

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 5. Martedì, 20 Gennaio 2026

Vincono business, passione e cultura

Si chiude un'edizione, vivace, dinamica e centrale per ogni settore espositivo di Vicenzaoro, gioielliero ma anche tecnologico al TGold e di orologeria e preziosi d'epoca al VO Vintage >p.2

A lively, dynamic and pivotal edition for every exhibition sector - jewelry, technology at TGold, and vintage watches and jewelry at VO Vintage - has come to a close at Vicenzaoro >p.2

IN EVIDENZA

MARTEDÌ 20 GENNAIO 2026

FINANCE

Richemont group

Il gruppo elvetico segna un +4% e conferma il trend positivo delle sue jewelry maison.

The Swiss group shows a +4% increase and confirm the positive trend of its jewelry maisons.

>p.26



TREND

Lunar sculptures

Luci fredde, superfici liquide, effetti siderali per gioielli dai riflessi lunari.

Cool lighting, liquid surfaces, and cosmic effects for jewels with moonlit reflections.

>p.14



SEEN ON VO+

Botanical exploration

Fiori, petali e piccoli insetti gioiello. La natura esplode in tutta la sua magnificenza.

Flowers, petals, and tiny jeweled insects. Nature bursts forth in all its magnificence.

>p.8

CASATO

MAUREEN MEDINE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680

CASATOGIOIELLI.COM



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 5. Martedì, 20 Gennaio 2026

Vincono business, passione e cultura

Si chiude un'edizione, vivace, dinamica e centrale per ogni settore espositivo di Vicenzaoro, gioielliero ma anche tecnologico al TGold e di orologeria e preziosi d'epoca al VO Vintage >p.2

A lively, dynamic and pivotal edition for every exhibition sector - jewelry, technology at TGold, and vintage watches and jewelry at VO Vintage - has come to a close at Vicenzaoro >p.2



EDITORIAL

FEDERICA FROSINI
DIRETTORE VO+ MAGAZINE

Cos'è la ripetizione del gesto in gioielleria? Che valore ha e come viene vissuto? È un atto di precisione che trasforma la visione e l'eccellenza in linguaggio, in un'eredità stilistica duratura. Ed è proprio questo a decretare il successo di una manifestazione che, edizione dopo edizione, affina lo sguardo e costruisce valore attraverso dedizione, cura, attenzione, competenze. Al di là delle contingenze macro economiche e geopolitiche del momento, in questo "luogo" il concetto di ripetizione del gesto si rafforza, legandosi a doppio filo a un modo di vivere il gioiello che oggi passa per la memoria del fare, la libertà di espressione stilistica, la bellezza e l'autenticità. Elementi che, in un'alternanza di continuità e rottura, consolidano la forza dell'evento e delle sue traiettorie future.

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

MARTEDÌ 20 GENNAIO 2026

FINANCE

Richemont group

Il gruppo elvetico segna un +4% e conferma il trend positivo delle sue jewelry maison.
The Swiss group shows a +4% increase and confirm the positive trend of its jewelry maisons. >p.26



TREND

Lunar sculptures

Luci fredde, superfici liquide, effetti siderali per gioielli dai riflessi lunari.
Cool lighting, liquid surfaces, and cosmic effects for jewels with moonlit reflections. >p.14



SEEN ON VO+

Botanical exploration

Fiori, petali e piccoli insetti gioiello. La natura esplode in tutta la sua magnificenza.
Flowers, petals, and tiny jeweled insects. Nature bursts forth in all its magnificence. >p.8

Le gemme dal valore eterno

Le perle Akoya sono sempre più rare. L'industria giapponese punta a preservarne il valore culturale ed economico, rafforzando la loro posizione nel segmento del lusso responsabile

«Le perle vengono dal mare: sono il frutto di un lavoro naturale che non prevede l'intervento di un tagliatore che ne possa aumentare

luminosità e bellezza. È una gemma difficile da definire e da classificare, sulla quale c'è ancora molto da conoscere». A sottolinearlo è Ryuichiro Machizawa - Deputy General Manager della Japan Pearl Promotion Society e membro della Cibjo Pearl Commission, oltre che GIA Graduate Gemologist (GG) e M.A. - presente in fiera con la sua associazione per promuovere una maggiore consapevolezza culturale intorno al mondo delle perle. «Si tende a pensare alla

perla giapponese come a una sfera perfetta, bianca e liscia, ma molte sono le sue sfumature, sia estetiche sia intrinseche da scoprire. Manca ancora una vera cultura della perla», spiega. Da sempre considerate un benchmark assoluto per eleganza, lucentezza e raffinatezza, le perle Akoya stanno attraversando una fase di trasformazione. L'aumento significativo dei prezzi, la disponibilità limitata e una crescente polarizzazione qualitativa hanno di- (segue a pagina 4)

La rinascita dell'argento

Con l'impennata dei prezzi dell'oro e la tendenza dei consumatori a preferire oggetti scultorei, il crescente slancio dell'argento apre nuove possibilità creative per i designer

Secondo una ricerca del Silver Institute statunitense, pubblicato nel marzo 2025, il 63% dei retailer ha registrato un forte aumento delle vendite di gioielli in argento, grazie

soprattutto a clienti di età tra i 20 e i 50 anni. Il mercato del second-hand conferma lo stesso slancio. Nel Resale Report 2025 di The RealReal, i prezzi dei gioielli in argento sono aumentati del 18% su base annua. L'esperta di marketing del gioiello e voce editoriale parigina Sylvie Arkoun osserva che il ritorno dell'argento era inevitabile. «Negli ultimi 20 anni, l'oro giallo - e a volte il rosa - era ovunque. I metalli bianchi erano spariti: percepiti come (segue a pagina 4)



Vincono business, passione e cultura

(segue dalla prima)

Domenica sera, presso il Teatro Palladio di Vicenzaoro, si è svolta la premiazione della prima edizione dei VO Awards. In sala, i rappresentanti delle 24 aziende finaliste, la stampa e una platea di circa 200 persone fra buyer, visitatori e probabili futuri candidati a questi nuovi ambiti riconoscimenti del settore. L'atmosfera che si respirava era quella di un momento carico di emozione, che si potrebbe riassumere con il discorso finale dell'ultimo premiato, Alessio Boschi, designer romano vincitore nella categoria "Best in Icon, one of a kind jewelry", personaggio oggi di fama internazionale che ricordando la sua prima visita qui in fiera circa 25 anni fa da semplice studente, si è detto orgoglioso di fare oggi da mentore dei giovani allievi degli istituti d'arte selezionati nell'ambito del progetto della Design Room "The 8" organizzato da Italian Exhibition Group proprio per sostenere le future generazioni di maestri orafi. Il recap di questi giorni di business matching può iniziare proprio dalla Design Room, dove hanno fatto il loro debutto cinque brand, forieri ciascuno di una storia aziendale e di un personalissimo stile creativo che ha ulteriormente arricchito lo spazio di Vicenzaoro dedicato ai brand indipendenti: la valenzana New Italian Art, Vitale Jewelry di Abano Terme, la pluripremiata designer tedesca Annelie Fröhling, il collettivo della Scuola di Design di Pechino e dall'Ucraina Lobortas Classic Jewelry House, noto nelle cronache di settore per aver creato l'anello "Swan Princess", ornato da 2.525 diamanti, riconosciuto dal Guinness World Records come il gioiello con più diamanti al mondo. La visita degli altri padiglioni del Boutique Show ha regalato come sempre molti spunti agli oltre 560 buyer ospitati provenienti da 65 Paesi, e agli altri visitatori, in un

tour fra più di 1.300 brand con 170 aziende di TGold e 55 espositori di VO Vintage, "nicchia" che ha registrato da sola un +25% di espositori rispetto all'edizione di settembre 2025. Ad attrarre appassionati ed esperti sono senza dubbio anche i tanti momenti di formazione e cultura a latere della manifestazione: il segnaposto d'epoca è stato per esempio protagonista della registrazione live del podcast Laboratorio condotto da Dody Giussani, direttore de L'Orologio, e con Pietro Pannone, co-autore del podcast, e Giorgia Mondani, fondatrice di Mondani Web, che tra passioni, rituali e dinamiche del mercato vintage, hanno tratteggiato il profilo del collezionista contemporaneo. Movimento e vivacità di idee intercettate a Vicenzaoro sono anche lo specchio di una fase di assestamento del settore dopo due anni di crescita, calcolabile in un +5,8% di ricavi stimati nel 2025. Di dinamiche di mercato hanno parlato anche due delle spokesperson di riferimento globale, Martin Rapaport, fondatore nel 1978 del Rapaport Diamond Report, alias il listino internazionale dei prezzi ufficiali dei diamanti, e Ferial Zerouki, Presidente del World Diamond Council, ospiti d'eccezione invitati da Cibjo così come tutti gli speaker di ben 7 seminari incentrati su sostenibilità e futuro dell'industria. Simbolo della direzione verso cui il sistema gioielliero mondiale sta remando potrebbe essere il celebre The Peace Diamond da 709 carati, il 14° più grande al mondo, citato proprio da Mr. Rapaport: trovato nel 2017 in Sierra Leone, è stato venduto sul mercato alla condizione di devolvere parte del ricavato al villaggio di Koryardu dove acqua potabile e scuole erano un miraggio. Un messaggio che, di questi tempi, assume un valore più altro ed è indice di una volontà forte e comune.



What is the repetition of gesture in jewelry? What value does it hold, and how is it experienced? It is an act of precision that transforms vision and excellence into language, into a lasting stylistic legacy. And it is precisely this that determines the success of an event which, edition after edition, sharpens its gaze and builds value through dedication, care, attention, and expertise. Beyond the current macroeconomic and geopolitical contingencies, in this "place" the concept of repetition of gesture is strengthened, becoming inextricably linked to a way of experiencing jewelry that today is rooted in the memory of making, freedom of stylistic expression, beauty, and authenticity. Elements that, in an

alternation between continuity and rupture, consolidate the strength of the event and shape its future trajectories.

FEDERICA FROSINI
EDITOR IN CHIEF VO+ MAGAZINE

The first edition of the VO Awards ceremony took place on Sunday evening in Vicenzaoro's Palladio Theater, attended by representatives from the 24 finalist companies, the press and an audience of around 200 people, including buyers, visitors and possible future candidates for these new prestigious sector awards. The atmosphere was charged with emotion, which could be summed up in the closing speech of last to be awarded Alessio Boschi, a Roman designer and winner of the "Best in Icon, one of a kind jewelry" category. Now an internationally renowned figure, he recalled his first visit to the show some 25 years ago as a simple student, adding how proud he is now to be a mentor to young students from the art schools selected as part of the Design Room's "The 8" project, organized by Italian Exhibition Group specifically to support future generations of master goldsmiths. A recap of these business matching days could start right from the Design Room, where five brands made their debut, each bearing a company story and a highly personal creative style that further enriched the Vicenzaoro area dedicated to independent brands: New Italian Art from Valenza, Vitale Jewelry from Abano Terme, the award-winning German designer Annelie Fröhling, the collective from the Beijing School of Design, and Lobortas Classic Jewelry House from Ukraine, known to insiders for having created the "Swan Princess" ring, adorned with 2,525 diamonds and recognized by Guinness World Records as the jewel with the most diamonds in the world. As always, the Boutique Show halls gave the over 560 buyers hosted from 65 countries, and all the other visitors, plenty of food for thought with a tour of more than 1,300 brands, with 170 companies from TGold and 55 exhibitors at VO Vintage, a "niche" which alone recorded 25% more exhibitors than the September 2025 edition. Undoubtedly, enthu-

siasts and experts were also attracted by the numerous educational and cultural moments flanking the event: vintage timepieces, for example, were the stars of Laboratorio's live podcast recording hosted by Dody Giussani, director of L'Orologio, with Pietro Pannone, co-author of the podcast, and Giorgia Mondani, founder of Mondani Web, who, amid passions, rituals and the dynamics of the vintage market, defined the profile of the contemporary collector. Movement and liveliness of ideas intercepted at Vicenzaoro also reflect an adjustment phase in the sector after two years of growth, which can be expressed by an estimated +5.8% of revenues in 2025. Two globally renowned spokespersons also talked about market dynamics: Martin Rapaport, founder in 1978 of the Rapaport Diamond Report, aka the international list of official diamond prices, and Ferial Zerouki, President of the World Diamond Council, both exceptional guests invited by Cibjo together with all the speakers of 7 seminars focused on sustainability and the industry's future. A symbol of the direction in which the global jewelry system is heading could be the famous 709-carat The Peace Diamond, the 14th largest in the world, mentioned by Mr. Rapaport: found in Sierra Leone in 2017, it was sold on the market on the condition of donating part of the proceeds to the village of Koryardu where drinking water and schools were a mirage. A message which, in these current times, takes on greater value and is an indication of a strong and common will.

Lorenza Scalisi

benoi
MEMORY MERCHANTS

benoi.com

Le gemme dal valore eterno

(segue dalla prima)



Akoya pearls are becoming increasingly rare. The Japanese industry aims to preserve their cultural and economic value, strengthening their position in the responsible luxury segment

«**P**earls come from the sea: they are the result of a natural process that does not require the intervention of a cutter to enhance their luster and beauty. It is a gem that is difficult to define and classify, and there is still much to learn about it.» This is emphasized by Ryuichiro Machizawa, Deputy General Manager of the Japan Pearl Promotion Society and member of the Cibjo Pearl Commission, as well as a GIA Graduate Gemologist (GG) and M.A., who is present at the fair with his association to promote greater cultural awareness around the world of pearls. «We tend to think of Japanese pearls as perfect, white, smooth spheres, but there are many nuances, both aesthetic and intrinsic, to be discovered. There is still no real pearl culture,» he explains. Always considered an absolute benchmark for elegance, luster, and refinement, Akoya pearls are undergoing a transformation. Significant price increases, limited availability,

and growing quality polarization have created a different scenario. International demand continues to grow, driven in particular by Asian markets and China. Since 2023, Akoya pearl prices have risen, in some cases doubling previous levels, with a growth rate that has even exceeded that of gold. Far from being perceived as classic ceremonial jewelry, Akoya pearls are establishing themselves as rare and durable assets, capable of maintaining and increasing their value over time. This change in perception strengthens their position within the conscious and sustainable luxury segment. Looking to the future, they will become increasingly rare and precious. The main challenge will be to clearly communicate the differences between Akoya pearls and other varieties, highlighting the craftsmanship, traditional techniques, and sustainability of the Japanese production process.

segnato uno scenario differente. La domanda internazionale continua a crescere, trainata in particolare dai mercati asiatici e dalla Cina. Dal 2023, i prezzi delle perle Akoya hanno registrato incrementi che in alcuni casi hanno raddoppiato i livelli precedenti, con un ritmo di crescita che ha persino superato quello dell'oro. Lontane ormai dall'essere percepite come gioielli classici da cerimonia, le perle Akoya si stanno affermando come beni rari e durevo-

li, capaci di mantenere e accrescere il proprio valore nel tempo. Un cambiamento di percezione che ne rafforza il posizionamento all'interno del segmento del lusso consapevole e sostenibile. Guardando al futuro, diventeranno sempre più rare e preziose. La sfida principale sarà comunicare in modo chiaro le differenze tra le perle Akoya e le altre varietà, valorizzando l'artigianalità, le tecniche tradizionali e la sostenibilità del processo produttivo giapponese.

La rinascita dell'argento

(segue dalla prima)



Elizabeth Hooper Studio

economici, etnici, antiquati o semplicemente freddi». La brand strategist e curatrice Natasha Kietene aggiunge: «Credo che l'argento sia sempre stato una sorta di "laboratorio delle idee", un metallo con il quale i designer si sentono liberi di sperimentare. Vedo continuamente creativi diventare molto più audaci quando lavorano con questo metallo». Ben prima dell'attuale "silver fever", alcuni marchi avevano già scelto l'argento

per definire il proprio DNA. Altri designer, come Elizabeth Hooper a Dallas, Texas, lavorano con argento, vermeil e oro, una strategia che risuona fortemente con il consumatore contemporaneo. Rosanna Fiedler, fondatrice di Wyld Box, ha lanciato il proprio marchio nel 2024, combinando oro 18 carati con argento massiccio e trattando il metallo «con la stessa reverenza riservata all'oro, non come un ripiego». Con un prezzo ac-



Hermès

cessibile che favorisce la creazione di gioielli espressivi, di grandi dimensioni e designer sempre più inclini alla sperimentazione, l'ascesa dell'argento sterling è destinata a continuare, soprattutto perché i consumatori sono sempre più alla ricerca di un equilibrio tra costo e stile.

As gold prices soar and consumers gravitate toward sculptural pieces, silver's rising momentum is unleashing new creative possibilities for designers

According to research by the US Silver Institute, published in March 2025, 63% of retailers reported a sharp increase in sales of silver jewelry, thanks mainly to customers aged between 20 and 50. The second-hand market confirms the same momentum. In The RealReal's 2025 Resale Report, silver jewelry prices rose 18% year-on-year. Parisian jewelry marketing expert and editorial voice Sylvie Arkoun

notes that silver's comeback was inevitable. «Over the past 20 years, yellow gold – and sometimes rose gold – was everywhere. White metals had disappeared: perceived as cheap, ethnic, old-fashioned, or simply cold.» Brand strategist and curator Natasha Kietene adds «I think silver has always been a kind of 'laboratory of ideas,' a metal that designers feel free to experiment with. I constantly see creatives becoming much bolder when working with this metal.» Well before the current "silver fever," some brands had already chosen silver to define their DNA. Other designers, such as Elizabeth Hooper in Dallas, Texas, work with silver, vermeil, and gold, a strategy that resonates strongly with contemporary consumers. Rosanna Fiedler, founder of Wyld Box, launched her brand in 2024, combining 18-karat gold with solid silver and treating the metal «with the same reverence reserved for gold, not as a fallback.» With an affordable price point that encourages the creation of expressive, oversized jewelry and designers increasingly inclined to experiment, the rise of sterling silver is set to continue, especially as consumers increasingly seek a balance between cost and style.

INNOVATION



I gioielli smart di Fortitudo Diamonds

REM, "Relive Emotional Moments", è l'acronimo che indica una nuova web app, che trasforma un semplice gioiello in un device high tech da indossare. Per attivare il microcip NFC, si avvicina lo smartphone al charm del bracciale e si attiva automaticamente un link che permette di visualizzare un contenuto digitale personalizzato, come ad esempio un video, una foto o una dedica scelta direttamente dal cliente. In questo modo il gioiello, in oro o argento, diventa non solo un oggetto prezioso, ma anche un mezzo per custodire e rivivere emozioni e ricordi. I braccialotti, inoltre, sono realizzati con un meccanismo elasticizzato che permette loro di adattarsi perfettamente al polso, garantendo comfort e vestibilità senza bisogno di chiusure tradizionali.

REM, "Relive Emotional Moments," is the acronym for a new web app that transforms a simple piece of jewelry into a high-tech wearable device. To activate the NFC chip, simply hold your smartphone close to the bracelet's charm and a link is automatically activated, allowing you to view personalized digital content, such as a video, a photo, or a dedication chosen by the customer. In this way, the gold or silver jewelry becomes not only a precious object, but also a way to preserve and relive emotions and memories. The bracelets are also made with an elasticized mechanism that allows them to adapt perfectly to the wrist, ensuring comfort and wearability without the need for traditional clasps.

NANIS



Hall 7 | Booth 582
nanis.it

Retail: nuove aperture

Dal Medio Oriente all'Europa, le grandi Maison e i designer indipendenti investono nello spazio fisico. Aperti negli ultimi mesi i negozi di Casato, Boucheron, Bibi van der Velden, Damiani, Recarlo

From the Middle East to Europe, major fashion houses and independent designers are investing in physical space. Stores opened in recent months include Casato, Boucheron, Bibi van der Velden, Damiani, and Recarlo

Casato

Dopo l'apertura del primo negozio a Riyadh, Casato consolida la sua presenza in Medio Oriente inaugurando il secondo punto vendita, questa volta presso il Festival City Mall di Doha. Progettato da Alessandra Lavinato, fondatrice di Cubi Design, lo store è un ampio spazio concepito come un archivio di bellezza, ricco di dettagli volti a celebrare il saper fare italiano e il concetto di leggerezza. La libellula, simbolo e guida delle collezioni Casato, ispira l'intero progetto. Un'illuminazione studiata nei minimi dettagli, con lampade a catene metalliche che richiamano i gioielli, decora il soffitto, riflettendo l'ossessione per la bellezza di Federico Gauttieri, fondatore e mente creativa del brand.

Following the opening of its first store in Riyadh, Casato strengthens its presence in the Middle East with the inauguration of a second boutique, this time at Festival City Mall in Doha. Designed by Alessandra Lavinato, founder of Cubi Design, the new store is a spacious environment conceived as a true archive of beauty, rich in details that celebrate Italian craftsmanship and the concept of lightness. The dragonfly, symbol and guide of Casato's collections, inspires the entire project. Lighting, studied down to the smallest detail, features metal chain lamps that echo the jewellery, adorning the ceiling and reflecting the founder and creative mind of the brand, Federico Gauttieri's, obsession with beauty.



Casato



Bibi van der Velden

Boucheron

Galleria Mall, Global Market Square, Al Maryah Island: questo l'indirizzo della nuova boutique Boucheron inaugurata a ottobre ad Abu Dhabi, Emirati Arabi Uniti. Oltre 204 metri quadrati in una posizione privilegiata, in un centro commerciale, rinomato per offrire un'esperienza di shopping esclusiva. Lo spazio si ispira all'architettura parigina dello storico indirizzo della Maison in Place Vendôme dove, nel 1893, Frédéric Boucheron fu il primo dei grandi gioiellieri ad aprire una boutique al civico 26. La facciata della boutique cattura subito l'attenzione con prismi di vetro declinato nell'iconico verde Boucheron che creano un affascinante effetto specchio.

Galleria Mall, Global Market Square, Al Maryah Island: this is the address of Boucheron's new boutique, inaugurated last October in Abu Dhabi, United Arab Emirates. Spanning over 204 square meters in a prime location within a shopping center renowned for offering an exclusive retail experience, the space draws inspiration from the Parisian architecture of the Maison's historic Place Vendôme address, where in 1893 Frédéric Boucheron became the first of the great jewellers to open a boutique at number 26. The boutique's façade immediately captures attention, with glass prisms in Boucheron's iconic green creating a captivating mirror effect.



Boucheron



Recarlo

Damiani

L'affinità elettiva tra il lusso italiano e il Medio Oriente cresce in maniera sempre più evidente, come confermano le scelte strategiche di Damiani, maison italiana ancora di proprietà della famiglia fondatrice e celebre nel mondo per le sue collezioni Made in Italy. Il brand ha consolidato la propria presenza a Dubai e nel regno del Bahrein, rinnovando la boutique di 177 mq nel celebre Dubai Mall e inaugurando un nuovo store di 150 mq nel prestigioso Marassi Galleria Mall di Manama. Entrambi i punti vendita incarnano il nuovo concept globale della Maison, un autentico omaggio all'italianità che si esprime attraverso la cura degli spazi e la scelta di materiali preziosi.



Damiani

The special affinity between Italian luxury and the Middle East is becoming increasingly evident, as reflected in Damiani's strategic moves. The Italian maison, still family-owned and renowned worldwide for its Made in Italy collections, has strengthened its presence in Dubai and the Kingdom of Bahrain, refurbishing its 177-square-meter boutique in the iconic Dubai Mall and opening a new

150-square-meter store in the prestigious Marassi Galleria Mall in Manama. Both spaces embody the Maison's new global concept, a true celebration of Italian heritage expressed through meticulous attention to space and the use of precious materials.

Recarlo

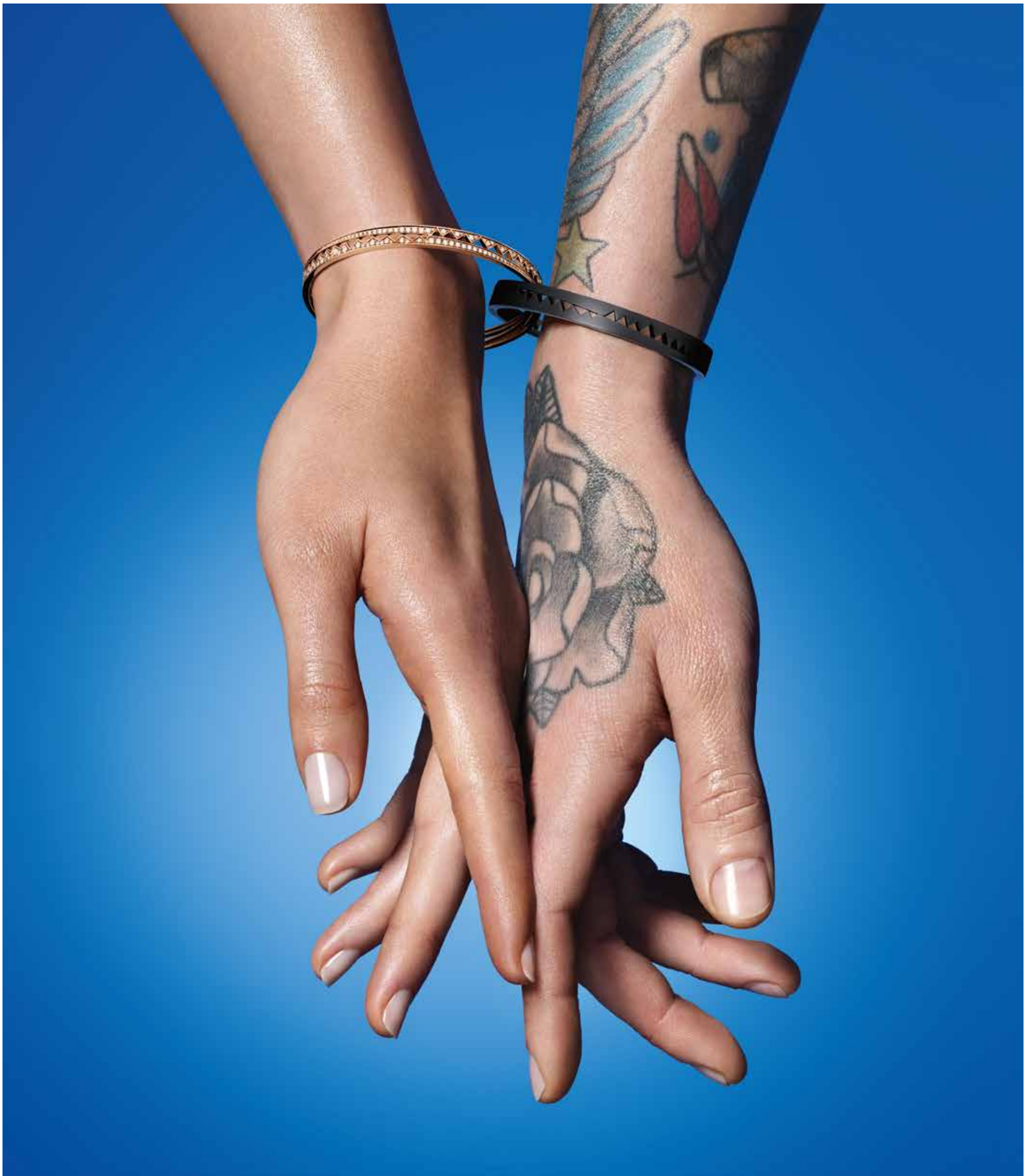
Milano e Bari: sono queste le città scelte da Recarlo per l'apertura delle due prime boutique monomarca. A Milano, capitale di arte, moda e design, la prima boutique ha aperto nel cuore del Quadrilatero, in Via San Pietro all'Orto 26. Un'ampia vetrina si affaccia sulla strada, anticipando l'incontro con la bellezza di collezioni iconiche come Anniversary Love e Anniversary More, illuminate da luci studiate per esaltare purezza e taglio dei diamanti. L'atmosfera ricorda un accogliente salotto piemontese, dove il lusso è volutamente "décontracté". A Bari, in via Sparano 108, una delle principali arterie del retail di lusso e simbolo della crescente centralità del Sud Italia nel panorama internazionale, l'estetica si ripete: gli spazi intimi e sofisticati richiamano l'universo ideale "blu" di Recarlo.

Milan and Bari: these are the cities chosen by Recarlo for their first boutiques. In Milan, the capital of art, fashion, and design, the first boutique has opened in the heart of the Quadrilatero, at Via San Pietro all'Orto 26. A wide window fronts the street, previewing the beauty of iconic collections such as Anniversary Love and Anniversary More, illuminated by carefully designed lighting that highlights the diamonds' purity and cut. The atmosphere evokes a welcoming Piedmontese salon, where luxury is intentionally "décontracté." In Bari, at Via Sparano 108 – one of the city's main luxury retail streets and a symbol of Southern Italy's growing significance on the international stage – the same aesthetic unfolds. Intimate, sophisticated spaces echo Recarlo's signature "blue" universe.

Bibi van der Velden

Nato in occasione del ventesimo anniversario del suo marchio omonimo, il primo negozio della designer e scultrice Bibi van der Velden ha inaugurato a inizio settembre ad Amsterdam, con l'introduzione del concept "Unearth the Extraordinary", che promette un'esperienza multisensoriale fatto di spiritualità, antichi rituali e natura. L'apertura coincide con i vent'anni dal lancio della sua prima collezione. Da allora, le sue creazioni hanno conquistato un seguito di collezionisti, curatori e Vip in tutto il mondo. Oro riciclato, pietre rare, zanne di mammut risalenti a 60.000 anni fa e ali di scarabeo iridescenti diventano parte di gioielli in cui natura e alta artigianalità convivono, sempre con un dettaglio capace di emozionare e trasformare.

Launched to mark the twentieth anniversary of her eponymous brand, the store introduces the concept "Unearth the Extraordinary", promising a multisensory experience inspired by spirituality, ancient rituals, and the natural world. The space is an extension of van der Velden's creative vision. The opening coincides with twenty years since her first collection. Since then, her work has garnered a devoted following of collectors, curators, and Vips worldwide. Recycled gold, rare stones, 60,000-year-old mammoth tusks, and iridescent beetle wings come together in pieces where nature meets masterful craftsmanship, always with a detail that surprises, delights, and transforms.



A K I L L I S
JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713

Botanical Exploration: lo still life di Collective Resonance, il numero di VO+ January 2026

Photos by **Léonard Oliviéro**
Jewelry stylist **Adriana Pinto De Azevedo**
Set design **Andrea Déléigny**

Il fotografo **Léonard Oliviéro** immortala creazioni di gioielleria ispirate alla natura in set immaginifici che ne amplificano il valore simbolico. I suoi scatti racchiudono universi visivi sospesi, in cui l'oggetto prezioso dialoga con forme familiari e primordiali: un patto tra la creazione orafa e l'universo naturale, da osservare e soprattutto da "sentire".

*Photographer **Léonard Oliviéro** immortalizes nature-inspired jewelry creations in imaginative settings that amplify their symbolic value. His shots encapsulate suspended visual universes, in which the precious object dialogues with familiar and primordial forms: a pact between goldsmithing and the natural universe, to be observed and, above all, to be "felt."*



Chopard



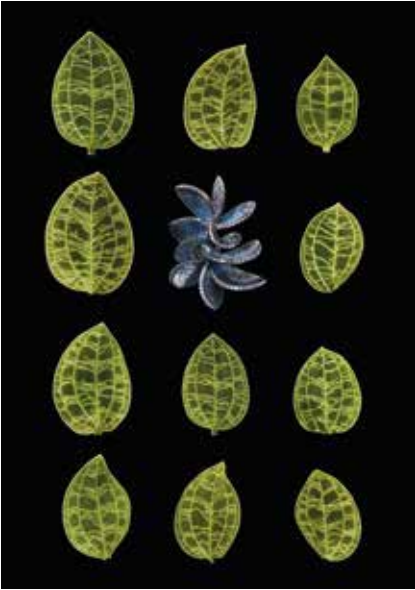
Sabbadini



Buccellati



Boucheron high jewelry collection



Sabbadini



Alessio Boschi



Mellerio



Bibi Van Der Velden



Bibi Van Der Velden



Bibi Van Der Velden



HALL 7 STAND 317

MARCELINE

PARIS

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





IGI

INTERNATIONAL
GEMOLOGICAL
INSTITUTE

Timeless
Gemological
Excellence.
Modern
convenience.



With IGI's eLearning program, earn an international diploma at your convenience.
Update your knowledge base and develop the skills you need for a limitless career.

IGI School of Gemology

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



The most powerful jewelry lightbox ever built.



Scan to redeem an exclusive offer

Vicenzaoro Booth 122, Hall 3



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**

Lunar sculptures

Scolpire la luce eterea e trasformarla in un talismano. Sembra questa l'intenzione creativa che guida uno dei trend più sofisticati della stagione calda. Luci fredde, superfici liquide, effetti siderali: i gioielli-scultura, attraversati da riflessi lunari, si impongono grazie a silhouette architettoniche e volumi dai tagli netti. Argento, titanio, oro bianco sono i metalli scelti per sedurre con la loro aura rarefatta.

Feature by Antonella Reina



Sopra/above
MARIA E LUISA JEWELS
A destra/right
PAMELLA ROLAND SS 2026



To sculpt ethereal light and turn it into a talisman: this seems to be the creative impulse behind one of the season's most refined trends. Cool gleams, liquid surfaces, sidereal effects: these are the hallmarks of sculptural jewels, traversed by lunar reflections and defined by architectural silhouettes and chiseled volumes. Silver, titanium, and white gold are the metals of choice, seducing with their rarefied aura.



Qitteri



Breil

SEEN ON VO+
EDIT



Breathe hunter

La catena pallinata diamantata è un elemento decorativo con cui il marchio Peruffo gioca costantemente, dimostrando come un motivo possa divagare in diverse declinazioni creative. Nel lip cuff Slide, si trasforma in una frangia che aggiunge movimento all'espressione del volto. Un gioiello in oro che si fissa delicatamente ai lati delle labbra, estendendosi fino a valorizzare il profilo del mento. Il design ha uno stile audace e innovativo, senza mai perdere di vista un'idea di bellezza contemporanea molto cara al brand.

The diamond-polished beaded chain is a decorative element that the Peruffo brand constantly plays with, demonstrating how a motif can digress into different creative interpretations. In the Slide lip cuff, it turns into a fringe that adds movement to facial expression. A gold jewel that delicately attaches to the sides of the lips, extending to enhance the profile of the chin. The design is bold and innovative in style while never losing sight of an idea of contemporary beauty very dear to the brand.

Aminoff
LONDON

FINE PEARL JEWELLERY SINCE 1972



HALL 6 BOOTH 261

AMINOFFLONDON.COM



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>

NIVODA

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

Eccezionali pietre di colore - Solo su Nivoda.

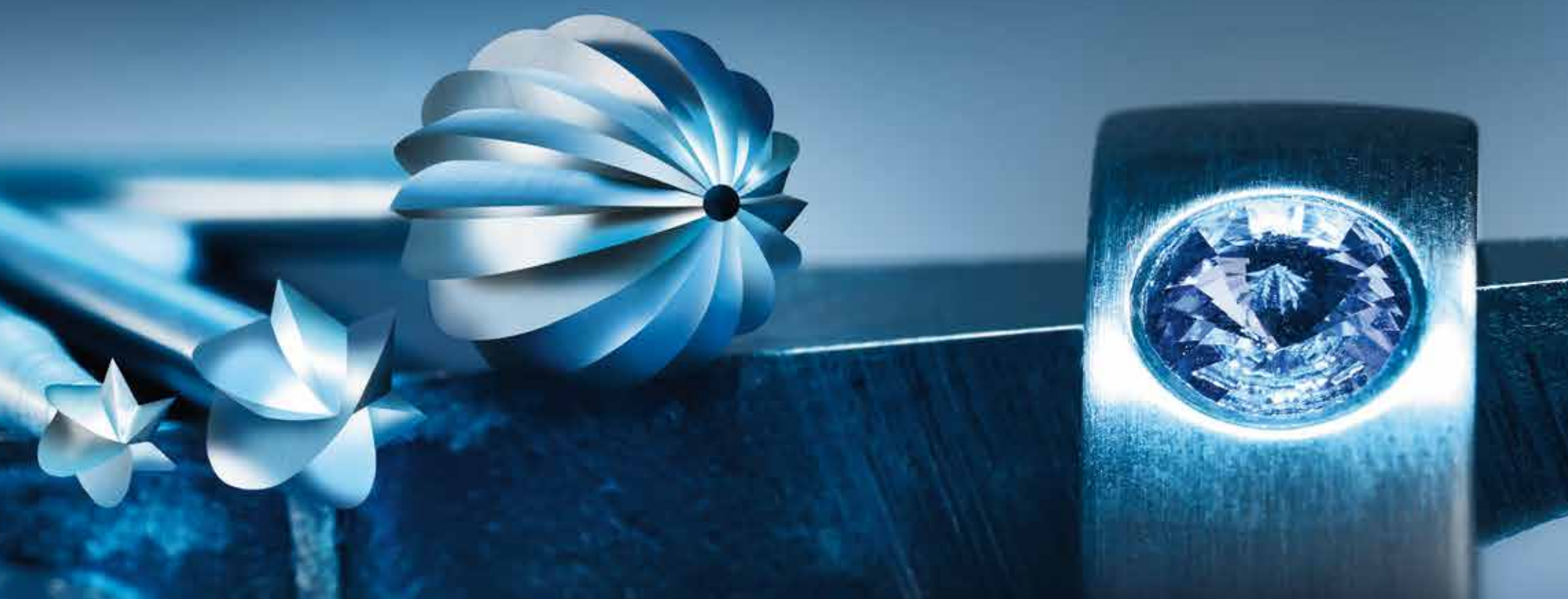


Uniting the World of Jewellery



NIQUA[®]

G R O U P



HALL 9 BOOTH 033



niquagroup.com

PRECISION TOOLS MANUFACTURER since 1897



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



Jewelry in motion

Geometrie abbinate in modo architettonico, giochi di pieni e vuoti che suggeriscono dinamismo e leggerezza: in gioielleria, perseguire l'idea di movimento conduce a risultati imprevedibili e per questo irresistibili. La ricerca fonde input creativi e nozioni di ingegneria per dar vita a gioielli unici, destinati a donare un ritmo incalzante al nostro stile.

Feature by Antonella Reina



Sopra/above
J JEWELS

A destra/right
VALENTINO SS 26



Architecturally inspired geometries, a play of solids and voids suggesting dynamism and lightness: in jewelry, pursuing the idea of movement leads to unpredictable and therefore irresistible results. The creative process blends imaginative impulses with engineering knowledge to bring forth unique pieces, designed to impart a compelling rhythm to our style.



Akillis



Ama

SEEN ON VO+
EDIT



Breathe hunter

Può un semplice profilo d'oro creare poesia? Se posizionato in un punto strategico della bocca, sì. Come un punto interrogativo alla fine di una frase, Sporo - sottilissimo lip cuff in oro vermeil 24 carati - sembra sottolineare i dubbi che accompagnano le parole da pronunciare. La sua forma arrotondata abbraccia il labbro inferiore con una disinvoltura essenziale. Nell'immaginario del designer Lucas Bauer, si ispira alle forme primordiali della natura, anteriori all'esistenza umana e destinate a sopravviverci.

Can a simple gold outline create poetry? It can when placed at a strategic point on the mouth. Like a question mark at the end of a sentence, Sporo - an ultra-thin, 24-karat, vermeil gold lip cuff - seems to underline the doubts that accompany the spoken word. Its rounded shape hugs the lower lip with essential ease. In the imagination of designer Lucas Bauer, it draws inspiration from primordial forms of nature that predate human existence and are destined to survive us.

ESTD 1971
ASIAN STAR

TRYYST



Hall No. 3.1 | Booth No: 210, 211, 212

Oro e metalli alle stelle: mercati in fibrillazione tra Fed e geopolitica

Indagine sulla Federal Reserve e tensioni globali spingono oro, argento e metalli industriali ai massimi storici. Il Financial Times parla di uno scenario senza precedenti, tra inflazione, dazi e ricerca di beni rifugio

An investigation into the Federal Reserve and global uncertainty are pushing gold, silver, and industrial metals to record highs. The Financial Times describes an unprecedented scenario marked by inflation risks, tariffs, and a flight to safe-haven assets

Da venerdì scorso, il mondo orafico gioielliero internazionale è riunito qui a Vicenzaoro. Non si può quindi ignorare quanto sta avvenendo oltreoceano in seguito all'indagine penale da parte dei procuratori statunitensi nei confronti del presidente della Federal Reserve, Jay Powell. Ecco dunque un breve recap di quanto pubblicato dal Financial Times in un articolo uscito lunedì 12 gennaio sulla reazione dei mercati a questa notizia. L'inchiesta riguarda la sua testimonianza al Congresso sui lavori di ristrutturazione della sede della banca centrale, un progetto da 2,5 miliardi di dollari. Powell ha denunciato l'intento di limitare l'indipendenza della Fed, già sotto pressione dalla Casa Bianca per tagliare i tassi in modo più aggressivo. La reazione dei mercati è stata immediata: l'oro è balzato del 2,7%, superando i 4.600 dollari l'oncia, mentre l'argento ha segnato +7,8%, oltre gli 86 dollari. Il dollaro si è indebolito e i rendimenti dei Treasury hanno oscillato, riflettendo il timore di tassi artificialmente bassi e inflazione in aumento. «Pressioni politiche sulla Fed significano dollaro più debole e aspettative di inflazione in crescita», ha spiegato Mike Riddell di Fidelity. Il rally si è esteso ai metalli industriali: il 14 gennaio oro, argento, rame e stagno hanno toccato contemporaneamente i massimi storici. Oro a 4.639 dollari (+8% da inizio anno), argento oltre 91 dollari, rame a 13.407 dollari a tonnellata e stagno sopra i 52.000. «Non ricordo precedenti negli ultimi vent'anni», ha dichiarato Helen Amos di BMO. Alla base, una combinazione di tensioni geopolitiche, incertezza monetaria e accumulo di scorte negli USA per timore di dazi. Il contesto globale resta instabile: proteste in Iran, cattura di Maduro e dichiarazioni di Trump su possibili interventi

militari alimentano la ricerca di beni rifugio. «L'oro è l'asset geopolitico per eccellenza», ha concluso John Woods di Lombard Odier. Anche il platino si è unito al rally, toccando 2.478 dollari a fine dicembre. Uno scenario che, conclude il Financial Times, porta i mercati in un territorio inesplorato, dove politica monetaria e materie prime si intrecciano come mai prima d'ora.

Since last Friday, the international jewelry and gold industry has gathered here at Vicenzaoro. It's impossible to ignore what's happening overseas following the criminal investigation launched by U.S. prosecutors against Federal Reserve Chairman Jay Powell. Here's a brief recap of what the Financial Times reported in its January 12 article on market reactions to this news. The inquiry concerns Powell's testimony before Congress regarding the \$2.5 billion renovation of the central bank's headquarters. Powell denounced the move as an attempt to undermine the Fed's independence, already under pressure from the White House to cut rates more aggressively. Markets reacted immediately: gold surged 2.7%, surpassing \$4,600 per troy ounce, while silver jumped 7.8%, breaking above \$86. The dollar weakened, and Treasury yields fluctuated, reflecting fears of artificially low rates and rising inflation. "Political pressure on the Fed means a weaker dollar and higher inflation expectations," explained Mike Riddell of Fidelity. The rally extended to industrial metals: on January 14, gold, silver, copper, and tin simultaneously hit all-time highs. Gold reached \$4,639 (+8% year-to-date), silver topped \$91, copper hit \$13,407 per ton, and tin soared past \$52,000. "I can't recall anything like this in the past 20 years," said Helen Amos of

BMO. Driving this surge is a mix of geopolitical tensions, monetary uncertainty, and stockpiling in the U.S. amid tariff fears. Global instability persists: protests in Iran, the capture of Venezuelan President Nicolás Maduro, and Trump's hints at possible military intervention are fueling demand for safe havens. "Gold is the ultimate geopolitical asset," noted John Woods of Lombard Odier. Platinum has joined the rally too, hitting \$2,478 at the end of December. As the Financial Times concludes, markets have entered uncharted territory where monetary policy, geopolitics, and commodities are more intertwined than ever.



Nanis



Femarr



Unoaerre

Mireya
DIAMOND EXPRESSIONS

G R O W E
LAB-GROWN DIAMONDS

An Exclusive Range of
ENGAGEMENT RINGS
Created To Elevate Your Store.

HALL 7 | BOOTH 314
www.mireyauk.com | hello@mireyauk.com

JOIN US TO EXPERIENCE THE ART OF CUTTING BRILLIANCE.

Taste: La cover story di Collective Resonance, il numero di VO+ January 2026

Photos by **Ana Marti**
Fashion coordinator
Mirko De Propris
Food design **Valentina Micól Carnevali**
Make up **Greta Agazzi**
Hair **Manuel Sunda**
Model **Ronja Kogler @elite milan**

Attraverso il suo obiettivo, la fotografa Ana Marti sviluppa una ricerca sul gusto e sulla sua relazione con la gioielleria raffinata, creando una connessione tra esperienza sensoriale e rappresentazione estetica. Le percezioni di amaro, dolce, aspro, salato sono tradotte in immagini che evocano sensazioni tattili ed emotive, oltre che visive. Il gioiello supera la dimensione ornamentale e si fa esperienza, stimolo, memoria sensoriale, invitando l'osservatore a una lettura più intima e sinestetica dell'oggetto prezioso.

Through her lens, photographer Ana Marti explores taste and its relationship with fine jewelry, creating a connection between sensory experience and aesthetic representation. Perceptions of bitter, sweet, sour, and salty are translated into images that evoke tactile and emotional sensations, as well as visual ones. Jewelry transcends its ornamental dimension and becomes an experience, a stimulus, a sensory memory, inviting the observer to a more intimate and synesthetic reading of the precious object.



Nanis



Forever Unique



Femar



Giorgio Visconti



Casato



Verdi



Crivelli





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

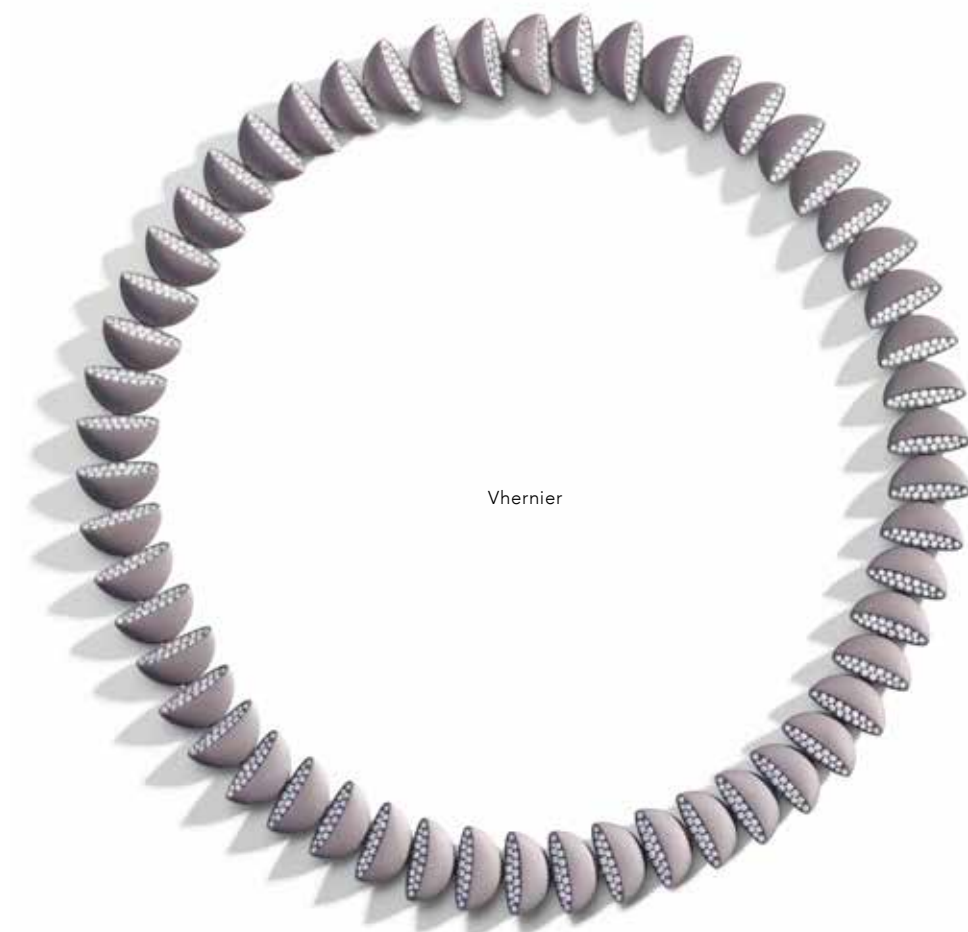
March HK AWE Hall 8E-06



Richemont traina la gioielleria di fascia alta

I numeri del terzo trimestre fiscale del colosso elvetico, chiuso al 31 dicembre 2025, segnano un +4% e confermano il trend positivo delle jewelry maison

The figures for Richemont's third fiscal quarter, which closed on December 31, 2025, show a +4% increase and confirm the positive trend of the group's jewelry maisons



Vhernier



Van Cleef & Arpels

Secondo quanto riportato dall'ultimo report del gruppo Richemont e ripreso da Pambianco il 15 gennaio scorso, i numeri del terzo trimestre fiscale del colosso elvetico confermano che a sostenerne la crescita sono sempre le jewelry maison. A fronte di vendite trimestrali pari a 6,4 miliardi di euro, la divisione gioielli – che riunisce brand come Cartier, Van Cleef & Arpels, Buccellati e Vhernier – ha messo a segno un +6% per 4,8 miliardi di euro (+14% a valute costanti), distanziando sia gli orologi (che comunque hanno registrato un miglioramento a +1% a cambi correnti, +7% a valute costanti per 872 milioni di euro) sia il fashion, e riaffermando il ruolo centrale della gioielleria come motore per il colosso elvetico. Le vendite dei nove mesi della maison si sono attestate sui 17 miliardi di euro, in crescita del 9% (+10% a tassi costanti). Secondo Pambianco, l'hard luxury sta assumendo un ruolo centrale nel lusso globale e la gioielleria si conferma il segmento più solido perché riesce a intercettare una domanda sempre esposta alle oscillazioni dei consumi e sempre più orientata a logiche di investimento e patrimonializzazione. Nel Q3 di Richemont tutte le regioni hanno contribuito alla crescita delle jewelry maison, con le Americhe a +6% (+14% a tassi costanti), Giappone a +7% (+17% a valute costanti) e in Medio Oriente e Africa (+20% a tassi costanti e del +12% a tassi correnti). Anche i mercati più maturi hanno mantenuto un passo positivo, con l'Europa in crescita del 6% (+8% a tassi costanti) e l'Asia Pacifico in calo del 2% a tassi correnti e del 6% a tassi costanti. Questa dina-

mica trova una conferma anche nell'analisi dell'Area Studi Mediobanca, secondo la quale tra il 2015 e il 2024 il commercio mondiale di gioielli da indosso è cresciuto da 97 miliardi di euro a oltre 130 miliardi, con un cagr del 3,3%, superiore a quello registrato da altri comparti del lusso personale nello stesso arco temporale. All'interno di questo mercato, l'Italia è passata da una quota del 5,8% nel 2015 all'8% nel 2023, fino a raggiungere l'11,2% nel 2024, superando sia la Svizzera sia l'India. Un risultato che, secondo Mediobanca, conferma la capacità del made in Italy di valorizzare design, qualità e posizionamento nell'alto di gamma, rafforzando il ruolo del Paese come piattaforma manifatturiera e creativa di riferimento per l'hard luxury internazionale. Il quadro resta articolato e non privo di elementi di cautela. La stessa analisi ricorda che parte dell'exploit italiano nel 2024 è stata influenzata da una performance "anomala" delle esportazioni verso la Turchia e che nei primi nove mesi del 2025 l'export del comparto ha registrato una flessione del 15,2% su base annua, in larga misura imputabile proprio al deciso arretramento del mercato turco (-52,2% dopo il +468,7% del 2024). Tuttavia, mentre alcune destinazioni mostrano segnali di normalizzazione, altri mercati chiave – dagli Emirati Arabi Uniti al Regno Unito, fino a Giappone e Cina – tornano a evidenziare dinamiche positive, confermando la solidità della domanda globale di gioielleria.

According to the latest report from the Richemont group, published by Pambianco on January 15, the Swiss group's third-quarter figures confirm that jewelry houses continue to drive the Swiss giant's growth. With quarterly sales of €6.4 billion, the jewelry division—which includes brands such as Cartier, Van Cleef & Arpels, Buccellati, and Vhernier—posted a +6% increase to €4.8 billion (+14% at constant exchange rates), outpacing both watches (which nevertheless recorded an improvement of +1% at current exchange rates, +7% at constant exchange rates for €872 million) and fashion, reaffirming the central role of jewelry as the driving force behind the Swiss giant. The maison's nine-month sales stood at €17 billion, up 9% (+10% at constant exchange rates). According to Pambianco, hard luxury is taking on a central role in global luxury, and jewelry remains the most solid segment because it is able to capture demand that is less exposed to fluctuations in consumption and increasingly oriented towards investment and capitalization. In Richemont's Q3, all regions contributed to the growth of the jewelry maison, with the Americas up 6% (+14% at constant exchange rates), Japan up 7% (+17% at constant exchange rates), and the Middle East and Africa up 20% at constant exchange rates and 12% at current exchange rates. Even the more mature markets maintained positive growth, with Europe up 6% (+8% at constant exchange rates) and Asia Pacific down 2% at current exchange rates and 6% at constant exchange rates. This trend is also confirmed by the

Mediobanca Research Department, which estimates that between 2015 and 2024, global trade in wearable jewelry grew from €97 billion to over €130 billion, with a CAGR of 3.3%, higher than that recorded by other personal luxury goods sectors over the same period. Within this market, Italy's share rose from 5.8% in 2015 to 8% in 2023, reaching 11.2% in 2024, surpassing both Switzerland and India. According to Mediobanca, this result confirms the ability of Italian-made products to enhance design, quality, and high-end positioning, strengthening the country's role as a manufacturing and creative platform of reference for international hard luxury. The picture remains complex and not without elements of caution. The same analysis points out that part of Italy's success in 2024 was influenced by an "anomalous" performance of exports to Turkey and that in the first nine months of 2025, exports in the sector fell by 15.2% year-on-year, largely due to the sharp decline in the Turkish market (-52.2% after +468.7% in 2024). However, while some destinations are showing signs of normalization, other key markets—from the United Arab Emirates to the United Kingdom, Japan, and China—are returning to positive growth, confirming the strength of global demand for jewelry.



Buccellati



50%
SUPPORT

**ADVERTISING
STORE DECORATION
RENT**



Franchise Branches

Nature inspiration

Le allusioni al mondo naturale infondono ai gioielli il potere della riconciliazione
Inspiration from the natural world infuses jewelry with the power of reconciliation

Feature by Antonella Reina



← Boucheron

Con Untamed Nature, Boucheron offre una magistrale interpretazione della natura, da sempre inesauribile fonte d'ispirazione per la maison. Immergendosi negli archivi storici, una preziosa biblioteca che conta oltre seicento volumi, tra cui importanti trattati scientifici del XIX secolo, Claire Choisne, direttore creativo, ha realizzato 28 creazioni che riproducono le forme più modeste della flora e della fauna: trifogli, margherite, rose selvatiche si mescolano a cardi, farfalle, coleotteri e libellule. In oro bianco, diamanti, madreperla, cristallo di rocca e tocchi di lacca nera, i pezzi sembrano germogliare sul corpo, trasformandolo in un habitat vivente.

With Untamed Nature, Boucheron offers a masterful interpretation of nature, which has always been an inexhaustible source of inspiration for the company. Immersing herself in the historical archives, a precious library of more than six hundred volumes, including important scientific treatises from the 19th century, Claire Choisne, creative director, has come up with 28 creations that reproduce the most modest forms of flora and fauna: clovers, daisies, wild roses intermingle with thistles, butterflies, beetles and dragonflies. In white gold, diamonds, mother of pearl, rock crystal and touches of black lacquer, the pieces seem to germinate on the skin, transforming it into an authentic living habitat.

Inbar Avneri

Le creazioni di Inbar Avneri, giovane designer israeliana con base a Tel Aviv, nascono da schizzi di creature immaginarie, ispirate da elementi riconoscibili del mondo animale ma rielaborati attraverso una sensibilità personale. I gioielli, realizzati in oro 14 carati e arricchiti da diamanti naturali, cercano di catturare la tensione tra leggerezza e gravità, tra materia e aria. A contatto con la pelle, come per incanto, si fondono con chi li indossa. In quel momento si compie una magia, la stessa che la natura esercita da sempre: creare armonia tra ciò che è visibile e ciò che è solo percepito.

Creations by Inbar Avneri, a young Israeli designer based in Tel Aviv, originate from sketches of imaginary creatures, inspired by recognizable elements of the animal kingdom but reprocessed through a personal sensitivity. The jewelry, made of 14 carat gold and enriched with natural diamonds, tries to capture that subtle tension between lightness and gravity, substance and air. In contact with the skin, it blends with the wearer as if by magic. In that moment, magic happens. That same enchantment that nature has always exerted to create harmony between what is visible and what is only perceived.



Helena Thulin

Con la collezione Aridity, Helena Thulin ci trasporta in un futuro distopico. È l'anno 3025. Tre botanici incaricati di ricostruire l'origine della specie umana ormai scomparsa, scoprono manufatti sepolti nel terreno, risalenti a mille anni prima. Preziosi frammenti di un'umanità feroce, segnata da dinamiche di genere fredde e ostili, poco prima della sua autodistruzione. In questo scenario pre-apocalittico, la Natura prevale. L'Umanità no. Ricca di colore e complesse trame di perline, la collezione è un invito alla tenerezza e all'azione: un appello a costruire relazioni più gentili tra uomini e donne, e con la Terra. Forse, la nostra ultima possibilità.

With the Aridity collection, Helena Thulin takes us to a dystopian future. It is the year 3025. Three botanists, tasked with reconstructing the origin of the now extinct human species, discover artifacts buried in the ground, dating back to a thousand years earlier. Precious fragments of a fierce humanity, marked by cold and hostile gender dynamics, shortly before its self-destruction. In this pre-apocalyptic scenario, Nature prevails. Humanity does not. Full of color and complex beadwork, the collection is a call for tenderness and action: a plea to build kinder relationships between men and women and with the Earth. Perhaps, our last chance.

Capucine H

Si chiama Pura Vida la collezione firmata Capucine H, nata da un'esperienza immersiva nella foresta pluviale in Costa Rica, uno dei luoghi con la più alta densità di biodiversità al mondo. Nella natura lussureggiante, la designer francese Capucine Huguet ha riscoperto la forza degli ecosistemi che la sostengono. I gioielli che ne sono scaturiti, realizzati in oro riciclato e pietre etiche, sono frammenti di vita organica tradotti in forma. Esibiscono dettagli ispirati alla cooperazione delle formiche tagliafoglie, alle curve ipnotiche di un serpente, alla spirale compatta di una felce ancora chiusa.

Called Pura Vida, the collection by Capucine H, originates from an immersive experience in Costa Rica's rainforest, one of the places with the highest density of biodiversity in the world. In lush nature, French designer Capucine Huguet has rediscovered the strength of the ecosystems that sustain it. The resulting jewels, made of recycled gold and ethical stones, are fragments of organic life translated into form. They display details inspired by the cooperation of leaf-cutting ants, the hypnotic curves of a snake, the compact spiral of a fern yet to unfurl.

← Jet McQuiston

Fallen Flora è la prima collezione firmata da Jet McQuiston. La designer inglese recupera la tradizione dei gioielli da lutto vittoriani, per dar vita a una serie di creazioni che raccontano storie individuali attraverso iconografie tratte da culture antiche. La collezione celebra 70 piante e fiori iconici ormai estinti, provenienti da diverse parti del mondo, per riflettere sulla crisi climatica. La materia prima è rigorosamente tracciabile: oro di singola origine e pietre preziose provenienti da miniere a basso impatto ambientale nello Sri Lanka, Paese d'origine della famiglia di Jet. Le gemme sono estratte in miniere a cielo aperto, con metodi che rispettano l'ambiente e garantiscono condizioni di lavoro eque.

Fallen Flora is Jet McQuiston's first collection. The English designer retrieves the tradition of Victorian mourning jewelry to give life to a series of creations that tell individual stories through iconography taken from ancient cultures. The collection celebrates 70 iconic, yet now extinct, plants and flowers from different parts of the world, embodying a profound reflection on the climate crisis. The raw material is strictly traceable: single origin gold and precious stones from low environmental impact mines in Sri Lanka, where Jet's family originate from. The gems are extracted in open-pit mines with methods that respect the environment and guarantee fair working conditions.





Chain making
machines

JEWELLERY

**PAV. 9_T.GOLD
STAND 161 / 190**



SPIGA/FVL

Automatic machine for the production of double triple welded curb chain

- + For small sized curb chains, laser welded (paired with a SL welding source)
- + Can be paired with a SL laser welding source
- + Equipped with chain density sensor, electronic speed controller with brake and electronic wire tensioner

Douriean Fletcher: i gioielli dell'afrofuturismo in mostra a New York

Al Museum of Arts and Design di New York, la mostra di Douriean Fletcher racconta come cinema, Afrofuturismo e tradizioni ancestrali si fondano in oltre 150 gioielli identitari e potenti

At the Museum of Arts and Design in New York, the exhibition by Douriean Fletcher explores how cinema, Afrofuturism, and ancestral traditions merge in more than 150 powerful, identity-driven jewels



La mostra *Douriean Fletcher: Jewelry of the Afrofuture*, aperta fino al 15 marzo 2026, presenta oltre 150 opere della designer newyorkese, restituendo la potenza visiva e simbolica del suo linguaggio creativo. Tra i pezzi più iconici spicca la breastplate di Queen Ramonda, la straordinaria creazione

indossata da Angela Bassett in *Black Panther: Wakanda Forever*: un gioiello imponente e ornamentale che, pur nella sua monumentalità, appare sorprendentemente contemporaneo. Come afferma la stessa artista, il suo lavoro "canalizza l'Afrofuturismo onorando tecnologie ancestrali men-

tre immagina nuovi futuri attraverso l'ornamento". Sotto la cura del professore e storico del design Sebastian Grant e di Barbara Paris Gifford, curatrice del museo, la mostra restituisce l'autenticità tematica e creativa di Fletcher. Il percorso inizia dagli esordi dell'artista, caratterizzati da sperimentazione, ricerca e costruzione di un linguaggio personale. Questo sguardo alle origini conduce al nucleo centrale dell'esposizione, dove costumi di scena e gioielli instaurano un dialogo continuo tra il corpo e l'immaginario cinematografico. Emergono con forza le collane delle Dora Milaje, modellate come vere e proprie armature su Okoye, simboli di una

femminilità protettiva e guerriera. Le creazioni realizzate per *Coming 2 America* e per la miniserie *Roots* del 2016 mostrano come il cinema diventi per Fletcher uno strumento di amplificazione espressiva: le forme sono più grandi, più leggibili, ricche di significato. Realizzati in ottone, oro e pietre semipreziose, questi gioielli presentano geometrie audaci, esuberanti, autentiche e, nella sezione finale, si trasformano in un Afrofuturismo più maturo e concreto.

The exhibition Douriean Fletcher: Jewelry of the Afrofuture, on view until March 15, 2026, presents more than 150 works by the New York-based

designer, conveying the visual and symbolic power of her creative language. Among the most iconic pieces is Queen Ramonda's breastplate, the extraordinary creation worn by Angela Bassett in *Black Panther: Wakanda Forever*: an imposing, ornamental jewel that, despite its monumentality, appears strikingly contemporary. As the artist herself states, her work "channels Afrofuturism by honoring ancestral technologies while imagining new futures through adornment." Curated by professor and design historian Sebastian Grant and by museum curator Barbara Paris Gifford, the exhibition conveys the thematic and creative authenticity of Fletcher's practice. The exhibition path begins with the artist's early years, marked by experimentation, research, and the construction of a personal visual language. This look at her origins leads to the central core of the exhibition, where costumes and jewelry establish an ongoing dialogue between the body and the cinematic imagination. The Dora Milaje necklaces emerge with particular force, shaped like true armor on Okoye and symbolizing a protective, warrior-like femininity. The creations made for *Coming 2 America* and for the 2016 miniseries *Roots* demonstrate how cinema becomes, for Fletcher, a tool of expressive amplification: the forms grow larger, more legible, and rich in meaning. Crafted in brass, gold, and semi-precious stones, these jewels feature bold, exuberant, and authentic geometries and, in the final section, evolve into a more mature and concrete expression of Afrofuturism.

La gioielleria regale in mostra a Parigi

Dynastic Jewels, in mostra all'Hôtel de la Marine fino al 6 aprile, svela il fascino della gioielleria regale attraverso i pezzi unici delle dinastie europee dal XVIII secolo

Dynastic Jewels, on display at the Hôtel de la Marine until April 6, unveils the allure of royal jewelry through the unique pieces of European dynasties from the eighteenth century onward



Dynastic Jewels: Power, Prestige and Passion, 1700-1950 è la mostra aperta fino al 6 aprile all'Hôtel de la Marine di Parigi. Nata da una partnership tra il Victoria and Albert Museum di Londra e la Al Thani Collection, racconta la storia della gioielleria regale partendo dalle pietre, con gioielli appartenuti e indossati dalle dinastie regnanti a partire dal XVIII

secolo. La prima sala ospita gemme non montate - diamanti, zaffiri, smeraldi - tra cui spiccano l'Etoile de Golconde, di oltre cinquanta carati, e la Briolette des Indes, celebre per il suo taglio a goccia e per aver attraversato secoli di corti europee. Proseguendo, si arriva alle tiare, tra ghirlande e montature en tremblant. Poi la mostra si concentra sui personaggi celebri, in

primis sui Romanov, poi sui gioielli dell'imperatrice Giuseppina, ricchi di cammei e opali, la spada cerimoniale di Napoleone, i tesori dell'imperatrice Eugenia, tra cui la spilla con piuma di pavone commissionata al gioielliere Mellerio. Non mancano i tesori della corona britannica, raccontata attraverso spille e ornamenti, come il corpetto di perle e zaffiri della duchessa di Portland, e la tiara di smeraldi della regina Vittoria, regalo del principe consorte Alberto. Grande assente, la tiara di perle di Lemonnier, vittima del celebre furto al Louvre dello scorso ottobre. Chiude la sala dedicata al Novecento, tra maharaja, regine d'Egitto, imperatrici persiane, in una alternanza di collane smontabili, aigrette di diamanti e corone moderne firmati Cartier e Van Cleef & Arpels.

Dynastic Jewels: Power, Prestige and Passion, 1700-1950 is the



exhibition on view until April 6 at the Hôtel de la Marine in Paris. Born from a partnership between the Victoria and Albert Museum in London and the Al Thani Collection, it traces the history of royal jewelry through gemstones, featuring jewels owned and worn by ruling dynasties from the eighteenth century onward. The first gallery displays unset gems—diamonds, sapphires, and emeralds—among which stand out the Etoile de Golconde, weighing over fifty carats, and the Briolette des Indes, famed for its drop cut and for having passed through centuries of European courts. The exhibition then moves on to tiaras, with garland motifs and en tremblant settings. The focus shifts to celebrated figures, beginning with the Romanovs, followed by the jewels of Empress Joséphine, rich in

cameos and opals, Napoleon's ceremonial sword, and the treasures of Empress Eugénie, including the peacock-feather brooch commissioned from the jeweler Mellerio. The treasures of the British Crown are also represented, narrated through brooches and ornaments such as the pearl and sapphire bodice of the Duchess of Portland and Queen Victoria's emerald tiara, a gift from Prince Consort Albert. A notable absence is Lemonnier's pearl tiara, the victim of the infamous Louvre theft last October. The exhibition concludes with the gallery dedicated to the twentieth century, featuring maharajas, queens of Egypt, and Persian empresses, in a succession of detachable necklaces, diamond aigrettes, and modern crowns signed by Cartier and Van Cleef & Arpels.



Hari Krishna
Exports Pvt. Ltd.

TRACE THE ORIGIN STORY OF YOUR DIAMONDS



Booth No. 278

Hall No. 3.1

January 16-20, 2026



Scan to experience brilliance!

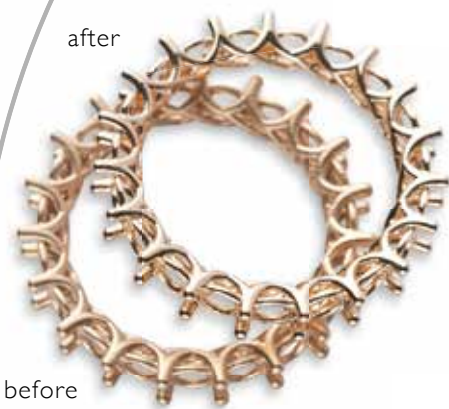
hk.co

Electro Polishing

Koras[®] Aquapol[®] Series

Polishing atom for atom – but really fast

Aquapol[®] Picco-Vario:
variable for up to
32 jewellery pieces.
Only 30 - 45 minutes
for electropolishing.



Aquapol[®] 100
up to 96
jewellery pieces.

Aquapol[®] Mini is the economic
alternative for small batches.
4 parts per operation.

Polishes gold, grey gold
silver, brass, bronze
and stainless steel

Aquapol[®] 200:
the big solution for up to
192 jewellery pieces.

New
Version 2.0

**Green
Technology**

KORAS[®]
PRECIOUS METAL RECYCLING

MADE
IN
GERMANY

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



CASATOGIOIELLI.COM

CASATO

MONTMARTRE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680