte negli altrettanti incontri avvenuti in ben 15 edizioni. Il JTF si rivela anche la "piazza" migliore per discutere di come sta cambiando il nostro settore: la sempre maggiore richiesta da parte del fashion system di prodotti innovativi che includano metalli preziosi dimostra per esempio che gioielleria e moda si stanno avvicinando, e noi dobbiamo saper rispondere a questi nuovi stimoli. Cosa accadrà da qui ai prossimi dieci anni? L'unica previsione che posso fare è che la vera rivoluzione la porterà il 3D, ma quando questo consentirà di trasformare in un click un disegno in centinaia di gioielli già in metallo, senza più passaggi intermedi, quali resine, gomme o cere. Oggi, con questo sistema riusciamo a produrre 2 oggetti in 8 ore, quindi risulta

antieconomico. Quando si potranno riprodurre 300 gioielli già in metallo, allora sì che potremmo anche parlare di sostenibilità: niente gesso fosfatico, niente silice, nessuno scarto di lavorazione, per una vera green jewelry.

The year we have just left behind us was a positive one in terms of world jewelry production. An effect mainly due to the price of gold and silver which, remaining more or less stable, led to a certain constancy in orders. The markets with most driving power were the Far East, with China and India in the lead, followed closely by Thailand, Indonesia and Vietnam. In the Middle East, many causal factors led to a considerable slowdown in local jewelry production: the introduction of VAT in Dubai, political tension in Turkey and the repricing of the Turkish lira to 6.2 against the Euro; in Arabia some highly restrictive and conservative laws were enacted that allow only companies on site for a certain number of years to produce and sell. In Europe and Italy, the general picture remained quite stable, mainly due to luxury brands holding their own, while, looking towards the west, to the USA and South America, we can speak of ups and downs, with a fluctuating situation due to the new political strategy in the United States. Lastly, Russia saw a slight recovery. This is just a brief overview of the entire sector which, for over forty years, has benefited from T.Gold as the queen of international technology and machinery trade shows, as well as an increasingly more strategic event for encountering manufacturing companies and bringing high-tech innovation to the attention of the right public. From this point of view, in the last few editions, I have found, much to my satisfaction, that the effort IEG has made into maximizing buyer selection has

really paid off: the most well-prepared people, who know exactly what they are looking for, now attend. For us traders, this makes the Show days extremely busy and demanding but we do get some very interesting results. As the CEO of the Legor Group, and co-organizer of the symposium with the IEG, I would however, like to point out how much the Jewellery Technology Forum has become a unique and essential event for providing a continual comparison between research and innovation. Not only is the feedback that we get in the room during the various sessions ample proof, so is the online traffic on our site throughout the year from which the 135 reports produced by the same number of meetings held in these 15 editions can be downloaded. The JTF is also the best "marketplace" for discussing how our sector is changing: the constantly increasing demand from the fashion system for innovative products which include precious metals, for example, goes to show how jewelry and fashion are getting closer and closer and we must know how to respond to these new incentives. What will happen over the next ten years? The only prediction that I can make is that the real revolution will be through 3D, but only when it is able to transform a design into hundreds of jewelry items with a mere click, with no intermediate phases requiring resin, rubber or wax. Nowadays we can produce 2 items in 8 hours with this system, so the result is not economically viable. When we are able to produce 300 jewelry items directly in metal, then we will really be able to talk about sustainability: no chalk phosphate, no silicone, no processing waste, for truly green jewelry.

Massimo Poliero  
CEO of Legor Group S.p.A.,  
President of the Jewellery  
Technology Forum,  
Vice-President of A.F.E.M.O.

# L'Appuntamento High Tech

(segue dalla prima)



Giappone. La manifestazione, che si svolge in contemporanea a Vicenzaoro January, vede anche lo svolgersi della quindicesima edizione del JTF, il Jewellery Technology Forum, l'ormai consueto simposio dedicato alla tecnologia di settore, nato dalla collaborazione fra Italian Exhibition Group e Legor Group S.p.a., azienda leader nelle forniture per l'oreficeria. Quest'anno, oltre alle problematiche più comuni legate alle varie fasi di lavorazione delle materie prime, si affrontano questioni quali l'oro artigianale proveniente da fonti responsabili, lo scenario macroeconomico del settore gioielliero, e le tendenze di tutto il comparto per il 2020.

**Positive and constantly growing data for the 41st edition of T.Gold, the international technology hub. Here the numbers: 168 companies from 17 countries and visitors from 130 different nations**

**H**igher by one point compared to 2018, the number of new exhibitors at the forty-first edition of T.Gold, the international event that, due to the appeal it has for sector insiders, is becoming increasingly more important, has now reached +20%. On the one hand, producers of machinery and technologies for the gold and jewelry industry, who often

attend this annual event to promote their latest top products, while on the other, those who design and transform precious materials into real objects. Designers and brands that are sure to find the right mediators to help them deal with new creative solutions. This year, the tensile structure connected to the "traditional" Hall 9 will provide 11% more exhibition space and a total of 168 companies from 17 countries will be exhibiting. The Italian presence will be playing host, obviously, with 65% of the total number, but a tour of the stands will reveal a fast-expanding market, in Europe - with companies from Germany, France, Spain, Great Britain, Switzerland, Ireland, Poland and Turkey - but also from outside the Old Continent with Made in USA organizations equaling about 5% of the total, as well as others from India, Hong Kong and Japan. The Show, which runs alongside Vincezaoro January, will also see the staging of the fifteenth edition of JTF, the Jewellery Technology Forum, the customary symposium dedicated to technology for the sector which arose from the collaboration between Italian Exhibition Group and Legor Group S.p.a., a leading company in jewelry industry supply. This year, besides the most widespread problems linked to the various raw material processing phases, questions such as artisan gold originating from responsible sources, the macro-economic scenario in the jewelry sector and the entire division's trends for 2020 will all be dealt with.

**Lorenza Scalisi**

# La Gemmologia e il suo Valore

(segue dalla prima)

come primo intervento quello di Guy Lalous, presidente di FEEG, federazione che ha diversi obiettivi, come facilitare e incoraggiare lo scambio reciproco d'informazioni e assistenza tecnica, organizzare esami che conducono a una qualifica europea comune in gemmologia e promuovere partenariati e scambi economici, sociali e culturali tra i rispettivi aderenti. A seguire, altri nomi di spicco, tra i quali Philip Olden, presidente del CIBJO Responsible Sourcing Commission e Rui Galopim de Carvalho, vice Presidente del Settore A e della Commissione Corallo del Cibjo. Il pomeriggio (14:00-16:20) è invece guidato da Paolo Valentini, Vice Presidente di IGI, e vede la partecipazione di altre importanti figure del mondo gemmologico, come Clement Sabbagh, Presidente dell'ICA, International Colored Stone Association, e Fabrizio Nestola, professore dell'Università di Padova. Quest'ultimo è salito di recente agli onori della cronaca, per le scoperte del suo team sul collegamento fra alcuni tipi di diamanti e le dinamiche del mantello terrestre profondo. La giornata si chiude con la cerimonia di consegna del prestigioso Diploma di Gemmologo Europeo che sarà consegnato ai più talentuosi studenti del settore nel corso del 2018. «L'assegnazione dei diplomi costituisce un



momento importante del simposio, in quanto i diplomati FEEG rappresentano il futuro della gemmologia», ha dichiarato Loredana Proserpi, direttore dell'Istituto Gemmologico Italiano.

**The CIBJO seminar and the 21st FEEG symposium will take on the most important themes in the gemological world. Today, at 10 a.m. in Sala Tiziano**

**U**nderstanding gems and their value and obtaining them in the most ethical way. The second day of Vicenzaoro is focused on the latest themes in pre-

cius stones, bringing together the most important associations, with a conference full of important talks organized by CIBJO and IGI (Istituto Gemmologico Italiano). Starting at 10 a.m. in the Sala Tiziano (hall 71), the CIBJO seminar will take place with the theme "Responsible Sourcing & Sustainability" along with the XXI edition of the symposium for the Federation for European Education in Gemology (FEEG). The morning session (from 10 a.m. to 12:30 p.m.) will kick off and be moderated by Gaetano Cavalieri, the president of CIBJO. The first talk will be given by Guy Lalous, president of FEEG. The federation has various objectives including facilitating and encouraging the reciprocal exchange of information and technical

assistance, holding exams for a common European gemology standard, and promoting partnerships and economic, social, and cultural exchange among members. Other important participants will include Philip Olden, president of the CIBJO Responsible Sourcing Commission, and Rui Galopim de Carvalho, vice president of Sector A and the Coral Commission for Cibjo. The afternoon session (from 2 p.m. to 4:20 p.m.) will be headed up by Paolo Valentini, vice president of IGI, and include participation by other important names from the world of gemology, including Clement Sabbagh, president of the ICA, International Colored Stone Association, and Fabrizio Nestola, a professor at the University of Padua. Nestola has recently been in the news because he and his team have made discoveries on the connection between certain types of diamonds and the dynamics of the Earth's lower mantle. The day will come to a close with a ceremony, awarding the prestigious European Gemology Diploma to the most talented students in the industry who took part in the 2018 course. «Giving the diplomas is an important moment of the symposium because FEEG graduates are the future of gemology», said Loredana Proserpi, director of the Istituto Gemmologico Italiano.

**Antonella Reina**

## JEWELS OF THE DAY

ICON  
Hall 7 - 7.1

Fedine in oro, con piccoli charm o con pietre bon ton. Una non è sufficiente a calmarare il desiderio di giocare con tanto oro lucido come in un allegro "ring-party". E ne servono tante da indossare tutte insieme.

Gold engagement rings with tiny charms or bon ton stones. One is not enough to satisfy the desire to play with lots of shiny gold as if at a happy "ring-party." And the more worn together, the better.



**Chantecler**



**Tamara Comolli**



*Chantecler*

CAPRI

VICENZAORO

Hall 7.1 - First Floor - Vip Lounge







# SALVINI

COLLEZIONE I SEGNI



# Le Nanotecnologie Passano per Gagliato

Ieri, al VISIO.NEXT Summit sulla Creatività Sostenibile, grande interesse per l'intervento di Paola Ferrari, per la prima volta a Vicenzaoro, sulle tecnologie emergenti

*At yesterday's VISIO.NEXT Summit on Sustainable Creativity, there was a great deal of interest in the talk on emerging technologies given by Paola Ferrari, for the first time at Vicenzaoro*



Con oltre 30 anni di esperienza in attività imprenditoriali a livello internazionale, con un focus sul management no-profit, nel 2009 Paola Ferrari fonda con il marito, il Dott. Mauro Ferrari, l'Accademia di Gagliato delle Nanoscienze. Grazie alla sua attività sul territorio, trasforma il piccolo paese calabro di Gagliato in una Science&Tech destination,

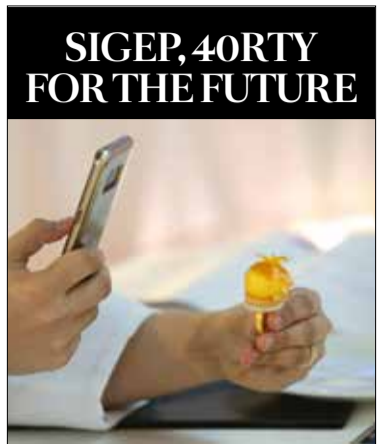
ottenendo l'appellativo di "Creative Town" dal Global Report Unesco nel 2016, e offrendo un nuovo modello per piccole comunità a rischio estinzione. Affascinata dalle forme delle nanoparticelle usate in ambito di ricerca dal marito, Paola Ferrari realizza inoltre il suo primo "nanogioiello" fatto di silicone e 16.000 "nanochannels" incastonati in una piccola cor-

nice di oro bianco. Grazie al successo riscosso, nel 2016 presenta all'evento NanoGagliato, la sua prima Nanos Collection in argento, bronzo e rame e, a novembre 2018, lancia la Nanos Diamond Collection nel corso della serata di Gala dello US Market Forum a Milano. Oltre a sostenere in mondo innovativo il lavoro di NanoGagliato, Paola Ferrari supporta anche il suo "braccio" junior, NanoPiccola che insegna a centinaia di bambini tra i 4 e i 18 anni le meraviglie del "nanoworld". La ricerca sulle nanoparticelle è una delle branche di ricerca più studiate al mondo per le infinite possibilità di impiego. Nei laboratori del Dott. Ferrari si usa questa tecnologia in molte applicazioni legate alla terapia contro il cancro.

**W**ith more than thirty years of experience in international business, with a focus on non-profit management, Paola Ferrari— along with her husband—founded the Academy of Nanoscience in Gagliato in 2009. Thanks to its work locally, this academy has transformed the small town of Gagliato, Calabria, into a Sci-

ence & Technology destination. It was even named a "Creative Town" in UNESCO's Global Report in 2016, offering a new model for small communities that are facing extinction. Paola Ferrari found herself fascinated by the shapes of the nanoparticles used in her husband's research and this inspired her to make her first "nanojewel" in silicone with 16,000 "nanochannels" set in a small white-gold frame. Thanks to its success, she presented the first Nanos Collection in silver, bronze and copper at a NanoGagliato event. The Nanos Diamond Collection was launched in November 2018 during the US Market Forum gala event in Milan. In addition to supporting the work of NanoGagliato in an innovative way, Paola Ferrari also supports the "junior" event called NanoPiccola, which helps children between 4 and 18 understand the wonders of the "nanoworld." Due to the infinite number of ways they can be used, nanoparticles are one of the most studied branches of science in the world. Dr. Ferrari's lab uses this technology in many applications for combatting cancer.

**Federica Frosini**



Inaugura oggi, nel quartiere fieristico di Rimini, il SIGEP - Salone Internazionale di Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè - e lo fa in grande stile per celebrare un compleanno speciale: i suoi primi 40 anni all'insegna del dolciario artigianale. In programma fino a mercoledì 23 gennaio, il Sigep, organizzato da Italian Exhibition Group, ha scelto per l'occasione un nuovo pay-off: 40rty for the Future. Un logo che trasferisce l'omaggio a una storia di successo made in Italy e la visione verso un futuro di innovazione. Una sintesi perfetta che fa dialogare le nuove generazioni dell'arte dolciaria con i grandi maestri, in uno scenario di continue contaminazioni di conoscenza e saperi.

Today, Rimini Expo Center will see the opening of SIGEP -International Trade Show of Artisan Gelato, Pastry, Bakery and Coffee - carried out in grand style to celebrate a special birthday: its first 40 years in the name of artisan confectionery. Scheduled to run until Wednesday 23rd January, Sigep, organized by Italian Exhibition Group, has chosen a new pay-off for the occasion: 40rty for the Future. A logo that pays tribute to a Made in Italy success story and the vision of a future brimming with innovation. A perfect blend that sees the new generations in confectionery art dialoguing with the great masters in a scenario of constant cross-contamination between knowledge and know-how.

## Un Bosco Incantato

The Golden Wood è il tema del VIOFF e l'ispirazione per la cena di gala alla Basilica Palladiana firmata dagli chef Pier Giorgio Parini e Giuliano Baldessari

*The Golden Wood is the theme at VIOFF and the inspiration for the gala dinner at the Basilica Palladiana, with cuisine by chefs Pier Giorgio Parini and Giuliano Baldessari*



Quest'anno l'aperitivo-cena di Vicenzaoro è d'autore. Oggi alle 19, per il ricevimento nella Basilica Palladiana con oltre 700 invitati, si alternano due chef: Pier Giorgio Parini stupisce gli ospiti con i sapori del suo universo vegetale, in particolare il bosco di casa, quello delle morbide colline alle spalle di Rimini, sua terra d'origine. In menù, una crema di patate aromatizzata con la resina, mentre le verdure arrostiti sono insaporite con un succo estratto dalle foglie di cipresso; infine, nell'ultimo finger food, grandi protagonisti i funghi. Una Romagna inedita che da sempre è parte fondamentale delle creazioni e dell'immaginario dello

chef, che da libero professionista si diletta fra collaborazioni con ristoranti, alberghi e realizzazione di eventi speciali. A seguire gli assaggi di Giuliano Baldessari, chef stellato e noto volto televisivo, che interpreta il tema Golden Wood con alcuni dei suoi piatti icona, che giocano a confondere le percezioni e aspettative degli ospiti. Si inizia con "Sembra Pasta", un cavolo rapa intagliato con ragù di coniglio e resina, si prosegue con la "Bresaola Vegetale" (una passata di pomodoro dell'orto ristretta ed essiccata in forno, presentata con Parmigiano di Bianca di Romagna e rucola), e si conclude con il dolce, una crema carbonizzata con polvere di caffè e radice

di polipodio, vale a dire liquerizia selvatica. Un dolce che inganna per l'apparenza molto semplice ma in bocca si rivela una vera esplosione di sapori. A completare la serata, accompagnamento musicale di alto livello, con l'orchestra del celebre conservatorio di Musica Vicenza.

**T**his year, the aperitif/dinner at Vicenzaoro will truly be a gourmet affair. Today, at 7 p.m., for the reception in the Basilica Palladiana with more than 700 guests, two different chefs will offer up a taste of their cuisine. Pier Giorgio Parini will amaze guests with flavors from his world of vegetables, specifically, from the forest near his home, in the roll-

ing hills behind Rimini, near where he is from. The menu is to include a potato cream seasoned with a special resin, and roasted vegetables flavored with cypress-leaf juice. Finally, the last finger-food delight will focus on mushrooms. The chef always offers a unique interpretation of the Romagna region straight from his imagination. He currently works for himself, collaborating with restaurants, hotels, and working on special events. Next, Giuliano Baldessari, a starred chef and famous face from television, will interpret the Golden Wood theme with some of his iconic dishes that aim to turn guests' perceptions and expectations upside down. To start, there will be "Sembra Pasta" (seems like pasta)

with shredded kohlrabi in a rabbit and resin sauce, followed by "Bresaola Vegetale" (vegetable "cured beef" with garden tomatoes that have been dried in the oven along with parmesan and arugula). The meal will finish off with a dessert of carbonized cream with coffee powder and wild licorice. The seemingly simple appearance of this dessert belies a real explosion of flavors. The evening will have high-level musical accompaniment, with the orchestra from the famous Musica Vicenza conservatory.

**Silvia Frau**

# ZYDO

---

I T A L Y

MILANO HEAD OFFICE & SHOW ROOM  
Via Achille Papa, 30  
Tel +39 02 87 23 69 50 • zydo@zydo.it

NEW YORK OFFICE  
1JA 2 West, 46 Street, Suite 605 • NY 10036  
Ph +1 212 421 2608 • ija@zydoamerica.com

WWW.ZYDO.IT

# Grand Tour d'Italie

Cento100 è la nuova collezione di Antonini, che celebra il primo secolo della maison

*Antonini's new collection is called Cento100 and it celebrates the jewelry house's first century*



sto è ciò di cui mi nutro ogni giorno», racconta il designer, che nel suo palmares annovera anche il prestigioso Diamond International Award. «Il legame con il territorio e con le tradizioni artigianali del nostro meraviglioso Paese è da sempre una nota dominante nelle creazioni Antonini: per questo i nomi che le identificano richiamano luoghi ben precisi, che nell'immaginario collettivo significano bellezza, carattere, cultura. Dopo Matera, Siracusa ed Etna, ecco Cento100, celebrativa dei nostri "primi" cento anni, ma anche dell'omonima città emiliana», continua il designer. «Per realizzarla, prima ancora che dal disegno, sono partito da un concetto: creare gioielli dalla grande vestibilità, disinibita e semplice, oggetti quanto più essenziali possibili, che stanno sempre con noi ma senza diventare un impiccio. Ecco quindi la scelta dell'oro puro, lucido, spesso senza neanche il valore aggiunto della pietra preziosa. Un prêt-à-porter comodo e "informale", ma dalla manifattura perfetta, da alta gioielleria, nel rispetto di una filiera italiana al 100%. A prima vista, Cento100 sembra quasi ricordare le forme morbide e sinuose di Anniversary, una delle linee più di successo della maison, lanciata nel 2009 in occasione dei 90 anni. Questa "rivisitazione" esplose però con la forza unica dell'oro giallo e bianco, lucido e brillante, in sautoir extra long, di 110 cm, con il segno dell'infinito declinato in sei diverse dimensioni e versioni, oltre ad anelli

e orecchini che solo a sprazzi si illuminano con pietre incastonate a 45 gradi fino a rivestirsi di full pavè di diamanti. Una collezione che vuole essere anche un tributo al gusto dei mercati che da sempre sono quelli di riferimento per il marchio: gli Stati Uniti da un lato, dove l'oro bianco e i volumi importanti sono molto amati, il Giappone dall'altro, che punta più al minimal chic, passando per la Russia, dove a dominare è l'oro giallo. Un interessante crossing di stili sintetizzato in pochi ma già iconici pezzi.

*The Antonini showroom is located in the Sala degli Affreschi of the thirteenth-century Palazzo Borromeo, which holds an important piece of Milan's noble past. Sergio Antonini 'draws' and interprets the third chapter of the family saga in this setting, saturated in history and beauty. «I adore my city, particularly this area of old Milan, which tells of the ancient arts: Via Spadari and Via Orefici are a stone's throw away and there are galleries and museums that transmit an energy and passion for art around every corner. This is what fuels me every day.» explains the designer, whose award collection also includes a prestigious Diamond International Award. «The bond with the territory and with the artisanal traditions of our wonderful country has always been a guiding theme in Antonini creations. That's why the names recall specific places, which in the collective imagination mean beauty, character and culture. After Matera, Syracuse and Etna, there's Cento100, which*



*celebrates our 'first' hundred years, but it's also the name of the city in Emilia.» continues the designer. «To realize it, even before the design, I started with a concept: to create extremely wearable jewels, uninhibited and simple objects that are as essential as possible, things we always have with us, without being a hindrance. So that's why I chose pure, polished gold, often even without the added value of a precious stone. A comfortable, 'informal' and ready-to-wear item, with perfect fine-jewelry manufacture and with respect for an entirely Italian production chain.» At first glance, Cento100 almost seems to recall the soft and sinuous forms of Anniversary, one of the jewelry house's most successful lines, launched in 2009 for its ninetieth anniversary. This 'update' explodes though with the one-of-a-kind strength of shiny, brilliant yellow and white gold, for extra-long sautoirs - 110 cm - with the infinity symbol in six different sizes and versions, in addition to rings and earrings that illuminated by bursts of light from stones set at 45-degree angles until becoming full diamond pavè. This collection is a tribute to the tastes of the markets the brand has always considered reference points: The US, where white gold and large volumes have always been favored, and Japan on the other side, which focuses on minimal chic. Not to mention Russia where yellow gold rules. An interesting crossing of styles, made into a few but already iconic pieces.*

**Lorenza Scalisi**

## JEWELS OF THE DAY

ICON  
The Design Room

Il mood è glaciale, come in un viaggio che porta al circo polare artico. L'oro bianco, le perle, la madreperla, gli smalti. E poi la paraiba, i quarzi, la pietra di luna, i semi di tagua. L'artigianalità trionfa con maestria unica.

*The mood is glacial, like a journey to the arctic circle. White gold, pearls, mother-of-pearl, enamels. And then paraiba tourmalines, quartz, moonstone, tagua seeds. Craftsmanship triumphs with unique mastery.*



**Alessio Boschi**



**AMR**

*to the jewelry world, "fuse" together in order to be able to use the resources that today's world places at our disposal, to the best advantage.» In this first edition of Vicenzaoro 2019, the company from Valenza is presenting its new Melodia by Vendorafa collection whose oval shapes perfectly adapt to the body's curves. The idea of melody is expressed with supreme artisan workmanship in the fluidity of the design, the hammered surfaces, the irregularity of the lines, all in an exultation of 18-carat gold and white diamonds.*

**Federica Frosini**

## La Forza della Creatività

**Giornate "sostenibili" a Vicenzaoro, con confronti su più temi tutti dedicati al mainstream della manifestazione. Ne abbiamo parlato con Augusto Ungarelli di Vendorafa**

**"Sustainable" days at Vicenzaoro, with discussions on several topics all dedicated to the Show's mainstream. As talked with Augusto Ungarelli from Vendorafa**

È da oltre un decennio che il settore sta vivendo una vera e propria rivoluzione, sia nella forma sia nella sostanza. E se c'è un tema sempre di grande attualità nel mondo del lusso, e quindi della gioielleria, è in particolare quello sulla sostenibilità, qui a Vicenzaoro January 2019 declinato sotto l'aspetto della creatività. «Come azienda - dice Augusto Ungarelli, Amministratore Unico della valenzana Vendorafa



- crediamo fortemente nel potere del made in Italy, che oggi si lega indissolubilmente al concetto di sostenibilità. La nostra forza creativa e onestà produttiva dipendono da una variabile che va di pari passo con il concetto di innovazione. Artigianato, sostenibilità, tecnologia e creatività sono concetti che dovranno,



no, per usare un termine strettamente legato al mondo del gioiello, "fondersi" insieme per poter usare al meglio le risorse che il mondo di oggi ci mette a disposizione». In questa prima edizione di Vicenzaoro 2019, l'azienda valenzana presenta la nuova collezione Melodia by Vendorafa, le cui forme ovali si adattano per-

fettamente alla sinuosità del corpo. Il concetto di melodia è ripreso con suprema maestria artigiana dalla fluidità del design, dalle superfici martellate, dall'irregolarità delle linee, in un'esaltazione dell'oro 18 carati e dei diamanti bianchi.

*The sector has been experiencing an authentic revolution for more than a decade, both in form and substance. And if there is a theme that is always highly topical in the luxury world, and therefore in jewelry, that theme is sustainability, interpreted here at Vicenzaoro January 2019 under the aspect of creativity. «As a company,» says Augusto Ungarelli, Sole Director of the Valenza-based firm, Vendorafa, «we strongly believe in the power of Made in Italy, which is now inextricably linked to the concept of sustainability. Our creative power and manufacturing honesty depend on a variable that goes hand in hand with the concept of innovation. Craftsmanship, sustainability, technology and creativity are concepts that must, to use a term closely bound*



WORLD DIAMOND GROUP  
NATURAL IS FOREVER

# Juicy Coral

Un solo colore che racchiude in sé tutte le sfumature dei coralli: dal rosa delicato all'arancione vivace. "Living Coral", decretato da Pantone Color of the Year 2019, rivive anche nei nuovi gioielli dal design minimale, attraverso lacche e pietre naturali abbinare all'oro, portando con sé eleganza e voglia di leggerezza.



*Sopra/above*  
Sarah Hendler.

*A sinistra/left*  
Bea Bongiasca.

*A destra/right*  
Spring/Summer 2019.  
Adeam.



One color that embodies all the shades of coral, from delicate rose to bright orange. "Living Coral" has been declared the Pantone Color of the Year 2019 and is found in new jewels with a minimal look. It brings elegance and a desire for lightness through lacquers and natural stones paired with gold.



SEEN ON VO+  
NAMES TO KNOW



## Ofée

Anne Bougon-Scélo, founder del marchio parigino Ofée ha rivoluzionato il modo di indossare gli orecchini, con la collezione Earrings Bar (2014), basata su un concetto innovativo e ludico, che consente a ogni donna di inventare il proprio modello, scegliendo tra circa 8000 combinazioni di pezzi singoli che si possono assemblare secondo desideri e gusti personali.

Anne Bougon-Scélo, founder of the Parisian brand Ofée, revolutionized the way we wear earrings, with the Earrings Bar collection (2014), based on an innovative and playful concept, which allows women to invent their own model, choosing from 8,000 combinations of single pieces that can be assembled according to personal tastes and desires.



Anapsara.



Aurelie Bidermann.



Venyx.





Ph Alessandro Vasta



**MAROTTO JEWELS**  
*Has always something more!*

**MAROTTO RICCARDO s.r.l HALL 7 - BOOTH 713**

[info@marottojewels.com](mailto:info@marottojewels.com)



# INTERNATIONAL PAVILION

# HONG KONG, KOREA,



ABLE JEWELRY



CAMEX  
JEWELLERY LIMITED



C  
COLLECTION



Chase Jewellery

Able Jewelry Mfg. Ltd.  
Hall 3.1 - Booth # 102

Camex Jewellery Limited  
Hall 3.1 - Booth # 106

Continental Jewellery (Mfg) Limited  
Hall 3.1 - Booth # 152

Chase Jewellery Manufactory Limited  
Hall 3.1 - Booth # 158

- To Savour the different cultures of Asia, visit [Hall 3.1](#) and take a snap on your way in!
- **It's not a dream!** Visit [Asian Pavilion](#) for FREE Hotel Accommodation!
- **Predictions of the year of the Pig (2019)** - Stop by our [Asian Pavilion](#) to receive the detailed prediction of your coming Year of Pig!
- **Jade Club Membership** - Register as our [Jade Club](#) member to receive our mystery gift for you!

## Hong Kong Exhibitors

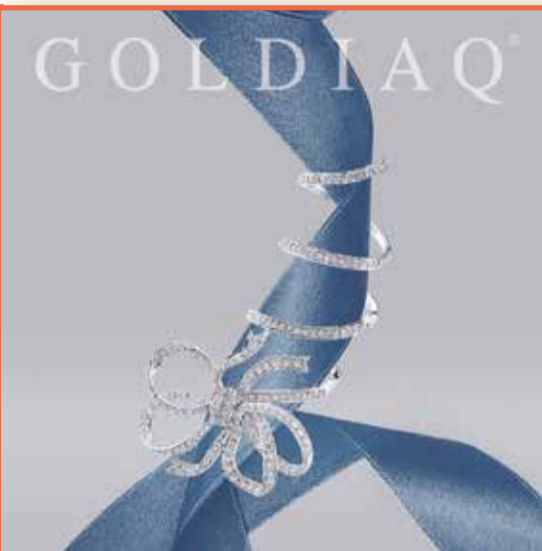
Company	Booth No.	Company	Booth No.	Company	Booth No.
1 A-1 Jewelry Manufactory Limited	110	19 Fantasy Jewelry Ltd.	118	37 M. I. Jewelry Limited	129
2 Able Jewelry Mfg. Ltd.	102	20 Front Top Jewelry Manufacturer Limited	108	38 Mira Style Jewellery Company Limited	164
3 ACH & Co. HK Limited	123	21 Golden Era Group Limited	128	39 Myer Jewelry Manufacturer Ltd.	139
4 Advan Jewelry Limited	159	22 Goldiaq Creation Limited	111	40 Nelson Jewellery Arts Co. Limited	138
5 Aria Jewelry Ltd.	126	23 Goldmart Jewelry Ltd.	101	41 Noble Jewelry Limited	153
6 Athos (HK) Limited	150	24 Henry Jewellery Manufacturer Co. Limited	114	42 OCP Company Limited	121
7 Bay's Gem & Pearl Co., Ltd.	100	25 HIT Diamond (Sze's) Holdings Limited	122	43 On Going Jewellery Limited	109
8 Camex Jewellery Limited	106	26 Hung Ngai Jewellery Fty Ltd.	124	44 P.J. Design Limited	137
9 Chase Jewellery Manufactory Limited	158	27 KAD Art Limited	165	45 Polaris Jewellery Manufacturer Limited	145
10 Christelle Limited	120	28 KE Group Limited	141	46 Ritone Jewelry International Limited	148
11 Collective Jewelers	151	29 Kenita Jewelry Limited	105	47 Sana Gem International Ltd	103
12 Continental Jewellery (Mfg) Limited	152	30 King's View Jewellery Limited	115	48 Smart Creation Ltd	143
13 Crossfor HK Limited	112	31 Kwong's Art Jewellery Trading Co. Ltd.	119	49 Sun Tak Hop Jewellery FTY. Ltd.	116
14 Curve Jewellery Manufactory Company	125	32 LCJ Jewellery Design Co.,	113	50 Tung Hoi Jewellery Company Limited	146
15 Donovans Ltd.	142	33 LE Concepts Ltd.	234	51 Unicorn Jewelry Design Co., Limited	127
16 East Arts Jewelry Manufactory Limited	147	34 Legrand Jewellery (Mfg.) Company Limited	140	52 V V Jewellery Limited	104
17 EJI	163	35 Lorenzo Jewelry Ltd.	144	53 Wing Wo Hing Jewellery Group Ltd	117
18 Eternity Manufacturing Limited	130	36 Lucky Gold & Silver Company Limited	162		





COMMUNITY: INTERNATIONAL CREATION

# THAILAND HALL 3.1



**Goldiaq Creation Limited**  
Hall 3.1 - Booth # **111**



**Kwong's Art Jewellery Trading Co. Ltd.**  
Hall 3.1 - Booth # **119**

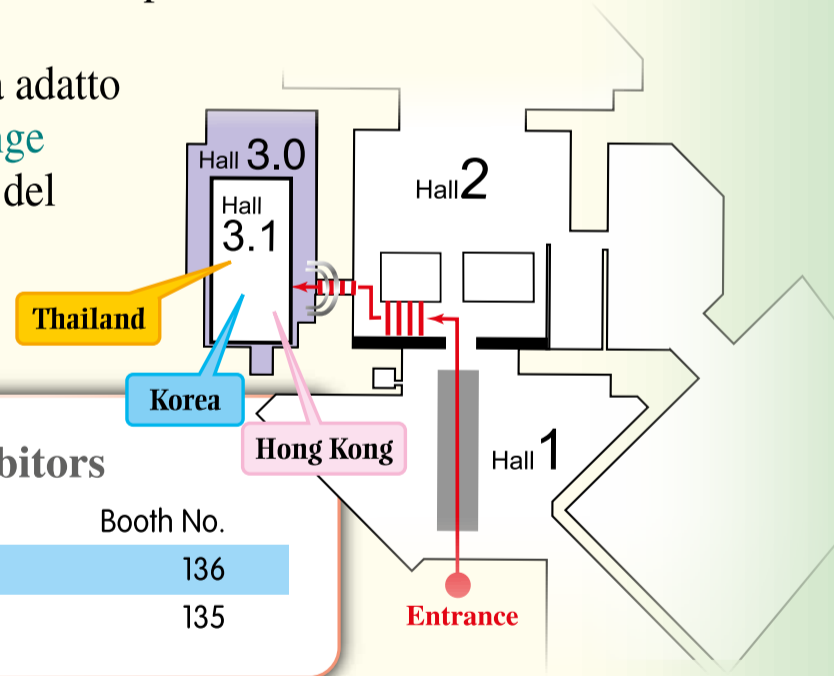


**Myer Jewelry Manufacturer Ltd.**  
Hall 3.1 - Booth # **139**



**Lorenzo Jewelry Ltd.**  
Hall 3.1 - Booth # **144**

- Per poter apprezzare le differenti culture asiatiche, vieni a trovarci al **Padiglione 3.1** e fatti una foto all'ingresso!
- **Non è un sogno!** Vieni a **Asian Padiglione** e riceverai in omaggio un soggiorno in hotel!
- **Previsione dell'anno del maiale** - Fermati al nostro **Padiglione Asia** e ricevi una previsione del tuo Anno del Maiale!
- **Jade Club Membership** - Vuoi portare a casa questo panno in microfibra adatto alle pulizie? Registrati adesso come membro del nostro **Jade Club Lounge** oppure presenta la tua tessera di appartenenza al Jade Club all'ingresso del nostro Lounge!



### Thailand Exhibitors

Company	Booth No.
1 Advance Manufacturers Co., Ltd.	230
2 Art Event Co., Ltd.	154
3 Benson Jewelry Co., Ltd.	232
4 Candidus Silver Co., Ltd	134
5 Chai Thai Silp Export Ltd.	149
6 Chokas Jewelry Company Limited	166
7 Choon Jewelry Co., Ltd	233
8 Geodis Merlin Ltd	167
9 Meo Jewelry Co., Ltd.	235
10 Ploy Pailin Jewelry MFG Co., Ltd.	131
11 Precious Products Jewelry Co., Ltd.	168-169
12 Purity Jewelry Co., Ltd.	237
13 RCAN Jewellery Co., Limited	132
14 Tet Design Co. Ltd.	236
15 Thai Silp Jewelry Co., Ltd	133
16 Viva Collection Co., Ltd	156-157



### Korea Exhibitors

Company	Booth No.
1 JH Trading Co., Ltd.	136
2 Mishell	135

해피 뉴 이어  
新年快樂



### Gemstone Exhibitors (Hall 3.0)

Company	Booth No.
1 KGK Gems Limited	161
2 Pha-a-tit Precious Co., Ltd.	160
3 Sunlight Gems	218

Hong Kong, Korea & Thailand Pavilion Organized by



**Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association**

E: exhibition@hkjja.org W: www.JJA.com.hk



# The True Added Value

È quello dell'oro riciclato e di provenienza responsabile, certificato Fairtrade e Fairmined. A introdurre l'argomento sarà domani Steward Grice di Hoover&Strong, con il suo intervento al JTF dal titolo "Responsibly Sourced Artisanal Gold: A Tour of Peruvian and Colombian Mining Communities"

*Recycled and responsibly sourced metals, certified as Fairtrade and Fairmined are the right plus. Introducing the topic will be tomorrow Steward Grice from Hoover&Strong, with his contribution at JTF entitled "Responsibly Sourced Artisanal Gold: A Tour of Peruvian and Colombian Mining Communities"*



il danno ambientale e la collaborazione con le comunità indigene per salvaguardare le loro usanze e allo stesso tempo migliorare il loro standard qualitativo di vita. Non si può dire che stia avvenendo altrettanto per l'estrazione artigianale o su piccola scala (ASM), che non ha tenuto il passo con le pratiche responsabili. Una quantità significativa di attività mineraria su piccola scala avviene nei Paesi in via di sviluppo, dove la povertà è la nota dominante: tutto si svolge con utensili manuali, e la fatica è immensa, ma molti non hanno altra scelta che estrarre oro e altri minerali per sopravvivere. Nel tentativo di migliorare le pratiche dell'ASM e aiutare i minatori e le comunità minerarie, le organizzazioni Fairmined e Fairtrade hanno introdotto standard precisi, che garantiscono una filiera trasparente e assicurano la provenienza dei loro metalli estratti. Ad esempio, vietare il lavoro minorile e garantire uguaglianza di genere, garantire ai minatori un lavoro stabile, un luogo di lavoro sano e sicuro e mantenere un basso impatto ambientale. Una volta che gli standard sono stati raggiunti, una miniera o un'organizzazione mineraria diventa certificata. La responsabilità sia di Fairmined che di Fairtrade è di assicurarsi che le organizzazioni minerarie rispettino gli standard e anche di fornire un meccanismo per la tracciabilità lungo l'intera catena di approvvigionamento. La trasparenza è la chiave dell'intero processo in modo che gioiellieri e consumatori possano essere sicuri di acquistare oro certificato».



«*Recycled and responsibly sourced gold has been around for years and recently, metals from small-scale artisan mining communities are becoming a consistent part of the jewelry industry's supply. The Fairtrade and Fairmined organizations are the main source of these "certified" metals but it all bears a cost. The reason for this "extra" cost is simple yet, at the same time, articulate. Until a short time ago, little attention was paid to factors such as where the gold came from, how it was mined and processed. But large-scale mines (LSM) have made great progress over the last ten years in making sure that responsible practices are used in raw material extraction and transformation. The basis of this virtuous procedure includes treating workforces fairly, taking care to reduce environmental damage and collaboration with indigenous communities to safeguard their way of life while*

*simultaneously improving the quality of their living standards. The same cannot be said for artisanal or small-scale mining (ASM) which has not kept pace with responsible practices. A significant amount of small-scale mining activity occurs in the developing world where poverty is rife, and where working conditions are enormously difficult, but many have no other choice than to mine gold and other minerals to survive. In an attempt to improve ASM practices and help the miners and mining communities, the Fairmined and Fairtrade organizations have introduced precise standards that ensure a transparent supply chain as well as the provenance of their mined metals. For example, ban child labor and ensure gender equality, guarantee miners a stable job and a healthy and safe work place and have a low environmental impact. Once the standards are achieved, a mine or mining organization is certified. The*

## THE TALE

The tiara created by  
ARJE GRIEGST

Un'immagine campestre come ispirazione per un gioiello realizzato ad arte: la tiara creata da Arje Griegst nel 1976 per la regina danese Margrethe II. Un magnifico e originale oggetto che esprime al meglio l'arte orafa del nord. Griegst si lasciò ispirare dal giardino della sua casa di Frederiksberg e realizzò un prezioso copricapo, in oro 21 carati, che ricorda uno splendido prato di fiori mossi da una leggera brezza estiva.

*The tiara created by Arje Griegst in 1976 for Margrethe, the Queen of Denmark, is a skillfully made jewel inspired by an idyllic look. It is a magnificent and original object that best expresses the gold arts of the north. Griegst was inspired by her garden in Frederiksberg, making a precious 21-carat gold crown, reminiscent of a magnificent meadow of flowers that gently sway in the summer breeze.*



Arje Griegst

*responsibility of both Fairmined and Fairtrade is to make sure that mining organizations keep to the standards as well as to provide a mechanism for traceability along the whole supply chain. Transparency is key to the entire process so that jewelers and consumers can be sure of buying certified gold.»*

Lorenza Scalisi



**Erika**  
gioielli

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

# 10 Corso Como: La Vetrina sul Mondo

Milano 1991. New York 2018. In mezzo, Shanghai, Pechino e Seoul. Il primo e ultimo capitolo di un brand che ha fatto da apripista nel mondo dei concept store, narrano la storia di un successo tutto italiano. Da est a ovest i gusti delle clienti raccontati dalla fondatrice Carla Sozzani e dalle sue jewelry buyer

*Milano 1991. New York 2018. And in between, Shanghai, Beijing and Seoul. The first and latest chapter of a brand that was the trailblazer for concept stores tell the story of pure Italian success. From East to West, the customers' tastes as told by the founder Carla Sozzani and the store's jewelry buyers*



**DESTINATION:** 10 Corso Como, New York City, founded in 2018.

**TOLD BY:** Ann Lee, Jewelry Buyer

**BRANDS SELECTED:** Kris Ruhs, Raphaele Canot, Shihara, Paige Novick, Objet-A.

**THE MOST REQUESTED:** Kris Ruhs.

**THE MEDIUM CUSTOMER'S AGE:** Not currently available, after only 3 months.

**THE MEDIUM PRICE:** 2,052 \$.

**THE BEST SELLER:** Grace Drop Earrings by Kris Ruhs.



- 1 COUGH IN VAIN
- 2 PAIGE NOVICK

Quando nel 1991 la gallerista e fashion editor Carla Sozzani aprì a Milano il primo spazio, l'idea stessa di concept store ancora non esisteva. Oggi, il motivo optical a cerchi concentrici di 10 Corso Como è un'icona inconfondibile di made in Italy, lungo la super fashion West Nanjing Road di Shanghai come, da settembre 2018, nel Seaport District, Lower Manhattan, New York. I 5 satore nel mondo offrono un mix straordinario di moda, accessori, libri, collezioni d'arte e fotografia selezionati ad hoc, diventando così specchio dei gusti di un pubblico diverso da una location all'altra. A partire dai gioielli, come qui ci spiegano quattro buyer d'eccezione, più una, Carla Sozzani in persona.



**DESTINATION:** 10 Corso Como, Shanghai, founded in 2013.

**TOLD BY:** Aliyah Shi, Jewelry Buyer.

**BRANDS SELECTED:** Cough in Vain, Atelier So, Yi Collection for the fine jewelry.

**THE MOST REQUESTED:** Buccellati.

**THE MEDIUM CUSTOMER'S AGE:** 25-35 years.

**THE MEDIUM PRICE:** 1,000-2,000RMB (150-300 €); price range 50-10,000 €.

**THE BEST SELLER:** Cough in Vain.

When in 1991, the gallerist and fashion editor Carla Sozzani opened her first space in Milan, the idea of a concept store didn't even exist yet. Today the concentric circles of the optical motif at 10 Corso Como is an unmistakable icon of Italian excellence, along the super trendy West Nanjing Road in Shanghai and at South Street Seaport in Lower Manhattan. The five stores offer an extraordinary mix of fashion, accessories, books, and art and photography collections chosen ad hoc, reflecting the tastes of a public, which change from one location to the next. Starting with jewels, as these four buyers – plus Carla Sozzani herself – explain.

FROM VO+ MAGAZINE



**DESTINATION:** 10 Corso Como, Seoul, founded in 2008.

**TOLD BY:** Gavi Lee, Jewelry Buyer.

**BRANDS SELECTED:** Vasa New York,

fine jewelry brand founded in 2010 by Korean designers.

**THE MOST REQUESTED:** Alighieri and Sophie Buhai.

**THE MEDIUM CUSTOMER'S AGE:**

Women in their early to mid-thirties.

**THE MEDIUM PRICE:** 300-500 \$.

**THE BEST SELLER:** Alighieri's necklace

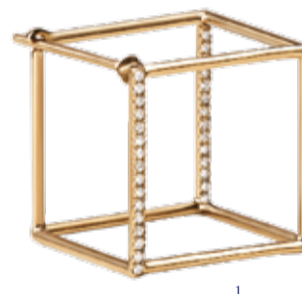
is the best-selling item, but best-selling jewelry item varies by trend and season.



- 1 SHIHARA
- 2 SOPHIE BUHAI
- 3 VASA NEW YORK



2



1

**DESTINATION:** 10 Corso Como, Milan, founded in 1991.

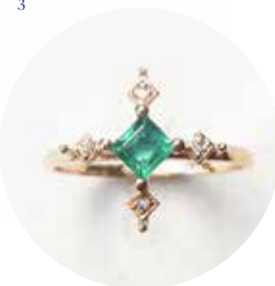
**TOLD BY:** Carla Sozzani, founder of the concept store, with Silvia Bertocchi, Head Buyer 10 Corso Como.

**BRANDS SELECTED:** Many fashion brands, like Maison Margiela, Balenciaga, YSL, Versace, Salvatore Ferragamo, Maripol, Vetements, and a lot of jewelry brands like Kris Ruhs, Bea Bongiasca, Annarita Celano, Tom Binns, Stefano Tartini, Marina Schiano. Among the "new" selected, Ad Mater, GM Natural Design and Georg Jensen.

**THE MOST REQUESTED AND THE BEST SELLER:** Kitty by Kris Ruhs (750 €).

**THE MEDIUM CUSTOMER'S AGE:** 30 - 60 years old.

**THE MEDIUM PRICE:** 1,000 \$, with a price range of 300 - 7,000 €.



# Arya, New Collection

È la prima delle molte novità di casa Crieri. Una linea di sette modelli declinati nei quattro colori dell'oro  
The first of many new entries from Crieri. A line of seven models and portrayed in the four shades of gold



La prima novità in casa Crieri, per questo 2019, si chiama Arya, ed è una collezione che fonde, in un binomio d'avanguardia, il sapore vintage alla contemporanea attitudine al minimalismo. Completa di sette modelli e declinata in quattro colorazioni dell'oro – bianco, giallo, rosa e brunito –, la collezione di gioielli Arya è molto glamorous e lascia libertà di interpretazione: un tocco rock, con le croci in oro bianco e poi romantiche fedine in oro rosa, ricercati bracciali in oro giallo, girocolli di tendenza da usare in ogni occasione. Disegnate dai laboratori artigiani all'interno dell'atelier valenzano, queste creazioni uniscono le idee di lusso, passione ed eleganza.

*The first new entry from Crieri for 2019 is called Arya and is a collection that, in a groundbreaking binomial, blends vintage flavor and contemporary attitude to minimalism. Complete with seven models and portrayed in four shades of gold – white, yellow, pink and burnished –, the Arya jewelry collection is highly glamorous and leaves freedom to interpretation: a touch of rock, with crosses in white gold and romantic wedding bands in pink gold, refined bracelets in yellow gold and trendy necklaces to wear at any occasion. Designed by artisan workshops within the Valenza-based atelier, these creations unite ideas of luxury, passion and elegance.*

## HIGHLIGHTS

### INLAYED RINGS



**Selim Mouzannar**

Anello/Ring



**Boghossian**

Anello/Ring

## Benvenuta Corea

Nel padiglione di HKJJA, oltre agli espositori di Hong Kong e thailandesi, anche quelli coreani

In addition to Hong Kong-based and Thai exhibitors, there will also be Korean ones



Ci sono tante novità, in questa edizione, nel padiglione gestito da HKJJA, Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association, che ospita 70 tra le migliori aziende asiatiche. Per la prima volta, quest'anno, presenta 50 espositori di Hong Kong, 16 thailandesi, 2 coreani (novità assoluta) e 3 di pietre preziose nel padiglione 3.0. Qui i visitatori trovano, oltre ad un luogo piacevole, con un attrezzato Business Center e una rilassante Jade Club Lounge, un simpatico "face-in-a-hole" dove, chi vuole, può scattarsi una foto. Enjoy!

*This edition brings many new things to the hall managed by the Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association (HKJJA), which is hosting seventy of the best Asian companies. For the first time, this year, there will be fifty exhibitors from Hong Kong, sixteen from Thailand, two from Korea (brand new to the fair) and three precious stones exhibitors in Hall 3.0. Here, visitors will find a fun Face-in-Hole photo opportunity in addition to a nice place with a fully equipped business center and a relaxing Jade Club Lounge. Enjoy!*

## Il Maestro della Luce

Zen Diamond porta la sua esperienza di leader in Europa dal 1890 e brilla a Vicenzaoro

Zen Diamond brings its leadership in Europe since 1890 and shines at Vicenzaoro



Si arricchisce la linea presentata a Vicenzaoro da Zen Diamond, il più grande produttore di gioielli con diamanti in Europa. Leader di mercato, non solo in Turchia, porta per l'occasione gioielli di alta qualità, che realizza dal 1890 collaborando con differenti designer: solitari, fedine nuziali, bangle e collane in grado di accontentare differenti gusti e budget di spesa. L'azienda, che ha uffici a NY, Dubai, Olanda e in Germania, si distingue per la grande affidabilità e un accurato servizio di post vendita.

*Zen Diamond, the largest diamond-jewelry manufacturer in Europe, is showing an ever richer selection to Vicenzaoro. A market leader, and not just in Turkey, this company is bringing high-quality jewels to the event. It has been creating its pieces since 1890 by collaborating with different designers: solitaires, wedding bands, bangles and necklaces to satisfy a wide range of budgets. The company has offices in New York, Dubai, Holland, and Germany, and has made a name for itself thanks to its integrity and the post-sales support.*



**Marlo Laz**

Anello/Ring

**shop online**

**@Net A Porter**  
www.net-a-porter.com

The new VO+ January

**out now**



**VO+**



## Come in “Piazzetta”

La Vip Lounge firmata Chantecler porta a Vicenzaoro lo charme caprese dello storico marchio. Insieme alle ultime creazioni di Chérie e Paillettes

The Vip Lounge by Chantecler brings the historical brand's Capri charm to Vicenzaoro. Together with the latest Chérie and Paillettes creations

Per Chantecler, l'edizione di gennaio di Vicenzaoro è di quelle da ricordare: per la sua prima partecipazione alla manifestazione, la storica maison caprese cura in esclusiva la Vip Lounge, proponendo lo stesso charme familiare che da sempre contraddistingue il brand. Gustando i sapori della cucina campana più verace, si possono ammirare tutti i best seller marchiati “gallo d'oro”, e nel dettaglio le due ultime collezioni, Chérie e Paillettes. Oltre a perle e corallo rosso, i must di casa, Chérie propone gioielli in onice, turchese e pietre dure, combinati con oro e diamanti in eleganti micro sautoir, anelli e orecchini rifiniti con cerchi di smalto bianco, verde, rosa,

nero e turchese cielo. “Tremblant” che ricordano quelli di un tempo, ma che rispecchiano a pieno la filosofia del marchio. Stessi leit motiv stilistici e cromatici si ritrovano in Paillettes, dove il colore è realizzato con l'antica tecnica dello smalto cattedrale. Eco raffinata dei gioielli Art Nouveau. Chiari segni di come tradizioni di un tempo e stile contemporaneo si incontrano, ancora una volta, nelle creazioni firmate Chantecler.

*For Chantecler, the January edition of Vicenzaoro will be one to remember: for its very first participation at the Show, the historical company from Capri will be exclusively organizing*



the Vip Lounge, offering the same familiar charm for which the brand has always stood out. While savoring the most genuine cuisine from Campania, visitors can admire all the best sellers bearing the “golden cockerel” trademark and especially the two latest collections, Chérie and Paillettes. Besides pearls and red coral, the company's musts, Chérie proposes jewelry in onyx, turquoise and hard stones, matched with gold and diamonds in elegant micro sautoirs, ring

and earrings, trimmed with white, green, pink, black and turquoise blue enamel. “Tremblant”, reminiscent of days gone by but which fully reflects the brand's philosophy. The same stylistic and chromatic leitmotifs can be found in Paillettes, where color is created using the ancient cathedral enamel technique. A refined echo of Art Nouveau jewelry. Clear signs of how old traditions and contemporary style meet, once again, in creations by Chantecler.



## La Potenza dei Diamanti

Dietro ogni gioiello c'è uno studio quasi ingegneristico per esaltare l'effetto finale delle pietre

Every jewelry piece is the result of research that is highly technological, to highlight the stone's final effect



montatura d'oro 18 carati con lastrina applicata alla parte inferiore; la collana di brillanti marquise con caratura delle pietre crescente a partire da 10 punti fino a mezzo carato e un marquise centrale di 0,71 ct certificato GIA F/VS.

*This company from Valenza is bringing its handmade ring from the Jardin collection to Vicenzaoro. The ring features a flower with five drop-shaped diamonds, each of which is at least a carat. Then there are the soft bands from the Luminal collection with drop-shaped diamonds (each of which is at least 30 points and with F/VS quality) and a sprinkling of round diamonds. They are perfect for any finger thanks to an 18-carat gold mount with a small plate on the lower part of the ring. The necklace with marquise-cut diamonds has stones that get increasingly bigger, starting with 10 points all the way to half a carat and a .71-carat marquise-cut diamond in the center with F/VS certification from GIA.*

A Vicenzaoro la griffe valenzana porta in scena l'anello della collezione Jardin realizzato a mano, con un fiore con 5 brillanti a goccia, tutti di almeno un carato; la fascia morbida della collezione Luminal che, con brillanti a goccia da più di 30 punti l'uno e di qualità F/VS con spruzzata di diamanti rotondi, è adattabile a qualsiasi dito grazie a una

## Classico è Eterno

Scintillating Diamonds di Sanket

Scintillating Diamonds from Sanket



Il nuovo anno sarà nel segno dello stile classico e in quello di Scintillating Diamonds, l'esclusiva collezione con al centro i diamanti che vibrano e si muovono con una intensità unica. Sanket, infatti, ha deciso di focalizzare sempre di più sulla qualità del design e del lavoro, con oggetti dall'allure eterna e dal movimento ipnotico. Pezzi che mettono in risalto la femminilità e che di certo non passano inosservati.

The new year is to be characterized by a classic style along with the style of Scintillating Diamonds, the exclusive collection centered around diamonds that flutter and move with a unique intensity. In fact, Sanket has decided to focus even more on the quality of design and workmanship, with objects of an eternal allure and hypnotic movements. These pieces highlight a femininity that certainly won't go unnoticed.

### HIGHLIGHTS

#### BEADED TASSEL



Lizzie Fortunato

Orecchini/Earrings



Etro

Collana/Necklace



Oscar de la Renta

Orecchini/Earrings

shop online

@Matches Fashion  
www.matchesfashion.com



The Global Authority in Diamond, Gemstone and Jewelry Grading



# INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

## The IGI Melee Screening & Quality Control Services

- Loose Diamonds
- Jewelry



ANTWERP • NEW YORK • HONG KONG • MUMBAI • TOKYO • DUBAI • TEL AVIV  
LOS ANGELES • ITALY • BANGKOK • SHANGHAI • KOLKATA • NEW DELHI  
SURAT • JAIPUR • CHENNAI • THRISSUR • AHMEDABAD • HYDERABAD • BENGALURU

[www.igi.org](http://www.igi.org)

[www.igi.org](http://www.igi.org)

# Volumetrie d'Argento

Contaminazioni tra architettura e natura danno forma ai gioielli Pianegonda, oggetti oversize senza tempo

A fusion between architecture and nature gives shape to the oversized and timeless jewels of Pianegonda



Linee morbide o superfici spigolose impreziosite da pietre e volumi sempre audaci. Sono queste le prerogative di un marchio icona della gioielleria in argento come Pianegonda. Acquisita da Bros Manifatture nel 2015, è affidata alla creatività e abilità di esperti maestri orafi. Il risultato sono oggetti oversize ma estremamente leggeri e portabili, adatti a una donna dinamica e dalla forte personalità.

*Soft lines and angular surfaces, embellished by stones and even bolder volumes. These are the qualities of an iconic silver jewelry brand like Pianegonda. Acquired by Bros Manifatture in 2015, it is in the creative and able hands of master goldsmiths. The results are oversized but extremely light and wearable pieces, perfect for a dynamic woman with a strong personality.*



# Lusso in Franchising

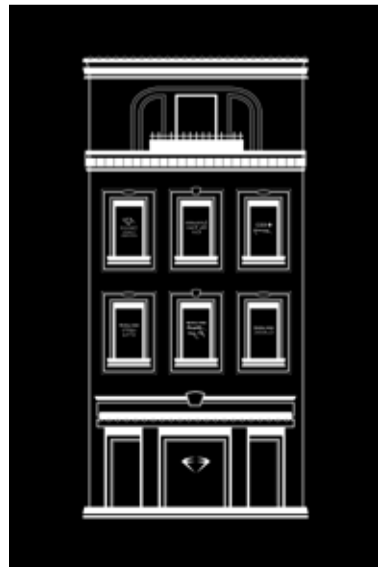
Continuano ad aumentare le richieste di affiliazione ad Amin Luxury. Per concept shop monomarca dall'offerta molto variegata

The requests for Amin Luxury franchising continue to intensify thanks to the single-brand concept store's varied offerings

Dopo il successo del 2018, Amin Luxury continua a raccogliere richieste di affiliazione, per aprire i suoi concept shop monomarca in franchising. La proposta prevede tre tipologie di affiliazione, permettendo di intraprendere – o rafforzare – un percorso di successo nel mondo della gioielleria di lusso, possibile grazie alla molteplicità di offerte di prodotti della Maison. Tra quelli di punta troviamo Leonardo Da Vinci Cut e le collezioni legate a que-

sto rivoluzionario taglio, oltre a Made for You, Diamond Luxury Investment, la gioielleria Fancy Diamond Color. Amin Luxury offre, inoltre, l'esclusivo HRD Antwerp Memory, una tecnologia unica nel suo genere che permette di racchiudere all'interno delle pietre più preziose ricordi e immagini con video messaggi per la persona amata, e si propone sui nuovi mercati internazionali grazie alla partnership con il prestigioso Istituto HRD di Anversa.

*After its success in 2018, Amin Luxury has continued to receive requests to open a franchise. There are three types of franchises, which allow you to begin – or strengthen – your journey to success in luxury jewelry, made possible thanks to the company's wealth of products. The highlights include the Leonardo Da Vinci Cut as well as the collections that feature it, along with Made for You, Diamond Luxury Investment and Fancy Diamond Color. Amin Luxury offers the exclusive HRD Antwerp Memory as well. This one-of-a-kind technology allows one to enclose memories and images with video messages for a loved one. It is available in new international markets thanks to a partnership with the prestigious HRD Institute in Antwerp.*



# Nel Segno dei Diamanti

World Diamond Group è ora licenziataria unica per il mercato italiano di Forevermark - marchio del gruppo De Beers

The World Diamond Group is now the sole licensee for the Italian market of Forevermark - brand of the De Beers group



Da quest'anno, World Diamond Group è licenziataria unica per il mercato italiano di Forevermark - marchio del gruppo De Beers. Ma l'azienda, fondata nel 1987 da Giuliano Castrenze, che si occupa della creazione di gioielleria hand made in Italia, con diamanti e gemme preziose, è un vero e proprio atelier del gioiello, che realizza anche pezzi unici e limited edition destinati a un pubblico esigente. I suoi brand sono Dluce, classico con diamanti e gemme preziose e Damelise, con diamanti selezionati uniti alla creatività dei maestri orafi.

*Starting this year, the World Diamond Group is now the sole licensee of the Italian market for Forevermark - brand of the De Beers group. But this company, which was founded in 1987 by Giuliano Castrenze, is a true jewelry atelier as well, making handmade creations in diamonds and precious stones. It also makes one-off and limited-edition pieces for a discerning clientele. Its brands are Dluce, which is classic and features diamonds and precious stones, and Damelise, with select diamonds along with the creativity of master jewelry makers.*

## HIGHLIGHTS

### GALACTIC DROPS



**Carol Kauffman**

Orecchini/Earrings



**She Bee**

Orecchini/Earrings



**Colette**

Orecchini/Earrings

**shop online**

**@Moda Operandi**  
www.modaoperandi.com

# TO BE PACKING

MILANO



**1999 - 2019**  
#20YEARS

**VO**

**vicenzaoro**

Stand 318 - Hall 2.3

**Headquarters | Italy**

Via dell'Industria  
24040 - Comun Nuovo (BG)  
e. contact@tobe.it

t. +39 035 4191340 - f. +39 035 0514301

**MILANO | Showroom**

Via Paolo da Cannobio, 9  
20122 - Milano  
e. export@tobe.it

t. +39 02 878533

**NEW YORK | Showroom**

2 W 45th Street, suite 605  
New York, NY 10036  
e. newyork@tobe.it

t. +1 212 3988623

[www.tobepacking.com](http://www.tobepacking.com)



[welovepackaging](https://www.facebook.com/welovepackaging)

# MOSTRA A VENEZIA



Foto Courtesy Museo di Palazzo Mocenigo.



## I Flaconi della Collezione Magnani

Museo di Palazzo Mocenigo, Centro Studi di Storia del Tessuto e del Costume, Santa Croce 1992, Venezia

6 ottobre 2018 - 17 marzo 2019  
Apertura: martedì - domenica 10.00 - 16.00 (chiuso il lunedì), ingresso 8 €  
tel. 848082000 (dall'Italia) - tel. +39.041.42730892 (dall'estero)  
info@fmcvenezia.it  
www.mocenigo.visitmuve.it

6 October 2018 - 17 March 2019  
Open: Tuesday - Sunday 10 a.m. - 4 p.m. (closed Mondays), cost €8  
Info: tel. 848082000 (from Italy) - tel. +39.041.42730892 (from abroad)  
info@fmcvenezia.it  
www.mocenigo.visitmuve.it

Il profumo e i suoi contenitori erano indice e ostentazione di ricchezza. Come quelli che compongono la collezione di Monica Magnani, iniziata con l'acquisto di un piccolo portaparfumo d'argento di una nobile famiglia veneziana. Ad esso, si sono affiancati flaconi antichi e insoliti. Dai 'balsamari' dei primi secoli dopo Cristo a pezzi dei primi '900, e qualche esemplare del XVII e XVIII secolo. Oggi 225 (degli oltre 850) sono ospitati per la mostra al Museo di Palazzo Mocenigo, che ha una sezione dedicata alla storia del profumo.

*Fragrances and their bottles used to be a way to show wealth. Like those in Monica Magnani's collection, which she started by purchasing a small silver fragrance holder from an aristocratic Venetian family. Along with those, there are many quite old, unusual bottles. From unguentariums from the first century A.D. to pieces from the early twentieth century, and a few pieces from the seventeenth and eighteenth centuries. Today, 225 of these pieces (out of the more than 850 in total) are on display at the Museo di Palazzo Mocenigo, which has a section dedicated to the history of fragrance.*

**Silvia Frau**



## CoVino

Calle del Pestrin, Venezia  
tel. 041/24.12.705  
www.covinovenetia.com

CoVino è un luogo adatto a una sosta veloce per un bicchiere di ottimo vino o per regalarsi un momento di tranquillità, assaggiando cicchetti veneziani della tradizione rivisti con un twist contemporaneo.

*CoVino is the perfect place for a quick stop and a glass of excellent wine, allowing diners to carve out a few moments of relaxation and enjoy traditional Venetian "cicchetti" offered with a modern twist.*

### VICENZAORO

Opening Hours

### EXHIBITORS

January 18-22, 2019:

8.30 AM - 6.30 PM

January 23, 2019:

8.30 AM - 4.00 PM

### VISITORS

January 18-22, 2019:

9.30 AM - 6.30 PM

January 23, 2019:

9.30 AM - 4.00 PM

### Masthead

#### EDITOR-IN-CHIEF

**Federica Frosini**

#### ART DIRECTOR

**Elena Papageorghiu**

#### EDITORIAL TEAM

**Lorenza Scalisi** - Senior Editor

**Antonella Reina** - Editor

**Silvia Frau** - Editor

**Maristella Campi** - Texts

**Hugo Berger** - Graphic Designer

#### EDITORIAL OFFICE

**Rossella Bevivino**

### TRANSLATIONS

**Amber Faith Cassese**

**Diane Lutkin**

**Michelle Schoenung**

#### GROUP PUBLISHER

**Laura Cappelletti**

#### C.E.O.

**Alessandro De Felice**

#### ADVERTISING

**Studio Editoriale S.r.l.**

Via Garofalo, 31

20133 Milan

### ADVERTISING TEAM

**Sabrina Sangermani**

- Sales Director

sabrina.sangermani@vo-plus.com

**Augusta Ascolese** - Sales Manager - IT

augusta.ascolese@vo-plus.com

**Giselle Biasin** - Sales Manager - Int'l

giselle.biasin@vo-plus.com

#### PRINTED BY

**Graficart Arti Grafiche Srl.**

Via Boscalto, 27

31023 Resana, TV

VO+ Daily

is a supplement of

VO+ Jewels & Luxury Magazine.

Registrazione del Tribunale di

Vicenza n. 492 del 28/11/84.

Issn 2532-1013

### PUBLISHED IN ITALY BY:

**Italian Exhibition Group Spa**

Via Emilia, 155

47921 Rimini, Italy

#### PRESIDENT ITALIAN EXHIBITION

GROUP SPA

**Lorenzo Cagnoni**

#### CEO ITALIAN EXHIBITION

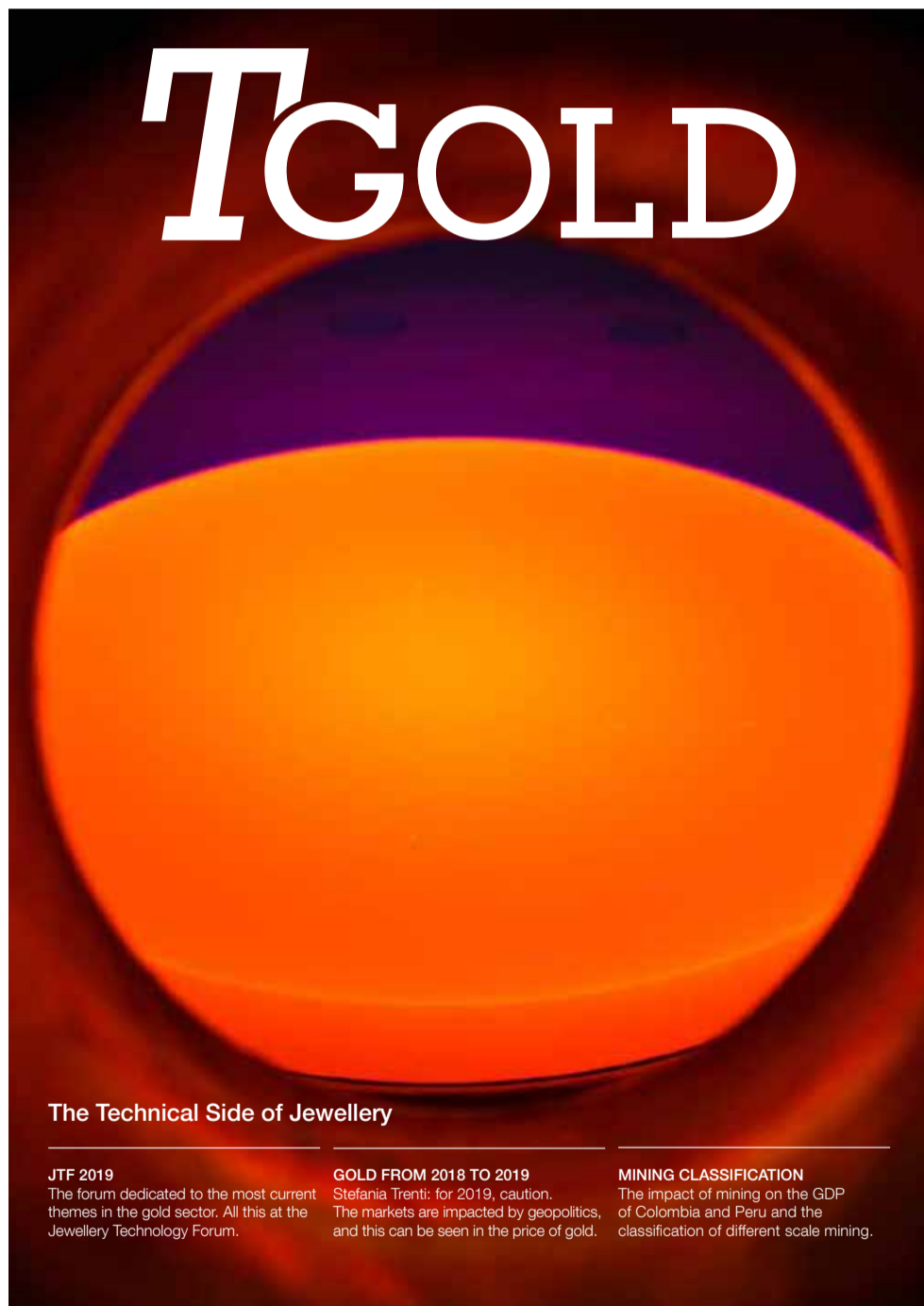
GROUP SPA

**Ugo Ravanelli**

© 2019, tutti i diritti riservati. Nessuna parte della pubblicazione può essere riprodotta in qualsiasi forma rielaborata con l'uso di sistemi elettronici senza l'autorizzazione dell'editore. Testi, fotografie e disegni: riproduzione vietata © Tutti i diritti di riproduzione in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, che non siano espressamente per fini personali o di studio, sono riservati. Per qualsiasi altro genere di utilizzo è necessaria l'autorizzazione da parte di Italian Exhibition Group Spa. Qualsiasi tipo di materiale inviato in redazione, anche se non pubblicato, non verrà in alcun modo restituito. I dati personali trasmessi a mezzo cartolina o questionari presenti nella rivista, potranno venire utilizzati per indagini di mercato, proposte commerciali, o per l'inoltro di altri prodotti editoriali a scopo di saggio, ai sensi del D. Lgs 196/2003.

**The new T.GOLD January 2019**

**out now**



**TGOLD**

<https://www.vo-plus.com/tgold>



COLLECTION

Craft Your Story • Create Your Style

## Vicenzaoro January

18-23 January 2019



No. 152

Hong Kong Pavilion

Hall 3.1

Tel: (852) 2363 8882

Email: [sales@continental.com.hk](mailto:sales@continental.com.hk)

Website: [www.continental.com.hk](http://www.continental.com.hk)

# Main Events



## Today's events: Saturday 19 January

**CIBJO SEMINAR ON RESPONSIBLE SOURCING & SUSTAINABILITY and 21ST SYMPOSIUM OF THE FEDERATION FOR EUROPEAN EDUCATION IN GEMMOLOGY (FEEG)**  
 9.30 – 17.30  
**Hall 7.1 – TIZIANO Room**  
 Organised by CIBJO and I.G.I. (Istituto Gemmologico Italiano)

**TRENDVISION Jewellery + Forecasting Consumer Profile Update**  
 12.00 – 13.00  
**Hall 6 – VO Square**  
 presented by **Paola De Luca, Creative Director TRENDVISION Jewellery + Forecasting**

**VICENZAORO OPENING COCKTAIL**  
 19.00 – 21.30  
**Basilica Palladiana Piazza dei Signori, Vicenza**  
 by invitation only

**T-GOLD EVENTS**

**LABORATORIES AND MINI WORKSHOPS DEDICATED TO COMPANIES AND OPERATORS IN THE JEWELLERY SECTOR**  
 14.30 – 17.30  
**Hall 9 - Congree Room – Stand 146 B**  
 Organized by **Fondazione Centro Produttività Veneto (CPV)** in partnership with **Italian Exhibition Group S.p.A.**

**DURING VICENZAORO**

**VICENZAORO COCKTAIL**  
 18.00 – 20.00  
**Hall 8.0**

**MUSEO DEL GIOIELLO**  
 Basilica Palladiana  
 Piazza dei Signori - Vicenza  
 Directed by **Alba Cappellieri** and organized by **Italian Exhibition Group S.p.A.**

**VO+ MAGAZINE**  
 Hall 2, connecting Hall 5 and 6



**CRIERI**  
 VESTIAMO DIAMANTI

PAV 1  
 STAND 110  
 ARYA  
 COLLECTION



**CRIERI**

VESTIAMO DIAMANTI

#nonvogliountennisvogliounCRIERI



crieri@crieri.com | crieri.com  
customer service +39 0131 955944