



FOLLOW US ON FACEBOOK  
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

# VO+ Daily

VO  
vicenzaoro  
the jewellery  
boutique show  
MARCH



FOLLOW US ON INSTAGRAM  
instagram.com/vo\_plus

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

ITALIAN EXHIBITION GROUP  
Providing the future

ISSUE 1. Giovedì, 17 Marzo 2022

## Vicenzaoro Inaugura la Stagione

**“All at Once”. Il claim di questa inconsueta edizione primaverile di Vicenzaoro e T.Gold sottolinea il valore aggiunto di un hub di filiera. Con oltre 1.000 espositori fra brand di gioielleria e high-tech. In più, al debutto, il format VO' Clock Privé dedicato all'orologeria contemporanea >p.2**

*“All at Once.” The claim of this unusual spring edition of Vicenzaoro and T.Gold underlines the added value of a supply chain hub. With over 1,000 jewelry and high-tech brands exhibiting. Moreover, the VO' Clock Privé format specifically for contemporary watchmaking is also making its debut >p.2*



### EDITORIAL

LORENZO CAGNONI  
PRESIDENTE IEG

Benvenuti a Vicenzaoro 2022. Inauguriamo oggi la principale manifestazione internazionale del settore orafa gioiellero e primo appuntamento in presenza dell'anno in Europa. Un appuntamento che vede il quartiere fieristico al completo, con anche T.Gold e con il nuovo evento VO'Clock Privé aperto a operatori e appassionati. Il nostro ringraziamento va agli oltre 1000 brand espositori che rappresentano l'eccellenza dei distretti orafi italiani ed esteri, ad associazioni, istituzioni, organismi internazionali, buyer nazionali e stranieri, media, per la fiducia che ripongono in Italian Exhibition Group. In un contesto molto incerto e complesso, il comparto orafa gioiellero ha risposto positivamente, riconoscendo in Vicenzaoro un'opportunità di fattivo rilievo per business e internazionalizzazione. Dopo due anni di pandemia, il mondo è chiamato a nuove prove: ma IEG con determinazione affiancherà ancora una volta la community di questo comparto per dare impulso all'industria e al Made in Italy di un settore che ogni anno si riunisce sempre più coeso e compatto a Vicenza. Un settore capace di innovare, crescere e portare creatività, competenze e ingegno nel mondo. Buon lavoro e buoni affari!

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

GIOVEDÌ

17 MARZO

2022

### EVENTI

#### VIOFF

Il “fuori fiera” di Vicenzaoro propone un'edizione incentrata sulla sostenibilità. Vicenzaoro's “off show” offers an edition centered on sustainability. >p.8



### TREND

#### Jelly Touch

Gli anelli dalle sembianze fluide che sembrano morbide caramelle. Rings with a fluid appearance, almost like soft candies. >p.10



### FOCUS

#### Design Room

Netali Nissim torna con i suoi talismani sempre più glamour. Netali Nissim is back with her talisman jewels even more glamour. >p.6

## Nasce la Prima Blockchain per Coralli e Cammei

Si chiama “Made in Torre del Greco” ed è il primo marchio collettivo intorno al quale si stringe tutta la filiera produttiva di questo territorio. Sarà presentato oggi da Assocoral in collaborazione con Agenzia ICE

Dalle 14.30 alle 15.30 sul Main Stage della Hall 7, il Presidente

di Assocoral Vincenzo Aucella presenterà in anteprima il primo marchio collettivo “Made in Torre del Greco”, insieme al Presidente Agenzia ICE Carlo Maria Ferro, con la moderazione di Steven Tranquilli, Direttore Federpreziosi Confcommercio. «Era da tempo che avvertivamo la necessità di strutturarci, di aggiornare il marchio Torre del Greco e porre le basi affinché in futuro il nostro territorio e i suoi prodotti siano promossi come me-

ritano», spiega Aucella. «Volevamo guardare tutte le anime del settore, dall'artigiano puro del cammeo e del corallo al brand, a chi compra e a chi vende, in modo da dare risposte a tutte le categorie interessate. Questo nuovo marchio fa fronte a una serie di elementi mancanti nel nostro settore, perché Torre del Greco rappresenta un unicum. I nostri coralli e cammei identificano un territorio, sono elementi forgianti della nostra cultura (segue a pagina 4)

## JTF: da Albuquerque a Vicenza

Andrea Friso, R&D e Product Manager di Legor Group, traccia il lungo percorso che ha portato alla nascita, e al successo, del Jewelry Technology Forum, in programma domenica 20 marzo

«La presenza di Legor Group a Vicenzaoro come espositore risale ormai a una trentina di anni fa, ma da 17 edizioni a questa parte

possiamo dire che c'è stato un salto di qualità, un cambio di passo che ha visto la nostra azienda diventare parte attiva e contributor di IEG nell'organizzare un importante momento di confronto e formazione per il settore. La veste del JTF - Jewelry Technology Forum è infatti sempre stata quella di un seminario tecnico scervo da suggestioni di natura commerciale, in cui specialisti di una branca incontrano i giusti referenti in grado di (segue a pagina 4)





# Vicenzaoro Inaugura la Stagione

(segue dalla prima)

A meno di un mese dal debutto del "Jewellery, Gem and Technology Dubai", nuovo B2B show ideato da IEG Italian Exhibition Group e organizzato in collaborazione con Informa Markets, si alza il sipario di Vicenzaoro, a oggi la più prestigiosa e completa piattaforma di business e cultura d'Europa dedicata al settore orafa-gioielliero, che per questa inconsueta edizione primaverile taglia il nastro di partenza con oltre 1.000 brand espositori. Un momento unico per ritrovare il meglio della produzione made in Italy e le eccellenze worldwide, non solo nell'ambito del prodotto finito bensì di tutta la filiera, come sottolinea con forza il claim "All at Once". In contemporanea si svolge infatti anche T.Gold, l'ormai storica mostra dedicata ai macchinari e alle tecnologie più innovative applicate ai preziosi, realizzata in partnership con AFEMO. Continua anche la proficua collaborazione con Agenzia ICE per il progetto Startup & Carats, area riservata alle realtà di piccole e medie imprese vocate allo sviluppo tecnologico, dalla lavorazione alla distribuzione, passando per software e device che guardano al prossimo futuro della gioielleria. Vicenzaoro si riconferma dunque come sempre uno straordinario scenario per il lancio di novità assolute dell'industry. Questa edizione vedrà ad esempio l'esordio di un "salotto" dell'orologeria contemporanea. Se infatti a settembre scorso sono andati in scena i segnatempo d'epoca, ora sarà la volta di quelli di ultima generazione, frutto di sviluppo e ricerca all'avanguardia, che dal 18 al 20 marzo saranno sotto i riflettori di VO' Clock Privé. Fra i primi a confermare la loro presenza già nei mesi scorsi, luxury & global brand e marchi indipendenti di rilievo quali Zenith, Girard-Perregaux, Eberhard & Co., Corum, Perrelet, Vincent Calabrese, Loc-

man Italy, Junghans, Wyler Vetta e Timex, cui se ne sono aggiunti altri fino a completare una rosa di una ventina di nomi, in grado di offrire un "timelapse" ricco e variegato del mercato. Ad arricchire questo spazio ci sarà anche il contributo di esperti dell'haute horlogerie che nelle giornate di sabato e domenica saliranno in cattedra per una serie di lectio brevis per appassionati e addetti ai lavori. L'attenzione alla formazione è un altro dei leit motiv cari a IEG, che ritornerà con una serie di appuntamenti previsti nell'arco dei 5 giorni di manifestazione. Fra questi, strategica sarà l'assemblea della Rete TAM (Tessile, Abbigliamento Moda), costituita da 85 istituti scolastici IIS e ITS, che si svolgerà sabato (Sala Tiziano, 9.30-17.30), evento commentato così da Marco Carniello, Direttore Generale Divisione Moda e Gioiello di IEG: «Avvicinare i giovani al mondo dell'impresa è ormai un "fattore X" cruciale, e noi facciamo la nostra parte per agevolare il dialogo fra chi cerca manodopera e chi non ha ancora le idee chiare sul proprio futuro e magari non ha mai preso in considerazione di fare il maestro orafa come mestiere. Ne è una riprova anche la collaborazione che portiamo avanti con Confindustria Federorafi, con la Presidente Claudia Piaserico e la Vice Presidente Alessia Crivelli, dedicata ai temi dell'educazione. Con loro e con molte altre istituzioni sono già in atto numerosi progetti che puntano a rafforzare l'offerta degli istituti scolastici superiori nell'ambito della formazione rivolta all'industria orafa». A latere di T.Gold, domenica 20 si svolgerà poi il Jewelry Technology Forum, simposio realizzato in partnership con Legor Group giunto alla sua diciassettesima edizione, con ben 12 interventi che toccheranno tematiche importanti, fra cui la sostenibilità. Fil rouge quest'ul-

timo che guiderà molti degli altri eventi previsti sul Main Stage della Hall 7 di Vicenzaoro, a partire dal dibattito che si terrà oggi dopo l'apertura ufficiale, dal titolo "Lo scenario per il settore orafa: un quadro positivo con nuove incertezze da affrontare", un'analisi dell'andamento del comparto italiano 2021 nel report presentato dal Club degli Orafi in collaborazione con la Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo. Dalle 9 alle 17, nella Sala Tiziano, terrà invece banco CIBJO con la sua prima Assemblea Generale, con una cinquantina di delegati da tutto il mondo, che potranno confrontarsi su un tema cult come appunto la sostenibilità. Sempre sul Main Stage, si avvicenderanno infine numerosi talk, nelle versioni TV, Digital e Gem, rispettivamente dedicati a tendenze di design, mondo dell'online e gemmologia.

*Less than a month since the debut of "Jewellery, Gem and Technology Dubai", the new B2B show created by IEG Italian Exhibition Group and organized in collaboration with Informa Markets, the curtain has been raised on Vicenzaoro, currently the most prestigious and complete business and cultural platform in Europe dedicated to the gold and jewelry sector, which, for this exceptional spring edition, cuts the starting ribbon with over 1,000 exhibiting brands. A unique moment to rediscover the best of Made in Italy manufacturing and worldwide excellence, not only in terms of finished products but also of the entire supply chain, as the claim "All at Once" clearly emphasizes. Held at the same time, T.Gold, the now historic show for the most innovative machinery and technologies applied to gold and jewelry and organized in partnership with AFEMO. The fruitful collaboration with ITA (Italian Trade Agency) is also continuing its Startup & Carats project, an area reserved for*



Welcome to Vicenzaoro 2022. Today we are inaugurating the jewelry sector's main international event, the first appointment of the year in Europe in physical form. An event that sees the Expo Centre fully booked, with T.Gold and the new VO'Clock Privé open to operators and enthusiasts. Our thanks go to the over 1,000 exhibiting brands representing the excellence of Italian and foreign gold districts, as well as to associations, institutions, international bodies, domestic and foreign buyers and the media for the trust they place in Italian Exhibition Group.

In a highly uncertain and complex context, the gold and jewelry sector has responded positively, recognizing in

Vicenzaoro an important opportunity for business and internationalization. After two years of pandemic, the world has been summoned to further tribulations: but, with determination, IEG will once again support the community to give impetus to the industry and Made in Italy of a sector that, every year, gathers ever closer and more compact in Vicenza. A sector capable of innovating, growing and bringing creativity, skills and ingenuity to the world. All the best in your work and business!

**LORENZO CAGNONI**  
PRESIDENT IEG

small and medium-sized enterprises operating in technological development, from processing to distribution, including software and devices that look to the near future of jewelry. And so, Vicenzaoro once again represents an extraordinary scenario for launching the industry's very latest new entries. This edition, for example, will see the debut of a contemporary watchmaking "lounge." While vintage timepieces made their stage appearance at last September's edition, it is now the turn of the latest generation, the result of development and cutting-edge research, to be under the VO' Clock Privé spotlights from 18th to 20th March. Among the first to confirm their attendance in recent months were luxury & global brands and important independent makes such as Zenith, Girard-Perregaux, Eberhard & Co., Corum, Perrelet, Vincent Calabrese, Locman Italy, Junghans, Wyler Vetta and Timex, to which others have since been added to complete a list of around twenty names, offering a rich and varied "timelapse" of the market. This area will be further enriched by the contribution of haute horlogerie experts who, on Saturday and Sunday, will take the stage for a series of lectio brevis for enthusiasts and specialists. Attention to training, another leit-motif dear to IEG, will return with a series of appointments scheduled over the 5-day event. One of the most strategic of these will be the TAM (Textile, Clothing and Fashion) Network assembly, made up of 85 High Schools and Technical Institutes, which will take place on Saturday (Sala Tiziano, 9.30 am-5.30 pm). An event that Marco Carniello, Global Exhibition Director of IEG's Jewellery & Fashion, comments on as follows: «Getting young people to approach the business world is now a crucial "X factor" and we are doing our part to facilitate dialogue between those looking for work and those who do not yet have a clear idea about their future and may never

have considered making goldsmithing their profession. Proof of this is the collaboration we are pursuing with Confindustria Federorafi, together with President Claudia Piaserico and Vice-President Alessia Crivelli, regarding educational issues. With them and many other institutions, numerous projects that aim to strengthen the offer of high schools in the field of training for the jewelry industry are already underway.» Alongside T. Gold, the Jewelry Technology Forum will also be held on Sunday 20th. A symposium organized in partnership with Legor Group and now at its 17th edition, the forum will feature no less than 12 talks touching on important issues, including sustainability - a recurring theme that will guide many of the other events scheduled on the Main Stage of Hall 7 at Vicenzaoro. The debate to be held today after the official opening is entitled "The gold sector scenario: a positive picture with new uncertainties to face" and will provide an analysis of the industry's trend in Italy 2021 in a report presented by Club degli Orafi in collaboration with Intesa Sanpaolo's Studies and Research Department. From 9 am to 5 pm, in Sala Tiziano, CIBJO will be holding its first General Assembly, with about fifty delegates from all over the world, who will be able to discuss the cult theme of sustainability. The Main Stage will also host numerous talks, in TV, Digital and Gem versions, respectively dedicated to design trends, the online world and gemology.

**Lorenza Scalisi**





**LOTO** PREZIOSI

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

**HALL 4 - BOOTH 464**

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







#standwithukraine

YANA • NESPER



# Nasce la Prima Blockchain per Coralli e Cammei

(segue dalla prima)



Vincenzo Aucella, Assocoral President

portale informativo online attraverso il quale gli associati potranno caricare il prodotto, completo di tutte le informazioni necessarie per garantirne l'autenticità. Da qui, il sistema genererà poi un QR code che accompagnerà il prodotto fino al consumatore finale. Per noi questo progetto rappresenta un passaggio epocale, grazie al quale siamo in grado finalmente di rispondere a una forte esigenza del mercato. Vogliamo che "Made in Torre del Greco" diventi il marchio di eccellenza di Torre del Greco e garantisca un certificato univoco mondiale».

**Called "Made in Torre del Greco", it is the first collective brand around which the entire supply chain of this territory gathers and will be presented today by Assocoral in collaboration with ITA**

e della nostra storia. Eravamo arrivati a un punto in cui la necessità di avere un certificato di garanzia per i coralli e i cammei, così come avviene già per altri settori come i diamanti per esempio, era diventata inderogabile. Con la nascita di questa prima blockchain, istituzionalizziamo finalmente un sistema, grazie a un

*At Vicenzaoro, from 2.30 to 3.30 pm on the Main Stage in Hall 7, Assocoral President Vincenzo Aucella will be giving a preview of the first "Made in Torre del Greco" collective brand together with Carlo Maria Ferro, President of ITA (Italian Trade Agency), moderated by Steven Tranquilli, Director of Federpreziosi Confcommercio. «We have long felt the need for structure, for updating the Torre del Greco brand and laying the foundations so that, in the future, our territory and its products will be promoted in the way they deserve,» explains Aucella. «We wanted to look at all those involved in the sector, from the cameo and coral craftsman themselves to the brand, to those who buy and those who sell, in order to give answers to all every category. This new brand addresses a number of elements that are missing in our sector, because Torre del Greco is unique. Our corals and cameos identify a territory, they are the forging elements of our culture and history. We had reached a point where the need for*

*a guarantee certificate for corals and cameos, as is already the case for other sectors such as diamonds for example, had become imperative. With the creation of this first blockchain, we are finally institutionalizing a system, thanks to an online information portal through which members will be able to upload their product, complete with all the information needed to guarantee its authenticity. From here, the system will then generate a QR code that will accompany the product all the way to the end consumer. For us, this project is a momentous step through which we are finally able to respond to a pressing market need. We want "Made in Torre del Greco" to become Torre del Greco's hallmark of excellence and guarantee a globally unique certificate.»*

**Federica Frosini**

## THE DESIGN ROOM

### Netali Nissim

Gemmologia e moda sono tra le grandi passioni che Netali Nissim esprime attraverso il design dei suoi gioielli, contraddistinti da uno stile glamour, delicato e leggero. L'intento è quello di creare talismani che siano abbastanza comodi e versatili da poter essere indossati ogni giorno, senza per questo perdere di valore. La connessione di Netali con la natura, l'amore e la spiritualità è evidente in ogni collezione. Come il meticoloso senso del dettaglio e l'attenzione impeccabile per la qualità. Ogni bracciale, anello, collana o parure di orecchini è realizzato artigianalmente in Italia, utilizzando solo pietre preziose e materiali nobili.



Gemology and fashion are among the great passions that Netali Nissim expresses through the design of her jewelry, which features a glamorous, delicate and light style. The intention is to create talismans that are comfortable and versatile enough to be worn every day, without losing their value. Netali's connection to nature, love and spirituality is evident in every collection. As is the meticulous sense of detail and impeccable attention to quality. Each bracelet, ring, necklace or set of earrings is handcrafted in Italy, using only precious stones and noble materials.

# JTF: da Albuquerque a Vicenza

(segue dalla prima)



A idearlo fu Eddie Bell, proprietario della Rio Grande, colosso della commercializzazione di device orafi, fondata nel 1950 dal padre Saul Bell. Come spesso capita, è stato l'incontro fra Eddie e Massimo Poliero, Ceo di Legor Group, a far scattare la scintilla, con tanto di endorsement di Mr. Bell al JTF. Aver poi trovato un referente come IEG aperto e motivato a spingere sul tasto della formazione ha fatto il resto. Per questo, il nostro grazie va in particolare ai manager IEG Matteo Farsura e Marco Carniello, che in questi anni hanno anche saputo promuoverlo correttamente». Andrea Friso e il team Legor saranno oggi protagonisti di un evento che si terrà dalle 17.30 alle 18.30 al Main Stage, Hall 7. All'ordine del giorno, "The evolution of silver: manufacturing to consumer."

**Andrea Friso, R&D and Product Manager at Legor Group, traces the long journey that led to the birth, and success, of the Jewelry Technology Forum, scheduled for Sunday 20th March**

«*Legor Group's presence at Vicenzaoro as an exhibitor, dates back some thirty years, but for the last 17 editions, we can say that there has been a qualitative leap, a change of pace, that has seen our company become an active part and contributor with IEG in organizing an important moment of debate and training for the sector. In fact, the JTF - Jewelry Technology Forum has always been a techni-*

*cal seminar free from commercial suggestions, in which specialists in various fields meet the right people able to put their innovations to good use in a sort of directly accessible cultural exchange as well as immediate consultancy and the possibility of asking the speaker questions on the spot. Each speech is 20 or 30 minutes at the most, enough time to get straight to the point and make the content even more effective and useful. However, not everyone knows that the origin, or rather, the inspiration behind the JTF comes from far away, namely Albuquerque, New Mexico. The Santa Fe Symposium, a congress on technology applied to fashion jewelry has been held there since the 1980s. For over 35 years it has been the largest in the world in terms of numbers and authority, although, for various reasons, 2022 will see its last edition. It was the brainchild of Eddie Bell, owner of Rio Grande, a powerhouse founded in 1950 by his father Saul Bell that trades in devices for the gold and jewelry industry. As often happens, it was the meeting between Eddie and Massimo Poliero, CEO of Legor Group, that sparked the idea, with Mr. Bell's endorsement at the JTF. Finding a point of contact like IEG, open and motivated to push the training button, did the rest. Particular thanks go to IEG managers Matteo Farsura and Marco Carniello, who, over the years, have skillfully and successfully been able to promote it.» Andrea Friso and the Legor team will be the protagonists of an event to be held today from 5.30 pm to 6.30 pm on the Main Stage, Hall 7. On the agenda, "The evolution of silver: manufacturing to consumer."*

**Lorenza Scalisi**

mettere a frutto le loro innovazioni, in una sorta di scambio culturale cui si ha diretto accesso, oltre a una consulenza immediata e alla possibilità di porre subito domande al relatore. Ogni speech è di 20 o 30 minuti al massimo, sufficienti per andare dritti al punto e rendere ancora più efficaci e fruibili i contenuti. Non tutti sanno però che l'origine, o me-

glio, l'ispirazione che ha dato vita al JTF viene da lontano, precisamente da Albuquerque, Nuovo Messico. È lì che dagli anni '80 si svolge il Santa Fe Symposium, un congresso sulla tecnologia applicata alla gioielleria fashion che da oltre 35 anni è il più grande al mondo per numeri e autorevolezza, e che nel 2022 vedrà, per varie ragioni, la sua ultima edizione.





# INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

**IGI Minilab on site**  
visit us at  
Hall 3.0  
Booth 128

**INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE**  
**COLORED STONE REPORT**

Dec 19th 2021  
IGI Report Number: 607135716  
Species: NATURAL BERYL  
Variety: EMERALD  
Shape and Cutting Style: EMERALD CUT  
Weight: 2.46 CARATS  
Measurements: 9.47 x 7.54 x 4.73 mm  
Color and Transparency: DEEP GREEN  
Characteristics: NATURAL INCLUSIONS PATTERN

Comments: Indications of moderate clarity enhancement with oil/resin

Optical and Physical Properties:  
Refractive Index: 1.577 - 1.583  
Birefringence: 0.006  
Optic Character: UNIAXIAL  
Optic Sign: -  
Specific Gravity: 2.72

Species & Variety  
Gems may be classified in different species, according to their basic chemical composition and crystal structure; within a certain species, small differences in composition may result in different colors, or varieties.  
The way that light interacts with the gem may create some astonishing optical phenomena, such as a star, a cat's eye effect or a change of color, in different varieties.

Transparency  
As light passes through a gemstone, part of it, if not all, will be absorbed, and part will be transmitted. The more light that is absorbed, the less transparent the stone will be.

Characteristics  
Internal characteristics are the fingerprints of a gemstone. Not only do they provide essential information about the formation, but also the possible geological and geographical region where they originated from. Sometimes they also provide information about whether the gemstone has been treated.

Refractive Index  
When light passes through air and enters a gemstone, it slows down due to a difference in the medium. The medium is a function of the Refractive Index.

Optic Character  
Determining how light travels through a gemstone allows gemologists to identify the gemstone. The range of specialized instruments used to establish if the stone is isotropic or biaxial.

Specific Gravity  
Specific gravity is the ratio of the density of a gemstone to the density of water.  
All IGI Laboratory instruments are calibrated to which gives gemstone density readings.

www.igi.org

IGI  
COLORED STONE REPORT



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

**igi.org**



# La Formula di T.Gold: Tecnologia e Innovazione per il Gioiello

**Matteo Farsura, Brand Manager Jewellery & Fashion Division di IEG, traccia gli skill della manifestazione: ricerca dei contenuti, conquista di nuovi mercati, sinergia con Agenzia ICE e AFEMO**

**Matteo Farsura, Brand Manager Jewellery & Fashion Division at IEG, speaks about the skills of the event: content research, conquest of new markets, synergy with the ITA Agency and AFEMO**



Matteo Farsura, Exhibition Manager Jewellery & Fashion at IEG

Vicenzaoro e T.Gold, un connubio che si pone come punto di riferimento per l'industry gioielliera con due manifestazioni organizzate da IEG in contemporanea, nell'arco della stessa settimana, che coprono ogni tassello della filiera, dalla tecnologia base di lavorazione fino al confezionamento del prodotto finito. Quella di T.Gold è diventata nel tempo una piattaforma riconosciuta a livello internazionale per chi

tratti di innovazione tecnologica, così come dimostra la consolidata collaborazione virtuosa con soggetti quali AFEMO, l'Associazione dei Fabbri e Esportatori di Macchine di Oreficeria. Collaborazione che opera soprattutto per lo sviluppo di mercati emergenti, come per esempio è avvenuto di recente per l'Uzbekistan, che per volume d'affari possono dare impulso allo sviluppo delle singole aziende e più in generale tutto il comparto. Insieme stiamo anche vagliando altri scenari possibili, fino ad oggi inesplorati o vergini dal punto di vista tecnologico. La manifattura made in Italy storicamente si è distinta su mercati come UE, Cina e Usa e in tempi incerti come quelli che stiamo vivendo guarda oltre l'ostacolo con la ricerca e l'innovazione. Come accade da ormai quasi una ventina di anni, grazie all'importante collaborazione con Legor Group, nella giornata di domenica T.Gold ospiterà il JTF - Jewelry Technology Forum, fruibile anche nel post evento con abstract scaricabili e podcast degli interventi di esperti dell'high tech che si concentreranno su criticità specifiche della produzione gioielliera. Per

imprimere un'ulteriore spinta verso l'evoluzione tecnologica IEG riproporrà anche il progetto Start Up and Carats realizzato insieme all'Agenzia ICE, che già nelle passate edizioni ha raccolto l'interesse sia dei buyer che degli espositori, per informarsi e stare al passo con nuovi device e servizi digital applicati al gioiello.

*Vicenzaoro and T.Gold, a combination that acts as a reference point for the jewelry industry with two events organized by IEG and held at the same time during the same week, covering every minimal part of the supply chain, from basic processing technology to finished product packaging. Over the years, T.Gold has become an internationally-recognized platform for anyone dealing with technological innovation, as demonstrated by the consolidated virtuous collaboration with organizations such as AFEMO, the Italian Association of Jewelry Machinery Manufacturers and Exporters. A collaboration that particularly strives to develop emerging markets, as recently occurred in Uzbekistan, for example, and which, in terms of business volume, can promote the development of individual companies and, more generally, the entire sector. Together,*

*we are also examining other possible scenarios which have so far been unexplored or untouched from a technological point of view. Made in Italy manufacturing has always stood out in markets such as the EU, China and the USA and, in uncertain times like those we are currently experiencing, looks beyond the obstacle through research and innovation. As has been the case for almost twenty years now, thanks to important collaboration with Legor Group, on next Sunday T.Gold will be hosting the JTF - Jewelry Technology Forum, which will also be available post-event with downloadable abstracts and podcasts of speeches by high-tech experts focusing on specific critical issues in jewelry production. In order to give an even further nudge towards technological evolution, IEG will also repropose the Start Up and Carats project, developed in collaboration with ITA, which at past editions, already attracted the interest of both buyers and exhibitors eager to learn about and keep pace with new devices and digital services applied to jewelry.*

**Lorenza Scalisi**

## NEWS

### INSTA JEWELS BY VO+

Quale migliore "live set" di Vicenzaoro per uno shooting di gioielli? Sarà proprio in occasione del più prestigioso jewelry boutique show d'Europa che, in partnership con VO+ Magazine, si potrà testare la tecnologia avanzata di Alo Photo Sphere, uno dei prodotti di punta dell'azienda aretina Alo.Zone. Insta Jewels, questo il nome del progetto, permetterà alle aziende che hanno aderito di realizzare foto e video all-in-one e di fruirne immediatamente sia sulle proprie piattaforme sia sul canale Instagram di VO+, @vo\_plusjewelry. Tra i brand che partecipano al progetto: Cameo & Beyond, Coscia, Eva Nueva, Femar, Roberto Bravo, Sanket, Schofer, Tagliamonte.

*What better "live set" than Vicenzaoro for a jewelry shoot? In partnership with VO+ Magazine, the most prestigious jewelry boutique show in Europe will provide the occasion to test the advanced technology of Alo Photo Sphere, one of Arezzo-based company, Alo.Zone's top products. The project, known as Insta Jewels, will allow participating companies to create all-in-one photos and videos and use them immediately, both on their own platforms and on VO+'s Instagram channel, @vo\_plusjewelry. Among the brands taking part in the project: Cameo & Beyond, Coscia, Eva Nueva, Femar, Roberto Bravo, Sanket, Schofer and Tagliamonte.*

# La Circular Economy Parte da Qui

**VIOFF, il "fuori fiera" di Vicenzaoro, propone un'edizione Golden Green incentrata sulla sostenibilità**

**VIOFF, Vicenzaoro's "off show", offers a Golden Green edition centered on sustainability**



Civico 72 di Corso Palladio è l'indirizzo giusto se si vuole scoprire cosa si intende per Golden Green. Dal 16 al 20 marzo il "fuori fiera" di Vicenzaoro, VIOFF, ha infatti deciso di affrontare uno dei temi più caldi degli ultimi anni, ossia quello della sostenibilità. Non una destinazione, ma un percorso da

fare tutti insieme, in continua evoluzione e che coinvolge tanto i singoli cittadini quanto le aziende, le filiere, le istituzioni pubbliche e gli enti. In questo primo evento del 2022 tanti gli appuntamenti di formazione a cui partecipare: incontri, workshop, mostre, film, esibizioni artistiche e molto altro, per diffondere la cul-

tura dello sviluppo sostenibile e i principi dell'Agenda 2030. VIOFF propone dunque una riflessione su temi legati a ecologia, green economy e sustainability nelle sue diverse dimensioni e declinazioni. Per la prima volta inoltre, proprio per l'occasione e come per le migliori fucine creative, il "fuori fiera" viene dotato di una Factory grazie alla preziosa collaborazione di Savills Investment Management SGR. Una casa fisica che diventa spazio espositivo e creativo, un laboratorio aperto di arte, cultura, creatività, formazione e intrattenimento diviso in tre piani e con un fitto calendario di appuntamenti. «La sostenibilità è ormai alla base di ogni attività e scelta. IEG, da lungo impegnata sui temi della circular economy, se ne fa promotrice nel settore orafa con Vicenzaoro» ha spiegato Marco Carniello, Global Exhibition Director Jewellery & Fashion di Italian Exhibition Group. «Ancora una volta in sinergia accoglieremo gli operatori internazionali della gioielleria offrendo un'occasione unica di vivere la cultura e la creatività. Sinergia testimoniata anche

dal Museo del Gioiello che ci ospita in questa occasione e che vogliamo aprire sempre più al territorio per un avvicinamento costante ai temi e ai saperi dell'arte orafa».

*Number 72, Corso Palladio is the right address if you want to know what is meant by Golden Green. From 16th to 20th March, VIOFF, Vicenzaoro's "off show", has in fact decided to tackle one of the hottest topics of recent years: sustainability. Not a destination, but a road to embark on all together. A path in continuous evolution that involves individual citizens, companies, supply chains, public institutions and organizations alike. This first 2022 event will see numerous training events in which to participate: meetings, workshops, exhibitions, films, artistic performances and much more, to spread the culture of sustainable development and the principles of the 2030 Agenda. VIOFF therefore suggests reflecting on themes linked to ecology, green economy and sustainability in its various dimensions and declinations. Moreover, for the first time, just for this occasion and like the best creative forges, the "off*

*show" will be equipped with a Factory thanks to the precious collaboration of Savills Investment Management SGR. A physical house that becomes an exhibition and creative space, an open workshop of art, culture, creativity, training and entertainment, covering three floors and with a full program of events. «Sustainability is now at the basis of every activity and choice. IEG has long been committed to circular economy and is promoting sustainability in the gold sector with Vicenzaoro,» explained Marco Carniello, Global Exhibition Director Jewellery & Fashion for Italian Exhibition Group. «Once again, in synergy, we will welcome international jewelry operators, offering a unique opportunity to experience culture and creativity. This synergy is also demonstrated by the Jewelry Museum, which is hosting us on this occasion, and that we want to open up more and more to the local area to constantly divulge the themes and knowledge of the goldsmith's art.»*

**Michela Marrocu**





UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



Regione Toscana



Vicenzaoro-March 2022 Hall 4 - 484



**OmegaArt**

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



# Jelly Touch

L'uso di smalto traslucido e plastiche riciclate abbinato a riflessi screziati di gemme o a grandi perle dà vita a esuberanti anelli dalle sembianze fluide, proprio come fossero morbide caramelle. Così si crea un'esperienza tattile e visiva, che parla un nuovo linguaggio di design, capace di rievocare brillanti effetti rainbow o paesaggi sognanti della natura



A sinistra/left  
NeverNot

A destra/right  
Spring/Summer 2022.  
Christian Dior



The use of translucent enamel and recycled plastics, combined with the mottled reflections of gems or large pearls generates exuberant rings with a fluid appearance, almost like soft candies. This creates a tactile and visual experience that speaks a new design language, able to evoke brilliant rainbow effects or dreamy natural landscapes.



Monica Seitter



La Manso

SEEN ON VO+  
NAMES TO KNOW



## Delphine Nardin

Con un immaginario estetico nutrito da scoperte inaspettate, l'autodidatta Delphine Nardin abita il mondo della gioielleria con un approccio artistico. Tutto si gioca su materiali ritrovati nei luoghi naturali o industriali che portano il segno del tempo, per cui la designer francese nutre una vera e propria ossessione. Intuirne il valore e catturarne la memoria e l'energia in composizioni preziose e contemporanee è il motore per ogni nuova creazione. «Il mio lavoro cerca solo di magnificare ciò che questi oggetti raccontano da soli, di inventare un'architettura mobile che li sublima».

With an aesthetic imaginary enriched by unexpected discoveries, the self-taught Delphine Nardin experiences the world of jewelry with an artistic approach. Everything is based on materials found in natural or industrial environments that bear the signs of time, which represents a true obsession for the French designer. Sensing its value and capturing its memory and energy in precious and contemporary works is the engine for each new creation. «My work only seeks to magnify what these objects tell by themselves, to invent a mobile architecture that will sublimate them.»





Vicenzaoro-March 2022 Hall 4 - 484



***OmegaArt***

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





CODE OF  
**ORIGIN**  
DE BEERS





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

Per maggiori informazioni sul programma De Beers Code of Origin:  
**[codeoforigin@debeersgroup.com](mailto:codeoforigin@debeersgroup.com)**





# L'Imprenditore del Futuro

Il Premio Giovani Imprese Altgamma offre nuove opportunità nell'ecosistema imprenditoriale del segmento luxury, e definisce la nuova generazione di creativi italiani. Ne abbiamo parlato con Stefania Lazzaroni, Direttore Generale Altgamma

*The Altgamma Young Enterprise Award, which offers new opportunities in the luxury entrepreneurial ecosystem, defines the new generation of Italian creatives. We spoke with Stefania Lazzaroni, General Manager of Altgamma*



Stefania Lazzaroni, General Manager at Altgamma



**I**n 2021, Altgamma awarded two equally-placed jewelry brands with the Young Enterprise Award - *Believing in the Future*. What are the eligibility requirements?

The award identifies those talents that, in the future, could become high-end brands in terms of creativity and entrepreneurial ability and whose brand is no more than 15 years old. There are no other strict requirements, just a few indicators, including having a turnover of between 200 and 500,000 euros, a minimum level of distribution and an Italian matrix, in other words, devised, created and produced in Italy. This year, the jewelry sector awarded prizes to two companies that, although very different, represent the values of Altgamma: So-Le Studio, which has made sustainability and circularity its trademark with ready-to-wear jewelry, and Sabba, which focuses on more sophisticated and fine jewelry.



Above. Alessandro Sabbatini, Founder and owner of Sabba.

Below. Maria Sole Ferragamo, Founder and Creative Director of So-Le Studio



non ci sono più regole fisse e siamo tutti un po' pionieri. In un mondo in cui le cose cambiano nel giro di 6 mesi e non più in 5/6 anni, l'imprenditore di nuova generazione deve avere uno spirito che lo porti ad aprirsi a nuove strade. Prima si cercava il posto nella grande azienda, oggi i giovani chiedono alle università corsi sull'imprenditorialità di domani, sicuramente più accessibile rispetto al passato.

**Un commento sull'ultimo Consensus Altgamma dedicato al consumo dei beni personali di lusso, che nel 2022 prevede una crescita del 10% in gioielleria, come bene rifugio e di investimento.**

Il gioiello, da sempre un punto di riferimento per l'altgamma, in era post Covid ha rafforzato il suo ruolo di bene rifugio e, nell'impossibilità di fare esperienze fisiche come viaggiare, ha compensato la crescente voglia di bellezza del consumatore alto spendente. A questo, si è aggiunto il desiderio di creare spazi di gioielleria modulari e un approccio all'acquisto più contemporaneo, che ha portato alla nascita di nuovi marchi, al rafforzamento di quelli storici e allo scardinamento del vecchio assunto secondo il quale un gioiello non si sarebbe mai comprato online. Tenendo tuttavia sempre presente che per l'alto di gamma l'esperienza retail in uno spazio fisico sarà sempre molto significativa, pari quasi al 70%, cosa che non avviene per altre categorie che si sono spostate completamente online.



Above. Diamond earrings by Sabba

**N**el 2021 Altgamma ha conferito ex aequo a due brand di gioielleria il Premio Giovani Imprese - *Believing in the Future*. Quali sono i requisiti per accedervi?

Il premio identifica quei talenti che in futuro potrebbero diventare marchi alto di gamma per creatività e capacità imprenditoriale, il cui brand non abbia più di 15 anni. Per il resto non ci sono parametri stringenti, ma solo alcuni indicatori, tra cui avere un fatturato tra i 200 e i 500 mila euro, un minimo di distribuzione, e una matrice italiana, ossia essere concepito, realizzato e prodotto in Italia. Quest'anno la gioielleria ha premiato due realtà molto diverse tra loro, ma simili nel rappresentare i valori di Altgamma: So-Le Studio, che ha fatto della sostenibilità e della circolarità il suo trademark con un gioiello prêt-à-porter; Sabba, che punta invece su una gioielleria più sofisticata e preziosa.

**Dal 2015, anno di lancio del premio, come è cambiato il modo di fare impresa e su cosa si basa il rapporto tra un giovane brand e una grande azienda?**

Da una parte c'è l'impresa che dà raccomandazioni tecniche, dall'altra il giovane brand che offre la sua visione, contemporanea, dinamica, fresca e leggera che solo una start up può avere, in un rapporto win win per entrambi. Al centro c'è il tema dell'innovazione, che negli anni ha avuto un impatto enorme sul modo di fare impresa, tant'è che abbiamo inserito una categoria dedicata, trasversale a tutti i campi, dalla moda ai nuovi modelli retail.

**Come deve essere la futura generazione di imprenditori italiani?**

La qualità principale è la voglia di scardinare i vecchi paradigmi, essere sensibili e curiosi a ciò che accade. In un mondo sempre più globale, in cui i mercati di riferimento non sono più Europa e America, ma è l'Asia a determinare l'andamento degli acquisti alto spendenti (1 acquisto su 2 arriva dall'Asia appunto), è fondamentale avere gli strumenti culturali cognitivi per colmare questa distanza. Occorre inoltre la capacità di gestire un ecosistema in cui



Trucioli 2.0 campaign, by Aytekin Yalcin, for So-Le Studio

**Since the award was launched in 2015, how has the way of doing business changed and what is the relationship between a young brand and a large company based on?**

On the one hand there is the company that gives technical recommendations, on the other, the young brand that offers a contemporary, dynamic, fresh and light vision that only a start-up can offer in a win-win relationship for both. The central theme is innovation, which, over the years, has had a tremendous impact on how business is done, so much so that we have included a specific category that crosses all fields, from fashion to new retail models.

**What should the future generation of Italian entrepreneurs be like?**

The main quality is the desire to break down old paradigms, to be sensitive and curious about what is happening. In an increasingly global world, where the markets of reference are no longer Europe and America and where Asia is establishing the trends of high-spending purchases (1 purchase out of 2 comes from Asia), it is essential to have the cultural and cognitive tools to bridge the gap. We also need the ability to manage an ecosystem where fixed rules no longer exist and where we are all a bit pioneering. In a world where things no longer take 5 or 6 years to change but more like 6 months, the new generation entrepreneur must have a spirit that leads him to open up new paths. In the past, people aspired to work in a large company; nowadays, young people are asking universities for courses on the entrepreneurship of tomorrow, which is certainly more accessible than in the past.

## EVENTO APERITIVO

A partire da questa sera, dalle 17.30 alle 20.00, all'ingresso Ovest della fiera, si terrà come da tradizione l'aperitivo di Vicenzaoro, a cura di IEG Italian Exhibition Group. Grazie alla partnership con l'azienda vinicola Serena Wines 1881, il fine giornata sarà allietato da calici di prosecco DOC Treviso Extra Dry, un vino giovane e brioso, nato da un processo di spumantizzazione secondo il metodo Charmat. Dal perlage vivace e con un profumo intenso, il prosecco racchiude sentori di fiori bianchi e fruttati di mela Golden, perfetto per un aperitivo bling bling.

Starting this evening, from 5.30 pm to 8 pm, as per tradition the Vicenzaoro aperitif, organized by IEG Italian Exhibition Group, will be held at the West entrance to the show. Thanks to the partnership with Serena Wines 1881, the end of the day will be enlivened by glasses of Prosecco DOC Treviso Extra Dry, a young and lively wine, the result of a sparkling process following the Charmat method. With its lively perlage and intense bouquet, the prosecco has hints of white flowers and fruity Golden Delicious apples, perfect for a bling bling aperitif.

**A comment on the latest Altgamma Consensus on luxury personal goods consumption, which forecasts a 10% growth in jewelry as a safe haven and investment asset in 2022.**

In the post-Covid era, jewelry, which has always been a reference point for Altgamma, has strengthened its role as a safe haven asset and, with physical experiences, such as travelling, being impossible, has satisfied the high-spending consumer's growing desire for beauty. Added to this is the desire to make room for modular jewelry and a more contemporary approach to buying, which has led to the birth of new brands, the strengthening of historic ones and an unhooking of the old assumption that jewelry would never be bought online. However, it should always be borne in mind that for high-end jewelry, the retail experience in a physical space will always be extremely important, amounting to almost 70%, which is not the case for other categories that have totally turned to online.

Federica Frosini





## SGX

Macchina universale per catene grandi:  
forzatine, gourmette, dx-sx, singole e doppie.

Universal machine for extra-large chains:  
cable, curb, right-left, single and double.

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

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



**Sistemi  
di saldatura laser**  
Laser welding  
systems



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



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



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

## T-GOLD

hall 9, stand 161 / 190



# ALD Noleggio a lungo termine. Il tuo business è fatto anche di chilometri.

La tua flotta, che sia un'auto o tante, può fare la differenza per i tuoi affari.

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



Immatricolazione  
e messa su strada



Assicurazione  
RCA



Tutela legale



Assicurazione  
personale  
infortuni



Manutenzione  
ordinaria  
e straordinaria



Soccorso  
stradale



Diritto di  
prelazione



MyALD



Assistenza  
dedicata



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



Gestione  
multe



8.000 centri  
convenzionati

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



#ReadyToMoveYou



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

\* IVA esclusa

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

## Audi Q3

35 TDI S tronic Business

**559 €**/mese\*

Anticipo 3.700€\* • 60.000 Km • 48 mesi



## BMW Serie 1

116i MSport Exterior

**365 €**/mese\*

Anticipo 3.300€\* • 60.000 Km • 48 mesi



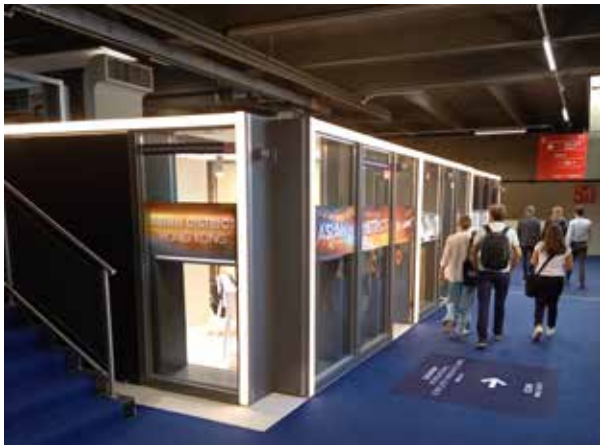
**ALD**  
Automotive



# Gemme Celebrative

Nuove collezioni che inneggiano alla primavera, come un evento da vivere con ottimismo

*New collections that celebrate Spring, like an event to live with optimism*



**HKJJA.** Lo spazio vicentino riservato ad HKJJA - Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association - vede questa volta la presenza di un gruppo di undici espositori, tra i più importanti e influenti di Hong Kong, Thailandia, Cina e Corea, che presentano le loro creazioni e allo stesso tempo mantengono l'importante legame instaurato in due decenni con la manifestazione leader in Europa. Un'occasione unica per portare anche una ventata di ottimismo e colore a tutti i visitatori, celebrando il nuovo anno cinese, quello della Tigre, con gift portafortuna, augurio di salute e prosperità. L'Asian District è nella Hall 2.1.

*At this edition, the Vicenza area reserved for HKJJA - Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association - features a group of eleven exhibitors, among the most important and influential in Hong Kong, Thailand, China and Korea, who will be presenting their creations while maintaining the important link established over two decades with Europe's leading event. A unique opportunity to bring an air of optimism and color to all visitors by celebrating the Chinese New Year, the Year of the Tiger, with good luck gifts and wishes for health and prosperity. The Asian District is in Hall 2.1.*

**AMEN.** Un omaggio alla primavera, brillante e colorata: è così che si presentano le collezioni Api e Natura di Amen. Collane e orecchini impreziositi da smalto e zirconi, proposti nelle versioni rodio, rosato e oro. Insieme a quelle primaverili, troviamo le collezioni Elegance e Soggetti, che vedono sfilare gioielli in argento decorati con elementi della natura alternati a simpatici animaletti. La collezione Rainbow propone invece prodotti dalla linea pop e fashion con una palette di colori che virano da quelli delicati a quelli "vitaminici", che strizzano sempre e comunque l'occhio a un gusto più vintage. Chiudono le iconiche collezioni del brand, Prega, Ama Luxury e Rosari, e la ricca proposta uomo.

*A bright and colorful tribute to spring: this is how the Api and Natura collections by Amen appear. Necklaces and earrings embellished with enamel and cubic zirconia, available in rhodium, rose and gold. The spring collections are accompanied by Elegance and Soggetti, collections that feature silver jewelry decorated with elements of nature alternating with cute little animals. The Rainbow collection on the other hand, offers pop and fashion products and a variety of colors ranging from delicate to "vitaminic", which always hint at a more vintage style. Bringing up the rear are the brand's iconic collections, Prega, Ama Luxury and Rosari as well as an abundant offer for men.*



**IGI.** Fondato ad Anversa nel 1975, IGI - International Gemological Institute è una vera e propria autorità mondiale nella classificazione di diamanti, pietre preziose e gioielli. Pioniera nella classificazione in loco in tutti i principali eventi internazionali - attività intrapresa già a partire da una quindicina di anni - a Vicenzaoro offre ancora una volta i suoi servizi gemmologici, con le attrezzature di laboratorio più all'avanguardia. Fra gli skill di IGI c'è anche la newsletter settimanale di un autorevole GemBlog ([igi.org/gemblog](http://igi.org/gemblog)), che permette di rimanere aggiornati su tutte le novità, gli eventi del settore, le tendenze del mercato, gli articoli tecnici e le mille curiosità di questo affascinante mondo.

*Founded in Antwerp in 1975, IGI - International Gemological Institute is a veritable world authority in diamond, precious stone and jewelry classification. A pioneer in on-site grading at all major international events - an activity it has been doing for about fifteen years - at Vicenzaoro it will once again be offering its gemological services with the most advanced laboratory equipment. IGI's skills also include a weekly newsletter in an authoritative GemBlog ([igi.org/gemblog](http://igi.org/gemblog)), which updates readers on all the latest news, sector events, market trends, technical articles and the thousands of curiosities in this fascinating world.*



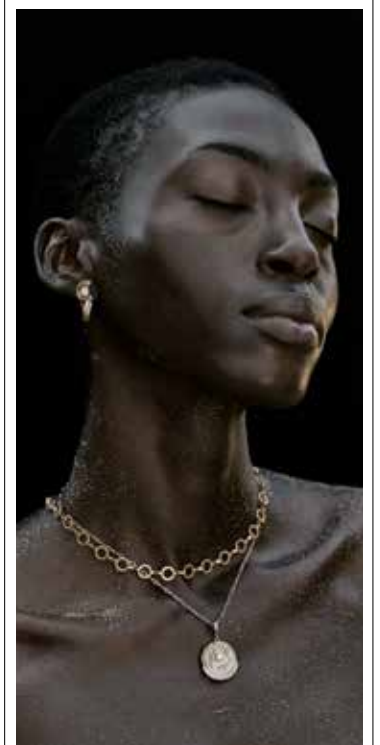
**AKILLIS.** Una miscela di seduzione e spirito rock-chic. Ecco come Akillis vede i gioielli, espressione del fuoco della vita. La passione per i diamanti e le linee grafiche torna alla ribalta in questo nuovo e creativo motivo a triangolo Capture Me. Gli iconici "denti" asimmetrici del marchio contrastano con la tradizionale visione dell'amore che invece viene rappresentato sotto una veste diversa. Denti di squalo, lame o forse trappole? Le linee geometriche di questi gioielli si prestano a molteplici interpretazioni, fino alle più fantasiose. In omaggio a questa storia d'amore un po' rock, le creazioni sono montate su una catena o un filo, disponibili in oro bianco o giallo con luminosi diamanti.

*A mixture of seduction and rock-chic spirit. Indeed, Akillis sees jewelry as an expression of the fire of life. The passion for diamonds and graphic lines comes to the fore in this creative new Capture Me triangular motif. The brand's iconic asymmetrical "teeth" contrast with the traditional vision of love, which is represented in a different guise. Shark teeth, blades or maybe traps? The geometric lines of these jewelry items lend themselves to many interpretations, even the most imaginative. In homage to this slightly rock romance, the creations are mounted on a chain or wire, available in white or yellow gold with sparkling diamonds.*

## AWARENESS

### ÁZLEE

Il nuovo marchio Ázlee, in collaborazione con Ocean Diamonds, realizza gioielli con diamanti naturali provenienti dalle acque oceaniche che bagnano Namibia e Sudafrica. A differenza di quelli tradizionali, i diamanti oceanici non richiedono alcuna estrazione mineraria. Vengono raccolti a mano dal fondo del mare, tramite immersioni subacquee, quindi tagliati e lucidati a livello locale, mantenendo trasparente la filiera.



*In collaboration with Ocean Diamonds, the new brand Ázlee uses natural diamonds from the ocean waters of Namibia and South Africa. Unlike traditional diamonds, ocean diamonds are not mined. Divers can gather them by hand from the bottom of the ocean. They are then cut and polished locally, thus maintaining supply chain transparency.*

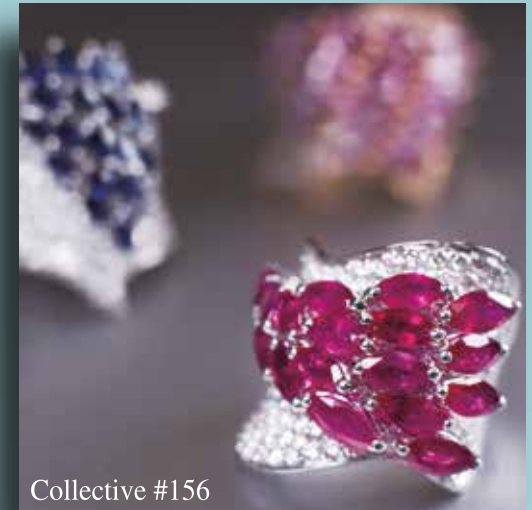




RCAN #158



Camex #157



Collective #156

# Hong Kong • Thailand

## VICENZAORO FAIR

17-21 March 2022

### ASIAN DISTRICT

Hall 2.1 & 2.2



Advance #163



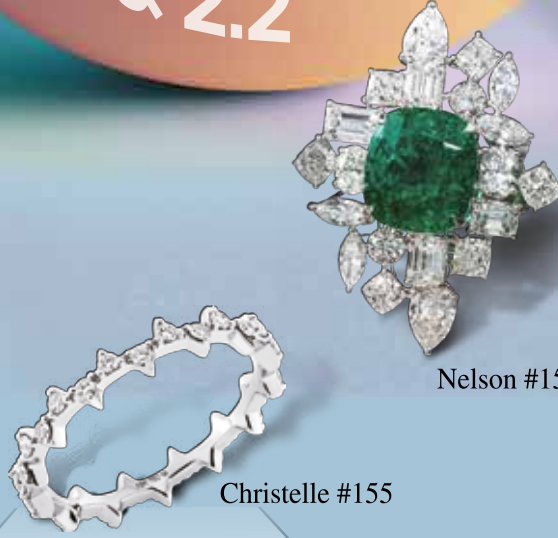
K E Group #163A

Hall 2.1  
Booth No.: 161, 162



**Ritone Jewelry International Limited**

Unit 31-32, 1/F., Block B, Focal Industrial Centre,  
21 Man Lok Street, Hunghom, Kowloon, Hong Kong  
Tel: (852) 2363 3733 Email: marketing@ritone-jewelry.com



Nelson #154

Christelle #155



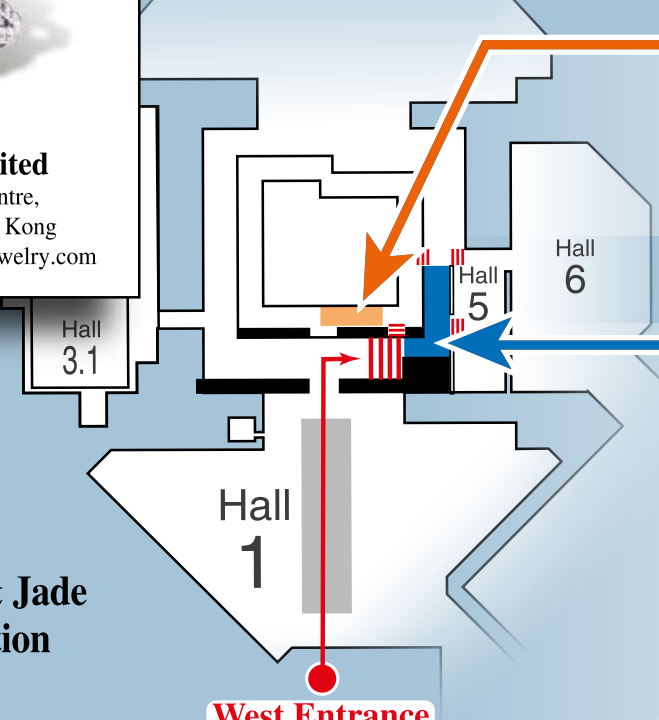
Continental #152 & 153

## Hall 2.2

Company Name	Booth No.	Country
1 Chokas Jewelry Co., Ltd.	242	Thailand
2 Lorenzo Jewelry Limited	238	Hong Kong
3 Viva Collection Co., Ltd.	240-241	Thailand

## Hall 2.1

Company Name	Booth No.	Country
1 Advance Manufacturers Co., Ltd.	163	Thailand
2 Camex Jewellery Limited	157	Hong Kong
3 Christelle Limited	155	Hong Kong
4 Collective Jewelers	156	Hong Kong
5 Continental Jewellery (Mfg) Limited	152 & 153	Hong Kong
6 Jewelcraft	160	Hong Kong
7 K E Group Limited	163A	Hong Kong
8 Nelson Jewellery Arts Co. Limited	154	Hong Kong
9 Purity Jewelry Co., Ltd.	159	Thailand
10 RCAN Jewellery Co., Limited	158	Thailand
11 Ritone Jewelry International Ltd.	161 & 162	Hong Kong



West Entrance



**Hong Kong Jewellery & Jade  
Manufacturers Association**

E: exhibition@hkjja.org

W: www.JJA.com.hk



# Il Potere del Colore

Inediti design espressi attraverso sfumature cromatiche dal forte impatto visivo

*New designs expressed through chromatic shades with a strong visual impact*



**CRIVELLI.** I colori pieni di corniola, malachite, turchese, lapislazzuli e onice, gli accenti sfumati di madreperla e occhio di tigre, i toni caldi del corallo, uniti alla luce dei diamanti e all'enfasi dell'oro rosa, danno nuovo slancio a Like Chromatic, evoluzione della collezione Like di Crivelli. I gioielli, caratterizzati da un design sinuoso, raccontano un legame profondo con la Natura, non solo interpretandone le infinite variabili di forme e nuance di colori, ma anche come protagonisti del progetto Tribute to the Planet, nato in collaborazione con il grande fotografo Fabrizio Ferri per celebrare la bellezza del Pianeta.

*The rich colors of carnelian, malachite, turquoise, lapis lazuli and onyx, the nuanced hues of mother-of-pearl and tiger's eye, the warm tones of coral, combined with the light of diamonds and the emphasis of pink gold, give new impetus to Like Chromatic, the evolution of Crivelli's Like collection. Each jewelry item, characterized by a curvy design, tells of a profound bond with Nature, not only by interpreting its infinite variables of shapes and color, but also as the protagonists of the Tribute to the Planet project, created in collaboration with famed photographer, Fabrizio Ferri, to celebrate the Planet's beauty.*

**CASATO.** È la forma della sfera, nella sua perfezione, l'elemento che ha ispirato la collezione Boutique di Casato, brand italiano nato nel 2004 dalla creatività del fondatore Federico Gauttieri. I gioielli che ne fanno parte, di lusso ma di quotidiana e misurata eleganza, prendono vita grazie al minuzioso ensemble di piccoli punti luce. Tra i disegni proposti in anteprima a Vicenzaoro, Casato presenta i Lovely Words, originali pegni d'amore, da offrire e regalarsi per le occasioni speciali, insieme all'anello BouBoulette presentato nella versione ancora più preziosa con diamante centrale a forma di cuore. I nuovi band ring offrono invece un'alternativa non convenzionale all'anello di fidanzamento.



*The perfection of a sphere is the element that inspired the Boutique collection by Casato, an Italian brand founded in 2004 from the creativity of its founder, Federico Gauttieri. The jewelry in this luxurious collection, whose measured elegance makes it ideal for every day, comes to life due to a meticulous ensemble of small points of light. Among the designs previewed at Vicenzaoro, Casato is presenting Lovely Words, original tokens of love to offer or give as gifts for special occasions, together with the BouBoulette ring presented in an even more precious version with a central, heart-shaped diamond. The new band rings offer an unconventional alternative to an engagement ring.*



**CAMEO ITALIANO.** Lo storico brand di gioielli italiani presenta per la prima volta una linea di cammei colorati scolpiti a mano su pietre minerali. Lapis, argilla, giada e agate donano una nuova luce a creazioni già di per sé uniche e straordinarie. Exploit che vede gli artigiani originari di Torre del Greco abbandonare la classica incisione su conchiglia e sposare l'utilizzo della pietra. La collezione Colors, come dice la parola stessa, è un invito a vivere la vita a colori, esaltando ogni sfumatura della naturale bellezza di chi la indossa. Sfumature brillanti e straordinarie tridimensionalità esprimono così ancora una volta la voglia di distinguersi.

*The historic Italian jewelry brand is, for the first time, presenting a line of colored cameos hand-carved on mineral stones. Lapis, clay, jade and agate give a new light to creations that are already unique and extraordinary in themselves. An exploit that sees the artisans from Torre del Greco abandoning classic shell engraving and embracing the use of stone. The Colors collection, as the word itself suggests, is an invitation to live life in color, enhancing every subtlety of the wearer's natural beauty. Brilliant shades and extraordinary three-dimensionality once again express the desire to stand out.*

## AROUND THE WORLD

### HIGH JEWELRY

Un paio di orecchini dall'ultima collezione di alta gioielleria di Piaget. In perfetto contrasto con le sfaccettature nette e decise delle tormaline trasparenti, ci sono le perle morbide e traslucide del crisoprasio. Ogni perla è inserita su un filo di seta e annodata singolarmente nella posizione desiderata, per conferire un movimento flessuoso ai pendenti.



### PIAGET

*A pair of earrings from Piaget's latest high jewelry collection. The soft, translucent chrysoprase beads perfectly contrast with the clean and decisive faceting of the transparent tourmalines. Each bead is strung on a silk thread and individually knotted in the desired position, giving the pendants supple movement.*





## ITALFIMET

ELECTROPLATING CHEMICALS & PLANTS

### PASSIVATION PROCESS ON JEWELLERY OBJECTS

*Passivation is a chemical or electrochemical phenomenon that can slow down the natural oxidation and corrosion process of galvanized objects.*

*Thanks to the layer of nano-bioparticles that covers the surface of the artifacts, it is possible to obtain performing results for every need.*

*Italfimet studies and develops passivation processes for the industries of the world of jewelery, high fashion and costume jewelery. The products, which comply with current regulations on eco-sustainability, are winning for the protection of precious alloys containing copper and, more generally, for easily oxidizable galvanic coatings.*

*Passivation treatments best express their potential when used for jewelery and bijoux in brass, silver and low carat gold. They have now become an indispensable finishing step in the work cycle in the gold and costume jewelery sectors.*

*Italfimet Itarnish and Italfimet Itarnish chemistry are the two families of passivations developed and proposed by Italfimet.*

*It is possible to choose the best performing family according to the customer's needs. Both are easy to use and the treated items maintain their original and unchanged visual appearance without color variations. The surface of the treated objects is silky to the touch and leaves no fingerprints.*

**ITALFIMET ITARNISH** is an electrolytic passivation, it allows the deposition of the protective film in an extremely uniform way on the whole surface of the treated jewel and is characterized by the maximum efficiency obtained in the shortest time possible thanks to its use "in current".

**ITALFIMET ITARNISH CHEMISTRY** is the smartest product in the range. Its use by simple immersion makes it easy to manage even in small spaces. It does not require special systems to be used. It is simple to maintain and requires only one replenishment product. This type of passivation is suitable for any type of production requirement.

La passivazione è un fenomeno di natura chimica o elettrochimica che può rallentare il processo di ossidazione e corrosione naturale degli oggetti galvanizzati.

Grazie allo strato di nano-bioparticelle che va a ricoprire la superficie dei manufatti si riescono ad ottenere risultati performanti per ogni necessità.

Italfimet studia e sviluppa processi di passivazione per le industrie del mondo della gioielleria, alta moda e bigiotteria. I prodotti, conformi alle normative vigenti in materia di eco-sostenibilità, risultano vincenti per la protezione di leghe preziose contenenti rame e in più generale per riporti galvanici facilmente ossidabili.

I trattamenti di passivazione esprimono al meglio il loro potenziale se utilizzati per gioielli e bijoux in Ottone, Argento e Oro a bassa caratura. Sono diventati oramai un passaggio di finitura indispensabile nel ciclo di lavoro nei settori di oreficeria e bigiotteria.

Italfimet Itarnish e Italfimet Itarnish chemistry sono le due famiglie di passivazioni sviluppate e proposte da Italfimet.

È possibile scegliere la famiglia più performante in funzione delle esigenze del cliente. Entrambe sono semplici da utilizzare e gli articoli trattati mantengono l'aspetto visivo originale e immutato senza variazioni di colore. La superficie degli oggetti trattati è setosa al tatto e non lascia segno di impronte.

**ITALFIMET ITARNISH** è una passivazione elettrolitica, permette la deposizione del film protettivo in maniera estremamente uniforme su tutta la superficie del monile trattato ed è caratterizzata dalla massima efficienza ottenuta nel minor tempo possibile proprio grazie al suo utilizzo "in corrente".

**ITALFIMET ITARNISH CHEMISTRY** è il prodotto più smart della gamma. Il suo impiego per semplice immersione, lo rende di facile gestione anche in piccoli spazi. Non necessita di particolari impianti per poter essere utilizzata. È semplice da mantenere, necessita di un solo prodotto di reintegro. Questa tipologia di passivazione si adatta ad ogni tipo di esigenza produttiva.



**SAMPLES PRE AND POST TREATMENT**  
COLORIMETRIC COORDINATES:  
PRE TREATMENT OBJECT L=99.0 a=0 b=3.2  
POST TREATMENT OBJECT L=98.6 a=0 b=3.8

**CAMPIONI PRE E POST TRATTAMENTO**  
COORDINATE COLORIMETRICHE:  
PRE TRATTAMENTO L=99.0 a=0 b=3.2  
POST TRATTAMENTO L=98.6 a=0 b=3.8



**SAMPLES AFTER OXIDATION TEST:**  
PASSIVATED SAMPE (LEFT)  
NOT PASSIVATED SAMPLE (RIGHT)  
\*SOLUTION OF AMMONIUM SULPHUR 2%

**CAMPIONE TRATTATO E NO DOPO**  
IMMERSIONE IN SOLUZIONE DI CONTROLLO\*  
\*SOLUZIONE AL 2% DI AMMONIO SOLFURO





# Segni Distintivi

Sperimentazione e tradizione si uniscono per rinnovare il valore di dettagli iconici

*Experimentation and tradition come together to renew the value of iconic details*



**ROBERTO BRAVO.** Si sente la magia del colore, vivido e frizzante, nella nuova collezione Chicky di Roberto Bravo: i gioielli, studiati per una donna contemporanea, raffinata e sofisticata, ruotano attorno alle infinite sfumature naturali di pietre che emanano un grande fascino, messo in ulteriore evidenza da un design curato nei minimi particolari per essere al passo con i tempi. Ancora una volta, il brand turco, che in ogni collezione ama introdurre nuovi pezzi dal forte potere evocativo, riesce a entrare nel cuore femminile con una collezione che diventa un segno distintivo di eleganza assoluta.

*Roberto Bravo's new Chicky collection evokes the magic of vivid and sparkling color. The jewelry, designed for a contemporary, refined and sophisticated woman, revolves around the infinite natural shades of stones that exude enormous charm, further highlighted by a design that has been carefully studied down to the smallest detail to keep up with the times. Once again, the Turkish brand, which likes to introduce new pieces with a strong evocative power in every collection, manages to conquer the female heart with a collection destined to become a distinctive sign of absolute elegance.*



**RONCO.** Calle, Vimini e Cavetto: si chiamano così le tre nuove collezioni che segnano il giro di boa dei primi 50 anni dell'azienda vicentina. Calle presenta un cordone e motivi a fiori in oro giallo 18k e smalti. La seconda un intreccio morbido che richiama appunto il vimini in tre diversi colori, con applicazioni di palline diamantate e lastra satinata. Cavetto, frutto di una lavorazione artigianale, si compone invece della parure best seller del brand, in oro 18k in tre colori e palline diamantate. Da sempre attenta a coniugare la grande tradizione orafa vicentina con l'innovazione tecnologica, Ronco produce e distribuisce nel mondo componenti per l'industria e gioielli in oro e argento dalle finiture accurate, che ne fanno un fiero portavoce del made in Italy.

*Calle, Vimini and Cavetto: these are the names of the three new collections marking the milestone of the Vicenza-based company's first 50 years. Calle (below) features a cord and flower motifs in 18k yellow gold and enamels. Vimini is a soft weave reminiscent of wicker in three different colors, with polished and satin-finish bead applications. Cavetto, on the other hand, the result of artisan workmanship, consists of the brand's best-selling set in three shades of 18k gold and polished beads. Always careful to combine Vicenza's great goldsmith tradition with technological innovation, Ronco produces and globally distributes precision-finished components for industry and gold and silver jewelry, making the company a proud mouthpiece for Made in Italy.*



**SERAFINO CONSOLI.** Si chiamano Brevetto e Serafino le due collezioni multisize firmate dallo storico brand bergamasco. Nessun giro di parole, nessun sofisma per definire quel mondo dall'estetica raffinata e rivoluzionaria che identifica le creazioni Serafino Consoli. Un brand che nel 1959 ha avviato il suo percorso di ricerca, tecnologica e di stile, che lo ha portato oggi a distinguersi sul mercato con una serie di gioielli protetti da Brevetto di Invenzione Mondiale. Inequivocabili i nomi delle due collezioni, Brevetto e Serafino, la prima incentrata su pezzi multisize che si adattano a ogni persona, contesto e cambiamento, la seconda basata sul concetto di pura trasformazione, con anelli che diventano bracciali, in un click. Risultati frutto di sapiente maestria artigianale, di quel mix fra tradizione e innovazione capace di rendere unici i gioielli, e con essi le persone che li scelgono come "compagni di viaggio".

*The two multi-size collections by the historical Bergamo-based brand are called Brevetto and Serafino. No turn of phrase, no sophistry to define the world of sophisticated and revolutionary aesthetics that feature in Serafino Consoli creations. A brand that, back in 1959, began its technological and stylistic research which has led it to stand out on the market today with a series of jewels protected by a World Invention Patent. The names of the two collections, Brevetto and Serafino, are unmistakable. The first focuses on multi-size pieces that adapt to every person, context and change, while the second is based on the concept of pure transformation, with rings that become bracelets in a click. These results are the result of skillful craftsmanship, of that mix of tradition and innovation that makes jewelry unique – as are the people who choose it as their "travelling companion".*

## GETTHELOOK

### SAFARI TWIST

Una giacca in gabardine beige per riportare in voga un classico senza tempo: lo stile safari. Il metallo in versione rainbow di grandi orecchini a forma di triangolo abbinati ai choker alla schiava aggiungono a questo look un'allure contemporanea. Sulla passerella di Isabel Marant, per la collezione S/S 2022.



*A beige gabardine jacket to bring safari style, a timeless classic, back into fashion. The large, triangular, rainbow-metal earrings combined with slave chokers add a contemporary allure to this look. On the Isabel Marant catwalk, for the S/S 2022 collection.*



# FINE

360° COMMITMENT

ANNUAL METAL CONSUMPTION 500kg 100% RECYCLED

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

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

1,200 TREES PLANTED THIS YEAR



## Sustainability

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

*'Making Jewellery With Love For Our Planet'*



RESPONSIBLE  
JEWELLERY  
COUNCIL

CERTIFIED MEMBER

0000 1948



CHAIN  
OF  
CUSTODY

CERTIFIED NUMBER

C0000 3635

**Hall 6, Booth # 173**



# Batticuore

Unici. Come le emozioni più belle.



Collezione in oro

**UNOAERRE**

ITALIAN JEWELLERY



[unoaerre.it](http://unoaerre.it)