



# VO+ Daily

**VO**  
vicenzaoro  
the jewellery  
boutique show  
SEPTEMBER



Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.161

ITALIAN EXHIBITION GROUP  
Providing the future

ISSUE 5. Martedì, 13 Settembre 2022

## Da Proiezione a Realtà

Si archivia l'edizione settembrina di Vicenzaoro, con la conferma al rialzo delle già rosee previsioni di marzo scorso per tutto il comparto, avallate anche da studi e report delle più importanti istituzioni e associazioni di categoria che hanno arricchito il calendario dei talk di questi cinque giorni >p.2

*The September edition of Vicenzaoro closes with positive confirmation of last March's already rosy forecasts for the entire sector, further endorsed by studies and reports from leading institutions and trade associations that enriched the program of talks during these past five days >p.2*

IN EVIDENZA

MARTEDÌ **13** SETTEMBRE 2022

### FOCUS

#### Mattioli

"Eve\_r" è la nuova collezione della maison torinese. "Eve\_r" is the new collection by the Turin-based company.

>p.6



### TREND

#### Noble Tangled

I gioielli della prossima stagione elevano l'estetica di una matassa a nobile ornamento.

*Next season's jewelry raise the aesthetics of what looks like a tangle to a noble ornament.*

>p.8



### FOCUS

#### Celine Roelens

Variopinte e preziosissime: sono le "creature" della designer belga presso The Design Room. Multicolored and precious: the Belgian designer's "creatures" are on display in The Design Room.

>p.6

ADV ERDVA

17 54

**GISMONDI**

VICENZAORO

HALL 7 / BOOTH 505

GENOA PORTOFINO MILAN ST.MORITZ ROME Baglioni Hotel SARDINIA Baglioni Resort PRAGUE ST.BARTH Diamond Genesis USA Selected Stores



17 54

**GISMONDI**

**VICENZAORO**  
**HALL 7 / BOOTH 505**



FOLLOW US ON FACEBOOK  
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

# VO+ Daily

VO  
vicenzaoro  
the jewellery  
boutique show  
SEPTEMBER



FOLLOW US ON INSTAGRAM  
instagram.com/vo\_plusjewelry

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.161

ITALIAN EXHIBITION GROUP  
Providing the future

ISSUE 5. Martedì, 13 Settembre 2022

## Da Proiezione a Realtà

Si archivia l'edizione settembrina di Vicenzaoro, con la conferma al rialzo delle già rosee previsioni di marzo scorso per tutto il comparto, avallate anche da studi e report delle più importanti istituzioni e associazioni di categoria che hanno arricchito il calendario dei talk di questi cinque giorni >p.2

*The September edition of Vicenzaoro closes with positive confirmation of last March's already rosy forecasts for the entire sector, further endorsed by studies and reports from leading institutions and trade associations that enriched the program of talks during these past five days >p.2*



### EDITORIAL

FEDERICA FROSINI  
DIRETTORE VO+ MAGAZINE

Domenica scorsa, Marie Cécile Cisamolo, Jewelry Specialist di Sotheby's, ha raccontato qui a Vicenzaoro come le aste siano sempre più terreno di gioco della Gen Z, portando come esempio la scarpa firmata da Virgil Abloh per Louis Vuitton, comprata da una diciottenne asiatica per ben 328 mila dollari. Sempre la casa d'asta londinese ha ingaggiato Maria Sole Ferragamo, designer e Founder di So-Le Studio, per creare alcuni pezzi con pellami di scarto, quindi sostenibili, per attirare e avvicinare i compratori di domani sempre più sensibili a questo tema quando si tratta di scegliere cosa acquistare. «Creare con ciò che già esiste rende il mio approccio unico, dice Maria Sole, perché laddove gli altri vedono scarsità io vedo opportunità e questo rende il mio approccio unico». Giovani, generazione Z, passaggi generazionali. Al di là dei numeri importanti e positivi emersi in questi giorni, gli stimoli, gli spunti, la voglia di fare, di innovare e di dare risposte, di cui si è così tanto discusso, c'è un punto che forse fa ancora tremare l'Olimpo imprenditoriale del lusso. Siete realmente pronti a passare il testimone, ad accettare un ricambio generazionale,

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

MARTEDÌ

13 SETTEMBRE 2022

### FOCUS

#### Mattioli

"Eve\_r" è la nuova collezione della maison torinese. "Eve\_r" is the new collection by the Turin-based company.

>p.6



### TREND

#### Noble Tangled

I gioielli della prossima stagione elevano l'estetica di una matassa in nobile ornamento. Next season's jewelry raise the aesthetics of what looks like a tangle to a noble ornament. >p.8



### FOCUS

#### Celine Roelens

Variopinte e preziosissime: sono le "creature" della designer belga presso The Design Room. Multicolored and precious: the Belgian designer's "creatures" are on display in The Design Room. >p.6

## Le Infinite Possibilità della Glittica

L'arte di incidere e scolpire le gemme e il suo potere comunicativo nei secoli: se ne è parlato ieri in occasione dei Gem Talk, con Azzurra Cesari, Loredana Prosperi e Laura Maria Sara Tomaselli

Piccole sfere di rubino, onice, brillanti e foglie, scolpite in legno pietrificato bruno: il bracciale Rubra della collezione di alta gioielleria Résonances De Cartier è uno dei più contemporanei testimoni della glittica, e assieme ai gioielli di Wallace Chan caratterizzati dal cosiddetto "Wallace Cut", diventati famosi negli ultimi anni, può essere considerato come la rinascita contemporanea dell'arte della scultura sulle gemme. Proprio con le "citazioni" alla maison e al famosissimo designer cinese si è concluso ieri il Gem Talk "Glittica: quando la bellezza della gemma viene esalta-

ta dalla scultura". Organizzato da I.G.I. (Istituto Gemmologico Italiano), l'incontro è stato un interessante momento di confronto fra tre importanti protagonisti del mondo delle gemme: Azzurra Cesari, Assogemme MRGI Project Manager e moderatrice del talk, la direttrice di IGI Loredana Prosperi e Laura Maria Sara Tomaselli, Storica e Conservatrice delle Oreficerie Antiche, nonché docente alla Marangoni e all'Istituto Gem- (segue a pagina 4)

ta dalla scultura". Organizzato da I.G.I. (Istituto Gemmologico Italiano), l'incontro è stato un interessante momento di confronto fra tre importanti protagonisti del mondo delle gemme: Azzurra Cesari, Assogemme MRGI Project Manager e moderatrice del talk, la direttrice di IGI Loredana Prosperi e Laura Maria Sara Tomaselli, Storica e Conservatrice delle Oreficerie Antiche, nonché docente alla Marangoni e all'Istituto Gem- (segue a pagina 4)

## Business in Evoluzione

I Retail Talk di Federpreziosi Confcommercio: incontri propedeutici a supporto delle aziende orafe

«Due temi ben distinti hanno caratterizzato i Retail Talk, organizzati da Federpreziosi Confcommercio, e moderati da Steven Tranquilli - Direttore Federpreziosi Confcommercio, che si sono susseguiti ieri, sul Main Stage della Hall 7. Distinti ma rivolti allo stesso interlo-

cutore, ovvero le aziende e le gioiellerie orafe. E con la stessa intenzione: contribuire all'evoluzione sana del business in un mondo e in un mercato che viaggiano sempre più veloci verso il futuro. Nel primo, "Come se non ci fosse un domani: conversazione tra generazioni. La continuità aziendale no shock", Vincenzo Aucella - Coordinatore Gruppo Giovani Federpreziosi Confcommercio, Emanuele Sacerdote - Imprenditore, scrittore e docente, e Giuseppina Impe- (segue a pagina 4)



# Da Proiezione a Realtà

(segue dalla prima)

Chiude oggi un'edizione di Vicenzaoro che verrà ricordata per dinamicità e atmosfera frizzante sotto molti punti di vista. Ci eravamo salutati a marzo scorso con proiezioni più che rosee sulla ripresa del mercato, dati che in questi giorni sono stati ampiamente confermati se non addirittura superati. Basta sfogliare il lungo report presentato da Club degli Orafi e Direzione Studi e Ricerche di Intesa San Paolo dal titolo "Il settore orafa italiano. Uno scenario complesso e incerto", per fare il punto della situazione sullo stato di salute del settore, che registra una progressione favorevole dell'export italiano rispetto al 2021 sui mercati statunitense, cinese, svizzero ed emiratino, con variazioni superiori al 30% sia in valore che in quantità, tanto da superare del 9% i dati del 2019. L'indagine riporta inoltre come più della metà degli operatori ipotizza una crescita del proprio fatturato, confermata anche dalla variazione dell'indice ISTAT che si attesta nel primo semestre del 2022 a +32%, meglio dei settori del comparto moda e della media del manifatturiero italiano. In termini di produzione industriale, la gioielleria e bigiotteria si collocano infatti tra i best performer dell'industria italiana sia nel confronto con il primo semestre 2021 (+23%, in quarta posizione tra i comparti manifatturieri), sia rispetto ai primi sei mesi del 2019 (+30%, che le vale il terzo posto nel ranking). Il Club degli Orafi è solo una delle importanti istituzioni e associazioni di categoria che hanno contribuito al programma di talk del salone internazionale del gioiello e dell'oreficeria di Italian Exhibition Group, che ha visto alternarsi sul Main Stage del quartiere fieristico spokesperson di Confindustria Federorafafi, Confartigianato Orafi, Confcommercio

Federpreziosi, CIBJO, CNA Orafi, Confimi Industria Categoria Orafa ed Argentiera, Assogemme, Assocoral, AFEMO - Associazione Fabbrikanti Esportatori Macchinari per Oreficeria. Fra i talk più seguiti c'è stato quello di Assogemme con l'intervento di Guido Damiani, Presidente del Gruppo Damiani e del Comitato Etico di Assogemme su uno dei mainstream degli ultimi anni, l'importanza e il valore delle gemme naturali per la gioielleria italiana. Nel corso dell'intervista, condotta da Raffaele Ciardulli, consulente del lusso e formatore del Gruppo Richemont, si è parlato di sostenibilità delle pietre naturali in un mercato affollato di proposte alternative. Con CIBJO, gli argomenti al centro della discussione sono invece stati la formazione delle prossime generazioni di operatori del settore e la gender quality, partendo in quest'ultimo caso dalla necessità di nuovi modelli di marketing più attenti all'uguaglianza di genere. L'analisi delle dinamiche d'acquisto dei diamanti rivela infatti che il linguaggio dell'advertising fin qui adottato dai brand è per lo più rivolto a un target maschile in quanto i gioielli sono per lo più acquistati e regalati dall'uomo. A completare il complesso panorama delle tendenze in fatto di stile e modalità di comunicazione ci ha pensato il panel proposto da Trendvision, l'Osservatorio Indipendente di IEG diretto da Paola De Luca che esplora l'evoluzione dei consumatori del mondo del lusso. Vera e propria bibbia per il mercato internazionale dei preziosi, il forecast guarda ai fenomeni emergenti in un arco di tempo che copre i 18 mesi seguenti alla pubblicazione ed è costruito sulle parole chiave che caratterizzano i mutamenti sociali e di consumo, che entrano perciò anche nel lin-

guaggio e negli obiettivi del settore orafa-gioiellero e del lusso più in generale. Sostenibilità, economia circolare, fluidità d'età e di genere guidano le previsioni di Trendvision per il 2023, con la missione di indirizzare il mercato del gioiello a una crescita virtuosa, responsabile e sempre attenta ai comportamenti della clientela.

**D**rawing to a close today is an edition of Vicenzaoro that, in many ways, will be remembered for its dynamism and vibrant atmosphere. We bade goodbye last March with more than rosy forecasts of the market recovery, data that, in these last few days, have been widely confirmed, if not altogether exceeded. One only has to leaf through the lengthy report presented by Club degli Orafi and Intesa San Paolo's Studies and Research Department entitled "The Italian gold sector. A complex and uncertain scenario" to understand the current health of the sector, which registers a favorable progression of Italian exports compared to 2021 on the US, Chinese, Swiss and Emirates markets, with variations of over 30% in both value and quantity, so much so as to exceed the 2019 figures by 9%. The survey also shows how more than half of operators expect a growth in their turnover, equally confirmed by



tanto richiesto ma anche tanto temuto, se è vero che il futuro della gioielleria appartiene a loro, ai giovani?

Last Sunday, Marie Cécile Cisamolo, Jewelry Specialist at Sotheby's, told us here, at Vicenzaoro, how auctions are increasingly becoming the playground of Gen Z, giving as an example the shoe designed by Virgil Abloh for Louis Vuitton, bought by an eighteen-year-old Asian girl for no less than 328,000 dollars. The London auction house has also hired Maria Sole Ferragamo, designer and Founder of So-Le Studio, to create several pieces with waste leather, therefore sustainable, to attract and reach out to the new genera-

tions, who are becoming more and more sensitive to this issue when it comes to choosing what to buy. «Creating with what already exists makes my approach unique,» says Maria Sole, «because where others see scarcity, I see opportunity and this is what makes my work unique.» Young people, Generation Z, generational transitions. Besides the important and positive numbers that have emerged over the last few days, as well as the stimuli, the ideas, the desire to do, innovate and provide answers, which have all been thoroughly discussed, there is one point that perhaps still makes the entrepreneurial Olympus of luxury tremble. If it is true that the future of jewelry belongs to them, to the young, are you really ready to pass the baton, to accept a generational change, something in such high demand but also tremendously feared?

**FEDERICA FROSINI**  
EDITOR IN CHIEF  
VO+ MAGAZINE

the change in the ISTAT index, which stood at +32% in the first half of 2022, better than the fashion sector and the Italian manufacturing average. In terms of industrial production, jewelry and costume jewelry was, in fact, one of the best performers in Italian industry both in comparison with the first half of 2021 (+23%, in fourth position among manufacturing sectors) and the first six months of 2019 (+30%, which gave it third place in the ranking). Club degli Orafi is just one of the important institutions and category associations that contributed to the program of talks at Italian Exhibition Group's international gold and jewelry show, which saw spokespersons from Confindustria Federorafafi, Confartigianato Orafi, Confcommercio Federpreziosi, CIBJO, CNA Orafi, Confimi Industria Gold and Silver Category, Assogemme, Assocoral, AFEMO - Association of Jewelry Machinery Manufacturers and Exporters take turns on the Main Stage at the Expo Center. One of the most popular talks was the one by Assogemme, with Guido Damiani, President of the Damiani Group and the Assogemme Ethics Committee, speaking on the importance and value of natural gems for Italian jewelry, one of the mainstream topics of recent years. During the interview, conducted by Raffaele Ciardulli, luxury consultant and trainer for the Richemont Group, the sustainability of natural stones in a market crowded with alternative proposals was discussed. Instead with CIBJO, the topics at the core of the discussion were training the next generation of sector operators and gender quality, starting, in the latter case, with the need for new marketing models that are more attentive to that aspect. In fact, an analysis of the dynamics of diamond purchasing reveals that the advertising language so far adopted by brands is mostly aimed at a male target since jewelry is mostly bought and

given as a gift by men. Completing the complex panorama of style and communication trends was the panel proposed by Trendvision, IEG's Independent Observatory, directed by Paola De Luca, that explores consumer evolution in the luxury world. A veritable bible for the international jewelry market, the forecast looks at emerging phenomena in a period of 18 months after its publication and is built around key words that characterize social and consumer changes, which therefore also enter into the language and objectives of the jewelry sector and luxury in general. Sustainability, circular economy, age and gender fluidity guide Trendvision's forecasts for 2023 with the aim of steering the jewelry market towards a virtuous and responsible growth that pays constant attention to consumer behavior.

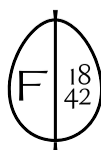
**Lorenza Scalisi**

# FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR



FABERGE.COM @OFFICIALFABERGE



# Le Infinite Possibilità della Glittica

(segue dalla prima)



**The art of engraving and sculpting gems and its communicative power over the centuries: the topic at yesterday's Gem Talks, with Azzurra Cesari, Loredana Prosperi and Laura Maria Sara Tomaselli**

Small ruby, onyx and diamond beads and leaves, carved in brown petrified wood: the Rubra bracelet from the Résonances De Cartier high jewelry collection is one of the most contemporary examples of glyptics, which, together with Wallace Chan's "Wallace Cut" jewelry that has become famous in recent years, can be regarded as the contemporary renaissance of the art of gemstone sculpting. The Gem Talk "Glyptics: when the beauty of gemstones is enhanced by sculpture" concluded yesterday with "mentions" of Cartier and the famous Chinese designer. Organized by I.G.I. (Italian Gemological Institute), the meeting was an interesting moment of confrontation between three important players in the world of gems: Azzurra Cesari,

Assogemme MRGI Project Manager and moderator of the talk, IGI Director Loredana Prosperi and Laura Maria Sara Tomaselli, Historian and Conservator of Antique Goldsmith Art as well as lecturer at Marangoni and the Italian Gemological Institute. Ms. Prosperi and Tomaselli gave the audience a fascinating historical overview of a technique whose roots go back to our most ancient past and which, over the centuries, has played a powerful communicative and always different role according to the era and culture: from the Mesopotamian and Egyptian civilizations, to the ancient Greeks and Romans, from the Middle Ages to the Renaissance and as far as the Art Deco of the 1930s.

**Antonella Reina**

mologico Italiano. La Prosperi e la Tomaselli hanno condotto la platea in un affascinante excursus storico su una tecnica che affonda le proprie radici nel nostro più remoto passato, e che nel corso dei secoli ha avuto un potente ruolo comunicativo, sempre diverso a seconda delle epoche e delle culture: dalle civiltà

mesopotamiche ed egizie, agli antichi Greci e Romani, dal medioevo al rinascimento, fino ad arrivare agli anni '30 dell'Art Deco.

# Business in Evoluzione

(segue dalla prima)



ro Cisternino, Fabrizio Cisternino, Simone Tundo, rappresentanti di tre generazioni titolari della gioielleria Cisternino di Brindisi si sono confrontati sulle dinamiche che interessano il momento delicato del passaggio generazionale da padre a figlio. Per uscire vincenti e rafforzati da un processo di cambiamento che coinvolge lo stato di salute di tutta l'azienda, gli indispensabili diktat sembrano essere: comprensione, inserimento, impegno, formazione e competenza. In "Ieri come domani. Umanità e servizio battono il prezzo: come comunicarlo oggi" si è invece parlato di mondo digitale e di engagement ovvero della possibilità di fidelizzare i propri clienti online così come avviene in un negozio fisico. Il Social Media Marketing coach, Davide Dal Maso, e Vincenzo Aucella - Coordinatore Gruppo Giovani Federpreziosi Confcommercio - hanno elargito consigli utili e pratici sull'argomento che possono essere sintetizzati in una frase sola: «Quanta più tecno-

logia mettiamo nelle aziende tanto è fondamentale il fattore umano». In un momento in cui i canali digitali sono imprescindibili per la continuità di un'attività, riuscire a creare rapporti di fiducia con i propri clienti è la chiave di volta per la crescita aziendale.

## **Federpreziosi Confcommercio's Retail Talks: preparatory meetings to support jewelry companies**

Two distinct themes characterized the Retail Talks, organized by Federpreziosi Confcommercio and moderated by Steven Tranquilli - Director of Federpreziosi Confcommercio, which took place yesterday on the Main Stage in Hall 7. Both different yet addressed to the same subject, namely gold companies and jewelers. And with the same intention: to contribute to the healthy evolution of business in a world and market that are speeding towards the future. In the first

Talk, entitled "As if there were no tomorrow: conversation between generations. No shock business continuity", Vincenzo Aucella - Federpreziosi Confcommercio's Young Group Coordinator, Emanuele Sacerdote - entrepreneur, writer and lecturer, and Giuseppina Impero Cisternino, Fabrizio Cisternino and Simone Tundo, representatives of three generations and owners of the Cisternino jewelry store in Brindisi, discussed the dynamics involved in the delicate moment of a generational transition from father to son. To emerge victorious and strengthened from a handover process that involves the well-being of the entire company, the indispensable diktats seem to be: understanding, inclusion, commitment, training and competence. On the other hand, in "Yesterday as tomorrow. Humanity and service beat price: how to communicate that today", the focus was on the digital world and engagement, in other words, the possibility of building customer loyalty online in the same way as in a physical shop. The Social Media

Marketing coach, Davide Dal Maso, and Vincenzo Aucella - Coordinator of Federpreziosi Confcommercio's Young Group - gave useful and practical advice on the subject that can be summed up in one sentence: «The more technology we put into companies, the more crucial the human factor is.» At a time when digital channels are indispensable for the continuity of a business, being able to create trustful relationships with one's customers is the key to company growth.

**GET THE LOOK**

**SHOCKING PINK**



**Valentino**

Il rosa come scelta assoluta che pervade tessuti e accessori. Un look monocromatico che diventa nuova espressione di un essenzialismo audace e sensuale, declamando il colore femminile per eccellenza a simbolo di inclusività e fluidità. Sulla passerella di Valentino, per la collezione F/W 2022-23.

Pink as an absolute choice that pervades fabrics and accessories. A one-color look that becomes a new expression of a bold and sensual essentialism, declaiming the feminine color par excellence as a symbol of inclusiveness and fluidity. On the Valentino catwalk for the F/W 2022-23 collection.



DIAMONDS THAT  
PROMISE YOU  
A COMMITMENT  
FOREVER

DISCOVER OUR EXTENSIVE  
COLLECTION OF HIGH QUALITY  
LAB GROWN DIAMONDS

VISIT US AT

VICENZAORO 2022 | PAVILION 2.1, BOOTH 147

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

HOVENIERSSTRAAT 2, SUITE 726 BUS 549,  
2018 ANTWERP, BELGIUM

T: +32 3685 2131 | E: [europe@blgdlab.com](mailto:europe@blgdlab.com)



# Il Gioco Come Regola

"Eve\_r" è la nuova collezione di Mattioli, maison torinese che ha fatto della versatilità dei suoi pezzi il proprio marchio di fabbrica

"Eve\_r" is the new collection by Mattioli, a Turin-based company that has made the versatility of its pieces its trademark



Riconoscibilità. Un X Factor aspirazionale per ogni brand, capace di trasformare il desiderio di un oggetto in una resa importante sul mercato. Per Mattioli, tale elemento è senz'altro rappresentato dal gioco, punto d'orgoglio per chi guida l'azienda sin dalle sue origini. Da grande viaggiatrice e imprenditrice estremamente dinamica qual è, Licia Mattioli ha impresso sin dalla "prima ora" questo mood ef-

fervescente alle sue collezioni, tutte caratterizzate da versatilità, dote fondamentale per chi, nel fare la valigia, sa di dover scegliere l'accessorio giusto. Ne sono un esempio lampante due collezioni diventate iconiche del marchio: Chips, divertente e smart nelle sue forme sinuose che richiamano la sagoma delle patatine fritte, e Puzzle, in cui orecchini e collane mutano a seconda dell'outfit, grazie a kit di ma-

dreperle o smalti intercambiabili e multicolor, o con diamanti. Gioielli mai convenzionali, che permettono di costruire la propria palette cromatica del momento. Prende spunto dallo stesso concept di "fluidità" anche Eve\_r, la nuova collezione presentata in questi giorni di fiera che a sua volta attinge da Rever, iconica dei masterpiece della maison, stravagante per l'incastonatura al contrario dei diamanti. "Eve\_r" comprende due linee: la "ready to wear" dal design minimale in cui inserti di madreperla e malachite vivacizzano collane lunghe e fedine stackable, solo oro o con diamanti, e la versione alto di gamma, con anelli componibili che creano preziosi abbinamenti di forme, colori e pietre preziose. Otto le varianti possibili, in oro rosa e bianco 18k. diamanti bianchi, neri e tsavoriti verdi, onice e turchese, da mixare fra loro o indossare da soli.

Recognizability. An aspirational X Factor for every brand that can transform the desire for an object into an important profit on the market. For Mattioli, this element is undoubtedly represented by being playful, a point of pride for those who have led the company since its very beginning. As the great traveler and extremely dynamic entrepreneur that she is, from the very first moment, Licia Mattioli has imprinted this effervescent mood on her collections, which all feature versatility, a fundamental quality for those who, in packing their bags, know they have to choose the right accessory. Two collections that have become iconic for the brand are a clear example of this: Chips, fun and smart with its sinuous shapes that recall the profile of French fries, and Puzzle, in which earrings and necklaces mutate according to the outfit, thanks to interchangeable mother-of-pearl, multi-colored enamel or diamond kits. Jewelry that is never conventional, allowing the wearer

to build her own color palette of the moment. Also inspired by the same concept of "fluidity" is Eve\_r, the new collection presented during the days of the show, which in turn draws on Rever, the iconic line among all the company's masterpieces, extravagant for its upside-down diamond setting. Eve\_r comprises two lines: "ready to wear" with its minimalist design in which mother-of-pearl and malachite inserts enliven long necklaces and stackable, gold-only or diamond wedding bands, and the high-end version, with modular rings that create precious combinations of shapes, colors and precious stones. There are eight possible variations in 18k rose and white gold, white and black diamonds, green tsavorites, onyx and turquoise, to be intermixed or worn alone.

Lorenza Scalisi

## Gemme Che Passione!

Variopinte e preziosissime: sono le "creature" di Celine Roelens, designer belga per la prima volta a Vicenzaoro, presso The Design Room

Multicolored and precious: Belgian designer Celine Roelens' "creatures" are on display for the first time in The Design Room at Vicenzaoro



Un camaleontico pendente con opale centrale, circondato da un pavé multicolor di tsavoriti, diamanti, zaffiri rosa, arancioni e gialli: la Camelia Beetle è una delle splendide "creature" preziose che ben incarnano e raccontano lo stile di Celine Roelens, che partecipa per la prima volta a Vicenzaoro, presso The Design Room, l'area collocata nel padiglione della community Icon dove, come sempre, è possibile conoscere, ammirare e ordinare le collezioni di una selezione di designer talentuosi, appartenenti al mondo della gioielleria contemporanea. Roelens è nata a Gent, in Belgio, dove, grazie all'esperienza di gemmologa e orafa, ha scoperto la sua vocazione: creare gioielli personalizzati, esclusivi, partendo da singole pietre, selezionate con cura. Lo zaffiro Padparacha, il granato mandarino, l'indigolite, la tormalina Paraiba, la rubellite o l'acquamarina Santa Maria sono solo alcune delle sue gemme predilette. «Adoro reperire e selezionare le pietre preziose. Lavoro in modo molto meticoloso e alzo l'asticella di volta in volta. Mi sforzo di creare capolavori irresistibili e unici per i miei clienti, combinando pietre con l'artigianato puro e un design accat-

tivante», spiega. «Tutti i miei modelli di gioielli ruotano attorno al colore. Troppo spesso le persone pensano che le gemme colorate siano inferiori, mentre non è affatto vero. Gli esemplari più belli sono molto più rari e preziosi dei diamanti. È vero che a volte devi cercare un po' più a lungo per la migliore qualità. La ricerca della pietra giusta può richiedere fino a mesi. I miei fornitori sanno che sono molto esigente. Voglio solo fornire ai miei clienti i pezzi più belli e rari».

A chameleon-like pendant with a central opal, surrounded by a multi-colored pavé of tsavorites, diamonds, pink, orange and yellow sapphires: the Camelia Beetle is one of the splendid precious "creatures" that well embodies and expresses the style of Celine Roelens, exhibiting for the first time at Vicenzaoro in The Design Room, the area set up inside the Icon community hall where, as always, visitors can see, admire and order the collections of a selection of talented designers from the world of contemporary jewelry. Roelens was born in Gent, Belgium, where, thanks to her experience as a gemologist and goldsmith, she discovered her vocation: to create personalized and

exclusive jewelry starting from single, carefully selected stones. Padparacha sapphire, mandarin garnet, indigolite, Paraiba tourmaline, rubellite or Santa Maria aquamarine are just some of her favorite gems. «I love sourcing and selecting gemstones. I work in a very meticulous way and raise the bar time after time. I strive to create irresistible and unique masterpieces for my customers combining stones with pure craftsmanship and an attractive design», she explains. «All my jewelry designs revolve around color. Too often people think that colored gemstones are inferior, while that is not true at all. The most beautiful specimens are much rarer and more precious than diamonds. It is true that sometimes you have to search a little longer for the best quality. The search for the right stone can take up to months. My suppliers know that I am very demanding. I only want to provide my customers with the most beautiful and rarest pieces.»

Antonella Reina





**VERUS**  
JEWELS

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

# Noble Tangled

I gioielli della prossima stagione svelano un'anima complicata, che eleva l'estetica di ciò che si presenta come un groviglio a nobile ornamento. La figura retorica del cuore, una vorticoso struttura ascensionale, oppure una trama intrecciata in modo discontinuo si trasformano in intrepidi lineamenti di nuove creazioni da esibire come simbolo di libertà.



A sinistra/left  
Le Vian

A destra/right  
Rochas F/W 2022



Feature by Antonella Reina

Next season's jewelry reveals a complicated soul, raising the aesthetics of what looks like a tangle to a noble ornament. The rhetorical figure of the heart, a swirling ascending structure or a discontinuously interwoven weave are transformed into the intrepid features of new creations to be displayed as symbols of freedom.



Regina Gambatesa



Annette Welander

## SEEN ON VO+ NAMES TO KNOW



### Boulo

Pietre naturali o zirconi uniti all'argento placcato in oro 18k micron. La demi-fine jewelry ha un nuovo rappresentante: Boulo, brand fondato da Begüm Tiryaki Uyulur che fa rivivere la tradizione del Grand Bazar di Istanbul attraverso il design solare e anticonformista dei suoi gioielli made in London. Il nome è ispirato al Youtan Poluo, un fiore del Giappone che si ritiene fiorisca ogni 3000 anni. Attesa quasi eterna che vuole alludere al lungo lavoro di ricerca e progettazione che la designer ha compiuto in preparazione della sua prima collezione, lanciata nel giugno 2021.

Natural stones or zircons combined with 18-carat, micron gold-plated silver. Demi-fine jewelry has a new representative: Boulo, a brand founded by Begüm Tiryaki Uyulur that brings back the tradition of Istanbul's Grand Bazaar through the sunny and non-conformist design of its London-made jewelry. The name was inspired by the Youtan Poluo, a Japanese flower that is believed to bloom every 3,000 years. An almost eternal wait that alludes to the designer's lengthy research and design work in preparation for her first collection, launched in June 2021.

# LAB GROWN DIAMONDS

Hall 6, Booth # 173



*diam*  
ADDICT

# Investire Indossando il Digital

È quanto garantisce Valerio Pastore, ideatore di XBinary, un nuovo progetto di realtà virtuale realizzato in collaborazione con Fondazione Sozzani

*Investment is “wearing” digital This is what Valerio Pastore, creator of XBinary, a new virtual reality project created through collaboration with Fondazione Sozzani, guarantees*



Portrait of Carla Sozzani wearing Gocce necklace by Kris Ruhs. Photo by Bruce Weber.

## Fondatore di Tailor Ventures e ideatore di XBinary. Come spiegherebbe queste sue due creature a neofiti del digital world?

Nasco come esperto di sicurezza informatica e di crittografia in ambiti militari, settore per il quale ho creato Boolebox, un software per la protezione dei dati oggi adottato dalla Commissione Europea e da EEAS, dipartimento che si occupano di politica estera europea. Ho fondato Tailor Ventures nel 2020, insieme a Massimiliano Maggi, una società di venture capital tecnologico, che altro non è che un incubatore di start up incentrate su idee da “game changer”. XBinary è invece il primo cross-reality pensato per coloro che lavorano nel luxury: aiuta a costruire la loro presenza digitale e li prepara ad entrare nel Metaverso, trasformando una selezione di opere d'arte nella loro versione digitale, creando così pezzi unici con la realtà aumentata e infine NFT certificati e quotati.

## Come sono nati i progetti NFT Genesis Jewelry e NFT Heroes?

Conosco Carla Sozzani da diverso tempo, e quando ho visto i gioielli di Kris Ruhs, co-fondatore di Fondazione Sozzani, ho pensato fossero perfetti per una prima collezione di pezzi one-of-a-kind nel Metaverso, ed ecco NFT Genesis Jewelry. NFT Heroes è invece una collezione di disegni per così dire animati. L'annuncio del lancio

degli “Eroi” è stato fatto ad aprile, e il primo pezzo è stato messo in vendita online su Foundation - il marketplace dedicato agli NFT - a inizio giugno, e da allora ogni lunedì ne proponiamo uno nuovo, che regolarmente vendiamo in meno di 12 ore. Prezzo base d'asta 750 €, prezzo finale medio attorno ai 5.000 €. Una risposta più che positiva direi.

## In cosa consistono questi gioielli virtuali?

L'idea è partita dallo spunto di DressX, piattaforma di moda digitale con cui stiamo collaborando, che traspone nella realtà virtuale le collezioni nate nel mondo fisico. Associando questo concetto a quello di NFT, ecco XBinary: rendere indossabile, magari durante una video call, un gioiello virtuale trasformato a sua volta in un'opera d'arte digitale, perfettamente tridimensionale ma soprattutto unica, e quindi con un valore potenzialmente in ascesa nel prossimo futuro. Quindi, compro oggi un gioiello virtuale firmato con la sua versione artistica quotata come NFT, lo indosso nel Metaverso e un domani, se voglio rivenderlo, potrei scoprire che ha aumentato il suo valore in quanto opera d'arte certificata.

## Verso quali sviluppi potrebbe portare tale invenzione?

XBinary non è solo un esperimento una tantum. Lo stesso processo

di trasposizione nel digitale e di quotazione dell'oggetto nel mercato parallelo degli NFT potrebbe essere applicato a tutto il segmento luxury. Per questo, Xbinary lancerà a breve un suo marketplace dedicato. Insomma, siamo di fronte alla nascita di un nuovo asset: acquisto oggi un oggetto che, grazie al perfezionamento di questa nuova tecnologia e all'interesse crescente che sta suscitando, un domani non troppo lontano potrebbe dimostrarsi un fantastico investimento. Il nostro intento è quello di creare non solo la migliore versione digitale dell'oggetto fisico - gioiello, abito o opera che sia - , ma anche la sua storia, l'ecosistema che gli ruota attorno, fino al mercato di riferimento.

*is a collection of animated designs, so to speak. The launching of “Heroes” was announced in April and the first piece was put up for sale online at Foundation - the market place for NFTs - at the beginning of June and since then, we have been offering a new one every Monday, which we regularly sell in less than 12 hours. With base auction price at €750 and average final price around €5,000, I'd say the response is more than positive.*

## What does this “virtual jewelry” consist of?

*The idea came from DressX, a digital fashion platform with which we are collaborating. It transposes collections made in the physical world into virtual reality. XBinary is the result of associating this concept with that of NFTs: it makes a virtual jewel, transformed in turn into a perfectly three-dimensional work of art, wearable, perhaps during a video call. But above all, it is totally unique and therefore has the potential to increase in value in the near future. So, I buy a virtual jewel today, signed with its artistic version listed as an NFT, I wear it in the Metaverse and tomorrow, if I want to resell it, I may find that it has increased in value as a certified work of art.*

## What developments could such an invention lead to?

*XBinary is not just a one-off experiment. The same process of transposing an object into digital and listing it on the parallel NFT market could be applied to the entire luxury segment. That's why Xbinary will soon be launching its own special market place. In short, we are looking at the birth of a new asset: I buy something today that, thanks to perfecting this new technology and the growing interest it is arousing, could prove to be a fantastic investment in the not-too-distant future. Our intention is to create not only the best digital version of the physical object - whether it be an item of jewelry, a dress or a work of art - but also its history, the ecosystem that revolves around it, everything up to its reference market.*

## Lorenza Scalisi

## How did the NFT Genesis Jewelry and NFT Heroes projects come about?

*I have known Carla Sozzani for quite some time and when I saw the jewelry by Kris Ruhs, co-founder of Fondazione Sozzani, I thought it was just perfect for a first collection of one-of-a-kind pieces in the Metaverse and that's how NFT Genesis Jewelry began. NFT Heroes, on the other hand,*

## AWARENESS

### NAYESTONES

Una tradizione che resiste nel tempo quella del fidanzamento, da celebrare con il classico anello. Che nel caso di Nayestones così classico non è. La designer Natalie Schayes con la collezione Bridal sovverte tutte le regole proponendo anelli in oro riciclato come molti diamanti, rimossi da vecchi gioielli e tagliati di nuovo. Dall'estetica minimalista e dalle pietre decentrate, Double C, Moon Ellipse, Heart e Petite Comète, con le fedeli di fidanzamento e nuziali che si incastrano per formare un unicum, sono realizzati ad Anversa a mano, ma utilizzando insieme le tecnologie di stampa 3D.



Anelli/Rings

*Engagement is a time-honored tradition, celebrated with a classic ring. Although, in the case of Nayestones, it is no longer all that classic. With her Bridal collection, designer Natalie Schayes overturns all the rules by offering rings in recycled gold and second-hand diamonds, removed from old jewelry and re-cut. The minimalist aesthetics and off-center stones of Double C, Moon Ellipse, Heart and Petite Comète, and engagement and wedding rings that interlock to form a single item, are hand-made in Antwerp combined with the use of 3D printing technology.*

# DOT

## MANIFATTURA

### VALENZA



**PRODUZIONE CONTO TERZI DI GIOIELLI IN ORO E TITANIO.  
THIRD-PARTY PRODUCTION OF TITANIUM AND GOLD JEWELLERY.**

- STAMPA 3D IN TITANIO
- OREFICERIA
- LAVORAZIONI CNC
- INCASSATURA
- MICROFUSIONE A CERA PERSA
- PROGETTAZIONE CAD 3D
- 3D-PRINTING IN TITANIUM
- MOUNTING AND FINISHING
- CNC MACHINING
- STONE SETTING
- LOST WAX CASTING
- 3D CAD DESIGN

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

TEL:+39 0131382559



# 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: 467135716  
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	272
Specific Gravity	

Optical and physical properties are approximate values

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

Photography is approximate

**IGI**

**COLORED STONE REPORT**

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.

Transparency  
The way that light interacts with the gem may create some astonishing optical phenomena, such as a star, a cat's eye effect or change of color, in different varieties.

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, but sometimes they also provide information about whether the gemstone has been treated.

Refractive Index  
When light passes through a gemstone, part of it is not absorbed, and part will be transmitted. The more light that is absorbed the less transparent the stone will be.

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

Specific Gravity  
Specific gravity is the ratio of the density of one material to the density of another.

All IGI Laboratory equipment which gives primary feedback.

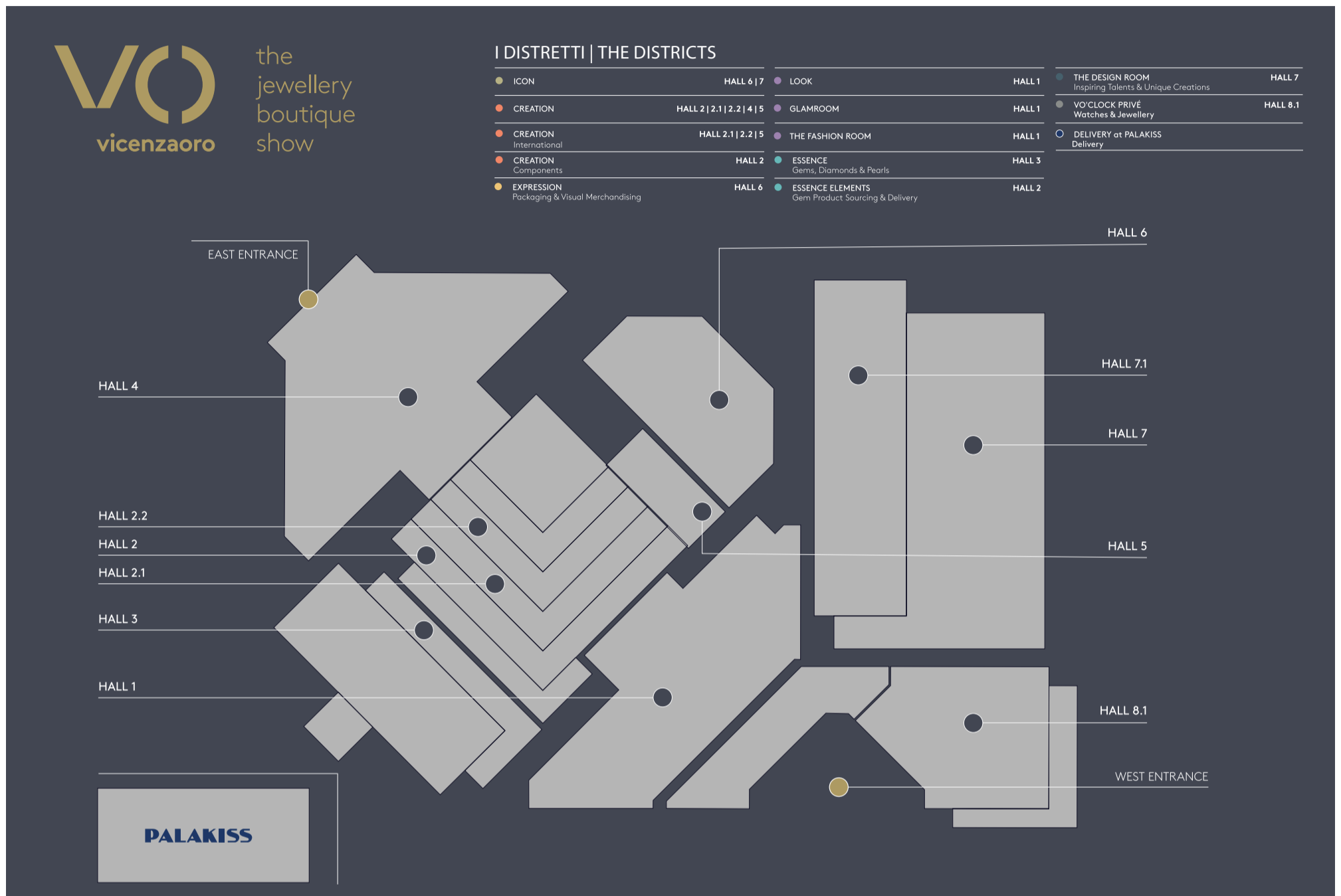
**IGI**

467135716  
2.46 Cts  
EMERALD



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

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





**GISMONDI**

**VICENZAORO  
HALL 7 / BOOTH 505**