



VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
SEPTEMBER



Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.173

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 1. Venerdì, 5 Settembre 2025

Dove il business incontra la cultura

Apri oggi **Vicenzaoro September**, il salone b2b di IEG - Italian Exhibition Group che dà il via a cinque giorni di business, formazione e aggiornamento, garantiti da trenta ore di talk e seminari curati dai player istituzionali >p.2

Vicenzaoro September, IEG - Italian Exhibition Group's b2b show, opens today initiating five days of business, training and updating, guaranteed by thirty hours of talks and seminars organized by institutional players >p.2

IN EVIDENZA

VENERDÌ

5 SETTEMBRE 2025

EVENTI

The Vicenza Symposium

Damiano Zito offre un'overview del primo evento mondiale dedicato alle tecnologie.
Damiano Zito draws an overview of the first event dedicated to technologies.

>p.6



TREND

Volcanic Energy

Anelli in vetro borosilicato con colori e texture, metafore di resistenza e poesia.
Borosilicate glass rings with colors and textures as metaphors of resistance and poetry.

>p.14



FOCUS

VO Vintage

Parte la prima edizione settembrina di orologi e gioielli d'epoca.
The first September edition of vintage watches and jewelry starts for collectors.

>p.8

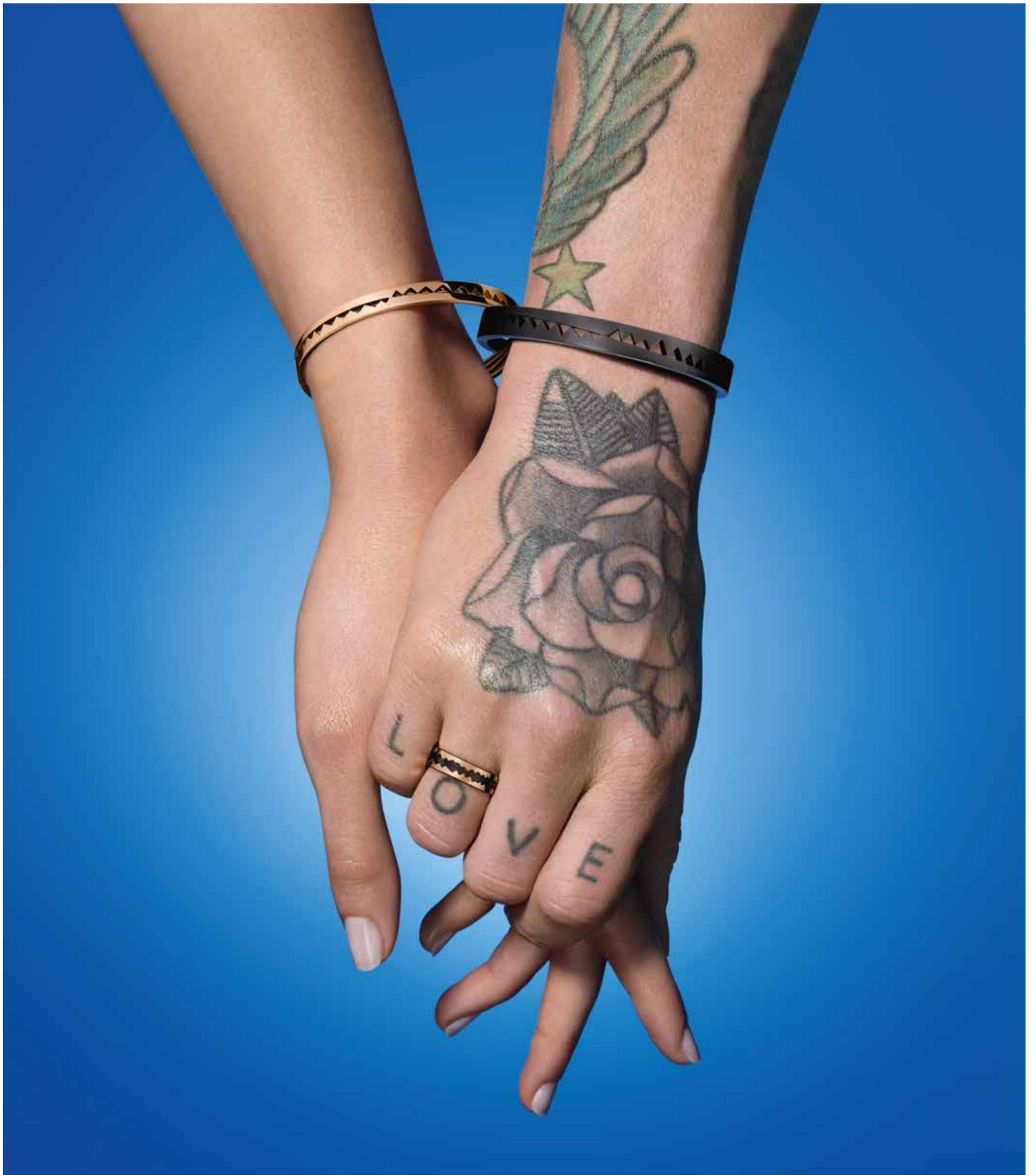


AKILLIS



JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713



A K I L L I S
JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713



FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

Dove il business incontra la cultura

Apri oggi Vicenzaoro September, il salone b2b di IEG - Italian Exhibition Group che dà il via a cinque giorni di business, formazione e aggiornamento, garantiti da trenta ore di talk e seminari curati dai player istituzionali >p.2

Vicenzaoro September, IEG - Italian Exhibition Group's b2b show, opens today initiating five days of business, training and updating, guaranteed by thirty hours of talks and seminars organized by institutional players >p.2



EDITORIAL

MAURIZIO RENZO ERMETI
PRESIDENTE
ITALIAN EXHIBITION GROUP

«Benvenuti a Vicenzaoro, con l'orgoglio di accogliere ancora una volta la filiera globale del prezioso in uno dei distretti orafa-gioiellieri più rappresentativi al mondo. Qui il saper fare incontra il business, l'innovazione e la forza delle relazioni, leve strategiche per affrontare, insieme, un futuro in continua trasformazione. Un futuro che IEG costruisce ogni giorno, in sinergia con aziende, istituzioni, associazioni di categoria e con tutti i protagonisti mondiali della filiera, per sostenere la competitività delle imprese sui mercati internazionali. Per questo investiamo nella nostra infrastruttura fieristica, con nuovi spazi pronti a settembre 2026, e nell'arricchimento dell'agenda con appuntamenti come The Vicenza Symposium, per rafforzare il ruolo di Vicenzaoro come piattaforma mondiale per l'innovazione e la tecnologia nel settore orafa-gioielliero. Al centro resta il legame autentico con il territorio: un patrimonio unico di cultura, competenze e relazioni che rende Vicenzaoro non solo una fiera, ma un motore di sviluppo per tutta l'industria. Buon lavoro a tutti».

IN EVIDENZA

VENERDÌ

5 SETTEMBRE 2025

EVENTI

The Vicenza Symposium

Damiano Zito offre un'overview del primo evento mondiale dedicato alle tecnologie. Damiano Zito draws an overview of the first event dedicated to technologies.

>p.6



TREND

Volcanic Energy

Anelli in vetro borosilicato con colori e texture, metafore di resistenza e poesia. Borosilicate glass rings with colors and textures as metaphors of resistance and poetry.

>p.14



FOCUS

VO Vintage

Parte la prima edizione settembrina di orologi e gioielli d'epoca. The first September edition of vintage watches and jewelry starts for collectors.

>p.8

Il settore orafa italiano tra sfide e strategie: l'analisi del Club degli Orafi e Intesa Sanpaolo

Oggi alle ore 15 presso l'Educational Hub, hall 8 ingresso Ovest, si svolgerà il convegno ormai punto di riferimento per Vicenzaoro e tutto il comparto. Una fotografia dello scenario attuale e un momento di confronto con una pluralità di voci a supporto di dati e analisi del settore

Il comparto orafa italiano, simbolo di eccellenza manifatturiera e tradizione artigianale riconosciuta in tutto il mondo, si trova oggi a dover affrontare un contesto caratterizzato da incertezza e complessità. La congiuntura economica globale, le tensioni geopolitiche, la volatilità dei mercati e i mutamenti nei consumi internazionali rendono necessario un continuo aggiornamento delle strategie aziendali, in particolare sul fronte dell'internazionalizzazione e della diversi-

ficazione dei mercati di riferimento. Per analizzare prospettive e criticità, il Club degli Orafi Italia, in collaborazione con il Research Department di Intesa Sanpaolo, ha promosso un momento di confronto che unisce l'esperienza diretta delle imprese con l'approfondimento quantitativo fornito dagli economisti. L'iniziativa si apre con i saluti istituzionali di ICE Agenzia, a conferma della centralità del sostegno pubblico all'export, seguiti dall'intervento (segue a pagina 4)

Le nuove regole dell'oro

L'oscillazione continua del prezzo dei metalli preziosi sta cambiando approccio al business, tecnologie di produzione e persino design dei gioielli. Se ne parla oggi al talk di Cibjo e dell'International Precious Metals Institute

Con il prezzo dell'oro attorno ai 3.000 dollari all'oncia, vale a dire

sui 94€ al grammo, il tema del mercato internazionale dei metalli preziosi è a dir poco focale per tutti i player della filiera gioielliera. Non è quindi un caso che l'edizione settembrina di Vicenzaoro abbia in programma già il primo giorno un talk incentrato su un argomento così importante, moderato da Gaetano Cavalieri, Presidente di Cibjo, e Larry Drummond, Direttore Esecutivo dell'International Precious Metals Institute, piattaforma globale per la comunità dei (segue a pagina 4)



Dove il business incontra la cultura

(segue dalla prima)

Le aspettative all'inizio di un grande evento sono sempre molte, e all'alba di questa nuova edizione settembrina di Vicenzaoro di IEG - Italian Exhibition Group si può dire con certezza che quella del 2025 lascerà il segno. Innanzitutto per il debutto di The Vicenza Symposium, la tre giorni dedicata interamente alla tecnologia applicata al segmento del jewelry and fashion che si è appena conclusa, richiamando in città i più grandi esperti del settore e un pubblico di addetti ai lavori provenienti da numerosi Paesi. Parterre internazionale che ora ritroviamo nel quartiere fieristico per prendere parte alle trenta ore di talk e seminari in calendario fino al 9 settembre. Si inizia oggi con la consueta presentazione del quadro congiunturale realizzato dal Club degli Orafi Italiani assieme al Research Department di Intesa Sanpaolo, con un focus particolare sull'internazionalizzazione, cui seguirà domani a completamento un altro momento curato da Club degli Orafi, questa volta in collaborazione con Agenzia ICE, dal titolo "Il futuro delle rotte dell'export". Parlando di export, sarà domani Confindustria Federorafi ad approfondire il tema assieme a ICE e alla testata britannica Retail Jeweller, con una panoramica su punti di forza e opportunità per la manifattura italiana interessata al mercato UK, prima destinazione dell'export di gioielli Made in Italy in Europa. Riflessioni su ciò che è oggi il gioiello e sulle tendenze del jewelry design emergeranno dall'evento di Paola De Luca, direttore di Trendvision Jewellery + Forecasting, l'Osservatorio indipendente di Vicenzaoro by IEG, coadiuvata da quattro esperti e creativi di fama, anticipando alcuni punti che poi ritroveremo nel nuovo The Jewellery Trendbook 2027, presentato in anteprima nella giornata di domenica. La creatività, come heritage e visione tramandata

di generazione in generazione, sarà protagonista anche della conversazione di Assogemme con Fulvio e Alessandro Scavia. E fra le tendenze che si stanno imponendo c'è sicuramente anche l'uso dell'AI applicato alla produzione gioielliera, tema che verrà affrontato domenica da Vincenzo Aucella, vicepresidente vicario Federpreziosi Confcommercio nazionale insieme al business coach Mauro Mazzetto, mentre di camei e di come attualizzare queste creazioni dalla storia ultramillenaria si parlerà lunedì, durante il talk curato da Assocoral e Federpreziosi, insieme all'Istituto Gemmologico Italiano, protagonista fra l'altro nella giornata di domenica di un momento celebrativo dei suoi primi 40 anni di attività. Senza dimenticare i Retail Talk, gli approfondimenti tecnici che Confcommercio Federpreziosi rivolge ai dettaglianti. E ancora, fra le novità assolute di questa edizione della fiera di Italian Exhibition Group ce ne sono due che portano il marchio di CIBJO, la Confederazione mondiale della Gioielleria presieduta da Gaetano Cavalieri: CIBJO, in partnership con Confcommercio, Fondazione Mani Intelligenti e CAPAC - Politecnico del Commercio e del Turismo, terranno a battesimo l'International Fine Jewellery Academy, nata a Milano con una collaborazione fra le parti in risposta alle esigenze dell'industria della gioielleria e per dare un'opportunità di formazione a studenti di tutto il mondo. Sabato, sarà invece la volta dell'ultimo incontro presieduto da CIBJO per la stesura finale della "Blue List", ossia del primo glossario internazionale di definizioni e termini utilizzati nelle catene di approvvigionamento responsabili della gioielleria. Un passo importante per definire regole e confini di come sarà la gioielleria di domani.



a constantly changing future together. A future that IEG builds every day, in synergy with companies, institutions, trade associations and all the supply chain's global players, to support corporate competitiveness on international markets. That is why we are investing in our exhibition infrastructure, with new areas that will be ready in September 2026, and in furthering the agenda with events such as The Vicenza Symposium, to strengthen Vicenzaoro's role as a global platform for innovation and technology in the gold and jewelry sector. An authentic link with the territory is still central: a unique heritage of culture, skills and relationships that makes Vicenzaoro not just a trade show, but a driver of development for the entire industry. I wish everyone the very best.»

MAURIZIO RENZO ERMETI
ITALIAN EXHIBITION GROUP
PRESIDENT

«Welcome to Vicenzaoro, proud to once again welcome the global jewelry supply chain to one of the world's most representative gold and jewelry districts. Here, expertise meets business, innovation and the power of relationships, strategic levers for tackling

Expectations at the start of a major event are always high and, at the dawn of this new September edition of IEG - Italian Exhibition Group's Vicenzaoro, it can definitely be said that the 2025 edition will leave its mark. Firstly due to the debut of The Vicenza Symposium, three days dedicated entirely to technology applied to the jewelry and fashion segment, which has just ended, attracting the sector's top experts and an audience of professionals from numerous countries to the city. An international parterre that can now be found in the Expo Center taking part in the thirty hours of talks and seminars scheduled until September 9. It all begins today with the usual presentation of the economic situation drafted by Club degli Orafi Italiani and Intesa Sanpaolo's Research Department, with a particular focus on internationalization, a subject that will be completed tomorrow during another moment organized by Club degli Orafi, this time in collaboration with the Italian Trade Agency (ITA), entitled "The future of export routes". Speaking of exports, tomorrow will see Confindustria Federorafi delving into the topic together with ITA and the British magazine Retail Jeweller, with an overview of the strengths and opportunities for Italian manufacturing companies interested in the UK market, made-in-Italy jewelry exports' prime destination in Europe. Reflections on jewelry's role today and on jewelry design trends will emerge from the event organized by Paola De Luca, director of Trendvision Jewellery + Forecasting, IEG's independent Vicenzaoro Observatory, assisted by four renowned experts and creatives, anticipating several ideas that we will then find in the new The Jewellery Trendbook 2027, to be a previewed on Sunday. Creativity as heritage and vision handed down from generation to generation will also be the topic of Assogemme's conversation with Fulvio and Alessandro Scavia. Emerging

trends certainly include the use of AI applied to jewelry manufacturing, a topic that will be addressed on Sunday by Vincenzo Aucella, deputy vice-president of Federpreziosi Confcommercio Nazionale, together with business coach Mauro Mazzetto, while cameos and how to modernize these age-old creations will be discussed on Monday at the talk organized by Assocoral and Federpreziosi, together with the Italian Gemological Institute, which will also be playing a key role on Sunday at a celebratory event to mark its first 40 years of activity. Without forgetting the Retail Talks, those technical insights that Confcommercio Federpreziosi offers retailers. Among the absolute new entries of this edition of Italian Exhibition Group's show, two bear the stamp of CIBJO, the World Jewellery Confederation, chaired by Gaetano Cavalieri: CIBJO, in partnership with Confcommercio, Fondazione Mani Intelligenti and CAPAC - Business and Tourism Polytechnic, will inaugurate the International Fine Jewellery Academy, located in Milan, with a collaboration between the parties in response to the jewelry industry's needs and to provide training opportunities to students from all over the world. Saturday will feature the last meeting chaired by CIBJO for the final draft of the "Blue List", or rather, the first international glossary of definitions and terms used in responsible jewelry supply chains. An important step toward defining the rules and boundaries of tomorrow's jewelry industry.

Lorenza Scalisi

A fashion advertisement for Casato jewelry. Two women are featured: one on the left in a brown draped top and one on the right in a light-colored halter top. Both are wearing elegant jewelry including necklaces, earrings, rings, and a bracelet. The background is a warm, neutral tone.

CASATO

BOUTIQUE ICON COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680



CASATOGIOIELLI.COM

Il settore orafa italiano tra sfide e strategie: l'analisi del Club degli Orafi e Intesa Sanpaolo

(segue dalla prima)



Maria Cristina Squarcialupi, Luigi Marostica, Daniela Corsini.

di Maria Cristina Squarcialupi, presidente del Club degli Orafi Italia e di Unoerre Industries, oltre che vicepresidente di Federorafi con delega alla sostenibilità. Il programma prevede contributi di rilievo: Stefania Trenti, responsabile Industry & Local Economies Research di Intesa Sanpaolo, porterà i dati aggiornati sullo stato del settore e sulle prospettive economiche; Augusto Ungarelli, delegato del Centro Studi del Club degli Orafi, offrirà una riflessione sulla visione delle imprese e sulle sfide operative; Daniela Corsini, senior economist di Intesa Sanpaolo, approfondirà il tema delle commodity, elemento cruciale per un comparto strettamente legato alle dinamiche dei metalli preziosi. Infine, Luigi Marostica, amministratore delegato di Karizia SpA e vicepresidente di Federorafi con delega all'internaziona-

lizzazione, porterà l'esperienza di chi quotidianamente si misura con i mercati esteri. A moderare gli interventi sarà Laura Biason, direttore generale del Club degli Orafi Italia, con l'obiettivo di stimolare un dibattito capace di coniugare dati, visioni strategiche e casi concreti. L'incontro si propone quindi non solo come momento di riflessione, ma anche come spazio di orientamento per le imprese, chiamate a rafforzare la propria competitività in un mondo che cambia rapidamente, dove qualità, innovazione e capacità di adattamento restano i pilastri per mantenere la leadership italiana nel settore orafa.

Today at 3:00 p.m., at the Educational Hub, Hall 8 West Entrance, the conference that has become a benchmark for Vi-

enzaoro and the entire industry will take place. A snapshot of the current scenario and an opportunity for discussion, bringing together multiple perspectives to support data and sector analysis

The Italian goldsmith sector, a symbol of manufacturing excellence and artisanal tradition recognized worldwide, is currently facing a context marked by uncertainty and complexity. Global economic conditions, geopolitical tensions, market volatility, and changes in international consumption patterns make it essential for companies to constantly update their strategies, particularly in terms of internationalization and market diversification. To analyze prospects and challenges, Club degli Orafi Italia, in collaboration with the Research Department of Intesa

Sanpaolo, has promoted a meeting that combines companies' direct experience with the in-depth quantitative analysis provided by economists. The initiative opens with institutional greetings from ICE Agency, confirming the central role of public support for exports, followed by remarks from Maria Cristina Squarcialupi, President of Club degli Orafi Italia and Unoerre Industries, as well as Vice President of Federorafi with responsibility for sustainability. The program features high-profile contributions: Stefania Trenti, Head of Industry & Local Economies Research at Intesa Sanpaolo, will present updated data on the state of the sector and economic outlook; Augusto Ungarelli, representative of the Club degli Orafi's Research Center, will provide insights into companies' perspectives and operational challenges; Daniela Corsini, Senior Economist at Intesa Sanpaolo, will focus on commodities, a crucial element for a sector closely tied to precious metals dynamics; and finally, Luigi Marostica, CEO of Karizia SpA and Vice President of Federorafi with responsibility for internationalization, will share the experience of those working daily in foreign markets. The discussion will be moderated by Laura Biason, General Director of Club degli Orafi Italia, with the goal of fostering a debate that combines data, strategic visions, and real-world experiences. The meeting is therefore intended not only as a moment of reflection but also as a valuable guide for companies, which are called upon to strengthen their competitiveness in a rapidly changing world, where quality, innovation, and adaptability remain the cornerstones for maintaining Italy's leadership in the goldsmith sector.

EXHIBITION

Nella Hall 6 di Vicenzaoro, la mostra "Utopian Concept" creata con l'AI

Ideata e realizzata da VO+ Magazine, "Utopian Concept" si compone di immagini create dalla AI sulla base di due domande poste ad alcune realtà gioielliere internazionali del Made in Italy (Mattioli, Crivelli, Verdi, Giorgio Visconti e Casato): quali parole circoscrivono la tua realtà utopica e quali sono i gioielli che meglio le danno forma? I "prompt" derivati hanno permesso all'artista digitale Gabriele Moschin - docente presso accademie e università internazionali con un focus particolare sulle connessioni tra AI, arte, moda e filosofia - di rielaborare il tutto e di arrivare a quanto si può ammirare qui oggi. Quanto nato al computer è poi a sua volta stato interpretato dal fotografo Alberto Carlo Macchi e dalla set designer Valentina Micòl Carnevali. Il risultato? Microcosmi iper realistici o fantastici dall'estetica potente, che stimolano l'immaginazione e approdano in un altrove da scoprire.

In Hall 6 of Vicenzaoro, the "Utopian Concept" exhibition created with AI

Conceived and produced by VO+ Magazine, "Utopian Concept" consists of images created by AI based on two questions posed to selected Made in Italy jewelry brands (Mattioli, Crivelli, Verdi, Giorgio Visconti, and Casato): what words describe your utopian reality, and which jewels best embody it? The resulting "prompts" allowed digital artist Gabriele Moschin—a professor at international academies and universities with a particular focus on the connections between AI, art, fashion, and philosophy—to rework the entire project and arrive at what you can admire here today. The computer-generated images were then interpreted by photographer Alberto Carlo Macchi and set designer Valentina Micòl Carnevali. The result? Hyperrealistic or fantastical microcosms with a powerful aesthetic, which stimulate the imagination and transport you to a world waiting to be discovered.

Lorenza Scalisi

Le nuove regole dell'oro

(segue dalla prima)

metalli preziosi, che attraverso la sua fondazione si dedica a promuovere la scienza e la tecnologia nell'industria dei metalli preziosi e ad attrarre una nuova generazione di professionisti qualificati. Sul palco dell'Educational Hub, oggi alle 16.15 si confronteranno dunque spokesperson del settore, portando ciascuno la propria voce ed esperienza in merito ad argomenti tecnici specifici e più in generale su come affrontare un business che cambia velocemente e di continuo le sue dinamiche. Fra gli speaker, Alessia Crivelli del brand Crivelli e Giorgio Villa dell'Associazione Orafa Lombarda che interverranno sulle nuove tendenze della gioielleria generate dall'incremento delle quotazioni di oro & co., John Mulligam del World Gold Council affronterà poi il delicato argomento dell'allineamento del settore verso una definizione condivisa dell'oro riciclato, mentre Alice Vanni di Italpreziosi SPA orienterà la

discussione sull'approvvigionamento responsabile. L'aggiornamemto high tech sarà invece trattato da Matthew Piggott di Metal Focus, Federico Padrono Martini di IKOI SpA, da Jonathan J. Jodry di Metalor Technologies SA e da Iris Maria Alexis Van der Veken direttore di Watch & Jewellery Initiative 2030, quest'ultima figura di riferimento per tutto ciò che riguarda l'approccio sostenibile della community e presenza ormai fissa nel parterre di ospiti di IEG.

The continuous fluctuation in the price of precious metals is changing business approaches, production technologies and even jewelry design. This is the topic of today's talk organized by Cibjo and the International Precious Metals Institute

With the price of gold hovering at around \$3,000 an ounce, or approximately €94 a gram, the international precious metals market is a key issue for every player in the jewelry supply chain. It is therefore no coincidence that the September edition of Vicenzaoro has scheduled a talk on this important topic for the very first day, moderated by Gaetano Cavaliere, President of Cibjo, and Larry Drummond, Executive Director of the International Precious Metals Institute, a global platform for the precious metals community, which through its foundation, aims to promote science and technology in the precious metals industry and attract a new generation of qualified professionals. On stage in the Educational Hub at 4.15 pm today, industry spokespersons, each bringing their own voice and experience on specific technical topics, will be discussing the issue and, more generally, how to address a constantly and rapidly changing business. Speakers will include Alessia Criv-

elli from the Crivelli brand and Giorgio Villa from the Lombardy Goldsmiths' Association, who will talk about the new jewelry trends generated by the increase in the price of gold and other precious metals. John Mulligam from the World Gold Council will then address the delicate issue of the sector's alignment toward a shared definition of recycled gold, while Alice Vanni from Italpreziosi SPA will steer the discussion towards responsible sourcing. The high-tech update will be discussed by Matthew Piggott from Metal Focus, Federico Padrono Martini from IKOI SpA, Jonathan J. Jodry from Metalor Technologies SA and Iris Maria Alexis Van der Veken, director of Watch & Jewellery Initiative 2030. The latter, a leading figure in everything related to the community's sustainable approach, is now a regular guest at IEG events.

CAMMILLI

FIRENZE



Vicenza sempre più tecnologica

A conclusione della prima edizione di The Vicenza Symposium, Damiano Zito, Presidente del Comitato Scientifico, traccia la overview di questo nuovo appuntamento IEG dedicato alle tecnologie

At the conclusion of the first edition of The Vicenza Symposium, Damiano Zito, President of the Scientific Committee, provides an overview of this new IEG event dedicated to high tech



Si è conclusa ieri, 4 settembre, la prima edizione del The Vicenza Symposium nella Basilica Palladiana, che ha accolto circa un centinaio di partecipanti provenienti da ben 13 Paesi per assistere a tre giorni di presentazioni scientifiche. Per meglio comprendere il valore di questo nuovo appuntamento ci viene in aiuto la overview di Damiano Zito (AD

di Progold S.p.A.) presidente del Comitato Scientifico dell'evento: «Il settore del gioiello e dell'accessorio moda si confronta oggi con trasformazioni profonde, che richiedono approcci tecnici rigorosi, ricerca avanzata e nuovi linguaggi produttivi. The Vicenza Symposium nasce per offrire uno spazio indipendente, internazionale e autorevole dedicato

a chi sviluppa materiali, processi e soluzioni nell'ambito della gioielleria, del bijoux evoluto e delle componenti funzionali e decorative del fashion system. Non si tratta di un evento commerciale o promozionale, ma di un'occasione di confronto tecnico-scientifico tra professionisti, tecnologi, ricercatori e figure operative che lavorano ogni giorno per innovare in modo concreto. Le sessioni del simposio hanno affrontato temi come metallurgia applicata, processi di fusione, manifattura additiva, saldature e trattamenti termici, normative emergenti, finiture, lavorazioni meccaniche e comportamento nel tempo dei materiali. Particolare attenzione è stata data anche alle applicazioni ibride tra gioiello e accessorio, ai temi di sostenibilità e alla tracciabilità dei processi. In un momento in cui il confine tra gioiello, fashion e industria tecnica è sempre più fluido, The Vicenza Symposium si propone come piattaforma utile per condividere conoscenza, validare approcci sperimentali, discutere risultati e contribuire a definire standard futuri. Chi ha scelto di partecipare al simposio lo ha fatto

per ascoltare dati, confrontarsi su metodi, e tornare in azienda con una visione più solida e informata. Solo attraverso il rigore del confronto tecnico e l'apertura alla collaborazione trasversale è possibile costruire una filiera innovativa, affidabile e competitiva a livello internazionale».

From September 2nd to 4th, the Basilica Palladiana in Vicenza welcomed approximately one hundred participants from 13 countries to attend three days of scientific presentations. To better understand the value of this new event, Damiano Zito (CEO of Progold S.p.A.), President of the event's Scientific Committee, provides an overview: «The jewelry and fashion accessory sector is currently undergoing profound transformations, requiring rigorous technical approaches, advanced research, and new production languages. The Vicenza Symposium was created to offer an independent, international, and authoritative space dedicated to those developing materials, processes, and solutions in the jewelry, advanced costume jewelry, and functional and decorative components of the fashion system. This is not a commercial or promotional event, but

rather an opportunity for technical and scientific discussion among professionals, technologists, researchers, and operational figures who work every day to deliver concrete innovation. The symposium sessions addressed topics such as applied metallurgy, casting processes, additive manufacturing, welding and heat treatments, emerging regulations, finishes, mechanical processing, and the behavior of materials over time. Special attention was also given to hybrid applications between jewelry and accessories, sustainability issues, and process traceability. At a time when the boundaries between jewelry, fashion, and the technical industry are increasingly fluid, The Vicenza Symposium aims to be a useful platform for sharing knowledge, validating experimental approaches, discussing results, and helping define future standards. Those who chose to attend the symposium did so to listen to data, discuss methods, and return to their companies with a more solid and informed vision. Only through rigorous technical discussion and openness to cross-sector collaboration is it possible to build an innovative, reliable, and internationally competitive supply chain.»

La città dell'oro rifiorisce

La XIV edizione del VIOFF, il Fuori Fiera di Vicenzaoro dal 5 al 7 settembre, anima il centro storico della città con incontri, eventi e installazioni in un contesto dall'alto valore simbolico e sociale

The 14th edition of VIOFF, Vicenzaoro's Off Show event from September 5th to 7th, enlivens the city's historic center with meetings, events and installations in a highly symbolic and social context

Un bouquet metaforico ricco di idee, progetti, incontri ed eventi rilancia un appuntamento che è diventato una tappa obbligata per chi arriva a Vicenza in occasione di Vicenzaoro. Golden Bloom, il nome del concept è tutto un programma, non tradisce le aspettative. Come sempre grazie alla sinergia tra l'amministrazione comunale di Vicenza e Italian Exhibition Group (IEG), per tre giorni la città si trasforma in un palcoscenico diffuso, punteggiato da installazioni floreali, allestimenti artistici, esperienze immersive, performance dal vivo, mostre e laboratori interattivi, contaminazioni tra natura, design e gioiello, con botteghe, atelier e negozi aperti per raccontare la propria storia, bar e ristoranti del centro mete dove degustare Golden Aperitif, Golden Cocktail e Golden Taste. Un concept ben rappresentato dal manifesto d'arte realizzato da Marta Signori, illustratrice vicentina di fama internazionale. Tra gli appuntamenti in agenda, sabato 6 settembre alle 17 un intervento condiviso tra Fondazione Città della Speranza, impegnata nei reparti pediatrici di oncematologia, e Venice Brain

Foundation, attiva nella ricerca neurologica e nella promozione del dialogo tra medicina, scienza e cultura. La serata prosegue con Jazz in Bloom, concerto, curato da Andrea Castello e Concerto Armonico, nella cornice di Piazza dei Signori, all'ombra della Basilica Palladiana. VIOFF è molto più di un evento culturale, spiega Giacomo Possamai, sindaco di Vicenza. Vogliamo celebrare una città che rifiorisce, che si reinventa e che valorizza i propri spazi e talenti. Gli fa eco Matteo Farsura, Global Exhibition Manager Jewellery & Fashion IEG, sottolineando la sinergia tra Italian Exhibition Group, il territorio, le istituzioni, le associazioni, il tessuto imprenditoriale, il mondo della cultura e della formazione.

A metaphorical bouquet, brimming with ideas, projects, meetings and events, relaunches an appointment that has become a must for anyone visiting Vicenza to attend Vicenzaoro. Golden Bloom, the name of the concept, says it all and fulfils every expectation. As always, thanks to the synergy between Vicenza's mu-

nicipal administration and Italian Exhibition Group (IEG), for three days the city becomes one big stage, dotted with floral installations, artistic displays, immersive experiences, live performances, exhibitions and interactive workshops, and a fusion between nature, design and jewelry with studios, ateliers and shops open to tell their own particular stories, and downtown bars and restaurants in which to enjoy Golden Aperitifs, Golden Cocktails and Golden Tastes. A concept well represented in the art poster by Marta Signori, an internationally renowned illustrator from Vicenza. Among the events on the agenda, Saturday September 6th will see a joint presentation at 5 pm by Fondazione Città della Speranza, which works with pediatric oncology and hematology wards, and the Venice Brain Foundation, active in neurological research and promoting dialogue between medicine, science and culture. The evening will continue with Jazz in Bloom, a concert organized by Andrea Castello and Concerto Armonico, in Piazza dei Signori, in the shadows of the Basilica Palladiana. «VIOFF is much more than a cultural event,» explains



Giacomo Possamai, Mayor of Vicenza. «We want to celebrate a city that is re-flourishing, reinventing itself and promoting its many aspects and talents.» Matteo Farsura, Global Exhibition Manager Jewelry & Fashion IEG, echoes this sentiment by underlining «the synergy between

Italian Exhibition Group, the local area, institutions, associations, the business community and the world of culture and education.»

Maristella Campi

NANIS
ITALIAN JEWELS



FABBRICA
DEL LUSO
ITALIANO
CONTEMPORANEO



HALL 7 - BOOTH 582

nanis.it

La prima edizione settembrina per il “secondo polso”

VO Vintage, il format dedicato a orologeria e gioielleria d'epoca, replica per la prima volta a settembre. Ce ne parla Matteo Pollini, Exhibition Manager di IEG

VO Vintage, the format dedicated to vintage watches and jewelry, returns for the first time in September. Matteo Pollini, Exhibition Manager at IEG, talks to us about it



Format vincente non cambia, ma anzi, raddoppia. Deve essere stato questo il pensiero nel jewelry team di Vicenzaoro che ha portato alla prima edizione settembrina di VO Vintage, l'evento ormai consueto per gli appassionati di collezionismo di gioielli e orologi d'antan che dopo il successo di gennaio scorso può contare nel 2025 su un secondo appuntamento. Le ragioni di questo "bis", sono presto dette da Matteo Pollini, Exhibition Manager di IEG che segue in prima persona questa area di Vicenzaoro: «Le premesse c'erano tutte: l'apprezzamento del pubblico e la soddisfazione degli espositori, dovute anche alla percezione di VO Vintage come "safe space" dove incontrarsi, ci hanno convinti che fosse il momento giusto. La nostra offerta B2C si consolida, facendo seguito anche alla grande positività che si riscontra nel mercato del second hand, che nonostante la situazione internazionale altamente instabile non dà segni di rallentare la sua crescita. Ci piace inoltre pensare che VO Vintage sia una sorta di gateway per avvicinare i giovani al settore, non solo attraverso una se-

lezione di prodotti accattivanti per loro ma anche attraverso il nostro programma di eventi e talk, elemento cardine per creare attesa e alimentare passione e interesse. Punto fermo resta come sempre la qualità dei dealer che ormai da cinque anni ci accompagnano in questo cammino, con qualche piacevole novità: accanto ad habitués come Vintage Watches & Cars di Andrea Foffi, Il Quadrante di Antonio Nocco, Perugia Watches di Marco Cesari e Spangaro Watches, si sono uniti al parterre Watch Boutique e Montanari, mentre per la parte dei preziosi abbiamo le riconferme di Ela Antichità, Gioielleria Faelutti, Italian Vintage Jewellery e Scala Gioielli».

Father than change a winning format, why not double it up. This must have been the Vicenzaoro jewelry team's idea that led to the first September edition of VO Vintage, the now customary event for vintage jewelry and watch collecting enthusiasts, which, after last January's success, can count on a second appointment in 2025. The reasons for this "encore" are quickly explained by Matteo Pollini, Exhibi-

tion Manager at IEG, who personally follows this area of Vicenzaoro: «The conditions were ripe: the appreciation of the public and the satisfaction of the exhibitors, also due to the perception of VO Vintage as a "safe space" in which to meet, convinced us that it was the right moment. Our B2C offer is consolidating, following up on the enormous positivity of the second hand market, whose growth, despite the highly unstable international situation, shows no sign of slowing down. We also like to think that VO Vintage is a sort of gateway for attracting young people to the sector, not only through a selection of products that they find appealing, but also through our program of events and talks, a key element in creating anticipation and fueling passion and interest. The mainstay remains, as always, the quality of the dealers who have been accompanying us on this journey for five years now, with a few welcome new entries: regulars such as Andrea Foffi's Vintage Watches & Cars, Antonio Nocco's Il Quadrante, Marco Cesari's Perugia Watches and Spangaro Watches, will be joined by Watch Boutique and Montanari, while on the precious goods side, we have reconfirmations from Ela Antichità, Gioielleria Faelutti, Italian Vintage Jewellery and Scala Gioielli.»

Lorenza Scalisi

Sotto le luci di Dubai

Dall'11 al 13 novembre appuntamento con la quarta edizione di JGTD, la fiera B2B che quest'anno si annuncia con una maggiore attenzione alle aree espositive e un programma di eventi esclusivi

Scheduled from November 11 to 13, the fourth edition of JGTD, the B2B trade show, with a greater focus this year on exhibition areas and a program of exclusive events



Un polo fieristico di grande interesse per le rinnovate dimensioni, con un'area per l'Alta Gioielleria e una tecnologica ampliata, ma anche per i contenuti espositivi: JGTD-Jewellery, Gem & Technology in Dubai nei padiglioni 1 e 2, a sud del Dubai Exhibition Centre presso l'Expo City, offre una vetrina delle principali categorie di prodotti del settore - gioielli, diamanti e pietre preziose, packaging, tecnologie per la gioielleria e diamanti sintetici in laboratorio - proposti da oltre 350 espositori provenienti da una trentina di paesi e regioni, per la prima

volta da Armenia, Kazakistan, Giordania, mentre sono otto i padiglioni nazionali e territoriali in rappresentanza di Cina, Hong Kong, India, Italia, Sri Lanka, Thailandia, Turchia e Stati Uniti. La manifestazione è organizzata grazie alla partnership tra Italian Exhibition Group e Informa Markets, con la collaborazione di DMCC (Dubai Multi Commodities Centre), partner ufficiale, e Dubai Jewellery Group (DJG), partner del settore. Marco Carniello, Chief Business Officer di IEG, afferma che siamo orgogliosi di presentare un'esperienza di sourcing B2B ancora

più dinamica e diversificata, portando un mondo di opportunità nello stand di Dubai. Stiamo investendo qui per l'approccio visionario allo sviluppo, alle infrastrutture e ai servizi che sta rafforzando il suo ruolo di hub commerciale globale per beni di valore, affermando la città come porta d'accesso a Medio Oriente, Africa, Asia occidentale e oltre. E sull'importanza di Dubai mette l'accento anche Celine Lau, direttrice di Jewellery Fairs presso Informa Markets. La fiera consente di prepararsi all'imminente corsa alle festività, garantendo al contempo i contatti per il 2026. Trovare i prodotti giusti, anticipare la domanda e incontrare fornitori di qualità in questo momento del calendario degli acquisti aiuta le aziende a organizzarsi per il futuro. Riflettendo sulla straordinaria partecipazione globale, il Presidente di DJG, Tawhid Abdulla, spiega che JGTD continua a stabilire aspettative e parametri di riferimento futuristici per l'industria orafa regionale. Riunisce innovazione, artigianalità e collaborazione internazionale, elementi cruciali per l'evoluzione del settore.

An extremely interesting expo, not only due to its new dimensions with an area for fine jewelry and an extended technology section, but also its exhibition content: JGTD-Jewellery, Gem & Technology in Dubai, in Halls 1 and 2, south of the Dubai Exhibition Center at Expo City, offers a showcase of the sector's main product categories - jewelry, diamonds and precious stones, packaging, jewelry technologies and lab-grown diamonds - presented by over 350 exhibitors from 30 or so countries and regions, including, for the first time, Armenia, Kazakhstan and Jordan, while eight national and regional halls will represent China, Hong Kong, India, Italy, Sri Lanka, Thailand, Turkey and the United States. The event is organized through a partnership between Italian Exhibition Group and Informa Markets, with the collaboration of official partner, the DMCC (Dubai Multi Commodities Centre), and industry partner, the Dubai Jewellery Group (DJG). Marco Carniello, Chief Business Officer for IEG, says, «We are proud to present an even more dynamic and diverse B2B sourcing experience, bringing a world of opportunities to the Dubai stand. We are investing here because of the visionary approach to development, infrastructure

and services that are strengthening its role as a global trading hub for valuable goods, establishing the city as a gateway to the Middle East, Africa, West Asia and beyond.» Celine Lau, Director of Jewelry Fairs at Informa Markets, also highlights the importance of Dubai. The show allows companies to «prepare for the upcoming holiday rush while securing contacts for 2026. Finding the right products, anticipating demand and meeting quality suppliers at this point in the purchasing calendar helps companies organize themselves for the future.» Reflecting on the extraordinary global participation, DJG President, Tawhid Abdulla, explains that «JGTD continues to set futuristic expectations and benchmarks for the region's jewelry industry. It brings together innovation, craftsmanship and international collaboration, crucial elements for the sector's evolution.»

Maristella Campi



HALL 7 STAND 317

MARCELINE

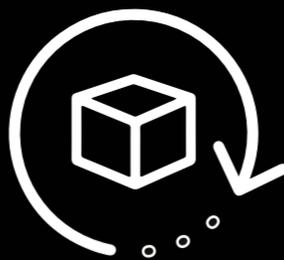
PARIS



**Scopri perché le oltre 10.000 gioiellerie
che utilizzano Nivoda vendono di più**



**Diamanti, Pietre di Colore
& Gioielleria su misura**



**35 Giorni Gratuiti
Politica di reso**



**Termini a 30,
60 Giorni**



**Espresso Opzioni
di consegna**

NIVODA

**La piattaforma tutto in
uno per i gioiellieri**

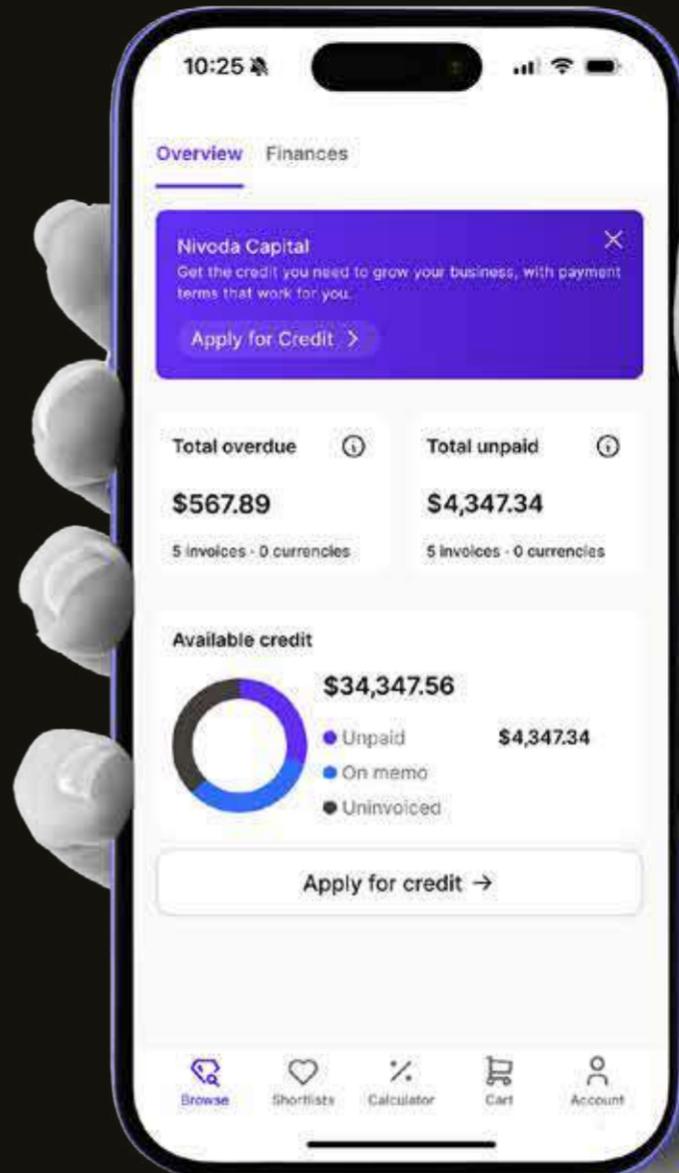
Nivoda Capital: Un Credito dedicato per l'Industria della Gioielleria

Nivoda Capital offre limiti di credito agevolati per i gioiellieri, grazie al supporto di partner finanziari che credono davvero nel settore.

- ✓ **I Primi nell'Industria**
Un credito allineato alla vera affidabilità dei clienti
- ✓ **Un Solo Limite. Migliaia di Fornitori**
Utilizza il credito liberamente in tutto il marketplace
- ✓ **Termini a 30, 60 Giorni**
Compra ora, paga dopo

Il credito è nuovamente disponibile per l'industria della gioielleria.

**Iscriviti oggi su
www.nivoda.com**







Marina B

Established by Marina Bulgari in 1978

673 Madison Avenue
New York, New York 10065
marinab.com

Exhibiting in Hall 7 - Salon 300

Volcanic Energy

Gli anelli in vetro borosilicato catturano l'energia primordiale della materia, fondendo colori e texture in effetti unici e irripetibili che danno vita a uno stile incandescente. La superficie fluida, che richiama i riflessi del fuoco, nasce da lavorazioni artigianali a lume, in cui il vetro viene modellato e soffiato con maestria. Il risultato sono creazioni scultoree one-of-a-kind, espressione di un'artigianalità contemporanea che diventa metafora dell'incontro tra resistenza e poesia.

Feature by Antonella Reina



A sinistra/left
Jolipnj

A destra/right
Roberto Cavalli F/W 2025



Borosilicate glass rings capture the primordial energy of matter, blending colours and textures into unique, unrepeatable effects that give rise to an incandescent style. The fluid surface, reminiscent of fire's reflections, is the result of lampworking techniques, where the glass is shaped and blown with skill. The outcome is a series of one-of-a-kind sculptural creations, expressions of contemporary craftsmanship that become a metaphor for the union of strength and poetry.



Agustina Ros



Kitsch Kiosk

SEEN ON VO+ NAMES TO KNOW



Erede

Il nome Erede dice già molto sulla filosofia di questo nuovo marchio lanciato a New York, con l'intenzione di creare gioielli destinati a essere tramandati di generazione in generazione. Le founder Jeramie Hotz e Talia Shuvalov provano a riscrivere le regole di un mondo spesso guidato da trend fugaci, con un impegno intransigente verso qualità ed eticità. Ispirati a epoche come l'Art Déco così come all'architettura modernista, i gioielli rivendicano il valore di un'estetica classica ma bold, ottenuta con il sapiente uso di oro riciclato 18 carati certificato, platino e diamanti coltivati.

The name Erede (Heir) already says a lot about the philosophy of this new brand launched in New York with the aim of creating jewelry to be handed down from generation to generation. With an uncompromising commitment to quality and ethics, founders Jeramie Hotz and Talia Shuvalov try to rewrite the rules of a world often driven by fleeting trends. Inspired by eras such as Art Deco as well as modernist architecture, the jewelry lays claim to the value of a classic yet bold aesthetic, achieved through the skillful use of certified 18-carat recycled gold, platinum and cultured diamonds.

M
AMOR ET AGES
MARIÆ NIVIS
1567



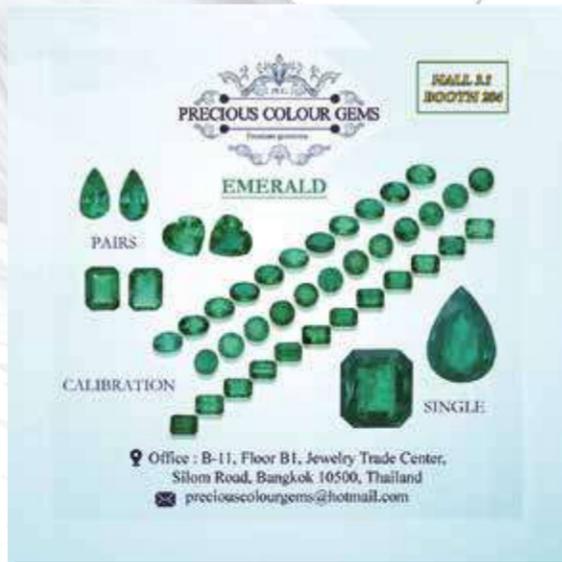
Let's Celebrate Our 60th Anniversary Together!



Able Jewelry Mfg. Ltd.
Hall 3.1 #102



Myer Jewelry Manufacturer Ltd.
Hall 3.1 #139



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



Sphere Jewelry Manufacturing Co., Ltd.
Hall 11, Palakiss #525



Cin Cin!
Raise a glass with us at 103A, Hall 3.1
for our 60th anniversary!
Joyful vibes · Great drinks ·
Good friends · Commemorative gifts

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!



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 Kinzoro Limited | 116 |
| 27 Kwong's Art Jewellery Trading Co., Ltd. | 119 |

HALL 3.1 Fine & Silver Jewellery

| Hong Kong Exhibitors | Booth No. |
|--|-----------|
| 28 Lawrence Jewellery Company Limited | 161 |
| 29 Legrand Jewellery (Mfg.) Company Limited | 146a |
| 30 Lorenzo Jewelry Ltd. | 144 |
| 31 Lucky Silver Manufacturer Ltd. | 162 |
| 32 M. I. Jewelry Limited | 129 |
| 33 Mercery Jewelry Company Limited* | 140 |
| 34 Myer Jewelry Manufacturer Ltd. | 139 |
| 35 Nelson Jewellery Arts Co., Limited | 138 |
| 36 Noble Jewelry Limited | 146b |
| 37 OCP Company Limited | 160 |
| 38 On Going Jewellery Limited | 109 |
| 39 Ornate Designs Limited | 167 |
| 40 P.J. Design Limited | 137 |
| 41 Pearl Success International Investment Ltd. | 117 |
| 42 Polaris Jewellery Manufacturer Limited | 145 |
| 43 Purity Jewelry (HK) Co., Ltd. | 147 |
| 44 Ritika Raaj Jewelers Ltd. | 120 |
| 45 Ritone Jewelry International Limited | 148 |
| 46 Smart Creation Ltd. | 103 |
| 47 Sucre Jewelry Design Limited | 99 |
| 48 Sun Tak Hop Jewellery Pty. Ltd. | 112 |
| 49 Surana Brothers Jewellery Hong Kong Limited | 123 |
| 50 Timax Jewelry Limited | 143 |
| 51 Unicorn Jewelry Design Co., Limited | 127 |
| 52 Universe Gems & Jewellery Company | 105 |
| 53 Vista Jewelry Limited | 121 |
| 54 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 Co., Ltd.* | 274 |
| 3 Sunlight Gems* | 250 |

HALL 3.2 Lab-Grown

| Hong Kong Exhibitor | 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 |



Camex Jewellery Limited
Hall 3.1 #106



Chase Jewellery Manufactory Limited
Hall 3.1 #245



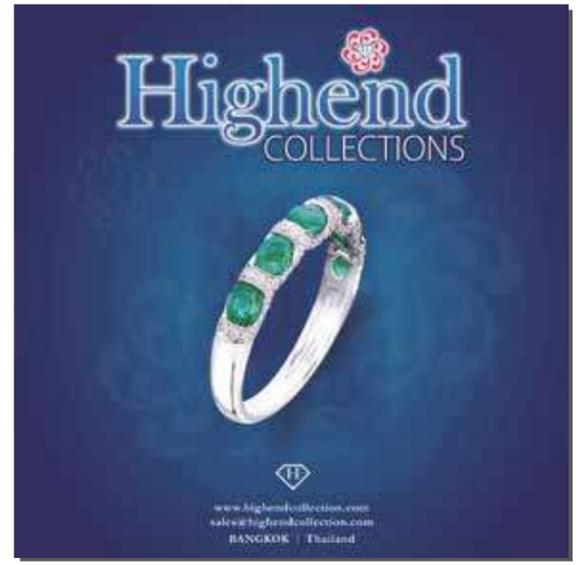
Continental Jewellery (Mfg) Limited
Hall 3.1 #240



Timax Jewelry Limited
Hall 3.1 #143

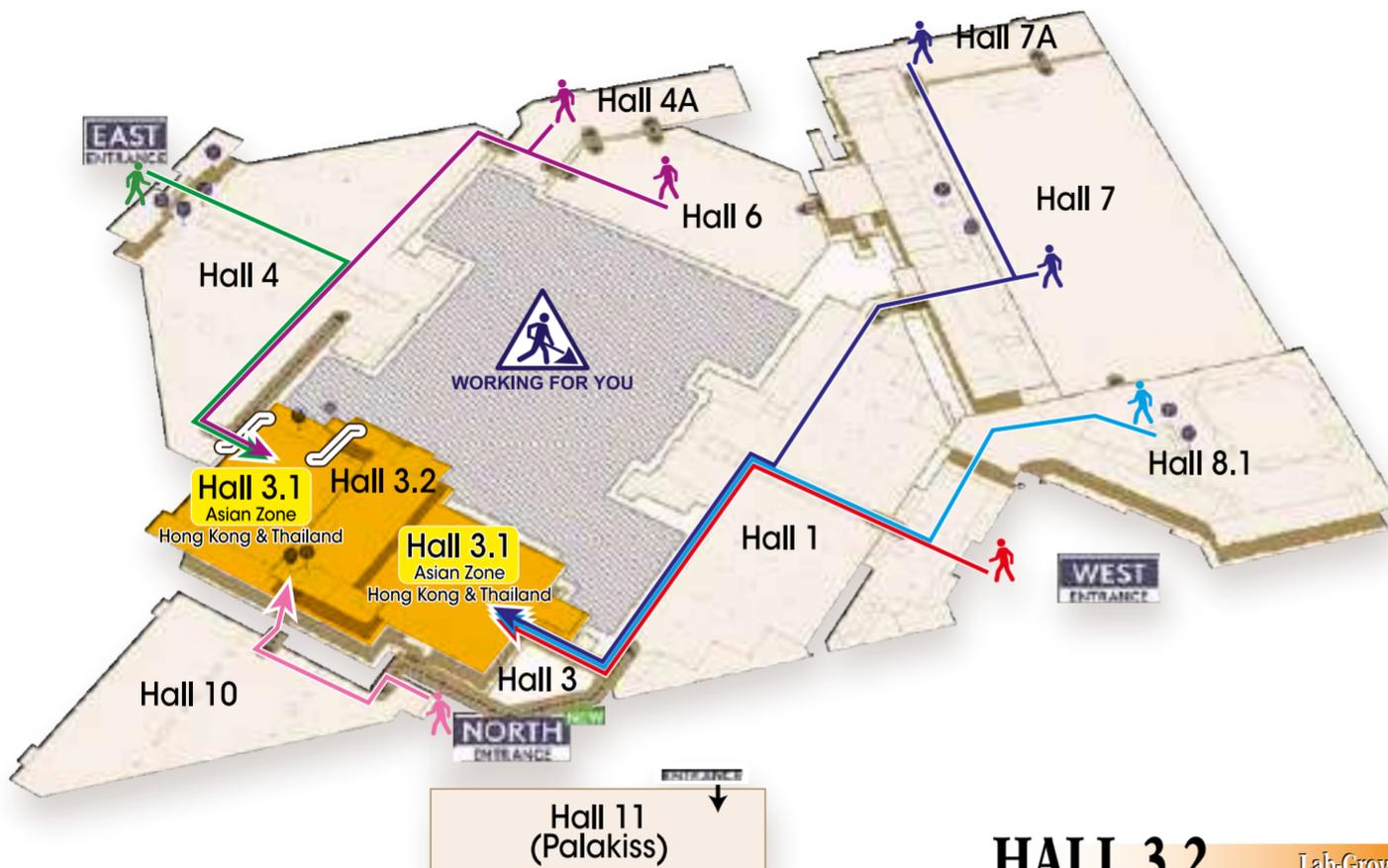


Sunlight Gems
Hall 3.1 #250



Highend Collections Ltd.
Hall 3.1 #132

Thailand Exhibitors



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

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 Co., Ltd. | 284 |

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. | 136 |
| 4 Bella Jewelry (Factory) Co., Ltd. | 246 |
| 5 Chai Thai Silp Export Ltd. Part. | 244 |
| 6 Chokas Jewelry Co., Ltd. | 166 |
| 7 Choon Jewelry Co., Ltd. | 124 |
| 8 Evershiny Jewelry Creation Co., Ltd. | 165 |
| 9 Geodis Merlin Ltd. | 125 |
| 10 H. V. Jewels Co., Ltd. | 133 |
| 11 Highend Collections Ltd. | 132 |
| 12 Jewelcraft Co., Ltd. | 153 |
| 13 KAA Creations Co., Ltd. | 131 |
| 14 Mainly Silver Design Co., Ltd. | 135 |
| 15 MKS Jewelry International Co., Ltd. | 154 |
| 16 Precious Products Jewelry Co., Ltd. | 158 |
| 17 RCAN Jewellery Co., Ltd. | 168 |
| 18 Tet Design Co., Ltd. | 134 |
| 19 Thai Silp Jewellery Co., Ltd. | 126 |
| 20 Thailink 2012 International Co., Ltd. | 104 |
| 21 Viva Collection Co., Ltd. | 156 |

HALL 3.2 Lab-Grown

| Thailand Exhibitor | Booth No. |
|----------------------------|-----------|
| 1 Adornet Jewels Co., Ltd* | 133 |

HALL 11 Fine & Silver Jewellery

| Thailand Exhibitors | Booth No. |
|--|-----------|
| 1 S.V.S Jewelry Factory Co., Ltd. | 521 |
| 2 Sphere Jewelry Manufacturing Co., Ltd. | 525 |

* Non-Members of HKJJA / TGJTA / TSEA



F.LLI BERTONCELLO

G.B. F.LLI BERTONCELLO SRL

Via Col Roigo, 22 z.i. / 36060 Romano d'Ezzelino (Vicenza) Italy

T +39 0424 31852 / F +39 0424 510478 / gb.bertoncello@gb-bertoncello.com

gb.bertoncello.com

CASTING MACHINES



Omega 30/50

Omega 3

BURNOUT ELECTRIC FURNACES



Alpha 15

Alpha 24

G.B. F.LLI BERTONCELLO leader mondiale nella progettazione e costruzione di forni elettrici e macchine per orafi. Presenti sul mercato dal 1958, offriamo soluzioni all'avanguardia per soddisfare i bisogni di diverse tipologie di mercati nel mondo offrendo le seguenti categorie di forni: FUSIONE E MICROFUSIONE - COTTURA CILINDRI, RICOTTURA DISSOSIDAZIONE E INDURIMENTO - SALDO BRASATURA E TRATTAMENTO TERMICO

G.B. F.LLI BERTONCELLO world leader in the design and construction of electric furnaces and machines for goldsmiths. Since 1958, we have been offering innovative solutions to meet the needs of different types of markets around the world offering the following categories of furnaces: MELTING AND CASTINGS - FLASKS BURNOUT, ANNEALING, DEOXIDATION AND HARDENING - BRAZE-SOLDERING AND HEAT TREATMENTS

VERTICAL CONTINUOUS CASTING FURNACES



Mini 3/5



Delta 7/12



Zeus 5/7/12/16/25/60/120/140

HORIZONTAL CONTINUOUS CASTING FURNACES



Logic 70/110/150

TILTING INDUCTION MELTING FURNACES



Ideal 16/25/50/75/100

STATIC INDUCTION MELTING FURNACES



Beta 3/5/10/12

HARDENING FURNACES



Gamma 2

Gamma HT-FC

BELT FURNACES



Master 70/90/110

ANNEALING FURNACES



Kappa 25/29

CONTINUOUS ANNEALING FURNACES



Linx 101/102/104

Voilà la France!

Diffondere l'eccellenza del savoir-fair d'Oltralpe. Questo l'obiettivo di Francéclat, comitato professionale per lo sviluppo economico dei settori di gioielleria e orologeria, che presenta una collettiva di prestigiosi brand nelle Hall 6 e 7 di Icon

To divulge the excellence of French savoir-faire. This is the objective of Francéclat, a professional committee for the jewelry and watchmaking industries' economic development, which is presenting eight significant brands in Halls 6 and 7, Icon community

Nella collettiva French Creative Corner, Hall 6, Stand 153, sono quattro i brand testimoni dell'abilità orafa transalpina sostenuti da Francéclat: Copin, D1928, Morganne Bello, Statement Copin. Focus sull'anello Dune che, ispirato all'omonimo romanzo, ridefinisce il classico sigillo con le tonalità dell'acquamarina o dell'eliodoro taglio baguette, con una cornice di diamanti. **D1928.** Duelenovità più importanti: la collezione 1928, un omaggio anni '30 e all'architettura Art Déco della Riviera; la Pinède che si ispira ai pini marittimi della Costa Azzurra. **Morganne Bello.** Continua il percorso del brand tra le gemme tagliate infrangendo i canoni tradizionali, nelle collezioni Songe, Victoria Diamants, Bouquet. **Statement.** Le linee My Way, Rivet, Unchained Pearls incarnano la passione di Amélie Huynh per l'arte, con diamanti e perle per gioielli preziosi come talismani. A questi si aggiungono altre realtà francesi, sempre nell'area Icon Hall 7, che Francéclat promuove per il loro rispetto della tradizione orafa d'Oltralpe. **Akillis.** In equilibrio tra artigianato e tecnologie all'avanguardia, Caroline Gaspard raggiunge l'obiettivo con The Python Collection in

oro e diamanti. Hall 7-Stand 713. **Isabelle Langlois.** Flora Pensée, Eden, Pavés de Paris, Émotion: collezioni in oro con pietre preziose realizzate da artigiani che condividono la visione della designer, prendendo spunto dalle tonalità del movimento impressionista. Hall 7-Stand 316. **La Brune & La Blonde.** La firma del brand è il "diamante nudo" non incastonato. Ispirata alla dualità di giorno e notte, nasce Moon & Sun Collection in oro lucido e opaco con pendenti con diamante centrale. Hall 6-Stand 108. **Cédille Paris.** Con la collezione Ç Moi si rafforza il legame madre-figlia nel design di questa linea basata su colori vivaci che si fondono con oro e diamanti.

Four brands testifying transalpine goldsmithing ability are supported by Francéclat in the collective exhibition in the French Creative Corner, Hall 6, Stand 153. Copin. Focus on the Dune ring which, inspired by the eponymous novel, redefines the classic seal with shades of baguette-cut aquamarine or heliodor framed by diamonds. D1928. Two new collections: 1928, homage to the 1930s and the Art Deco architecture of the Riviera; La Pinède, inspired by maritime pines on the French Riviera. Morganne Bello.

The brand's journey continues among cut gems, breaking traditional standards, as in the Songe, Victoria Diamants and Bouquet collections. Statement. The My Way, Rivet, Unchained Pearls collections embody Amélie Huynh's passion for art, expressed through diamonds and pearls. Further French brands that Francéclat is promoting are exhibiting at the show in the Icon area Hall 7. Akillis. In perfect balance between craftsmanship and cutting-edge technologies, Caroline Gaspard achieves her goal with The Python Collection in gold and diamonds. Hall 7 - Stand 713. Isabelle Langlois. Flora Pensée, Eden, Pavés de Paris, Émotion: collections in gold with precious stones created by artisans who share the designer's vision, drawing inspiration from the colors of the impressionist movement. Hall 7 - Stand 316. La Brune & La Blonde. The brand's signature is the unset "naked diamond". Inspired by the duality of day and night, the Moon & Sun Collection features shiny and matt gold with pendants with a central diamond. Hall 6 - Stand 108. Cédille Paris. The Ç Moi reinforces the mother-daughter bond in the design of this line, a circular composition and bright colors that blend with gold and diamonds.

Maristella Campi



Copin



D1928



Morganne Bello



Statement

GET
THE LOOK

LOGO MANIA



GUCCI

Ogni dettaglio racconta una storia di Heritage in questo look dall'apparenza essenziale, ma intriso di una sofisticatezza audace. La cintura, protagonista inattesa, si eleva a gioiello, sublimando il logo iconico della maison in un elemento di rara preziosità. Sulla passerella di Gucci per la collezione A/I 2025.

Every detail speaks of heritage in this look, seemingly understated yet imbued with bold sophistication. The belt, an unexpected protagonist, rises to the status of jewelry, turning the brand's iconic logo into an element of rare refinement. On the Gucci runway, for the F/W 2025 collection.

Il gioiello maschile by Serafino Consoli

Cresce il segmento della gioielleria uomo, grazie a invenzioni come l'anello multi-size e a new entry come la croce-chiave

The men's jewelry segment is growing thanks to inventions such as the multi-size ring and new entries like the cross-key



fatto delle invenzioni ingegneristiche il proprio biglietto da visita, grazie a brevetti unici nel settore che differenziano i loro gioielli da ogni altro prodotto sul mercato. Non c'è quindi da stupirsi se le linee di gioielli multi-size di Serafino Consoli piacciono anche agli uomini, per la loro adattabilità che consente di utilizzarli con nonchalance su dita diverse, e per la molteplicità delle combinazioni di materiali, come oro, diamanti e pietre preziose. Tra i best seller per lui si trovano i gioielli in oro brunito nero, oro bianco, oro rosa, diamanti neri, diamanti brown, zaffiri blu e zaffiri verdi. Queste combinazioni, tipiche di Serafino Consoli, offrono un'ampia gamma di possibilità per soddisfare i gusti più diversi. E se l'anello multi-size è ormai un must have, i pendenti della stessa linea a forma di croce-chiave sono le ultime new entry che prendono la scena.

The appeal of fine watchmaking lies in what are known as grand complications, sophisticated mech-

anisms concealed within cases of varying degrees of preciousness that are so popular with male consumers. Mechanical and technological components can also be found in creations by Serafino Consoli, a brand that has made invention engineering its calling card, thanks to unique patents in the sector that differentiate their jewelry from every other product on the market. It is therefore no surprise that the adaptability of Serafino Consoli's multi-size jewelry lines, which allows them to be worn casually on different fingers, and the variety of combinations of materials, such as gold, diamonds and precious stones, are also popular with men. One of the best sellers for him is jewelry in black burnished gold, white gold, rose gold, black diamonds, brown diamonds, blue and green sapphires. These combinations, typical of Serafino Consoli, offer a wide range of possibilities to satisfy the most diverse tastes. And while the multi-size ring is now a must-have, pendants from the same line in the shape of a cross-key are the latest new entries to take center stage.



Il fascino dell'alta orologeria è racchiuso in quelle che si chiamano grandi complicazioni, in quei meccanismi sofisticati celati in casse più o meno preziose che tanto piacciono al pubblico maschile. Componente meccanica e tecnologica sono elementi che si ritrovano anche nelle creazioni di Serafino Consoli, brand che ha



PREMIUM EDITION

featuring diamonds exclusively certified by GIA



VISIT US
HALL 6 | BOOTH 210

RECYCLED GOLD

   Made in Germany



Our B2B shop
is open 24/7 for you!
shop.diamondgroup.de



Discover the Art of Fine Jewelry
diamondgroup.de/links



Tra iconicità e audacia artistica

Il simbolismo universale della collezione Eden di Fullord, le novità di Marina B che rinnova l'estetica del Tubogas

The universal symbolism of Fullord's Eden collection. Marina B's latest creations that renovates the timeless Tubogas



FULLORD. Eden, un nome evocativo, per una collezione di alta gioielleria che, lanciata a marzo 2025, è ispirata alla scoperta di sé, alla resilienza e a un'individualità audace. Attraverso tre frutti simbolici – la mela, che rappresenta la creazione e il rinnovamento, il limone, segno di espressione di un'individualità coraggiosa, e l'arancia, emblema di vitalità, gioia e condivisione), Eden esplora il contrasto tra spontaneità e determinazione grazie a bracciali, collane, pendenti e anelli realizzati in oro 18 carati certificato RJC e impreziositi da diamanti, zaffiri e tsavoriti. Così ogni frutto incarna una diversa sfaccettatura dell'evoluzione personale, permettendo a chi lo indossa di entrare in contatto

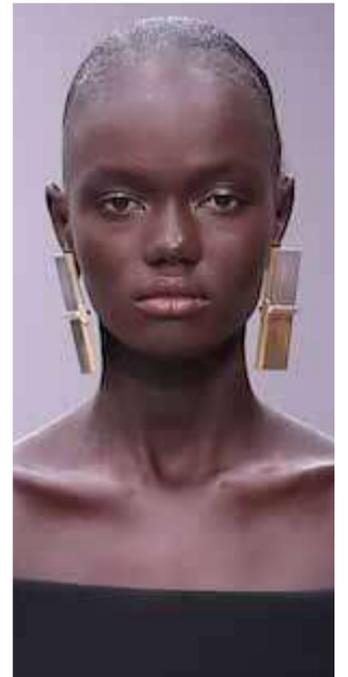
con il gioiello che meglio riflette il proprio percorso. Il linguaggio creativo e stilistico distintivo di Fullord, una fusione di audacia artistica e precisione scultorea, prende così vita in originali pezzi meticolosamente progettati e studiati per incarnare un profondo significato e trasmettere un'idea di evoluzione. Plasmata dalle suggestioni provenienti dal viaggio di Sandrine Thibaud, ceo e fondatrice di Fullord, attraverso continenti e culture differenti, Eden attinge al simbolismo universale della crescita, delle scelte personali e della ricerca della vera forma.

Launched in March 2025, Eden, an evocative name for a fine jewelry collection, is inspired by self-discovery, resilience and bold individuality. Through three symbolic fruits — the apple, which represents creation and renewal; the lemon, an expression of courageous individuality; and the orange, an emblem of vitality, joy and sharing —, Eden explores the contrast between spontaneity and determination through bracelets, necklaces, pendants and rings made of RJC-certified, 18-karat gold and embellished with diamonds, sapphires and tsavorites. Each fruit embodies a different aspect of personal evolution, allowing the wearer to connect with the item of jewelry that best reflects his or

her personal journey. Fullord's distinctive creative and stylistic language, a fusion of artistic audacity and sculptural precision, thus comes to life in original, meticulously designed pieces crafted to embody a profound meaning and convey an idea of evolution. Shaped by CEO and founder of Fullord, Sandrine Thibaud's experiential journey across different continents and cultures, Eden draws on the universal symbolism of growth, personal choices and the search for true form

GET THE LOOK

GEOMETRIC PRECISION



ACNE



MARINA B. Dopo aver inaugurato il flagship store in Madison Avenue a New York, Marina B pone l'attenzione sulle novità di stagione. In anteprima viene presentato il choker Patu con perle di onice e una titanite (sphene) centrale, usata per la prima volta dalla Maison. Per la cruise, un choker rivela una fila di perle con topazi blu e turchesi. La collezione Trisolina si arricchisce di bracciali e anelli con cabochon di smeraldo, zaffiro e rubino incastonati con diamanti. La serie di collane Terry, realizzata con il Marina B Tubogas e con gemme cabochon incorniciate da placche di onice, viene ampliata con due nuove varianti di colore. Infine, esordisce il choker Irreversible, con varianti in oro intrecciate nella forma Castagna, con tormaline rosa e diamanti.

After opening its flagship store on Madison Avenue in New York, Marina B now focuses attention on the season's new arrivals. The Patu choker with onyx pearls and a central titanite (sphene), used by the company for the first time, is now being previewed. For Cruise, a choker reveals a row of pearls with blue topaz and turquoise. The Trisolina collection has been further enriched with bracelets and rings featuring emerald, sapphire and ruby cabochons set with diamonds, while the Terry necklace series, made with Marina B Tubogas and cabochon gems framed by onyx plates, has been extended with two new color variations. Lastly, making its debut is the Irreversible choker with gold variants intertwined in the Castagna shape with pink tourmalines and diamonds.

Scarpe e orecchini si rispecchiano nelle loro linee squadrate, creando un abbinamento essenziale e deciso. Un rigore formale che trova equilibrio nelle forme di un abito nero, rilettura del tubino classico con un tocco di raffinata intellettualità. Sulla passerella di Acne Studios per la collezione A/I 2025.

Shoes and earrings mirror each other through their squared lines, creating a pairing that is both essential and bold. A formal rigor balanced by the silhouette of a black dress – a refined, intellectual take on the classic sheath. On the Acne Studios runway, for the F/W 2025 collection.

Aminoff

LONDON

FINE PEARL JEWELLERY SINCE 1972



HALL 6 BOOTH 261

AMINOFFLONDON.COM

Una danza di bellezza

Yoko London trasforma le perle in icona di femminilità moderna, Lisa O. unisce eleganza e solidarietà nell'anello Dancing Under the Stars
Yoko London transforms pearls into an icon of femininity. Lisa O. combines elegance and solidarity in the ring Dancing Under the Stars

YOKO LONDON. La Maison presenta, come focus di settembre, The Icons, una nuova campagna che ridefinisce lo spirito del brand, radicato nell'abilità artigianale, ma concepito per disegnare il futuro. Al centro del progetto ci sono due collezioni distintive, O by Yoko e Zyyp, ognuna delle quali cattura l'essenza della femminilità moderna che trasforma una donna in quella che viene definita una Yoko Woman. O by Yoko trae ispirazione dall'eleganza scultorea, ben visibile, delle lettere "O" e "Y" del logo, fonte di illuminazione per la creazione di chiusure eleganti, linee fluide e silhouette contemporanee capaci di regalare una nuova anima e una precisa identità ai gioielli con le perle. Zyyp, invece, nasce dal ritmo frenetico di Londra. Ispirata dall'energia, dal dinamismo e dalla vitalità della metropoli, è il punto di incontro tra perle classiche e design all'avanguardia: parure nel segno della zip realizzate in oro con incastonati diamanti dall'eccellente brillantezza e perle come protagoniste comprimarie. Nel cuore della collezione c'è la sensazionale collana Zipper, iconica nella forma, rivoluzionaria nella costruzione: un capolavoro di design con 277 diamanti e un innovativo meccanismo scorrevole che consente una vestibilità personalizzata.

As its focus for September, the Maison is presenting The Icons, a new campaign that redefines the spirit of the brand, rooted in craftsmanship but designed to shape the future. At the heart of the project are two distinctive collections, O by Yoko and Zyyp, each capturing the essence of modern femininity that transforms the wearer into what is defined as a Yoko Woman. O by Yoko draws inspiration from the highly visible, sculptural elegance of the letters "O" and "Y" in the logo, a source of illumination for the creation of elegant closures, fluid lines, and contemporary silhouettes capable of giving pearl jewelry a new soul and a distinct identity. Zyyp, on the other hand, originates from the frenetic pace of London. Inspired by the energy, dynamism and vitality of the metropolis, it is the meeting point between classic pearls and avant-garde design: zip-inspired parures made of gold, set with exceptionally shiny diamonds and pearls as supporting protagonists. At the heart of the collection is the sensational Zipper necklace, iconic in form and revolutionary in construction: a masterpiece of design with 277 diamonds and an innovative sliding mechanism that allows for a personalized fit.

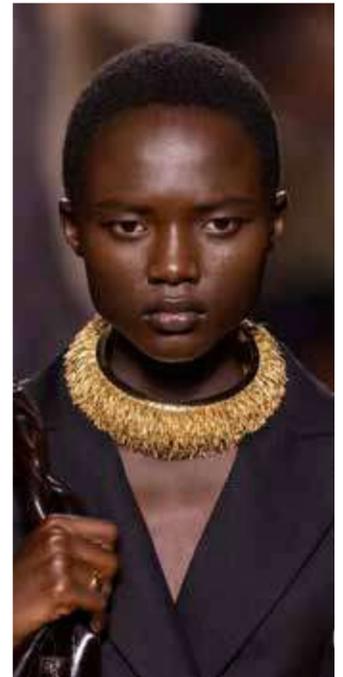


LISA O. Lisa O. torna a dimostrare il suo impegno sociale e a offrire sostegno a chi ha bisogno di aiuto con l'anello Dancing Under the Stars, nato dalla collaborazione con la Fondazione Le Stelle di Marisa ETS che offre supporto psicologico, economico e legale ai figli delle vittime di femminicidio, i cosiddetti Orfani Speciali. Si tratta di un gioiello simbolico che unisce eleganza e solidarietà, che interpreta un messaggio di speranza, amore e responsabilità. Disponibile in oro giallo, bianco o rosa, è realizzato con frange dalle quali pendono delle stelline danzanti sempre d'oro bianco, mentre la stella centrale monta un diamante che rifrange la luce.

Lisa O. once again demonstrates its social commitment and offers support to those in need with the Dancing Under the Stars ring, created in collaboration with the Le Stelle di Marisa ETS Foundation, which offers psychological, financial and legal support to the children of victims of femicide, known as Special Orphans. This symbolic piece of jewelry combines elegance and solidarity, conveying a message of hope, love and responsibility. Available in yellow, white or rose gold, it features fringes hung with dancing stars, also in white gold, while the central star is set with a light-refracting diamond.

GET THE LOOK

GOLDEN VISION



FENDI

Un solo collier basta a elevare l'eleganza di un blazer, a condizione che vi esploda un'opulenza catalizzante. Come accade quando a illuminarlo è una cascata di frange dorate, vibranti e teatrali. Sulla passerella di Fendi per la collezione A/I 2025.

A single necklace is enough to elevate the elegance of a blazer—provided it conveys a catalysing opulence. As it does when lit up by a cascade of golden fringes, vibrant and theatrical. On the Fendi runway, for the F/W 2025 collection.



AGDJ®

**A G COLOR INC.
A G DIAJEWELS INC.**

TANZANITE... FINE COLOR STONE JEWELRY

Vicenzaoro: Hall 3, #140
BKK Show: Hall 8, #VV 20-22
Sept HK: AWE Hall 8, G-02



TEL: +1-212-207-3905 | WEBSITE: www.agcolor.com | EMAIL: hemant@agcolor.com

Le idee più versatili

Smalto vitreo e diamanti danno vita ai nuovi pendenti firmati Fish Enterprises, D&sign sviluppa le atmosfere di nuove gioiellerie high-end
Vitreous enamel and diamonds enliven the new pendants by Fish Enterprises, while D&sign develops the atmospheres of new high-end



FISH ENTERPRISES. Tra le nuove proposte dell'azienda thailandese Fish Enterprises spicca la collezione Hidden Treasures. Realizzata in risposta all'alta richiesta di medaglioni della precedente edizione della fiera, è composta da collane con pendenti a forma di uova, realizzati in smalto vitreo, con incastonato un diamante, che si aprono per svelare piccoli segreti oppure per accoglierne di personali. Un accessorio classico e versatile, che piace alle nuove generazioni, perché racconta la propria storia.

Standing out among the latest offers from Thai company Fish Enterprises is the Hidden Treasures collection. Created in response to the high demand for medallions at the previous edition of the fair, the collection consists of necklaces with egg-shaped pendants made of glass enamel and set with a diamond, which open to reveal little secrets or hold personal ones. A classic and versatile accessory that appeals to the younger generation because it tells its own story.

GET THE LOOK

SCULPTURAL SEDUCTION

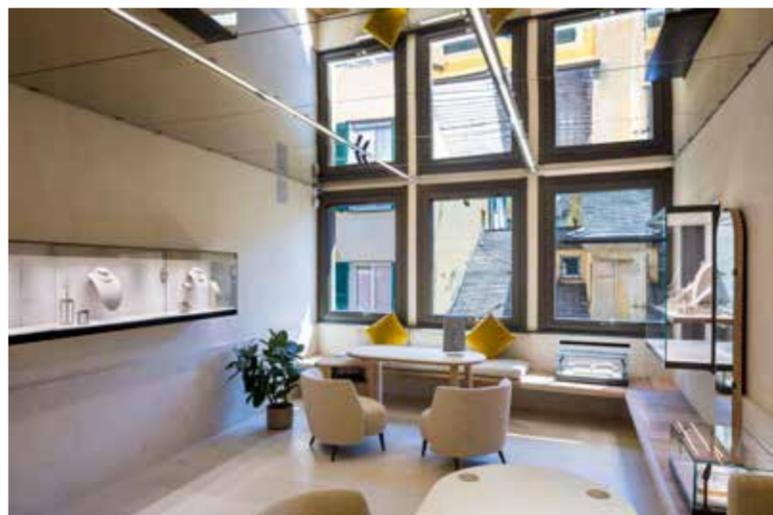


GIVENCHY



D&SIGN. Fondata dal designer Fabio Antonuzzi, D&sign, da oltre 30 anni, progetta e realizza gioiellerie di alto livello in tutto il mondo, curando ogni fase: dallo studio del contesto e delle esigenze, alla produzione su misura, fino al montaggio completo. Tra i progetti recenti spicca la nuova Gioielleria Lucchetti a Chiavari, un intervento di tre mesi che ha trasformato un intero edificio storico su tre piani. La boutique, concessionaria Rolex, è stata ripensata con legni pregiati, finiture metalliche e un concept innovativo che valorizza la location, offrendo un'esperienza piacevole per il cliente.

Founded by designer Fabio Antonuzzi, D&sign has been designing and manufacturing high-end jewelry worldwide for over 30 years, overseeing every stage: from studying the context and needs, to custom production, to complete assembly. Recent projects include the new Lucchetti Jewelry Store in Chiavari, a three-month project that transformed an entire historic three-story building. The boutique, a Rolex dealership, has been redesigned with fine woods, metallic finishes, and an innovative concept that enhances the location, offering a pleasant customer experience.



Un top che riprende le linee di un orecchino chandelier, trasformandosi in una decorazione pura, seducente e giocosa. Irriverente e al contempo di grande impatto, grazie a una composizione di cristalli dal sapore sartoriale. Sulla passerella di Givenchy per la collezione A/I 2025.

A top that echoes the lines of a chandelier earring, transforming into a pure decoration—seductive and playful. Bold yet striking, it owes its impact to a crystal composition imbued with a bespoke craftsmanship feel. On the Givenchy runway, for the F/W 2025 collection.

Fish

— ENTERPRISES —
Vitreous Enamel Specialists



Do you have a brand? Looking for something unique? With our enamel expertise your collections can carry the tradition and elegance of vitreous enameling. Come see us.

Hall 4 Booth 423

Un equilibrio di delicatezza e forza

Le nuove creazioni di Arpas e Brigitte Adolph: intriganti, preziose e responsabili

The new creations by Arpas and Brigitte Adolph: intriguing, precious, and responsibly crafted

ARPAS. Dai cuori dorati agli alberi in fiore, fino alle stelle cosmiche. I disegni della collezione di ciondoli di Heart & Soul Collection, di Arpas A.Ş. parlano il linguaggio dell'amore, della crescita e della ricerca della luce interiore. Modellati con cura in montature dorate, con la vibrante malachite, il blu intenso del lapis, la luminosa madreperla e il vivace turchese diventano pezzi dalla bellezza senza tempo e dal forte valore simbolico, portando eleganza ed energia a chi li indossa. I gioielli di Arpas si trovano in gioiellerie selezionate in tutta la Turchia e di altri 81 Paesi nel mondo.

From golden hearts to blossoming trees to cosmic stars. The designs in the Heart & Soul Collection by Arpas A.Ş. speak the language of love, growth, and the search for inner light. Carefully crafted in gold settings, vibrant malachite, deep blue lapis, luminous mother-of-pearl, and vibrant turquoise create pieces of timeless beauty with strong symbolic value, bringing elegance and energy to those who wear them. Arpas jewelry is available in select jewelry stores throughout Turkey and 81 other countries worldwide.



BRIGITTE ADOLPH. Nella Glamroom di Vicenzaoro, spazio dedicato al design contemporaneo, Brigitte Adolph presenta i propri gioielli, ispirati al pizzo, e incanta con creazioni che uniscono estetica eterea e precisione artigianale. Ogni pezzo è un equilibrio tra delicatezza e forza, con texture filigranate che solo a uno sguardo ravvicinato rivelano la loro natura metallica; non solo belli da vedere ma anche comodi da indossare. L'uso di materiali preziosi e sostenibili, come argento 925 riciclato e oro etico 18kt, sottolinea il suo impegno verso l'approvvigionamento responsabile.

In Vicenzaoro's Glamroom, a space dedicated to contemporary design, Brigitte Adolph presents her lace-inspired jewelry, enchanting with creations that combine an ethereal aesthetic with artisanal precision. Each piece strikes a balance between delicacy and strength, with filigree textures that reveal their metallic nature only upon closer inspection; not only beautiful to look at, but also comfortable to wear. The use of precious and sustainable materials, such as recycled 925 silver and ethically sourced 18kt gold, underscores her commitment to responsible sourcing.

GET THE LOOK

TIME AT THE NECK



LOUIS VUITTON

È tra le proposte più interessanti del prossimo inverno: un orologio-ciondolo che evoca il fascino intramontabile del classico orologio da taschino, reinterpretato in chiave moderna e destinato a diventare un nuovo must. Sulla passerella di Louis Vuitton per la collezione A/I 2025.

It is among the most captivating proposals for the coming winter: a pendant watch that evokes the timeless charm of the classic pocket watch, reinterpreted with a modern twist and destined to become a new must-have. On the Louis Vuitton runway, for the F/W 2025 collection.



Ω

OmegaArt

Escape the ordinary, unveil trends

Il lusso in versione colta

Lo studio della forma diventa il filo conduttore dei gioielli ispirati alla natura firmati Liapis Jewellery e delle creazioni essenziali di Femar
The study of form becomes the common thread in Liapis Jewellery's nature-inspired pieces and Femar's essential creations



LIAPIS JEWELLERY. Caratterizzata da stile contemporaneo, attenzione ai dettagli e visione definita sul futuro della gioielleria, Liapis Jewellery è presente all'edizione di settembre di Vicenzaoro, dopo il debutto al Couture Show di Las Vegas lo scorso giugno, dove ha presentato una selezione limitata di pezzi. A Vicenza presenta le sue ultime collezioni: Forms of Love, che unisce smalti iridescenti e pietre tagliate su misura, e Savage, ispirata alle forme della natura e con un design deciso frutto di una lavorazione accurata.

Characterized by contemporary style, attention to detail, and a clear vision of the future of jewelry, Liapis Jewellery is present at the September edition of Vicenzaoro, following its debut at the Couture Show in Las Vegas last June, where it presented a limited selection of pieces. In Vicenza, it will present its latest collections: Forms of Love, which combines iridescent enamels and custom-cut stones, and Savage, inspired by the shapes of nature and with a bold design resulting from careful workmanship.



GET THE LOOK

GOLD IN GRAND SCALE



BALMAIN

FEMAR. In un tempo che chiede attenzione, Femar sceglie la misura. Gioielli come atti di sottrazione, nati dallo studio della forma. Architetture dalla struttura minimale, curve che seguono il corpo con grazia, superfici che riflettono la luce. L'oro si traduce in gesto, linguaggio, luce che cambia con chi la indossa. Nessuna ostentazione, solo il desiderio di restare. Femar parla a chi riconosce il valore del dettaglio e sceglie la bellezza che non è urlata. È un lusso colto, essenziale, pensato. Un equilibrio tra pensiero e pelle.

In an age that demands attention, Femar chooses moderation. Jewelry as an act of subtraction, born from the study of form. Minimalist architecture, curves that gracefully follow the body, surfaces that reflect light. Gold translates into gesture, language, and light that changes with the wearer. No ostentation, just a desire to endure. Femar speaks to those who recognize the value of detail and choose beauty that isn't overt. It's cultured, essential, thoughtful luxury. A balance between thought and skin.



Il concetto di massimalismo ritorna con forza nell'abito completamente dorato, le cui trame ricordano le maglie di un gioiello, reinterpretate in una dimensione volutamente sovradimensionata. Sulla passerella di Balmain per la collezione A/I 2025.

The concept of maximalism returns with strength in the fully golden dress, whose textures recall the links of a piece of jewelry, reinterpreted on a deliberately oversized scale. On the Balmain runway, for the F/W 2025 collection.



IGI

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



18 Schools
of Gemology
across the globe,
including 5 in Italy.

18 Scuole
di Gemmologia
in tutto il mondo,
di cui 5 in Italia.

IGI School of Gemology

www.igi.org

Gemme e geometrie da conoscere

IGI porta in fiera i suoi preziosi servizi sulle gemme, Alessa Jewelry impone ancora una volta la sua raffinata estetica geometrica

IGI presents its renowned gem services at the fair, while Alessa Jewelry once again affirms its refined geometric aesthetic



IGI. Fondato ad Anversa nel 1975, l'International Gemological Institute (IGI) è leader mondiale nella certificazione di diamanti, gemme e gioielli. Dopo il successo delle scorse edizioni, torna a Vicenzaoro offrendo analisi gemmologiche in loco con tecnologie all'avanguardia. I rapporti saranno consegnati immediatamente, al ritiro delle pietre. Continua anche il servizio drop-off: le

gemme lasciate allo stand saranno inviate ad Anversa per la certificazione e poi restituite ai clienti. IGI, che è il più grande operatore al mondo nello screening di diamanti melee e gioielli montati, è anche un punto di riferimento globale nella formazione: da oltre 40 anni, la sua Scuola di Gemmologia forma esperti in oltre 25 Paesi. In Italia sono attive cinque sedi.

Founded in Antwerp in 1975, the International Gemological Institute (IGI) is a world leader in diamond, gem, and jewelry certification. Following the success of previous editions, it returns to Vicenzaoro, offering on-site gemmological analyses using cutting-edge technology. Reports will be delivered immediately upon collection of the stones. The drop-off service will

also continue: gems left at the stand will be sent to Antwerp for certification and then returned to customers. IGI, the world's largest operator in the screening of melee diamonds and mounted jewelry, is also a global benchmark in training: for over 40 years, its School of Gemology has trained experts in over 25 countries. Five locations are active in Italy.

ALESSA JEWELRY. Richiamano i crateri vulcanici i gioielli che nascono dalla creatività di Yuvraj Pahuja. Gli anelli Connect avvolgono il dito con una texture caratterizzata da borchie piramidali (in alto a destra). La collana Rising ruota attorno a un pendente geometrico con pavé di diamanti, montato su una catena in oro rosa. Il trio di bracciali flessibili Eruption presenta intarsi alternati di diamanti e smalto nero a forma di triangolo. Gli orecchini Energy, in due lunghezze, con montatura di diamanti, sono fissati da borchie piramidali e rifiniti con il tipico triangolo appuntito di Alessa. Infine, gli orecchini a cerchio Force Pavé con clip a C sono incorniciati da diamanti e decorati con motivi piramidali centrali (entrambi sotto).



The jewelry that emerges from Yuvraj Pahuja's creativity is reminiscent of volcanic craters. The Connect rings wrap around the finger with a texture featuring pyramid-shaped studs (above right). The Rising necklace revolves around a geometric pendant with diamond pavé, mounted on a rose gold chain. The trio of flexible Eruption bracelets flaunt alternating inlays of diamonds and black enamel triangles. The Energy earrings, available in two lengths and with diamond settings, are secured by pyramid-shaped studs and finished with Alessa's signature pointed triangle. Lastly, the Force Pavé hoop earrings with C-clips are framed by diamonds and decorated with central pyramid motifs (both below).

**GET
THE LOOK**

**CAMEO
STATEMENT**



CAVALLI

Il cameo, tradizionalmente legato a un'eleganza classica, si rinnova con audacia in questo look total rouge, dove la sua anima contemporanea emerge con forza. Sulla passerella di Cavalli per la collezione A/I 2025.

The cameo, traditionally tied to classic elegance, is renewed with boldness in this total rouge look, where its contemporary soul strongly emerges. On the Cavalli runway, for the F/W 2025 collection.

JUST RELEASED!

THE JEWELLERY
TRENDBOOK
FORECAST 2027+

Credits: Jessica Ross Jackson
@jessicarossjackson.ai

TV
TRENDAVISION
jewellery + forecasting

VO
vicenzaoro

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the future



Ispirazione e crescita

Focus sull'artigianato di alta qualità per il padiglione asiatico presente in fiera e per le novità firmate Mariae Nivis 1567

Focus on high-quality craftsmanship for the Asian Pavilion showcased at the fair, and for the latest creations by Mariae Nivis 1567



HKJJA. In occasione del suo 60° anniversario, la Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association (HKJJA) guida con orgoglio il padiglione asiatico a Vicenzaoro, che è punto di riferimento per l'eccellenza della gioielleria di Cina, Hong Kong e Thailandia. Distribuito nei padiglioni 3.0, 3.1, 3.2, 10 e 11, lo spazio HKJJA è un hub dinamico per sourcing, ispirazione e crescita del settore. L'associazione promuove artigianato di alta qualità, tendenze emergenti – tramite il supplemento

biennale della Hong Kong Jewellery Magazine Fair –, innovazione tecnologica e networking internazionale. E un'esperienza immersiva nel design asiatico contemporaneo. I visitatori potranno ricevere omaggi esclusivi, soggiorni in hotel e sponsorizzazioni per future fiere come Vicenzaoro 2026.

Celebrating its 60th anniversary, the Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association (HKJJA) proudly hosts the Asia Pavilion at Vicenzaoro, a hub for jewelry excellence from China, Hong Kong, and Thailand. Spread across Halls 3.0, 3.1, 3.2, 10, and 11, the HKJJA space is a dynamic hub for sourcing, inspiration, and industry growth. The association promotes high-quality craftsmanship, emerging trends—through the biannual Hong Kong Jewellery Magazine Fair

supplement—technological innovation, and international networking. It also offers an immersive experience in contemporary Asian design. Visitors can receive exclusive gifts, hotel stays, and sponsorships for future trade shows such as Vicenzaoro 2026.

GET THE LOOK

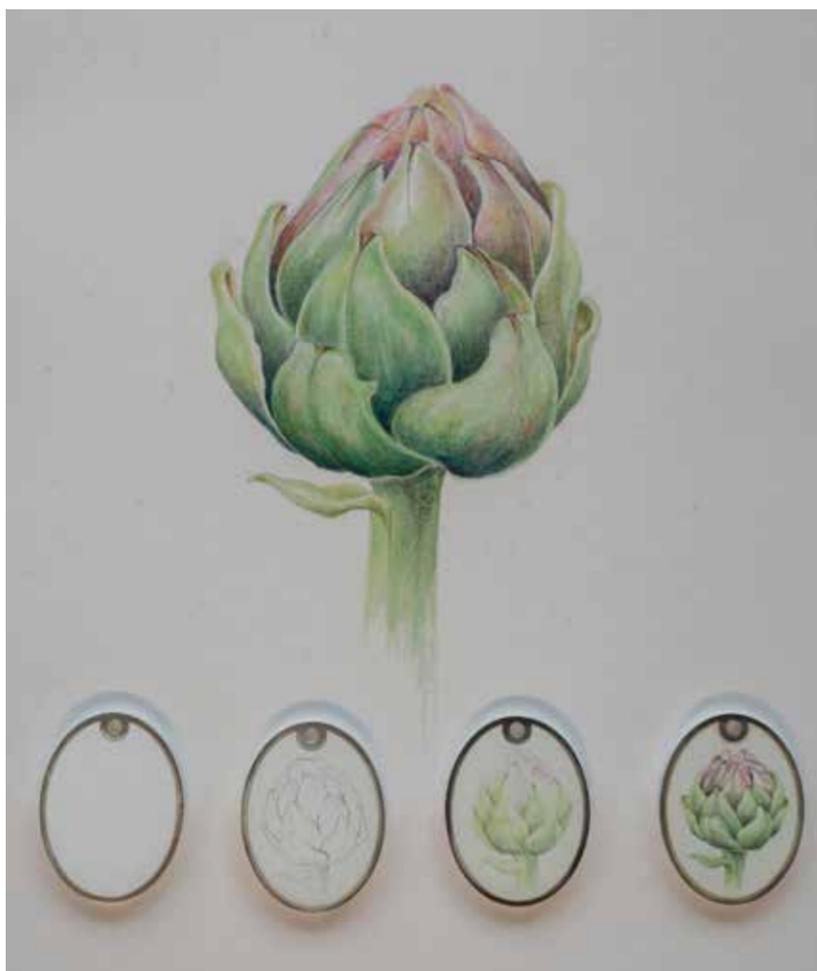
ROMANCE FORMULA



CHLOÉ

Il layering si svela nella sua forma più romantica: doppi pendenti portafortuna scendono da collane sovrapposte, su un morbido abito di seta. Per uno stile bohémien, femminile e al contempo contemporaneo. Sulla passerella di Chloé per la collezione A/I 2025.

Layering reveals itself in its most romantic form: double lucky charm pendants hang from layered necklaces over a soft silk dress. The result is a bohemian, feminine, and at the same time contemporary style. On the Chloé runway, for the F/W 2025 collection.



MARIAE NIVIS 1567. La collezione Dall'Orto All'Arte di Mariae Nivis 1567 è stata fortemente voluta dalla famiglia Freschi & Vangelisti. L'intento è quello di recuperare l'eredità spirituale, culturale e artistica di un monastero situato nel cuore del Casentino, nel Parco Nazionale delle Foreste Sacre e di Pratovecchio. Questa prima collezione è un racconto poetico che raffigura gli ortaggi degli orti toscani in forma di gioiello, con pendenti smaltati a fuoco e dipinti a mano dagli artigiani. Ogni ortaggio è accompagnato da una ricetta ispirata a Pellegrino Artusi, in un dialogo tra arte orafa e tradizione culinaria.

The Dall'Orto All'Arte collection by Mariae Nivis 1567 was strongly supported by the Freschi & Vangelisti family. The aim was to revive the spiritual, cultural, and artistic legacy of a monastery located in the heart of Casentino, in the Sacred Forests and Pratovecchio National Park. This first collection is a poetic tale that depicts Tuscan garden vegetables in the form of jewelry, with enameled pendants hand-painted by artisans. Each vegetable is accompanied by a recipe inspired by Pellegrino Artusi, in a dialogue between goldsmith art and culinary tradition.

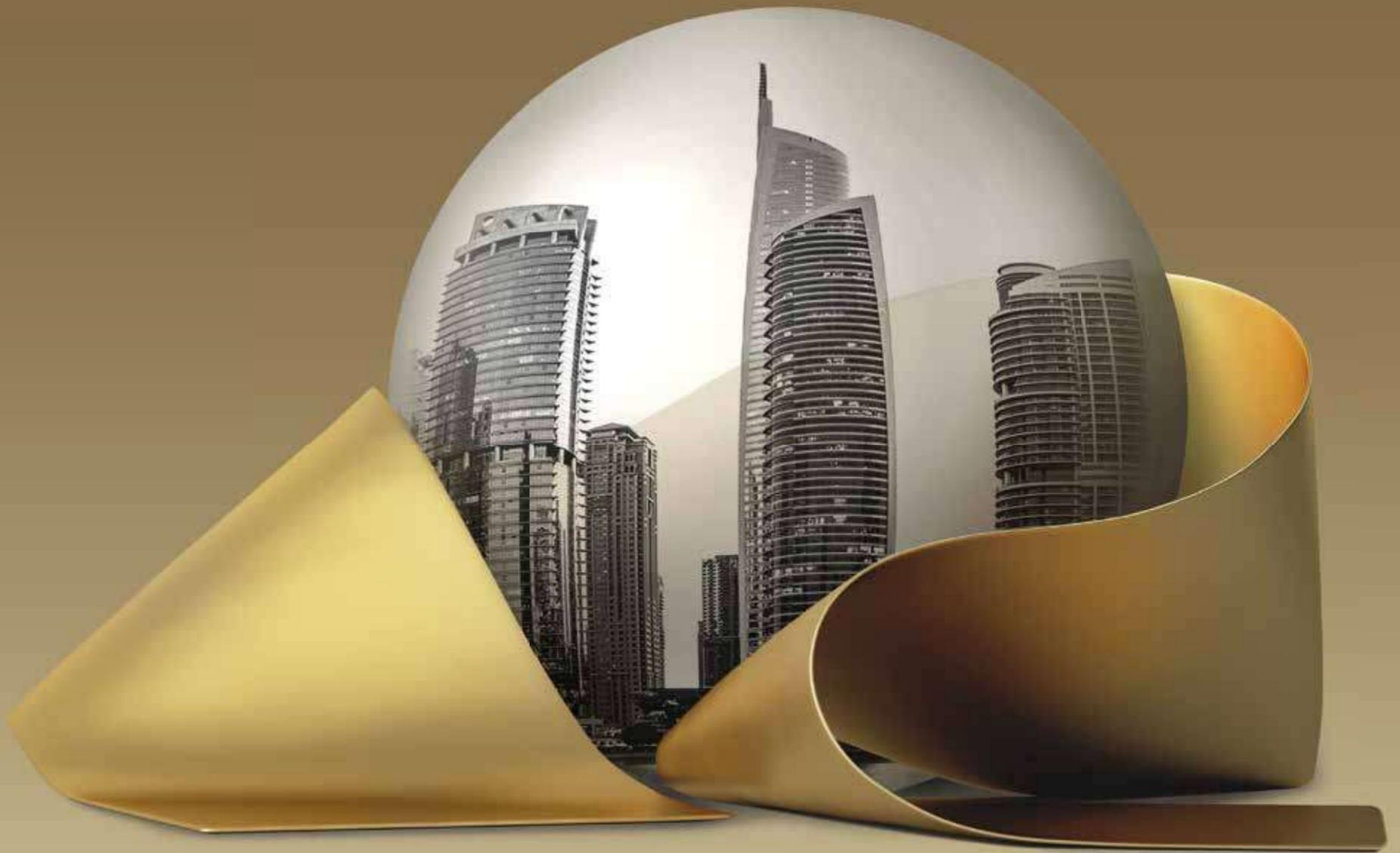




JGTD

JEWELLERY, GEM
& TECHNOLOGY
IN DUBAI

THE B2B FAIR TO EXPAND INTERNATIONAL BUSINESS INTO NEW MARKETS



THE CENTRE OF BUSINESS

**11-13
NOVEMBER
2025**

DUBAI
EXHIBITION
CENTRE
(DEC)

jgtdubaijewelleryshow.com

ORGANISED BY



informamarkets

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

OFFICIAL PARTNER

DMCC

INDUSTRY PARTNER



مجموعة دبي للمجوهرات
Dubai Jewellery Group





Chain making
machines

JEWELLERY



SGMU/S2

Universal automatic machine for cable and curb chains

- + For medium size chains with range diameter up to 3 mm
- + For cable and curb chain right - left, in single, double and triple linking
- + Embedded TIG welding rack

Getting Around



EDITOR-IN-CHIEF
FEDERICA FROSINI

ART DIRECTOR
ELENA PAPAGEORGHIOU

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

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

AKILLIS

JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713



A K I L L I S
JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713