

CASATO

VO+Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
JANUARY

CASATO

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.175

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 2. Sabato, 17 Gennaio 2026

L'ecosistema di arte e business

Instabilità geopolitica, aumento delle quotazioni delle materie prime, dazi e cambiamenti nei consumi. Eppure, la gioielleria Made in Italy si conferma il terzo produttore al mondo dopo i colossi di Cina e India. E Vicenza ne è l'indiscussa ambasciatrice >p.2

Geopolitical instability, rising raw material prices, tariffs and changes in consumer behavior. Yet Made in Italy jewelry is still the world's third largest producer after the giants of China and India. And Vicenza is its undisputed ambassador >p.2

IN EVIDENZA

SABATO

17

GENNAIO

2026

FOCUS

Unoerre

Il Tempo di Unoerre, il nuovo magazine nato per i cento anni della storica azienda aretina.

Il Tempo di Unoerre, the new magazine to mark the centenary of the historic company.

>p.8



TREND

Cloud dancer

Una tonalità delicata, vaporosa come una nuvola, che si incarna nelle forme perfette della perla. *A delicate shade, as light as a cloud, embodied in the perfect shapes of pearls.*

>p.16



EVENTI

VO Vintage

Un viaggio tra preziosi d'epoca con 28 dealer di gioielleria vintage e 27 di secondo polso.

A journey through vintage treasures with 28 vintage jewelry and 27 second-hand dealers.

>p.10



CASATO

MONTMARTRE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680



CASATO

BOUTIQUE ICON COLLECTION

CASATOGIOIELLI.COM

HALL 7 - BOOTH 680



FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
JANUARY



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.175

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 2. Sabato, 17 Gennaio 2026

L'ecosistema di arte e business

Instabilità geopolitica, aumento delle quotazioni delle materie prime, dazi e cambiamenti nei consumi. Eppure, la gioielleria Made in Italy si conferma il terzo produttore al mondo dopo i colossi di Cina e India. E Vicenza ne è l'indiscussa ambasciatrice >p.2

Geopolitical instability, rising raw material prices, tariffs and changes in consumer behavior. Yet Made in Italy jewelry is still the world's third largest producer after the giants of China and India. And Vicenza is its undisputed ambassador >p.2



EDITORIAL

CORRADO PERABONI
AD ITALIAN EXHIBITION GROUP

Abbiamo inaugurato una Vicenzaoro da sold-out, con oltre 1300 espositori e buyer in arrivo da più di 140 Paesi del mondo. Un osservatorio eccezionale sull'industria globale del gioiello che consolida sempre più la sua dimensione internazionale e strategica. Nella visione di IEG per sostenere lo sviluppo organico del settore e distribuire l'innovazione lungo l'intera filiera, non solo la Jewellery Agenda ha integrato eventi come JGTD a Dubai e SIJE a Singapore, ma è affiancata da una Tech Agenda incentrata sulle tecnologie orafe. Dopo l'avvio pochi mesi fa di The Vicenza Symposium, a settembre 2026 il salone T.Gold - già leader nel segmento dei macchinari orafi - si sposterà nel quartiere fieristico rinnovato con una seconda edizione annuale, la più ampia esposizione di macchinari in movimento e un palinsesto di approfondimenti scientifici ed educational. È la prossima avanguardia della strategia di IEG: rafforzare le sue piattaforme di business, promuovere l'innovazione e offrire opportunità di crescita a tutti i player di questa straordinaria industry.

(segue a pagina 2)

IN EVIDENZA

SABATO

17 GENNAIO 2026

FOCUS

Unoerre

Il Tempo di Unoerre, il nuovo magazine nato per i cento anni della storica azienda aretina. *Il Tempo di Unoerre, the new magazine to mark the centenary of the historic company.* >p.8



TREND

Cloud dancer

Una tonalità delicata, vaporosa come una nuvola, che si incarna nelle forme perfette della perla. *A delicate shade, as light as a cloud, embodied in the perfect shapes of pearls.* >p.16



EVENTS

VO Vintage

Un viaggio tra preziosi d'epoca con 28 dealer di gioielleria vintage e 27 di secondo polso. *A journey through vintage treasures with 28 vintage jewelry and 27 second-hand dealers.* >p.10

Il colore nelle creazioni orafe di Dolce & Gabbana

Al centro del talk di oggi di Assogemme, l'importanza della scelta cromatica per creare l'identità di un brand. Alle 15.30 all'Educational Hub

Nella gioielleria, come nella moda e nel design, la scelta cromatica influenza il valore percepito di una collezione e la capacità di creare legami con il cliente. Di fatto, il colore non è solo estetica: è linguaggio, iden-

tità, strategia. Di questo si parlerà oggi nel talk organizzato da Assogemme a Vicenzaoro, in dialogo con Loredana Sangiovanni, Gemological Director & Collection Coordinator di Dolce&Gabbana, brand che ha fatto dell'uso del colore un tratto distintivo, un segno di forza e autenticità. Un incontro che approfondirà anche il ruolo del colore come portatore di valori: la professionalità necessaria per selezionare le gemme, la fatica per raggiungere la perfezione, il coraggio di affermare la

propria identità, il legame con la tradizione e con la terra. Partecipare significa quindi acquisire competenze su linguaggi che incidono sul potenziale creativo e commerciale di ogni collezione. Il talk si inserisce nei programmi educativi promossi da Assogemme, incentrati sulla responsabilità sociale d'impresa e sulla sostenibilità nella filiera dei metalli e delle pietre preziose, collaborando con iniziative multi-stakeholder per l'approvvigionamento responsabile e la (segue a pagina 4)

Il nuovo paradigma della gioielleria

L'evento "Coded Couture - Il gioiello come codice culturale nell'era dell'Intelligenza Artificiale" oggi alle ore 11 al Teatro Palladio, ci restituisce il valore contemporaneo del gioiello, attraverso le preziose testimonianze di ospiti d'eccezione

Patrimonio, identità e tecnologia sono le matrici di un nuovo pa-

radigma della gioielleria, raccontato oggi al Teatro Palladio, dalle 11.00 alle 12.30, attraverso le testimonianze di ospiti d'eccellenza riuniti per l'evento Coded Couture - Il gioiello come codice culturale nell'era dell'Intelligenza Artificiale, organizzato da Trendvision Jewellery + Forecasting - l'Osservatorio indipendente di IEG. Paola De Luca, fondatrice e Creative Director di Trendvision Jewellery + Forecasting, spiega: "Coded Couture racconta il processo delle Quan- (segue a pagina 4)



L'ecosistema di arte e business

(segue dalla prima)

Vicenzaoro January 2026 ha inaugurato ieri con una affollata Opening Ceremony durante la quale istituzioni e i vertici di IEG Italian Exhibition Group hanno riportato numeri importanti: in primis, la cifra di oltre 1.300 espositori - di cui il 40% esteri da 30 Paesi, oggetto di interesse di un parterre di oltre 560 buyer ospitati da 65 Paesi in collaborazione con MAECI e ICE, che vanno a comporre una fotografia articolata e dinamica del comparto, a conferma del consolidato ruolo di Vicenzaoro come ambasciatrice dell'eccellenza italiana nel mondo. Ad aprire i lavori è stato il vicedirettore del TG5 Giuseppe De Filippi, che ha portato subito l'attenzione di imprenditori e media accreditati sull'andamento dei lavori di ampliamento del quartiere fieristico: "La promessa di completare entro al massimo due anni i 22.000 mq di spazi del nuovo padiglione, con i lavori iniziati nel febbraio 2024, verrà mantenuta, e questo è un traguardo straordinario e un messaggio forte di crescita per l'industria". Sul fil rouge di questo spunto sono intervenuti i primi due ospiti sul palco: Alberto Stefani, neo governatore del Veneto, che ha definito Vicenzaoro «una realtà straordinaria e un fiore all'occhiello della Regione», ricordando che "con oltre 1.200 imprese artigiane, il territorio genera il 26% dell'export nazionale del settore", e poi Corrado Peraboni, amministratore delegato di IEG, che ha parlato di un'edizione di svolta: "Due anni e mezzo fa tutti pensavano che avremmo dovuto spostare altrove la fiera per quattro edizioni. Invece, in 24 mesi, con il supporto dell'industria e delle istituzioni, siamo riusciti a rispettare i tempi previsti. Magie che accadono quando le persone giuste si radunano in un luogo giusto". Quindi, "People. Products. Places", come ricorda il claim di questa edizione. Citato nello speech

dell'ad, Luca Zaia ha aggiunto: "Gli orafi vicentini sono ambasciatori del Veneto e del Made in Italy nel mondo: portano ovunque qualità, stile, innovazione e la cultura del lavoro che ci contraddistingue in una fase che può essere complicata, in cui si sente troppo spesso la parola guerra più della parola pace. Come istituzioni e associazioni d'impresa, bisogna continuare a stare vicini all'oreficeria". Parlando di export, Matteo Zoppas, Presidente di Agenzia ICE, ha evidenziato che "Agenzia ICE porta ogni anno 12.000 operatori stranieri tra buyer e giornalisti, e secondo una recente ricerca Istat, le aziende che decidono di usufruire dei nostri servizi hanno in media una crescita del 10%". Giovanni Possamai, Sindaco di Vicenza, ha invece puntato sul perfetto connubio che la sua città offre fra business e arte, ricordando come la prima edizione di The Vicenza Symposium sia stata apprezzata dagli oltre 100 imprenditori presenti a settembre scorso anche per la grande suggestione offerta da una location come la Basilica Palladiana, Patrimonio Unesco. "Parlare di innovazione in un edificio del '500 è straordinario, significa parlare di crescita cui partecipano investimenti pubblici e privati, come nel caso della realizzazione della nuova stazione che a breve nascerà davanti al quartiere fieristico e del collegamento con l'aeroporto di Venezia". Andrea Nardin, Presidente della Provincia, ha invece voluto sottolineare il prezioso contributo dato da IEG nello stimolare la crescita delle future generazioni di addetti al comparto orafa, con talk e attività di formazione. A chiudere la cerimonia è stata Maria Cristina Squarcialupi, neo presidente di Confindustria Federorafi: "L'avvio del mio mandato avviene in un contesto di mercato complesso: nei primi nove mesi del 2025 l'export del settore ha registrato una flessione

superiore al 15% rispetto al 2024, con una perdita stimata a fine anno di circa 2 miliardi di euro. Pesano instabilità geopolitica, aumento delle quotazioni delle materie prime, dazi e cambiamenti nei consumi, con mercati come la Turchia e gli Stati Uniti in rallentamento, a fronte della tenuta di Emirati Arabi Uniti, Svizzera e Regno Unito. Nonostante ciò, il settore orafa italiano resta un'eccellenza del Fare Italiano e il terzo produttore mondiale. Il mio mandato punta su continuità di governance, valorizzazione della filiera e rafforzamento dei servizi alle imprese. La parola chiave: fare sistema!"

Vicenzaoro January 2026 was inaugurated yesterday with a crowded Opening Ceremony during which institutions and IEG Italian Exhibition Group management reported important numbers: first and foremost, over 1,300 exhibitors - of which 40% foreign from 30 countries, attracting the interest of an audience of over 560 hosted buyers from 65 countries in collaboration with the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation (MAECI) and the Italian Trade Agency (ITA), who together paint a complex and dynamic picture of the sector, confirming Vicenzaoro's established role as an "ambassador" of Italian excellence around the world.



innovation throughout the entire supply chain, the Jewelry Agenda has not only integrated events such as JGTD in Dubai and SIJE in Singapore, but is also accompanied by a Tech Agenda specifically for jewelry technologies. Following the launch of The Vicenza Symposium a few months ago, in September 2026 the T.Gold exhibition - already a leading event in the jewelry machinery sector - will move to the renovated exhibition center with a second annual edition, featuring the largest exhibition of machinery in motion and a program of scientific and educational insights. This is the next frontier in IEG's strategy: strengthen its business platforms, promote innovation and offer growth opportunities to every player in this extraordinary industry.

CORRADO PERABONI
CEO IEG

We have inaugurated an all-sold-out Vicenzaoro with over 1,300 exhibitors and buyers arriving from more than 140 countries worldwide. An exceptional observatory on the global jewelry industry, which is increasingly consolidating its international and strategic dimension. In line with IEG's vision to support the organic development of the sector and distribute

The proceedings were opened by Deputy Director of TG5, Giuseppe De Filippi, who immediately drew the attention of entrepreneurs and accredited media to the progress of the redevelopment work on the Expo Center: «The promise to complete 22,000 square meters of extra space within a maximum of two years, with work starting in February 2024, will be kept, and this is an extraordinary achievement and a powerful message of growth for the industry.» The first two guests on stage continued on this theme: Alberto Stefani, the Veneto Region's new governor, who described Vicenzaoro as «an extraordinary reality and a source of pride for the region», noting that «with over 1,200 artisan businesses, the area generates 26% of the sector's national exports», and then Corrado Peraboni, CEO of IEG, who spoke of a turning point edition. «Two and a half years ago, everyone thought we would have to move the show elsewhere for four editions. Instead, in 24 months, with the support of the industry and institutions, we have managed to meet the deadline. And this magic happens when the right people come together in the right place.» Hence this edition's claim: "People. Products. Places". Mentioned in the CEO's speech, Luca Zaia added: «Vicenza's goldsmiths are world ambassadors for Veneto and Italian craftsmanship: they take quality, style, innovation and a work culture that sets us apart wherever they go at a time that can be complicated with conflicts affecting markets and an international climate in which the word "war" rather than the word "peace" is heard all too often. As institutions and business associations, we must continue to stand by the world of goldsmithing.» Speaking of exports, Matteo Zoppas, President of the Italian Trade Agency, pointed out that «ITA brings 12,000 foreign operators, including buyers and journalists, every year, and according to recent Istat research, companies that decide to use our services have an ave-

rage growth of 10%.» Giovanni Possamai, Mayor of Vicenza, focused on the perfect combination of business and art that his city offers, recalling how the first edition of The Vicenza Symposium was appreciated by the more than 100 entrepreneurs who attended last September, thanks in part to the impressive setting of the Basilica Palladiana, a UNESCO World Heritage Site. «Talking of innovation in a 16th-century building is extraordinary. It means talking about growth that involves both public and private investment, as in the case of the new station that will soon be built in front of the Expo Center and the connection to Venice airport.» Andrea Nardin, President of the Province, emphasized IEG's valuable contribution in stimulating the growth of future generations of goldsmiths with talks and training. Maria Cristina Squarcialupi, the new President of Confindustria Federorafi, closed the ceremony: «My term of office begins in a complex market context: in the first nine months of 2025, sector exports fell by more than 15% compared to 2024 with an estimated loss of around €2 billion at the end of the year. Geopolitical instability, rising raw material prices, tariffs and changes in consumer behaviour are weighing heavily with markets such as Turkey and the United States slowing down, while the United Arab Emirates, Switzerland and the United Kingdom are holding steady. Despite this, the Italian jewellery industry is still an Italian manufacturing excellence and the third largest producer in the world. My mandate focuses on continuity of governance, enhancement of the supply chain and strengthening of services to businesses. The key word is "systemization"!»

Lorenza Scalisi



longobardirujdesign.it

benoi
MEMORY MERCHANTS

benoi.com

Il colore nelle creazioni orafe di Dolce & Gabbana

(segue dalla prima)

due diligence. Già partner di Cibjo, è parte attiva di Confindustria Federorafi, collabora con IGI Milano, istituto gemmologico di riferimento, e con la Fondazione Mani Intelligenti di Valenza per formare nuove generazioni di maestri orafi. E da ultimo, ha istituito il Comitato Etico delle pietre di colore, presieduto da Guido Grassi Damiani, che coinvolge brand di prestigio come Alberta Ferretti, Buccellati, Bulgari, Crivelli, Damiani, Dolce&Gabbana, Gucci, Pasquale Bruni e Boucheron.



Loredana Sangiovanni.

Today's Assogemme talk focuses on the importance of color choice in creating a brand identity. At 3:30 pm in the Educational Hub

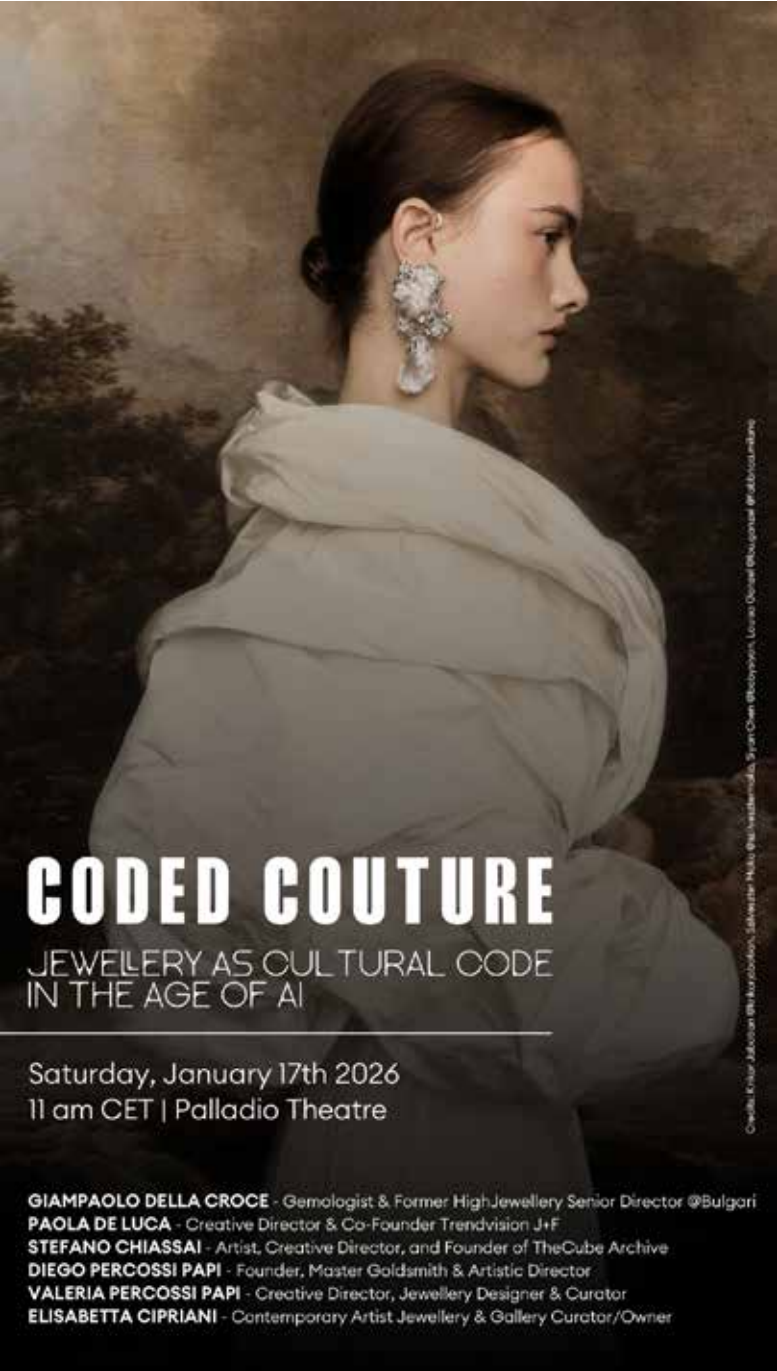
In jewelry, as in fashion and design, color choices influence the perceived value of a collection and the ability to connect with customers. Color is not, in fact, just about aesthetics: it is language, identity, strategy. This will be the topic of discussion in today's talk, organized by Assogemme at Vicenzaoro, in conversation with Loredana Sangiovanni, Gemological Director & Collection Coordinator at Dolce&Gabbana, a brand that has made

the use of color a distinctive feature, a sign of strength and authenticity. The meeting will also explore the role of color as a conveyor of values: the professionalism required to select gems, the effort needed to achieve perfection, the courage to assert one's identity, and the connection with tradition and the territory. Participating will therefore lead to acquiring skills in languages that affect the creative and commercial potential of each collection. The talk is part of the educational programs promoted by Assogemme that focus on corporate social responsibility and sustainability in the precious metals and stones supply chain in collabo-

ration with multi-stakeholder initiatives for responsible sourcing and due diligence. Already a partner of Cibjo, Assogemme is an active member of Confindustria Federorafi. It collaborates with IGI Milano, a leading gemological institute, and the Fondazione Mani Intelligenti in Valenza to train new generations of master goldsmiths. Lastly, it has established the Ethical Committee for Colored Stones, chaired by Guido Grassi Damiani, which involves prestigious brands such as Alberta Ferretti, Buccellati, Bulgari, Crivelli, Damiani, Dolce&Gabbana, Gucci, Pasquale Bruni and Boucheron.

Il nuovo paradigma della gioielleria

(segue dalla prima)



tum Practices e ridefinisce l'archivio come spazio di sperimentazione creativa e artistica. Parliamo di un sistema dinamico di forme, gesti, errori e intuizioni che può essere decodificato, ricodificato e riattivato. Nel gioiello,

l'archivio – fatto di pezzi unici, processi lenti, relazioni con il corpo e con chi lo indossa – diventa materia viva per la ricerca. Attraverso l'ibridazione tra tecniche artigianali, intelligenza artificiale e sistemi generativi, si comporta



Stefano Chiasai, Giampaolo Della Croce, Paola De Luca.

come un'opera aperta: un campo artistico in cui analogico e digitale operano come realtà parallele. Questa tensione produce nuovi linguaggi. Il codice non sostituisce il gesto, ma lo espande; l'arte non rappresenta il tempo, lo attraversa". L'evento è concepito come una narrazione in capitoli, in cui ogni relatore aggiunge un tassello al significato di Coded Couture, contribuendo a svilupparne il concetto da prospettive diverse e complementari. Il Capitolo 1, The Story Teller, è affidato a Giampaolo Della Croce, che restituisce centralità al ruolo del Grand Vendeur nell'alta gioielleria. Nel Capitolo 2, Paola De Luca introduce il tema, chiarendo il ruolo degli archivi e della ricerca come codici creativi e strategici. Nel Capitolo 3, Moda, Costume e Archivio, Stefano Chiasai esplora l'archivio come motore creativo per nuove collezioni, attraverso esempi concreti della sua ricerca. Nel Capitolo 4, La Bottega e la Scuola Romana, Diego e Valeria Percossi Papi riportano l'attenzione sulla tradizione orafa, sul passaggio generazionale e sul valore della tecnica. Chiude Elisabetta Cipriani con il Capitolo 5, Arte & Gioiello, dedicato alla sperimentazione artistica.

The event “Coded Couture – Jewelry as a Cultural Code in the Age of Artificial Intelligence”, taking place today at 11:00 a.m. at Teatro Palladio, highlights the contemporary value of jewelry through the valuable contributions of special guests

Heritage, identity, and technology are the foundations of a new paradigm in jewelry, explored today at Teatro Palladio from 11:00 a.m. to 12:30 p.m. through the contributions of special speakers gathered for Coded Couture – Jewelry as a Cultural Code in the Age of Artificial Intelligence, organized by Trendvision Jewellery + Forecasting – IEG's independent observatory. Paola De Luca, Founder and Creative Director of Trendvision Jewellery + Forecasting, explains: "Coded Couture explores the process of Quantum Practices and redefines the archive as a space for creative and artistic experimentation. We are talking about a dynamic system of forms, gestures, errors, and intuitions that can be decoded, recorded, and reactivated. In jewelry, the archive – made of unique pieces, slow processes, and relationships with the body and the wearer – becomes living material for research. Through the hybridization of artisanal techniques,

artificial intelligence, and generative systems, it behaves as an open work: an artistic field in which analog and digital operate as parallel realities. This tension produces new languages. Code does not replace gesture, it expands it; art does not represent time, it moves through it." The event is conceived as a narrative in chapters, in which each speaker adds a layer to the meaning of Coded Couture, helping to develop the concept through different and complementary perspectives. Chapter 1, The Story Teller, is entrusted to Giampaolo Della Croce, who restores centrality to the role of the Grand Vendeur in high jewelry. In Chapter 2, Paola De Luca introduces the theme, clarifying the role of archives and research as creative and strategic codes. In Chapter 3, Fashion, Costume and Archive, Stefano Chiasai explores the archive as a creative engine for new collections, through concrete examples drawn from his research. In Chapter 4, The Workshop and the Roman School, Diego and Valeria Percossi Papi refocus attention on goldsmithing tradition, generational transmission, and the value of technique. The program concludes with Chapter 5, Art & Jewelry, in which Elisabetta Cipriani addresses artistic experimentation.

Antonella Reina

Aminoff
LONDON

FINE PEARL JEWELLERY SINCE 1972



HALL 6 BOOTH 261

AMINOFFLONDON.COM

Responsabilità e sostenibilità al centro: i due appuntamenti chiave di Cibjo

Vicenzaoro ospita oggi due sessioni di grande rilievo dedicate ai temi della sostenibilità e della gestione responsabile nella filiera del gioiello, con protagonisti i principali esperti internazionali

Vicenzaoro is hosting two important sessions today on the topics of sustainability and responsible management in the jewelry supply chain featuring leading international experts

Un filo d'oro che lega responsabilità e futuro: è questa l'immagine che meglio racconta il cuore dei due primi appuntamenti, sui sette totali di questa edizione, firmati Cibjo in programma sabato 17 gennaio a Vicenzaoro, dedicati alla sostenibilità nella filiera del gioiello. Si parte alle 11:45 all'Educational Hub con "Introducing the Gold Principles Group", il gruppo nato per unire i protagonisti del settore aurifero globale e promuovere pratiche etiche e trasparenti lungo tutta la catena del valore, dal minerale al mercato. Fondato sulla Gold Industry Declaration of Responsibility and Sustainability Principles del 2022, il GPG affronta temi cruciali come ESG, approvvigionamento responsabile, cambiamento climatico e attività estrattive artigianali, con l'obiettivo di costruire fiducia e garantire una filiera sostenibile. A moderare sarà Dave Knight, Sustainable Development and Human Rights Specialist di One Planet, affiancato da speaker di primo piano: Gaetano Cavalieri, Presidente Cibjo, John Mulligan, Head of Sustainability Strategy del

World Gold Council e coordinatore del GPG, e Iris Van der Veken, Executive Director della Watch & Jewellery Initiative 2030. Il pomeriggio prosegue alle 14:30 al Palladio Theatre con "Managing risk and driving change in jewellery supply chains", sessione che segna il lancio imminente di due strumenti fondamentali per il settore: la ESG & Sustainability Reference Guide for the Jewellery Industry e la versione 2.0 del Responsible Sourcing Blue Book and Toolkit di Cibjo. L'incontro esplorerà come costruire basi solide per gestire i rischi nelle catene di fornitura e valutare l'impatto sociale e ambientale delle attività, trasformando le sfide in opportunità di cambiamento positivo. A guidare il dibattito sarà John Mulligan, Presidente della CIBJO Sustainability Development Commission e Head of Sustainability Strategy al World Gold Council, insieme a esperti come Vivien Johnston Glass del World Gold Council, Francesca Manfredi di Kering, Iris Van der Veken e Alice Vanni di Italpreziosi.

A golden thread that links responsibility and the future: this is the image that best sums up the essence of the first two events of seven organized by Cibjo for this edition of Vicenzaoro, on sustainability in the jewelry supply chain, scheduled for Saturday, January 17. The first event, at 11.45 am in the Educational Hub, starts with "Introducing the Gold Principles Group", a group created with the aim of bringing together key players in the global gold industry and promoting ethical and transparent practices throughout the value chain, from the mine to the market. Based on the Gold Industry Declaration of Responsibility and Sustainability Principles of 2022, the GPG addresses crucial issues such as ESG, responsible sourcing, climate change, and artisanal mining, with the aim of building trust and ensuring a sustainable supply chain. The discussion will be moderated by Dave Knight, Sustainable Development and Human Rights Specialist at One Planet, alongside prominent speakers: Gaetano Cavalieri, President of Cibjo, John Mulligan, Head of Sustainability Strategy at the World Gold Council

and GPG coordinator, and Iris Van der Veken, Executive Director of the Watch & Jewellery Initiative 2030. Continuing into the afternoon, at 2.30 pm in the Palladio Theater, the "Managing risk and driving change in jewelry supply chains" session will mark the imminent launch of two key tools for the industry: the ESG & Sustainability Reference Guide for the Jewelry Industry and version 2.0 of Cibjo's Responsible Sourcing Blue Book and Toolkit. The meeting will look into how to build solid foundations for managing risks in supply chains and assessing the social and environmental impact of activities in order to transform challenges into opportunities for positive change. The discussion will be led by John Mulligan, President of the Cibjo Sustainability Development Commission and Head of Sustainability Strategy at the World Gold Council, together with experts such as Vivien Johnston Glass from the World Gold Council, Francesca Manfredi from Kering, Iris Van der Veken, and Alice Vanni from Italpreziosi.

VO AWARDS

And the winner is...

Grande novità di questa edizione di Vicenzaoro, i VO Awards. Una celebrazione dell'eccellenza del settore, tra creatività, visione e capacità di interpretare il presente e il futuro del gioiello. Domenica 18 gennaio alle 18.30, il Teatro Palladio all'interno del quartiere fieristico ospiterà la cerimonia di premiazione durante la quale la giuria di esperti conferirà i riconoscimenti alle migliori espressioni del sistema gioiello, individuate anche attraverso il voto espresso da aziende, buyer e visitatori del salone, tra i prodotti finalisti candidati dagli espositori delle community Icon, Look, Creation. Otto le categorie per 24 finalisti!

Come votare?

Visita la Welcome Lounge nella Hall 7, ammira i finalisti dal vivo e vota il tuo preferito, inquadrando il QR Code qui sotto.

The big news at this year's Vicenzaoro is the VO Awards. A celebration of excellence in the sector, combining creativity, vision, and the ability to interpret the present and future of jewelry. On Sunday, January 18, at 6:30 p.m., the Palladio Theater inside the exhibition center, will host the awards ceremony during which a jury of experts will present awards to the best expressions of the jewelry system, selected through votes cast by companies, buyers, and visitors to the show, from among the finalist products nominated by exhibitors in the Icon, Look, and Creation communities. Eight categories for 24 finalists!

How to vote?

Visit the Welcome Lounge in Hall 7, see the finalists live, and vote for your favorite by scanning the QR code below.



Caratteristiche e prospettive del mercato italiano per il settore orafo

Oggi pomeriggio, dalle 14 alle 14.45 presso l'Educational Hub, si terrà il secondo convegno organizzato dal Club degli Orafi, in collaborazione con il Centro Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo

This afternoon, from 2:00 p.m. to 2:45 p.m. at the Educational Hub, the second talk organized by the Goldsmiths' Club will be held, in collaboration with the Intesa Sanpaolo Study and Research Center



Sara Giusti e Stefano Andreis.



li distributivi sotto pressione, nuovi equilibri competitivi, aspettative e criticità reali. Per i retailer, l'evento rappresenta un momento di confronto informato e non autoreferenziale. I risultati della ricerca, accessibili anche in formato scaricabile, offrono uno strumento di lettura e di lavoro: per capire dove si colloca la propria esperienza, quali dinamiche sono condivise e quali scelte diventano oggi strategiche per restare rilevanti sul mercato.

Stefano Andreis, Ceo of Gioielleria San Marco and President of Confindustria Federpreziosi, together with Claudio de' Nobili, Head of Marketing and Distribution, Maurizio de' Nobili, and Sara Giusti, Economist at Industry Research Intesa Sanpaolo, will discuss this afternoon the changes affecting the gold retail sector in Italy. Moderated as always by the General Manager of the Goldsmiths' Club, Laura Bason, the protagonists of this day will focus on what is happening today in the national market, starting from a sociological survey conducted in the field and dedicated to multi-brand

retail. This research collects the voices, data, and perceptions of operators, providing a concrete picture of the transformations taking place: distribution models under pressure, new competitive balances, expectations, and real critical issues. For retailers, the event represents an opportunity for informed and non-self-referential discussion. The results of the research, also available in downloadable format, offer a tool for reading and working: to understand where one's experience fits in, what dynamics are shared, and what choices are now strategic in order to remain relevant in the market.

Stefano Andreis, Amministratore Delegato Gioielleria San Marco e Presidente Confindustria Federpreziosi, con Claudio de' Nobili, Responsabile marketing e distribuzione, Maurizio de' Nobili e Sara Giusti, Economista Industry Research Intesa Sanpaolo si confronteranno questo pomeriggio sul cambiamento che interessa il retail orafo in Italia. Moderati come sem-

pre dal Direttore Generale del Club degli Orafi, Laura Bason, i protagonisti di questa giornata metteranno a fuoco ciò che sta accadendo oggi nel mercato nazionale, partendo da un'indagine sociologica costruita sul campo e dedicata al retail multimarca. Una ricerca che raccoglie voci, dati e percezioni degli operatori, restituendo una fotografia concreta delle trasformazioni in atto: model-



A K I L L I S
JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713

Unoaerre celebra i suoi primi 100 anni

Per festeggiare un secolo di storia, l'azienda aretina lancia un magazine che ripercorre tappe, valori, innovazione, cultura attraverso le icone che hanno fatto la storia della gioielleria italiana

To celebrate a century of history, the Arezzo-based company launches a magazine that traces its steps, values, innovation, and culture through the icons that have shaped the history of Italian jewelry

Si chiama Il Tempo di Unoaerre. Sed è il nuovo magazine nato per raccontare i cento anni di eccellenza della storica azienda aretina, tra innovazioni e trasformazioni nel mondo della gioielleria. Dal 1926 a oggi, Unoaerre ha attraversato epoche, linguaggi e mercati diversi, mantenendo sempre un costante equilibrio tra artigianalità e innovazione, raccontato in questo nuovo spazio editoriale in cui si ripercorre la storia del brand, in un intreccio tra passato, presente e futuro. A tenere insieme la narrazione è uno slash grafico, un segno che attraversa ogni pagina, una linea obliqua che unisce e separa, simbolo di passaggio ma anche di continuità. Il magazine esplora i valori fondanti dell'azienda, dalle lavorazioni iconiche, come chicco e corda, alle catene e alle fedie, passando per la sostenibilità, le nuove tecnologie, la cultura del territorio e la moda, da sempre parte integrante del suo percorso creativo. Un racconto aperto, che guarda avanti senza dimenticare il luogo dove tutto è iniziato. Centrale in questo percorso è la famiglia Squarcialupi, custode dell'identità contemporanea del marchio. L'ingresso di Sergio Squarcialupi nel 2012 - dopo una lunga esperienza interna - segnò un passaggio decisivo, fondato sulla cono-



Sopra, ritratto della famiglia. A destra, foto di Lorenzo Ferroni. Entrambe tratte dal Magazine Il Tempo di Unoaerre.

scenza profonda del mestiere e sulla volontà di guidare l'azienda verso una nuova stagione di crescita. Oggi la figlia Maria Cristina, Presidente, e il figlio Andrea, Consigliere, portano avanti questa visione con continuità e radicamento nel territorio, interpretando il patrimonio dell'azienda come un'eredità viva e orientata al

futuro. "Celebrare i cento anni di Unoaerre è un traguardo che contiene in sé una nuova partenza. Abbiamo saputo trasformare le sfide in opportunità, mantenendo salda la capacità di anticipare le direzioni del mercato. Il nostro centenario è un ponte verso il futuro", afferma Maria Cristina Squarcialupi.

It is called Il Tempo di Unoaerre - The Time of Unoaerre - and is the new magazine created to recount the hundred years of excellence of the historic Arezzo-based company, amid innovations and transformations in the world of jewelry. From 1926 to today, Unoaerre has traversed different eras, languages, and markets, always maintaining a constant balance between craftsmanship and innovation, recounted in this new editorial space that traces the history of the brand, intertwining past, present, and future. The narrative is held together by a graphic slash, a sign that runs across every page, an oblique line that unites and separates, a symbol of transition but also of continuity. The magazine explores the company's founding values, from iconic processes, such as chicco and corda, to chains and wedding rings, through sustainability, new technologies, local culture, and fashion, which have always been an integral part of its creative journey. An open narrative that looks ahead without forgetting where it all began. Central to this journey is the Squarcialupi family, guardians of the brand's contemporary identity. Sergio Squarcialupi's arrival in 2012 - after extensive experience within the company - marked a decisive transition, based on his profound knowledge of the trade and his desire to lead the company toward a new season



of growth. Today, his daughter Maria Cristina, President, and his son Andrea, Director, continue to pursue this vision with continuity and deep roots in the local area, interpreting the company's heritage as a living legacy oriented towards the future. "Celebrating Unoaerre's 100th anniversary is a milestone that represents a new beginning. We have been able to turn challenges into opportunities, while maintaining our ability to anticipate market trends. Our centenary is a bridge to the future," says Maria Cristina Squarcialupi.

Storia, etica e qualità delle perle Akoya giapponesi

A cura della Japan Pearl Exporters' Association, si terrà oggi nell'Educational Hub il seminario dedicato alle perle, in un percorso che si soffermerà sulle loro principali qualità

Organized by the Japan Pearl Exporters' Association, a seminar dedicated to pearls will be held today at the Educational Hub, focusing on the main qualitative features of pearls

Dalle 10.30 alle 11.30, si svolgerà oggi il seminario "Storia, etica e qualità delle perle Akoya giapponesi" con lo scopo di promuovere l'attività delle perle coltivate Akoya sul mercato globale, in concomitanza con la pubblicazione della versione rivista del "Pearl Standard (Pearl Standard 2025)", predisposta dalla Japan Pearl Promotion Society. Il primo tema del seminario, "Storia", illustra come le perle coltivate Akoya, inventate in Giappone tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, abbiano ottenuto il riconoscimento e l'accettazione nel trionfante mercato delle perle naturali. La seconda sezione, "Qualità", ne descrive i volumi di produzione e il fascino, nonché le tecniche di trattamento rappresentate da "Maeshori", "Breaching" e "Choshoku". Il tema finale, "Sostenibilità", delinea il ciclo di vita della perla, i tre pilastri della sostenibilità e le attuali sfide e iniziative. L'artigianalità, che è alla base della manifattura giapponese, è sempre stata guidata dalla dedizione degli artigiani al proprio lavoro e dalla ricerca della bellezza nelle loro creazioni. Questo spirito di continua



ricerca della qualità è tramandato anche nella coltivazione delle perle Akoya, così come il concetto di artigianalità è profondamente radicato nei valori tradizionali giapponesi di convivenza con la natura, ispirati allo Shintoismo e al Buddhismo. Tale visione trova una forte risonanza nell'etica dell'artigianato italiano, che mira a creare prodotti di qualità eccellente, attraverso tecniche tradizionali unite a una sensibilità contemporanea.

From 10:30 to 11:30 a.m. today, a seminar entitled "History, Ethics, and Quality of Japanese Akoya Pearls" will be held with the aim of promoting the appeal of Akoya cultured pearls in the global market, coinciding with the publication of the revised version of the "Pearl Standard (Pearl Standard 2025)" prepared by the Japan Pearl Promotion Society. The first theme of the seminar, "History," illustrates how Akoya cultured pearls, invented in Japan in the late 19th and early 20th cen-



turies, gained recognition and acceptance in the traditional natural pearl market. The second section, "Quality," describes their production volumes and appeal, as well as the treatment techniques represented by "Maeshori," "Breaching," and "Choshoku." The final theme, "Sustainability," outlines the life cycle of the pearl, the three pillars of sustainability, and current challenges and initiatives. Craftsmanship, which is at the heart of Japanese manufacturing, has always been driven by artisans'

dedication to their work and the pursuit of beauty in their creations. This spirit of continuous pursuit of quality is also passed down in the cultivation of Akoya pearls, just as the concept of craftsmanship is deeply rooted in traditional Japanese values of coexistence with nature, inspired by Shintoism and Buddhism. This vision resonates strongly with the ethics of Italian craftsmanship, which aims to create products of excellent quality through traditional techniques combined with contemporary sensibilities.



Starring Elisabetta Gregoraci
Designer Fausto Delucchi



PAD 7 - STAND 360

VO Vintage continua a crescere

Tra dealer della gioielleria e dell'orologeria vintage, il progetto conta in questa edizione 55 espositori totali, con un 25% in più rispetto alla scorsa edizione

Between vintage jewelry and watch dealers, a total of 55 exhibitors at this edition of the project, 25% more than last year

Un viaggio tra preziosi d'epoca con 28 tra i migliori dealer della gioielleria vintage italiani ed esteri e 27 dell'orologeria secondo polso, quello che appassionati e non solo affronteranno nell'area dedicata all'interno del quartiere fieristico, nel mezzanino della hall 8.1. Tra gli espositori di gioielleria, Zagari da Napoli, quinta generazione di gioiellieri specializzati in vintage signed jewelry, diamanti di taglio antico e pietre di colore. La bergamasca E.L.A. Antichità, da 25 anni punto di riferimento in Italia per appassionati di gioielleria d'epoca e vintage. I Santi Medici, spazio d'arte che a La Spezia unisce preziosi d'epoca provenienti da collezioni nobiliari, che portano con sé storie peculiari. La cremasca Italian Vintage Jewellery, fondata da due gemmologi con esperienze per grandi maison internazionali dei diamanti e della gioielleria, si rivolge a un pubblico di collezionisti informati e sensibili alla qualità gemmologica. EL&L Finery di Lisa Finkelman van der Plas porta l'esperienza e il gusto di una "figlia d'arte" riconosciuta per pezzi da collezione europei unici dall'antiquariato tardo Ottocento-primo Novecento fino al vintage dagli anni '60 agli '80. Per l'orologeria, tra gli altri: Vintage Watches di Stefano Mazzariol, Vintage Watches and Cars di Andrea Foffi, Il Quadrante di Antonio Nocco, Prezioso, Vintage Watches Milano e Mr. Tempo Prezioso. Oltre alla ricca e prestigiosa offerta espositiva, VO Vintage sarà ricco di eventi e percorsi espositivi: tappa obbligata la mostra dedicata al GMT-Master con quadranti Gilt (1960-1967). Tecnologia oggi ormai abbandonata, il quadrante Gilt ha segnato un'epoca dal 1960 al 1967 grazie a lucentezza e toni caldi dell'oro. VO Vintage ne porta in mostra al pubblico ben 15, tutti in ordine cronologico, grazie a prestiti di privati e di dealer. Una mostra completa di memorabilia e materiali pubblicitari storici, curata da Fabrizio Artioli, Marco Di Falco e Andrea Piccinini che dialogheranno con esperti italiani nella giornata di oggi. Tra gli altri eventi dedicati al mondo d'antan, tutti in Sala Canova: alle 11:30 "Gli stati generali del vintage", un confronto tra alcuni dei protagonisti italiani del collezionismo - Stefano Mazzariol, Tony Musumeci, Andrea Foffi, Antonio Nocco in dialogo con Michele Mengoli, Giorgione e Jacopo Giudici; alle 14 il professor Guido Pancani della Fondation Haute Horlogerie di Ginevra presenta il suo Storia dell'orologeria Italiana, un percorso dalle origini medievali alla rinascita del Made in Italy; alle 15 si chiude con la presentazione del libro GMT-Master 1675 - The Gilt Era, un volume ricco di analisi tecniche, studio dei materiali e dei processi produttivi con utili confronti tra esemplari e approfondimenti sul contesto culturale e di design degli anni Sessanta.



A journey through precious period items with 28 of the best Italian and international vintage jewelry dealers and 27 second-hand watch dealers is available to enthusiasts and anyone else in the dedicated area on the mezzanine floor of Hall 8.1 inside the Expo Center. Jewelry exhibitors include Zagari from Naples, a fifth-generation jeweler specializing in vintage signed jewelry, antique-cut diamonds, and colored stones. E.L.A. Antichità from Bergamo, a reference point in Italy for enthusiasts of antique and vintage jewelry for 25 years. I Santi Medici, an art space in La Spezia, which features precious period pieces from noble collections, each with its own unique story. Crema-based Italian Vintage Jewellery, founded by two

gemologists with experience working for major international diamond and jewelry companies, which caters for a clientele of informed collectors who appreciate gemological quality. EL&L Finery by Lisa Finkelman van der Plas brings the experience and taste of a "daughter of art" known for unique, late 19th-century to early 20th-century, antique European collectibles and vintage pieces from the 1960s to '80s. As for watches: Vintage Watches by Stefano Mazzariol, Vintage Watches and Cars by Andrea Foffi, Il Quadrante by Antonio Nocco, Prezioso, Vintage Watches Milano, and Mr. Tempo Prezioso, to name but a few. In addition to the abundant and prestigious exhibition offer, VO Vintage is packed with events and exhibition itineraries: the GMT-Master



with Gilt dials (1960-1967) exhibition is an absolute must-see. A technology that has now been abandoned, the Gilt dial marked an era from 1960 to 1967 with its shine and warm gold tones. VO Vintage is exhibiting 15 of them to the public, all in chronological order, thanks to loans from private individuals and dealers. A comprehensive exhibition of memorabilia and historical advertising materials, curated by Fabrizio Artioli, Marco Di Falco and Andrea Piccinini, who will be talking to Italian experts today. Further vintage world events, all in the Canova Room, include: at 11.30 am, "The States General of vintage", a discussion between some of Italy's top collectors - Stefano Maz-

zariol, Tony Musumeci, Andrea Foffi, Antonio Nocco in dialog with Michele Mengoli, Giorgione and Jacopo Giudici; at 2 pm, professor Guido Pancani from the Fondation Haute Horlogerie in Geneva, will present his History of Italian Watchmaking, a journey from its medieval origins to the rebirth of Made in Italy; concluding at 3 pm with a presentation of the book GMT-Master 1675 - The Gilt Era, a publication full of technical analyses, material and production process studies with useful comparisons between various specimens and in-depth looks at the cultural and design context in the 1960s.

NANIS



Hall 7 | Booth 582
nanis.it

GIOIELLO —ITALIA

MATERIAL
TECHNIQUE
ART

BETWEEN
ANCIENT
AND MODERN

2025 — 2027

Curated by **Paola Venturelli**



In Italy's first museum entirely dedicated to jewellery, a journey across the centuries unfolds, narrating a universe in constant evolution—where interweavings, exchanges, experimentation, and the transmission of skills and techniques have shaped a unique tradition. A continuous dialogue with the past and, at the same time, an unrelenting drive toward innovation.

Museo del Gioiello

Piazza dei Signori, 44
Vicenza, Italy



MUSEO
DEL GIOIELLO
VICENZA

A project by

VICENZA
HOLDING

Sponsored by

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the future

With the patronage of



Città di
Vicenza



Camera di Commercio
Vicenza

Discover more






TAVANTI
CONTEMPORARY PRECIOUS

Vicenza Oro
Hall 7 • Stand 880

Uniting the World of Jewellery



NIQUA[®]

G R O U P

HALL 9 BOOTH 033



niquagroup.com

PRECISION TOOLS MANUFACTURER since 1897



Introducing

Cien

The art of cutting gems

Based in Bangkok, CIEN is a globally recognised gemstone and jewellery manufacturer serving the luxury jewellery and watch industry. Known for its expertise in precision-cut natural gemstones and diamonds, CIEN combines advanced cutting technology with skilled craftsmanship to achieve exceptional cut, colour, and symmetry. Working exclusively with responsibly sourced, high-quality materials, CIEN produces both classic and customised gemstone pieces, including ruby, sapphire, emerald, and diamond, under strict quality standards for clients worldwide.

Committed to responsible business practices, CIEN is certified by the Responsible Jewellery Council and a member of the United Nations Global Compact, reflecting its strong focus on ethical sourcing, sustainability, and social responsibility across its operations. CIEN has been a trusted FURA Gems Auction Partner since 2020, supporting FURA's auctions with its cutting expertise and shared commitment to quality, transparency, and excellence in the coloured gemstone market.

Visit Cien at Vicenzaoro: Hall 3, Booth 210
www.ciengems.com

FURA | **AUTHORISED
AUCTION
PARTNER**

Cloud dancer: pearl hues

Pantone ha appena svelato il colore dell'anno 2026: Cloud dancer 11-4201. Una tonalità delicata, vaporosa come una nuvola, che si armonizza con qualsiasi materiale e colore. Nel mondo della gioielleria, il bianco nuvola, soffice e sensuale, trova la sua incarnazione naturale nella perla, destinata a diventare ambita nel prossimo anno. Sono numerosi i brand che ne celebrano la bellezza, trasformandola in protagonista di creazioni eleganti e contemporanee.

Feature by Antonella Reina



Sopra/above
Autore

A destra/right
Ermanno Scervino SS 26



Pantone has just revealed the color of the year 2026: Cloud dancer 11-4201, a delicate, airy shade, like a cloud, that harmonizes with any material and color. In the world of jewelry, the cloud-white, soft and sensual shade finds its natural expression in the pearl, set to become highly sought-after in the coming year. Many brands celebrate its beauty, making it the focal point of elegant and contemporary creations.



Coscia



Yoko London

SEEN ON VO+ NAME TO KNOW



Chrstns

Steffie Christiaens è fondatrice e designer del marchio parigino Chrstns. I gioielli portano con sé un'aura nostalgica che vuole risvegliare il desiderio di viaggiare e riconnetterci alla nostra essenza più autentica: l'amore. Una decisione influenzata da esperienze trasformative. Come l'aver vissuto con i tessitori di sogni di una remota tribù del Sud-est asiatico, che impiegano fino a nove mesi per creare due metri di tessuto, utilizzando tinte naturali e tessendo simboli destinati ad allontanare gli spiriti maligni.

Steffie Christiaens is founder and designer of the Paris-based brand Chrstns. The jewelry bears a nostalgic aura meant to awaken the desire to travel and reconnect to our most authentic essence: love. A decision influenced by transformative experiences. Like having lived with the dream-weavers of a remote Southeast Asian tribe, who take up to nine months to create two meters of fabric using natural dyes and weaving symbols meant to ward off evil spirits.



HALL 7 STAND 317

MARCELINE

PARIS

Connubi di stile

La maestria orafa nelle nuove collezioni firmate Asian Star e Peruffo
The goldsmith mastery in the new collections by Asian Star and Peruffo



ASIAN STAR. Fondata nel 1971, Asian Star Company Limited - presente anche con Tryyst, il brand contemporaneo della maison – è un nome di riferimento per i diamanti. L'azienda opera con un modello di business integrato che copre l'acquisto del grezzo, il taglio e la lucidatura, la produzione di gioielleria fine e la distribuzione internazionale. Uno dei punti di forza risiede nella maestria della lavorazione dei piccoli diamanti e nelle montature illusion. Un expertise che si evince nelle nuove collezioni Flutters, che cattura la leggerezza e il movimento della farfalla attraverso avanzate tecniche di plate-setting e Vera che propone un'interpretazione moderna del motivo del quadrifoglio.

Founded in 1971, Asian Star Company Limited - also present with Tryyst, the maison's contemporary brand - is a leading name in diamonds. The company operates with an integrated business model covering the purchase of rough diamonds, cutting and polishing, the production of fine jewelry, and international distribution. One of its strengths lies in its mastery of small diamond cutting and illusion settings. This expertise is evident in the new Flutters collection, which captures the lightness and movement of butterflies through advanced plate-setting techniques, and Vera, which offers a modern interpretation of the four-leaf clover motif.



PERUFFO. "Abbiamo lavorato sull'idea di pieghe in tessuto, plissé e drappeggio, elementi ampiamente testati ed esplorati nel corso della mia pratica. Partendo dai tessuti e sperimentando successivamente con la ceramica, la ricerca si è evoluta in modo naturale". Marta Martino, creative director di Peruffo, descrive così la nuova collezione Ribbons. Un connubio perfetto tra arte e moda. Un nastro, messo in movimento, ritorto, ripetuto fino a diventare un pattern tridimensionale che prende forma in anelli, orecchini, collane e bracciali. Tra questi,

spiccano la fedina Baby Ribbon, pensata per essere impilata, e l'anello Infinito, con una delle incastonature più complesse mai realizzate dal brand, interamente a mano. Gioielli dalle linee morbide, celano tecnica perfetta e maestria orafa.

"We worked on the idea of fabric folds, pleats, and draping, elements that have been extensively tested and explored throughout my career. Starting with fabrics and then experimenting with ceramics, the research evolved naturally." Marta Martino, creative di-

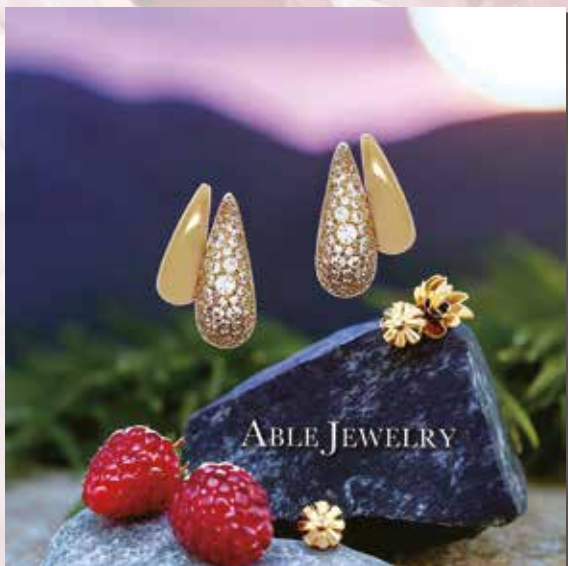
rector at Peruffo, describes the new Ribbons collection in this way. A perfect combination of art and fashion. A ribbon, set in motion, twisted, repeated until it becomes a three-dimensional pattern that takes shape in rings, earrings, necklaces, and bracelets. Among these, the Baby Ribbon wedding band, designed to be stacked, and the Infinito ring, with one of the most complex settings ever created by the brand, entirely by hand, stand out. Jewelry with soft lines conceals perfect technique and goldsmithing mastery.



A woman with dark hair and blue eyes is the central figure. She is wearing a gold-colored, draped, spaghetti-strap dress. Her hands are positioned near her face, with one hand partially covering her mouth. She is wearing several pieces of gold jewelry: large, ornate earrings, a wide, textured necklace, a matching wide bracelet on her left wrist, and a ring on her right ring finger. The background is dark, and the lighting is dramatic, highlighting her features and the jewelry.

Ω
OmegaArt

Escape the ordinary, unveil trends



Able Jewelry Mfg. Ltd.
Hall 3.1 #102

Asian Zone

China, Hong Kong & Thailand
Hall 3.0, 3.1, 3.2 & 10
at **Vicenzaoro January**
16-20 / 1 / 2026



Camex Jewellery Limited
Hall 3.1 #106



Chase Jewellery Manufactory Limited
Hall 3.1 #245



Continental Jewellery (Mfg) Limited
Hall 3.1 #240



Myer Jewelry Manufacturer Ltd.
Hall 3.1 #139



Precious Colour Gems Co., Ltd.
Hall 3.1 #284



Sunlight Gems
Hall 3.1 #250



Timax Jewelry Limited
Hall 3.1 #143

Hong Kong Exhibitors

HALL 3.1 Fine & Silver Jewellery

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1. A-1 Jewelry Manufactory Limited	110
2. AAB Co. Limited	242
3. Able Jewelry Mfg. Ltd.	102
4. Advan Jewelry Limited	130
5. Athos (HK) Limited	150
6. Camex Jewellery Limited	106
7. Chase Jewellery Manufactory Limited	245
8. Cheng & Cheung Co. (HK) Ltd.	122
9. Christelle Limited	243
10. Collective Jewelers	151
11. Continental Jewellery (Mfg) Limited	240
12. Curve Jewellery Manufactory Company	118
13. DKN Jewellery (H.K.) Co., Ltd.	142

14. Donovans Limited	141
15. East Arts Jewelry Manufactory Limited	152
16. EJI	113
17. Eternity Manufacturing Limited	159
18. Front Top Jewelry Manufacturer Limited	108
19. Goldmart Jewelry Limited	101
20. Hit Diamond (Sze's) Holdings Ltd	115
21. Jade Peace Limited	111
22. Jewel Arts Ltd.	164
23. Jewelio Design Limited	128
24. K E Group Limited	247
25. KB Jewels Ltd.*	149
26. Kwong's Art Jewellery Trading Co., Ltd.	119

27. Lawrence Jewellery Company Limited	161
28. Legrand Jewellery (Mfg.) Company Limited	146
29. Lucky Silver Manufacturer Ltd.	162
30. M. I. Jewelry Limited	129
31. Mercery Jewelry Company Limited*	140
32. Mira Style Jewellery Company Limited	167
33. Myer Jewelry Manufacturer Ltd.	139
34. Nelson Jewellery Arts Co., Limited	138
35. Noble Jewelry Limited	146b
36. OCP Company Limited	160
37. On Going Jewellery Limited	109
38. Ornate Designs Limited	136
39. P.J. Design Limited	137

40. Pearl Success International Investment Ltd.	117
41. Polaris Jewellery Manufacturer Limited	145
42. Purity Jewelry (HK) Co., Ltd.	147
43. Ritika Raaj Jewelers Ltd.	120
44. Ritone Jewelry International Limited	148
45. Smart Creation Ltd.	103
46. Sucre Jewelry Design Limited	99
47. Surana Brothers Jewellery Hong Kong Limited	123
48. Timax Jewelry Limited	143
49. Unicorn Jewelry Design Co., Limited	127
50. Universe Gems & Jewellery Company	105
51. Vista Jewelry Limited	121
52. Wing Wo Hing Jewelry Group Limited	163

HALL 3.1 Gemstone

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1. Fine Green Gems HK Limited*	295
2. Star Lanka*	274
3. Sunlight Gems*	250

HALL 3.2 Lab-Grown

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1. RG Crystals Company Limited*	137

HALL 10 Packaging

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1. Pack One Manufacturer Limited*	224
2. Firmstock Ltd.*	225

Thailand Exhibitors

HALL 3.1 Fine & Silver Jewellery

Thailand Exhibitors	Booth No.
1. Advance Manufacturers Co., Ltd.	248
2. Allure Jewellery Mfg. Co. Ltd.	100
3. Antika Co., Ltd.	116
4. Art Event Co., Ltd.	133
5. Bella Jewelry (Factory) Co., Ltd.	246
6. Benson Jewelry Co., Ltd.	112
7. Chai Thai Silp Export Ltd. Part.	244
8. Chokas Jewelry Co., Ltd.	166
9. Choon Jewelry Co., Ltd.	124
10. Evershiny Jewelry Creation Co., Ltd.	165
11. Geodis Merlin Ltd.	125
12. H. V. Jewels Co., Ltd.	144
13. Highend Collections Ltd.	132
14. Jewelcraft Co., Ltd.	153
15. KAA Creations Co., Ltd.	131
16. Mainly Silver Design Co., Ltd.	135
17. MKS Jewelry International Co., Ltd.	154
18. Precious Products Jewelry Co., Ltd.	158
19. RCAN Jewellery Co., Ltd.	168
20. Tet Design Co., Ltd.	134
21. Thai Silp Jewelry Co., Ltd.	126
22. Thailink 2012 International Co., Ltd.	104
23. Viva Collection Co., Ltd.	156

HALL 3.0 Gemstone

Thailand Exhibitors	Booth No.
1. Cien Co., Ltd.	210
2. KGK Gems Limited*	112
3. Pha-a-tit Precious Co., Ltd.	181

HALL 3.1 Gemstone

Thailand Exhibitors	Booth No.
1. H.S.B.K. Multitrade Co., Ltd.	253
2. Precious Colour Gems	284

HALL 3.2 Lab-Grown

Thailand Exhibitors	Booth No.
1. Adornet Jewels*	133

* Non-Members of HKJA / TGJA / TSEA

SCAN & REGISTER NOW! SCANSIONA E REGISTRATI SUBITO!

Indulge in the glamour of jewellery complemented with luscious refreshments & a handy charging travel kit! Overseas buyers' orders exceeding €8000 would get.....

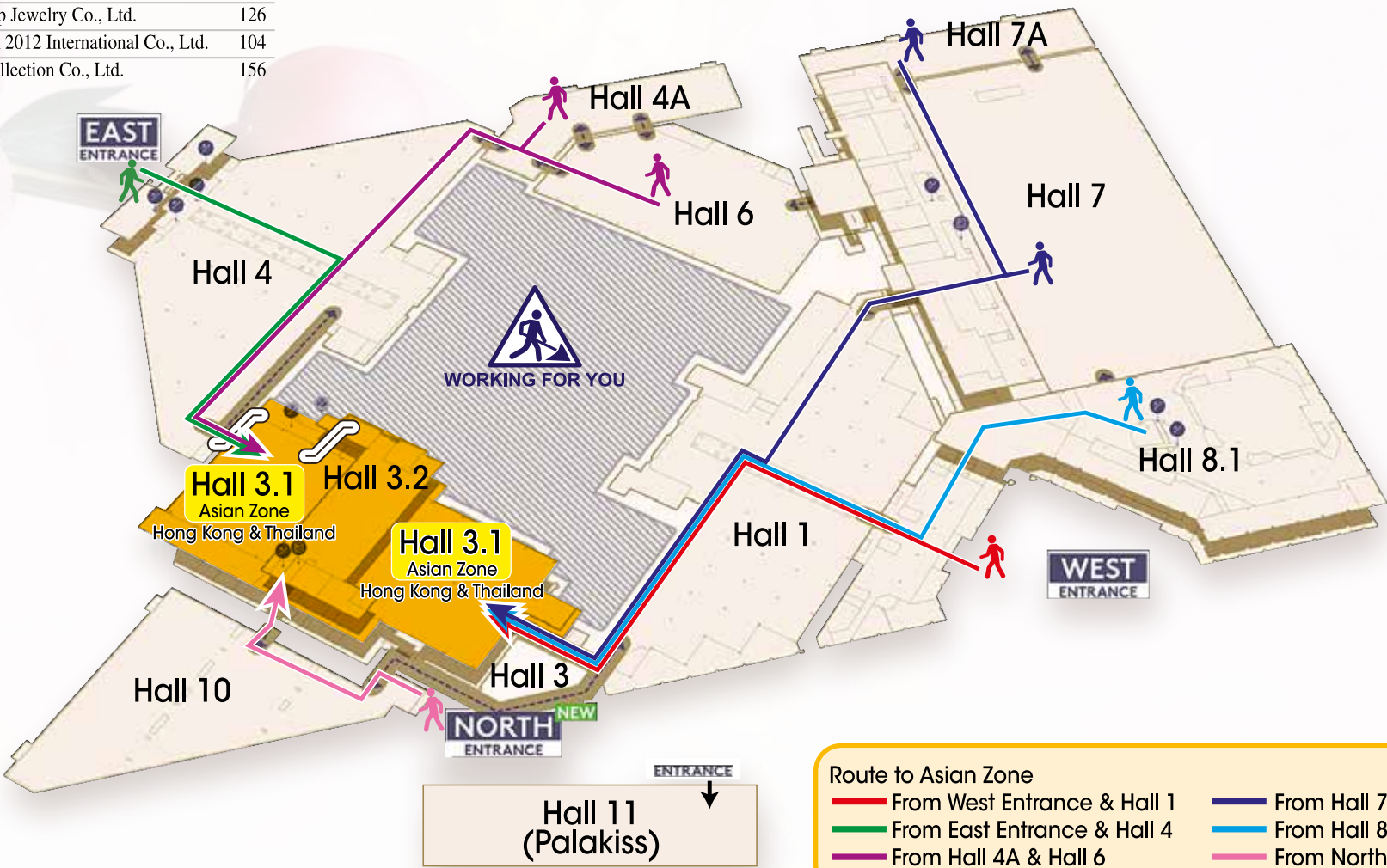


Lasciatevi conquistare dal fascino dei gioielli, completato da deliziosi rinfreschi e da un pratico kit da viaggio per la ricarica!
Gli acquirenti stranieri con ordini superiori a 8000 euro riceveranno...



PLAN YOUR TRIP to HKTDC Hong Kong Twin Jewellery Show 2026 (2 – 8 March 2026)! Drop your business card at our office, 103A, Hall 3.1 to register for the show and receive this lovely Japanese style knitted bag!

PROGRAMMA IL TUO VIAGGIO a Hong Kong in occasione della Fiera HKTDC Twin Jewellery dal 2 al 8 marzo 2026! Registra la tua presenza lasciando il tuo biglietto da visita presso il nostro ufficio 103A Padiglione 3.1. Riceverai una graziosa borsetta giapponese in maglia!



Route to Asian Zone

- From West Entrance & Hall 1
- From East Entrance & Hall 4
- From Hall 4A & Hall 6
- From Hall 7 & Hall 7A
- From Hall 8.1
- From North Entrance & Hall 10

Simboli di armonia

Le texture speciali di Piano Jewellery, le silhouette audaci di Pianegonda
The special textures of Piano Jewellery, the bold silhouettes of Pianegonda



PIANO JEWELLERY. Ispirata a Parigi, questa collezione Champs-Elysées affascina con le sue linee nette e la precisione architettonica. Ogni pezzo ha una speciale texture, un'estetica moderna che trasmette lo scintillio elettrizzante della notte parigina. Amata dalle donne che amano distinguersi, la collezione di Piano Jewellery trasforma l'energia parigina in un super potere da indossare. Le sue silhouette audaci e i dettagli luminosi evocano la sicurezza di chi non ama l'omologazione, i compromessi e rifiuta di confondersi nella massa.

Inspired by Paris, this Champs-Elysées collection captivates with its clean lines and architectural precision. Each piece has a special texture, a modern aesthetic that conveys the electrifying sparkle of Parisian nightlife. Beloved by women who love to stand out, the Piano Jewellery collection transforms Parisian energy into a superpower you can wear. Its bold silhouettes and luminous details evoke the confidence of those who reject conformity and compromise and refuse to blend into the crowd.



MVP WARDROBE X PIANEGONDA. Continua la collaborazione tra Maria Vittoria Paolillo, designer e fondatrice del marchio MVP Wardrobe, e Pianegonda, brand di gioielli contemporanei. Dopo il successo della prima uscita, questa seconda capsule collection celebra la sfera, simbolo di armonia e continuità: anelli ed earcuff sono caratterizzati da volumi pieni, forme scultoree e superfici specchiate che riflettono la luce, esaltando la purezza geometrica della rotondità. Ogni creazione è il frutto di una contaminazione armonica tra moda e gioiello dal linguaggio innovativo che esplora la simbiosi tra mondi diversi, ma complementari.

The collaboration between Maria Vittoria Paolillo, designer and founder of the MVP Wardrobe brand, and Pianegonda, a contemporary jewelry brand, continues. Following the success of the first release, this second capsule collection celebrates the sphere, a symbol of harmony and continuity: rings and earcuffs are characterized by full volumes, sculptural shapes, and mirrored surfaces that reflect light, enhancing the geometric purity of roundness. Each creation is the result of a harmonious fusion between fashion and jewelry with an innovative language that explores the symbiosis between different but complementary worlds.



NIVODA

Uniche, senza eguali. Scelte con cura per la *qualità*.

Eccezionali pietre di colore - Solo su Nivoda.





VICENZAORO HALL 3.2 | STAND 102

SOFTWARE & APP

Dal magazzino ai clienti B2B

- ERP software
- CRM software
- MES software
- Agents' app
- B2B Area

GRAFICA & WEB

Dalla grafica allo sviluppo web

- Brand Image
- Creative Tools
- UX / UI Design
- Bespoke Websites
- E-commerce

STRATEGIE ADV & MARKETING

Dal media plan al customer journey

- Social Media Management
- Digital Customer Service
- SEM Activities
- Sales-driven Marketing
- Loyalty Programs

FOTO & VIDEO

Dal set creativo alla post-produzione

- Art direction
- Photography
- Video Editing
- Motion Graphics
- VFX & CGI

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Il nuovo modulo integrato nell'ecosistema XOX

Un'intelligenza artificiale nativa che conosce l'azienda, analizza i dati in tempo reale, prevede le tendenze, invia notifiche intelligenti e suggerisce azioni operative. Il nuovo collega digitale che migliora decisioni, processi e performance.

AI CHAT - AI DASHBOARD - AI MONITOR - AI BUSINESS INTELLIGENCE - AI PRESENTATION & REPORT - AI BUSINESS CHAT

Art&soft
For Luxury Retailers
info@art-soft.it | www.art-soft.it

ePlay
For Luxury Manufactures
eplay@eplaylab.it | wwweplaylab.it

Babylon
AI for Luxury Business
babylon@gobabylon.ai | www.gobabylon.ai



Emozioni irripetibili

Casato celebra la leggerezza, Colpo & Zilio trasforma la pittura in esperienza da indossare
Casato celebrates lightness, Colpo & Zilio transforms painting into a wearable experience



CASATO. Un coffret-à-bijoux ricco quello di Casato con le sue tre collezioni. In Madame al centro ci sono oro rosa e diamanti, come nel bracciale rigido e nell’anello con diamanti brown e colourless. Mikou Vienna, invece, è un omaggio al ballo delle debuttanti. Ogni creazione racconta l’emozione di un momento irripetibile attraverso volumi maestosi e forme scolpite con smeraldi e ametiste che si intrecciano evocando gioielli da sogno, come l’anello e gli orecchini in oro rosa con diamanti e pietre preziose. Infine, Yasmeen mescola influenze esotiche e dolce vita. Il design è un inno alla leggerezza, con volumi abbinati a strutture facili da indossare, come nel choker in oro bianco con diamanti.

Casato's coffret-à-bijoux is rich with its three collections. Madame focuses on rose gold and diamonds, as seen in the bangle bracelet and ring with brown and colorless diamonds. Mikou Vienna, on the other hand, is a tribute to debutante balls. Each creation recounts the emotion of a unique moment through majestic volumes and sculpted shapes with emeralds and amethysts that intertwine to evoke dreamlike jewelry, such as the rose gold ring and earrings with diamonds and precious stones. Finally, Yasmeen blends exotic influences and la dolce vita. The design is a celebration of lightness, with volumes combined with easy-to-wear structures, as in the white gold choker with diamonds.



COLPO & ZILIO. Si chiama Action Painting la collezione che celebra l’arte di Jackson Pollock, maestro dell’espressionismo astratto e della tecnica del drop painting. Un tributo che Colpo & Zilio traduce con gioielli intercambiabili nei quali si può modificare il colore della chiusura o il pendente. Per questa operazione, che trasforma in modo concreto il gesto pittorico in un’esperienza da indossare, il brand vicentino ha scelto la crisocolla, pietra curativa che rafforza la resistenza e armonizza i sentimenti, ma anche l’opale rosa, la howlite blu o rosa, l’amazonite, per dare così maggiore forza espressiva ai monili.

Action Painting is the name of the collection that celebrates the art of Jackson Pollock, master of abstract expressionism and the drop painting technique. Colpo & Zilio pays tribute to him with interchangeable jewelry pieces in which the color of the clasp or pendant can be changed. For this project, which tangibly transforms the act of painting into an experience to be worn, the Vicenza-based brand has chosen chrysocolla, a healing stone that strengthens resilience and harmonizes feelings, as well as pink opal, blue or pink howlite, and amazonite, to give the jewelry greater expressive power.





IGI

INTERNATIONAL
GEMOLOGICAL
INSTITUTE

Certified
confidence
for every color.



IGI's Colored Stone Report

Visit our Minilab
& receive your report on the spot!
Hall 3.0 Booth 128

THE GLOBAL AUTHORITY IN DIAMOND, GEMSTONE AND JEWELRY GRADING.

• BELGIUM • USA • INDIA • CHINA • THAILAND • UAE • ISRAEL • TURKEY • ITALY • EGYPT

www.igi.org

Arte indossabile

Le silhouette espressive di FerriFirenze; le perle radiose di Coscia Gioielli

The expressive silhouettes of FerriFirenze; the radiant pearls of Coscia Gioielli



FERRIFIRENZE. Con il lancio di due nuove collezioni, Snodo e Virgola, il 2026 inizia alla grande per FerriFirenze. Entrambe in oro giallo o bianco illuminato da diamanti champagne o candidi, esplorano l'approccio distintivo del brand all'arte "indossabile", combinando forme innovative con materiali preziosi e raffinate finiture a mano nel più puro stile del made in Tuscany. In Snodo, ogni pezzo, realizzato anche nel formato Mini-Me, trasforma il nodo

in un elemento centrale, ricco di significati simbolici. Invece Virgola delinea forme morbide, fluide, sinuose per gioielli "leggeri", ma espressivi, dalle silhouette allungate e vistose.

With the launch of two new collections, Snodo and Virgola, 2026 is off to a great start for FerriFirenze. Both in yellow or white gold illuminated by champagne or white diamonds, they explore the brand's distinctive ap-

proach to "wearable" art, combining innovative shapes with precious materials and refined hand-finished details in the purest Tuscan style. In Snodo, each piece, also available in a Mini-Me format, transforms the knot into a central element, rich in symbolic meaning. Virgola, on the other hand, outlines soft, fluid, sinuous shapes for "light" yet expressive jewelry with elongated and eye-catching silhouettes.



COSCIA GIOIELLI. L'esordio della collezione Goldlight di Coscia Gioielli è segnato dalla luce delle perle Golden South Sea. I gioielli si vestono di oro giallo e diamanti per incontrare l'esclusività delle perle che l'azienda interpreta come una celebrazione radiosa dell'eleganza, essendo queste tra le più rare al mondo, di colore gold naturale, che oscilla dallo champagne fino a una intensa tonalità oro, e dalla superficie scintillante. A distinguerle è l'origine esotica. Infatti nascono nell'ostrica Pinctada Maxima che produce anche le famose perle australiane, e si coltivano prevalentemente in zone remote delle acque incontaminate dell'Indonesia e delle Filippine.

The debut of Coscia Gioielli's Goldlight collection is marked by the light of Golden South Sea pearls. The jewelry is adorned with yellow gold and diamonds to match the exclusivity of the pearls, which the company interprets as a radiant celebration of elegance, as they are among the rarest in the world, with a natural gold color ranging from champagne to an intense golden hue and a sparkling surface. What sets them apart is their exotic origin. They are born in the Pinctada Maxima oyster, which also produces the famous Australian pearls, and are mainly cultivated in remote areas of the pristine waters of Indonesia and the Philippines.





50%
SUPPORT

**ADVERTISING
STORE DECORATION
RENT**



Franchise Branches

Storie di felicità

Falsini lavora l’oro con effetti elaborati; Recarlo dona flessibilità ai diamanti

Falsini works gold with intricate effects; Recarlo gives diamonds flexibility



FALSINI. Leggerezza assoluta, estetica contemporanea, ma anche attenzione all’indossabilità: Falsini lancia una nuova collezione, ispirata a simboli innovativi. I volumi si ampliano mantenendo una sensazione eterea, resa possibile dall’impiego di tecniche produttive avanzate. Il progetto creativo, firmato da Andrea Falsini, mescola l’uso di tecnologie all’avanguardia, come la stampa 3D e laser di alta precisione, con la manualità degli artigiani, dando

vita a gioielli che fondono tradizione e innovazione. L’oro viene lavorato con effetti che richiamano pizzi e ricami, mentre le scelte cromatiche e le lavorazioni conferiscono ai gioielli un’immagine evanescente.

Absolute lightness, contemporary aesthetics, but also attention to wearability: Falsini launches a new collection inspired by innovative symbols. The volumes expand while maintaining an

ethereal feel, made possible by the use of advanced production techniques. The creative project, designed by Andrea Falsini, combines the use of cutting-edge technologies, such as 3D printing and high-precision lasers, with the manual skills of artisans, giving life to jewelry that blends tradition and innovation. Gold is worked with effects reminiscent of lace and embroidery, while the color choices and craftsmanship give the jewelry an evanescent image.



RECARLO. Il cuore, dal 2017 fil rouge della collezione Anniversary Love Contrarié, oggi raddoppia con due diamanti naturali “innamorati” che si specchiano, protagonisti di collier, bracciale e veretta. Il celebre anello Contrarié da 2,5 carati, nelle nuove versioni in oro giallo sunset gold liscio o con pavé di diamanti, grazie a un’anima in titanio si fa flessibile. Stesso design e stessi materiali per il collier e per il bracciale. Piccole opere d’arte che raccontano storie di felicità sotto forma di parure, completata da orecchini dalla scenografica spirale in oro con pavé di diamanti.

The heart, the common thread of the Anniversary Love Contrarié collection since 2017, now doubles with two natural diamonds “in love” that mirror each other, the protagonists of a necklace, bracelet, and eternity ring. The famous 2.5-carat Contrarié ring, in new versions in smooth sunset gold or with pavé diamonds, is made flexible thanks to a titanium core. The necklace and bracelet feature the same design and materials. These small works of art tell stories of happiness in the form of a set, completed by earrings with a striking gold spiral and pavé diamonds.





PREMIUM EDITION

featuring diamonds exclusively certified by GIA

■ ■ ■ Made in Germany

VISIT US
HALL 6 | BOOTH 210



Our B2B shop is **online 24/7!**
shop.diamondgroup.de

Discover the Art of Fine Jewelry
diamondgroup.de/links



Dialoghi di unicità

Le creazioni setose di Shiva; le sculture in miniatura di Roberto Coin
The silky creations of Shiva; the miniature sculptures of Roberto Coin



SHIVA. La grazia della perla, nella collezione Luminous Embrace, incontra la brillantezza senza tempo dei diamanti e crea una storia unica. Con la texture setosa della perla, che viene ricoperta come fosse un’armatura radiosa, e lo scintillio dei diamanti, si creano design asimmetrici che riflettono lo spirito multi-tasking della donna moderna. Più di un semplice gioiello, questo set ricorda una danza tra i due tesori più rari della natura nella loro forma più pura di luce.

The grace of pearls in the Luminous Embrace collection meets the timeless brilliance of diamonds to create a unique story. With the silky texture of pearls, covered as if in radiant armor, and the sparkle of diamonds, asymmetrical designs are created that reflect the multi-tasking spirit of the modern woman. More than just jewelry, this set is reminiscent of a dance between nature's two rarest treasures in their purest form of light.



ROBERTO COIN. Chi non conosce il gioco del domino? Nato in Cina nel 1100 è stato importato in Europa 500 anni dopo dagli italiani, per poi essere diffuso nel mondo come punto di riferimento dell'intrattenimento conviviale. Roberto Coin chiama Domino una delle sue collezioni più preziose, con i diamanti bianchi e neri che brillano con un risultato che rimanda proprio all'effetto domino, ovvero alla creazione di un piccolo movimento che riesce a innescare una grande energia. I gioielli in oro, lavorati come una scultura in miniatura, mostrano file di elementi tutti uguali che si ripetono ordinati lungo l'intera superficie, dimostrando l'inconfondibile "saper fare" dei maestri orafi italiani.

Who doesn't know the game of dominoes? Created in China in 1100, it was imported to Europe 500 years later by the Italians, before spreading throughout the world as a benchmark for convivial entertainment. Roberto Coin has named one of his most precious collections Domino, with black and white diamonds that sparkle in a way that recalls the domino effect, i.e., the creation of a small movement that triggers a great deal of energy. The gold jewelry, crafted like a miniature sculpture, features rows of identical elements repeated in an orderly fashion across the entire surface, demonstrating the unmistakable "know-how" of Italian master goldsmiths.





A G COLOR INC. A G DIAJEWELS INC.

TANZANITE... FINE COLOR STONE JEWELRY

Visit us at

January Vicenzaoro: Hall 3 #140

GJX Tucson: #209-309

March HK AWE Hall 8E-06



Nuove tecnologie

Un nuovo software e uno schermo touch per Aseg Galloni; fonditrici sottovuoto per Topcast
A new software and a touch screen for Aseg Galloni; vacuum casting machine for Topcast

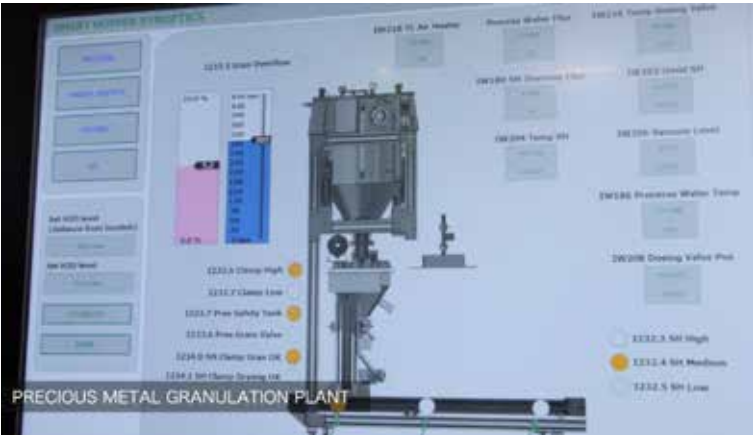
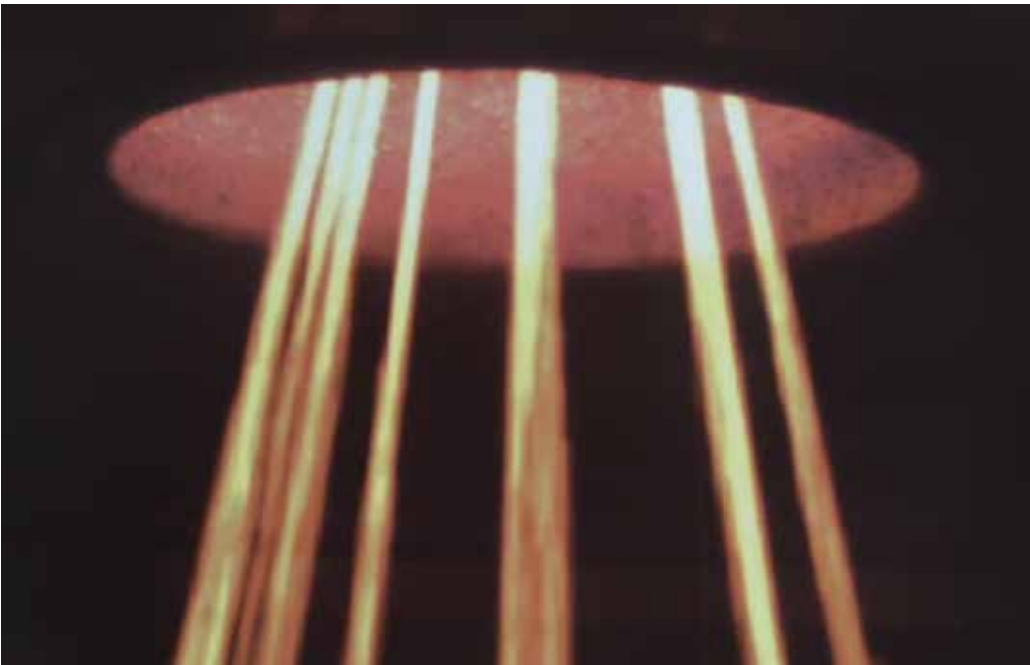
ASEG GALLONI. Rispetto ai vecchi modelli di fonditrici della stessa serie, la G-nova di Aseg Galloni si presenta con un look rinnovato, uno schermo touch da 10" e un nuovo software user friendly. Anche la parte elettronica è stata rivista e perfezionata grazie al know-how portato da Elettrolaser. Altri aspetti peculiari della G-Nova sono i tempi di ciclo ridotti pur garantendo risultati impeccabili e l'utilizzo delle basse frequenze per il rimescolamento automatico del metallo fuso (stirring). La serie G-Nova si presenta inoltre in una doppia veste: è disponibile anche nella versione con tecnologia a iniezione per una colata più fluente e costante, adatta alla produzione di oggetti con trame complesse con spessori ridotti e garantisce superfici lisce e dettagli più definiti.

Compared to older models in the same series, Aseg Galloni's G-nova features a revamped look, a 10" touch screen, and new user-friendly software. The electronics have also been revised and perfected thanks to the know-how provided by Elettrolaser. Other distinctive features of the G-Nova are its reduced cycle times while still guaranteeing flawless results and the use of low frequencies for automatic stirring of the molten metal. The G-Nova series also comes in two versions: it is also available with injection technology for smoother and more consistent casting, suitable for the production of objects with complex textures and reduced thicknesses, guaranteeing smooth surfaces and more defined details.



TOPCAST. Riconosciuta per la progettazione e la produzione di macchinari per la fusione sottovuoto e in atmosfera controllata, l'azienda serve settori diversi grazie alle fonditrici sottovuoto. Fusione a cera persa: i granulatori permettono di produrre leghe customizzate di elevata omogeneità in modo altamente automatizzato. Additive Manufacturing (AM): gli atomizzatori in tecnologia VIGA ed EIGA fanno in modo di produrre polveri metalliche di elevata qualità e sfericità per i processi di stampa 3D. Produzione di semilavorati: fornisce sia forni a ribaltamento VIM che colate continue sottovuoto per la produzione di lingotti, vergelle, tubi e barre con composizioni chimiche esatte.

Renowned for the design and manufacture of vacuum and controlled atmosphere casting machines, the company serves a variety of sectors with its vacuum casting machines. Lost wax casting: granulators enable the production of highly customized alloys with a high degree of homogeneity in a highly automated process. Additive Manufacturing (AM): VIGA and EIGA atomizers ensure the production of high-quality, spherical metal powders for 3D printing processes. Production of semi-finished products: the company supplies both VIM tilting furnaces and continuous vacuum casting machines for the production of ingots, wire rods, tubes, and bars with precise chemical compositions.





The most powerful jewelry lightbox ever built.



Scan to redeem an exclusive offer

Vicenzaoro Booth 122, Hall 3

Macchinari d'avanguardia

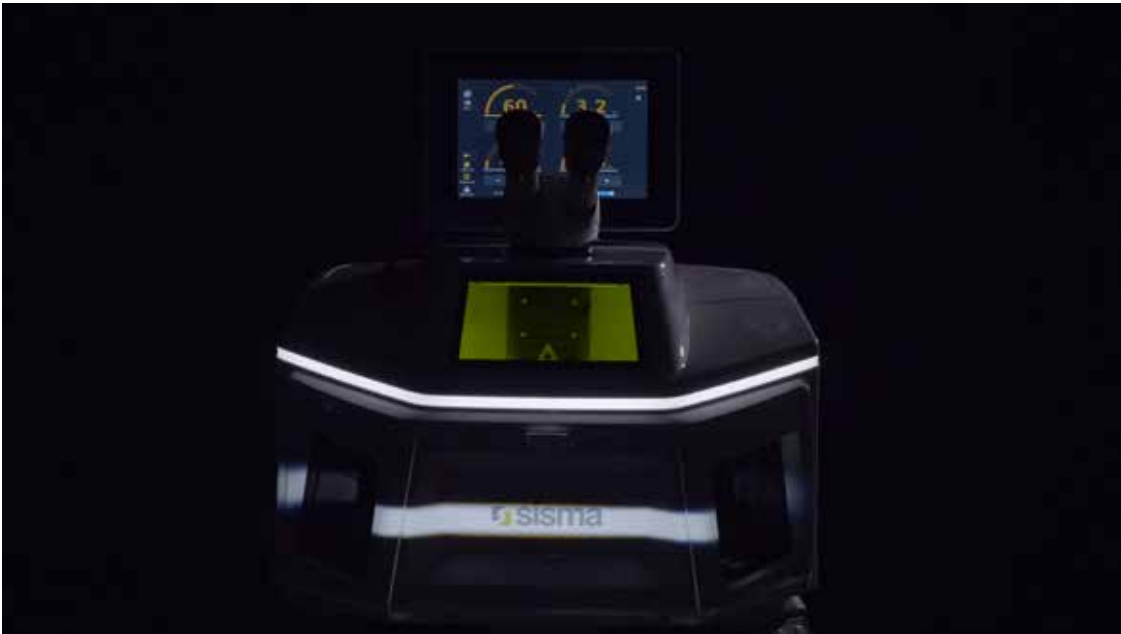
Il design moderno di Sisma; il sistema automatizzato di Taumac

The modern design of Sisma; the automated system of Taumac



SISMA. La nuova serie LM-D sviluppata da Sisma rappresenta l'avanguardia nei sistemi avanzati di saldatura manuale dettagliata e complessa di alta qualità. Progettata per un pubblico internazionale, è stata ripensata per garantire il massimo comfort a operatori di diverse corporature e stili di lavoro: il design moderno ed ergonomico coniuga comodità, stile e massima accessibilità durante l'utilizzo. Ogni dettaglio ergonomico è stato ottimizzato per supportare sessioni di lavoro prolungate con la massima precisione e il minimo affaticamento. L'interfaccia utente è più intuitiva per un controllo semplice e immediato anche nelle operazioni più complesse. Nella serie è disponibile, inoltre, la funzione NanoSpot, che può arrivare a uno spot di 0,05 mm.

The new LM-D series developed by Sisma represents the cutting edge in advanced, high-quality manual welding systems for detailed and complex work. Designed for an international audience, it has been redesigned to ensure maximum comfort for operators of different sizes and working styles: the modern, ergonomic design combines comfort, style, and maximum accessibility during use. Every ergonomic detail has been optimized to support prolonged work sessions with maximum precision and minimum fatigue. The user interface is more intuitive for simple and immediate control even in the most complex operations. The series also features the NanoSpot function, which can reach a spot size of 0.05 mm.



TAUMAC. La TauMark W 15 Pico è una stazione di marcatura laser progettata per produzioni continuative ad alta precisione. Pensata per gestire lavorazioni complesse in modo stabile e ripetibile, combina una struttura ergonomica con una tecnologia di marcatura "a freddo" di ultima generazione. La gestione automatica dei 15 pallet mantiene il ciclo produttivo sempre attivo, mentre il caricamento frontale e la porta ampia rendono immediato l'allestimento delle lavorazioni. Il sistema può essere integrato con un robot a 6 assi, automatizzando operazioni avanzate come il posizionamento dei pezzi o la marcatura multi-superficie.

The TauMark W 15 Pico is a laser marking station designed for continuous, high-precision production. Designed to handle complex processes in a stable and repeatable manner, it combines an ergonomic structure with the latest generation of "cold" marking technology. Automatic management of the 15 pallets keeps the production cycle running continuously, while front loading and the wide door make it easy to set up jobs. The system can be integrated with a 6-axis robot, automating advanced operations such as part positioning or multi-surface marking.



**Your PARTNER for
JEWELRY CONTRACT MANUFACTURING**

Your creation. Our commitment.



Ci-Zeta Gioielli – Precision in Every Detail

Ci-Zeta Gioielli specializes in the **essential processes of jewelry making**, offering a highly skilled and dedicated service for clients who require **reliable, precise, and professional production**. Every piece is crafted with meticulous attention to detail, ensuring consistency and excellence at every stage.

Thanks to **our flexible and client-focused approach**, we provide personalized solutions tailored to each project. From **small custom orders to larger production runs**, we respond to specific requirements with the utmost accuracy, efficiency, and professionalism. Our team combines decades of experience with modern techniques and strict quality standards, allowing us to deliver results that meet the highest expectations. At Ci-Zeta Gioielli, **every project receives dedicated care**, ensuring that your ideas are realized exactly as you envision them.

**Whether you are a designer, brand, or retailer,
we are committed to being a reliable partner,
supporting you throughout the entire production process
with expertise, precision, and unwavering attention to detail.**

From first sketch to final polish — we're by your side.

LET'S MEET IN VICENZAORO · HALL 7A · BOOTH 247

**MANUFACTURING & STONE SETTING | ENGRAVING & POLISHING
RHODIUM PLATING & CERAMIC ENAMELING**

CI ZETA GIOIELLI SAS DI TODOERTI LUIGINO & C.

VIA XXIX APRILE 11, 15048, VALENZA, AL, IT

+39 333 154 0415 | info@cizetagioielli.it | <https://www.cizetagioielli.it>

Spazio alla celebrazione

La collezione Chicco di Unoerre; i look ultra femminili di Verdi

The Chicco collection of Unoerre; the ultra-feminine looks of Verdi



UNOAERRE. Nel 2026 l'azienda aretina celebra i cento anni dalla sua fondazione. Al centro di questo percorso c'è la famiglia Squarcialupi che ha segnato le tappe dello sviluppo economico ed estetico. Tra le innumerevoli innovazioni spicca la collezione Chicco, oggi una dichiarazione di maturità stilistica che conserva la propria identità, riconoscibile nella continuità del disegno e nel ritmo degli elementi, ma con una lavorazione ricalibrata nelle proporzioni. Collane, bracciali, anelli e orecchini hanno superfici piene, ma scorrevoli. L'argento, dorato e rodiato, accompagna questa evoluzione con una brillantezza uniforme.

In 2026, the Arezzo-based company celebrates its centenary. At the heart of this journey is the Squarcialupi family, who have marked the stages of economic and aesthetic development. Among the countless innovations, the Chicco collection stands out, today a statement of stylistic maturity that preserves its identity, recognizable in the continuity of the design and the rhythm of the elements, but with a recalibrated workmanship in terms of proportions. Necklaces, bracelets, rings, and earrings have full but flowing surfaces. Silver, gold-plated, and rhodium-plated, accompanies this evolution with a uniform brilliance.



VERDI. In un momento di forte aumento del prezzo dell'oro, Verdi, dal 1971 garanzia di qualità "extremely Italian", ha deciso di giocare sull'alternanza vuoti/pieni dei volumi, come nel nuovo bracciale della collezione Chillout, che comprende una serie di gioielli tra cui anche orecchini e anelli in oro rosa e bianco dal look molto femminile. "Con il nostro brand abbiamo sempre puntato su quattro valori distintivi", spiega Marco Verdi CEO dell'azienda "l'eccellenza del saper fare, lo stile italiano nella ricercatezza del disegno, la personalità di ogni creazione e la femminilità nelle forme, che diventano una seconda pelle per chi sceglie un nostro gioiello".

At a time when gold prices are rising sharply, Verdi, a guarantee of "extremely Italian" quality since 1971, has decided to play on the alternation of empty and full volumes, as in the new bracelet from the Chillout collection, which includes a series of jewelry items, including earrings and rings in rose and white gold with a very feminine look. "With our brand, we have always focused on four distinctive values," explains Marco Verdi, CEO of the company, "the excellence of craftsmanship, Italian style in the refinement of design, the personality of each creation, and femininity in form, which become a second skin for those who choose our jewelry."



Mireya
DIAMOND EXPRESSIONS

poette
NATURAL DIAMONDS



*Every diamond carries a past.
Every wearer, a future.
Somewhere between the two,
a story lives.*

*Introducing Poette.
Natural diamond jewellery,
by Mireya.*



HALL 7 | BOOTH 314

www.mireyauk.com | hello@mireyauk.com

Perle e geometrie

I nuovi capolavori di Aminoff; il design moderno di Arpas
The new masterpieces of Aminoff; the modern design of Arpas



AMINOFF. Per Aminoff London, il 2026 inizia con il lancio di un paio di pezzi su cui vale la pena soffermarsi: la Masterpiece Necklace MAN88, sei fili di perle Akoya con motivi floreali in oro bianco e diamanti, e la Karabiner Collection, sempre con perle Akoya e con una chiusura a moschettone in diamanti, per un effetto versatile e adatto a ogni situazione, per outfit informali da giorno come per la sera. Fondato nel 1972 da Matt Aminoff, il brand ha sviluppato negli anni un proprio team di designer, maestri orafi e di buyer specializzati nell'acquisto di perle. Forte di

ciò, oggi ha un respiro internazionale e si identifica sul mercato per un sapiente mix fra tradizione orafa britannica, lavorazione locale e attenzione alla tracciabilità.

For Aminoff London, 2026 begins with the launch of a couple of pieces worth focusing on: the MAN88 Masterpiece Necklace, six strands of Akoya pearls with floral motifs in white gold and diamonds, and the Karabiner Collection, also featuring Akoya pearls and featuring a diamond lobster clasp, for a versatile effect suitable for any occasion,

from casual daywear to evening wear. Founded in 1972 by Matt Aminoff, the brand has developed its own team of designers, master goldsmiths, and buyers specializing in pearls over the years. Thanks to this, it now has an international reach and is recognized on the market for a skillful blend of British goldsmith tradition, local craftsmanship, and attention to traceability.



ARPAS. Since 1982. Questa la data di inizio di un'avventura imprenditoriale oggi fra le più rinomate del mondo gioielliero Made in Turkey, che conta oggi un team di ben 1200 dipendenti, fra 950 addetti alla sola produzione e i restanti 250 amministrativi e commerciali. Arpas si distingue sin dai suoi esordi per la varietà di proposte di design, per un totale di centinaia di referenze: da quelle dal mood artigianale e "classico" a quelle più "fashion" e di tendenza. Plus distintivo anche le tecnologie sempre all'avanguardia adottate da un nutrito team di ingegneri dedicati alla ricerca di prodotto, oltre che l'approccio visionario, che l'ha fatta essere la prima realtà locale a trattare esclusivamente metalli e materie prime sostenibili e quindi a certificarsi RJC.

Since 1982. This is the start of a business venture that is now among the most renowned in the world of Made in Turkey jewelry, boasting a team of 1,200 employees, including 950 in production alone and 250 in administration and sales. Arpas has stood out since its inception for its diverse design offerings, offering hundreds of products: from artisanal and classic styles to more fashionable and trendy designs. Its cutting-edge technologies, adopted by a large team of engineers dedicated to product research, are also distinctive, as is its visionary approach, which has made it the first local company to exclusively use sustainable metals and raw materials and thus achieve RJC certification.





Hari Krishna
Exports Pvt. Ltd.

Visit us at

Booth No. 278
Hall No. 3.1

January 16–20, 2026

Our 45 acre state-of-the-art facility crafts diamonds using
fully renewable solar energy.



Scan to experience brilliance!

hk.co

Dettagli iconici

Il carisma dei gioielli Al Coro; le gemme etiche di A G Color Inc.
The charisma of Al Coro jewelry; the ethical gems of A G Color Inc.



AL CORO. Stravagante, lussuosa e pensata per diventare iconica, la collezione Mezzaluna di Al Coro cattura la bellezza della luna e regala a chi la indossa un frammento di eternità. Una forma carismatica che è protagonista in ogni anello, bracciale, orecchino e collana, ed è il risultato di una gioielleria pensata per essere senza tempo e dal forte valore simbolico. Realizzati in oro rosa, bianco o giallo e impreziositi da diamanti o zaffiri raffinati, i gioielli Mezzaluna sono plasmati con maestria in ogni singolo dettaglio. Una caratteristica del brand nato nel 1974 con

Giuliano Corolli a Vicenza e sviluppato a Colonia, dove il gioielliere si è poi trasferito. Dal 1999 a portare avanti l'azienda è il figlio Alexander, che ha ereditato la creatività e la passione per la gioielleria ed è oggi creative designer.

Extravagant, luxurious, and designed to become iconic, the Mezzaluna collection by Al Coro captures the beauty of the moon and gives its wearer a fragment of eternity. A charismatic shape that takes center stage in every ring, bracelet, earring, and necklace, it is the result of jewelry designed to be

timeless and possess strong symbolic value. Crafted in rose, white, or yellow gold and embellished with exquisite diamonds or sapphires, Mezzaluna jewels are masterfully crafted down to the smallest detail. This is a hallmark of the brand, founded in 1974 by Giuliano Corolli in Vicenza and developed in Cologne, where the jeweler later relocated. Since 1999, the company has been led by his son Alexander, who inherited his creativity and passion for jewelry and is now a creative designer.



A G COLOR INC. A G Color Inc leader internazionale nelle gemme di colore di alta qualità e nella produzione di gioielli di pregio, pone oggi un'attenzione particolare sulla rubellite. L'azienda, fondata nel 1998 da Hemant Phophaliya, ha sede a New York e seleziona pietre naturali, non trattate e in una varietà di forme e qualità che valorizzano le sue intense tonalità lampone. Ad esse affianca le proposte per cui è già apprezzata a livello internazionale: tanzaniti, tsavoriti e smeraldi, tutte gemme di provenienza etica e tagliate con estrema precisione, oltre a una serie di collezioni di gioielli finiti improntati sul design e sul colore.

A G Color Inc., an international leader in high-quality colored gemstones and fine jewelry, now places a special focus on rubellite. The company, founded in 1998 by Hemant Phophaliya, is based in New York and selects natural, untreated stones in a variety of shapes and qualities that enhance its intense raspberry hues. It also offers the offerings for which it is already internationally renowned: tanzanites, tsavorites, and emeralds, all ethically sourced and cut with extreme precision, as well as a series of finished jewelry collections focused on design and color.





Laser Welding

JEWELLERY & FASHION

PAV. 9_T.GOLD
STAND 161 / 190



New LM-D Series

Manual welding systems series, **designed to deliver enhanced performance and an even more intuitive user experience**

- + Broad range of optional accessories to enhance efficiency, comfort and ergonomics
- + **Nano Spot, Velvet Spot** for highly detailed welds and uniform material distribution
- + Simplified maintenance and cleaning
- + Improved HMI interface and advanced connectivity

Leading Technology

Refining Units

for Gold, Silver, Platinum, Palladium, Rhodium

Gold Recycling System
Tumbler TB

patent
protected



KORAS[®]
PRECIOUS METAL RECYCLING

MADE
IN
GERMANY



Pad 9; Booth 041

www.koras-group.com

Getting Around



EDITOR-IN-CHIEF
FEDERICA FROSINI

ART DIRECTOR
ELENA PAPAGEORGHIU

SENIOR EDITORS
LORENZA SCALISI
ANTONELLA REINA

GROUP PUBLISHER
LAURA CAPPELLETTI

SALES DIRECTOR
SABRINA SANGERMANI
sabrina.sangermani@vo-plus.com

SALES MANAGER — ITALY
AUGUSTA ASCOLESE
augusta.ascolese@vo-plus.com

SALES MANAGER — INTERNATIONAL
GISELLE BIASIN
giselle.biasin@vo-plus.com

SALES
MONICA LANDI
MONICA BAGNI

EDITORIAL OFFICE AND ADVERTISING
STUDIO EDITORIALE S.R.L.
Via Garofalo, 31 - 20133 Milan
T +39 - 02 36504651
adv@vo-plus.com



CASATO

MONTMARTRE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680

CASATOGIOIELLI.COM

A woman with long, wavy brown hair and light green eyes is looking directly at the camera. She is wearing a light beige, draped top. Her jewelry includes a multi-strand diamond necklace with a central square-cut diamond, matching diamond drop earrings, a diamond ring on her left ring finger, and two diamond bracelets on her right wrist. Her hands are clasped in front of her.

CASATO

MAUREEN MEDINE COLLECTION

CASATOGIOIELLI.COM

HALL 7 - BOOTH 680