

CASATO

VO+Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
SEPTEMBER

CASATO

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

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 4. Lunedì, 8 Settembre 2025

Il lavoro di squadra premia

Vicenzaoro culla della next gen gioielliera grazie al debutto di realtà di rilievo per la formazione e la cultura di settore e alla promozione di modelli di cooperazione fra istituzioni e aziende >p.2

Vicenzaoro is the cradle of next gen jewelry thanks to the debut of important training and culture organizations and the promotion of cooperation models between institutions and companies >p.2

IN EVIDENZA

LUNEDÌ

8

SETTEMBRE 2025

INTERVISTA

Scavia

Un brand con un heritage di generazioni alle spalle che si rinnova nel tempo. A brand with a four-generation heritage behind it that renews itself over time.

>p.6



TREND

Chaos Creativity

Slanci, curvature e dettagli affilati per una nuova idea di rinascita. Slants, curves and sharp details for a new idea of rebirth.

>p.10



EVENTI

HRD in Italia

HRD Antwerp apre le sue filiali italiane a Firenze e a Valenza. HRD Antwerp is opening its Italian branches in Florence and Valenza.

>p.6

CASATO

MIKOULETTE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680

CASATOGIOIELLI.COM

A full-page advertisement for the Casato Mikou Collection. Two women are featured, both wearing elegant white dresses and smiling. The woman on the left has blonde hair and is wearing a diamond necklace, a diamond ring, a diamond bracelet, and a diamond earring. The woman on the right has dark hair and is wearing a gold necklace with a colorful gemstone pendant, a gold ring with a colorful gemstone, a gold earring, and a gold bracelet. The background is a plain, light color.

CASATO

MIKOU COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680



CASATOGIOIELLI.COM



FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
SEPTEMBER



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

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

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 4. Lunedì, 8 Settembre 2025

Il lavoro di squadra premia

Vicenzaoro culla della next gen gioielliera grazie al debutto di realtà di rilievo per la formazione e la cultura di settore e alla promozione di modelli di cooperazione fra istituzioni e aziende >p.2

Vicenzaoro is the cradle of next gen jewelry thanks to the debut of important training and culture organizations, and the promotion of cooperation models between institutions and companies >p.2



EDITORIAL

MARIO VESCOVO

DIRETTORE DELLA SEDE VICENTINA
DI IEG E DIRETTORE OPERATIONS
SU VICENZA

Un anno esatto dall'inaugurazione del nuovo quartiere fieristico, posso confermare che i lavori proseguono in linea con il cronoprogramma impostato all'apertura del cantiere. Un progetto complesso, in cui non mancano le difficoltà, ma che va avanti rispettando la tabella di marcia e garantendo lo svolgimento regolare delle manifestazioni, così come possiamo apprezzare in questi giorni. L'edificio in costruzione avrà una valenza fondamentale non solo dal punto di vista dell'impatto estetico, ma anche funzionale, rendendo più comprensibili i flussi di visita e più facili le connessioni fra i vari padiglioni. Al posto dei 5 piani presenti nella vecchia struttura della "chiocciola", ci saranno due piani alti 9 metri ciascuno, mentre la galleria centrale che illuminerà le scale mobili arriverà a 24 metri di altezza, dando respiro e regalando un effetto di grandiosità all'insieme. Fra 12 mesi esatti potremo tutti godere del grande sforzo di IEG nell'impostare il nuovo futuro di Vicenzaoro. Insieme.

(segue a pagina 2)

IN EVIDENZA

LUNEDÌ

8 SETTEMBRE 2025

INTERVISTA

Scavia

Un brand con un heritage di generazioni alle spalle che si rinnova nel tempo. A brand with a four-generation heritage behind it that renews itself over time.

>p.6



TREND

Chaos Creativity

Slanci, curvature e dettagli affilati per una nuova idea di rinascita. Slants, curves and sharp details for a new idea of rebirth.

>p.10



EVENTI

HRD in Italia

HRD Antwerp apre le sue filiali italiane a Firenze e a Valenza. HRD Antwerp is opening its Italian branches in Florence and Valenza.

>p.6

Pronto il lessico universale dell'industry

Terminata a Vicenzaoro la stesura della Blue List, il documento ufficiale stilato da CIBJO con le linee guida del settore gioielliero in fatto di sostenibilità

Nella giornata di sabato si è tenuto a Vicenzaoro l'ultimo atto di un processo lungo e complesso iniziato nel 2018, ossia la definizione delle linee guida per la terminologia utilizzata nella supply chain del settore dei

gioielli, gemme e metalli preziosi in fatto di sostenibilità. Tre gli obiettivi primari di questa operazione scandita da incontri fra esperti in materia di tutto il mondo: promuovere trasparenza, chiarezza e fiducia dei consumatori al fine di prevenire l'uso di termini ingannevoli o ambigui che possono creare confusione, rafforzando così la credibilità del settore; stabilire un linguaggio comune per l'industria, garantendo che le affermazioni sui prodotti e le pratiche

siano accurate, comprovate e facilmente comprensibili; promuovere l'adozione di pratiche etiche e sostenibili nella supply chain, in linea con l'impegno per la responsabilità. Non poteva dunque esserci contesto migliore di Vicenzaoro per portare a conclusione questo iter, dato l'impegno significativo espresso negli ultimi anni da Italian Exhibition Group a sostegno di best practice chiare e univoche. Il documento finale stilato sabato da un parterre (segue a pagina 4)

Debutto internazionale oltre le aspettative per l'innovazione hi-tech

Con oltre 170 partecipanti da 15 Paesi, The Vicenza Symposium ha richiamato più di 80 realtà tra aziende, brand, istituzioni accademiche e centri di ricerca. Cuore dell'evento il programma scientifico, curato da un comitato accademico

Undici gli esperti, provenienti da 5 Paesi - Italia, USA, Svizzera, Germania, Thailandia -, che hanno garantito tre giorni di panel di livello su temi quali: rivoluzione digitale, sostenibilità ambientale, nuovi materiali, qualità produttiva. Un messaggio chiaro lega tutti i contributi: l'innovazione nel settore è - e sarà - sempre più alleata del talento artigiano. Ventuno i contributi, inediti, selezionati tra 50 proposte da (segue a pagina 4)



Il lavoro di squadra premia

(segue dalla prima)

Venerdì scorso all'apertura di Vicenzaoro September organizzata da IEG - Italian Exhibition Group abbiamo annunciato un calendario di più di 30 ore di talk e seminari in 5 giorni di fiera sugli argomenti più hot dell'intera filiera. Programma che hanno contribuito ad arricchire soprattutto CIBJO e VO Vintage, apportando ciascuno nel proprio ambito know how e novità imprescindibili per chi vive da dentro il mondo della gioielleria e dell'orologeria. Fra le news che lasceranno il segno e di cui sicuramente avremo aggiornamenti già a partire dall'edizione di gennaio c'è stato l'annuncio dell'apertura di un nuovo istituto educativo con sede a Milano, l'International Fine Jewellery Academy, progetto fortemente voluto da CIBJO e promosso insieme a partner strategici per trasformarlo in una realtà di livello e di grand appeal per gli studenti di tutto il mondo interessati a fare del prezioso il proprio mestiere. Sul palco di Vicenzaoro, sabato scorso accanto al presidente di CIBJO Gaetano Cavalieri c'erano infatti Alessia Crivelli, presidente Fondazione Mani Intelligenti, Umberto Bellini, presidente Asseprim / Vicepresidente, Confcommercio Milano, Simonpaolo Buongiardino e Gabriele Cartasegna, rispettivamente presidente e direttore di CAPAC – la più grande associazione di categoria italiana, attiva in 155 settori diversi –, e Marie Claire Daveu, Chief Sustainability e International Affairs Officer di Kering. La sintesi dell'incontro è chiara: nella capitale della moda e del lusso globale apre i battenti una scuola di formazione che vuole fare da ponte fra lo straordinario know how del migliore artigianato oro del distretto valenzano, rappresentato appunto dalla Fondazione Mani Intelligenti, e quei giovani che vogliono fare della propria passione per

il gioiello una professione di alto profilo, grazie a un programma di corsi di approfondimento non solo su design ed estetica, ma anche su innovazione, tecnologia e sostenibilità. Significativo che per il lancio ufficiale di questa importante iniziativa, che porta in sé il sapore e lo spirito di una piccola grande rivoluzione interna alla filiera orafa, sia stata scelta la "piazza" di Vicenzaoro, dove il tema della formazione, strategico per l'industria e sostenuto ampiamente anche da IEG - Italian Exhibition Group assieme ad associazioni di categoria e istituzioni – è sempre più forte e pressante per consentire un ricambio generazionale ormai necessario in vari ambiti del comparto gioielliero. Quanto a VO Vintage, che per la prima volta si è tenuto anche a settembre, hanno tenuto banco argomenti quali il collezionismo come pratica critica consapevole, lontana dalle mode e dalle logiche speculative, le modalità di creazione di un gusto indipendente e di competenze individuali e le numerose sfide dell'autenticazione nel mercato contemporaneo, sempre più inquinato da cloni perfetti, restauri invisibili e reperti rielaborati e da modalità di vendita multicanale di difficile controllo. Un altro esempio di come la cooperazione fra le parti non possa che giovare all'industria è stato portato alla luce dalla presenza del Distretto orafa campano (D.Or.), protagonista di un talk che ha anticipato quanto accadrà il 1° dicembre prossimo, giorno previsto per l'ottenimento del riconoscimento IGP per le produzioni del cammeo e del corallo attualmente sul tavolo di lavoro dell'Euipo, l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale. Come ha ricordato il presidente di D.Or. Vincenzo Giannotti, il 2026 troverà dunque il Distretto pronto ad assumere un ruolo di riferimento internazionale. Tra

passato e futuro, dall'analisi gemmologica investigativa sui gioielli di Pompei, alle vetrine dei mercati globali, il gioiello campano è oggi più che mai sinonimo non solo di creazione artistica, ma anche simbolo di identità e impresa, eccellenza di un territorio che da più di duemila anni produce bellezza.



Exactly one year prior to the inauguration of the new exhibition center, I can confirm that work is proceeding in accordance with the timeline set at the start of construction. A complex project that, although not without its difficulties, is progressing according to schedule and ensuring that events can continue to run smoothly, as we can see and appreciate during these days. The building under construction will be of fundamental importance not only from an aesthetic point of view, but also in terms of functionality, making visitor flows smoother and connections between the various halls easier. Instead of the five floors in the old "spiral" structure, there

will be two 9-meter-high floors, while the central gallery illuminating the escalators will reach a height of 24 meters, giving the whole building a sense of space and grandeur. In exactly 12 months' time, we will all be able to enjoy IEG's enormous effort to shape the new future of Vicenzaoro. Together.

MARIO VESCOVO
MANAGER OF IEG'S VICENZA VENUE
AND DIRECTOR OF OPERATIONS AT
VICENZA

Last Friday, at the opening of Vicenzaoro September organized by IEG - Italian Exhibition Group, we announced a program of over 30 hours of talks and seminars during the 5 days of the show, covering the hottest topics in the entire supply chain. A program that CIBJO and VO Vintage have contributed to significantly, each bringing their own know-how and essential news for those who live and breathe the jewelry and watchmaking world. Among the news that will leave its mark and on which we will certainly have updates at the January edition, was the announcement of the opening of the International Fine Jewellery Academy, a new educational institute based in Milan and a project strongly supported by CIBJO and sponsored by strategic partners, that aims to become a high-level institution with great appeal for students from all over the world interested in making jewelry their profession. On stage at Vicenzaoro last Saturday, alongside CIBJO President Gaetano Cavalieri, were: Alessia Crivelli, President of Fondazione Mani Intelligenti, Umberto Bellini, President of Asseprim / Vice-President of Confcommercio Milano, Simonpaolo Buongiardino and Gabriele Cartasegna, respectively president and director of CAPAC – the largest Italian trade association, active in 155 different sectors –, and Marie Claire Daveu, Chief Sustainability and International Affairs Officer at Kering. The meeting can be clearly summarized: in the global capital of fashion and luxury, a training school is opening its doors with the aim of bridging the gap between the extraordinary know-how of the best goldsmiths in the Valenza district, represented by Fondazione Mani Intelligenti, and young people who want to turn their passion for jewelry into a high-profile profession through in-depth courses, not only in design and aesthetics, but also in innovation, technology and sustainability. The fact that Vicenzaoro was chosen as the venue for the official launch of this

important initiative, which embodies the flavor and spirit of a small but pivotal revolution within the jewelry industry, is significant. The topic of education, strategic for the industry, is widely, increasingly and urgently supported by Italian Exhibition Group as well as the trade associations and institutions to enable the generational change that is now necessary in various areas of the jewelry sector. As for VO Vintage, which was held for the first time in September, topics included collecting as a conscious critical practice, far from fads and speculative logic, ways of creating independent taste and individual skills, and the numerous challenges of authentication in the contemporary market, which is being increasingly polluted by perfect clones, invisible restorations, reworked artefacts and multi-channel sales methods that are difficult to control. Another example of how cooperation between parties can only benefit the industry was brought to light by the Campania Gold District, which took part in a talk previewing what will happen on December 1st, the date set for granting cameo and coral products PGI status, currently under consideration at EUIPO, the European Union Intellectual Property Office. As Campania Gold District president, Vincenzo Giannotti, pointed out, by 2026 the District will be ready to take on an international leadership role. Between past and future, from gemological analysis of Pompeii jewelry to global market showcases, Campania jewelry is now more synonymous than ever with artistic creation but also a symbol of identity and enterprise, the excellence of a region that has been producing beauty for more than two thousand years.

Lorenza Scalisi



UNOAERRE

MADE IN ITALY SINCE 1926

Pronto il lessico universale dell'industry

(segue dalla prima)

multinazionale di spokesperson guidate dal presidente di CIBJO Gaetano Cavalieri ha dunque definito cinque sezioni principali: Affermazioni aziendali (termini relativi alle attività commerciali), Termini di approvvigionamento (parole relative all'origine e alla provenienza dei materiali), Affermazioni sul prodotto (termini descrittivi dei gioielli e delle gemme), Termini di tracciamento (linguaggio relativo alla tracciabilità delle catene di approvvigionamento), Termini da evitare (sezione sui termini da non usare per non generare confusione). Infine, analogamente agli altri CIBJO Blue Books, la Blue List è destinata a essere un documento "vivente", soggetto a regolare revisione e aggiornamenti.

The Blue List, the official document drawn up by CIBJO with guidelines on sustainability for the jewelry sector, has been completed at Vicenzaoro

On Saturday, Vicenzaoro hosted the final stage of a long and complex process that began in 2018 to define the guidelines for the terminology used in the jewelry, gemstone and precious metals supply chain in relation to sustainability. The operation had three primary objectives which involved meetings between experts in the field from around the world: to promote transparency, clarity and consumer confidence in order to prevent the use of misleading or ambiguous

terms that might create confusion, thereby strengthening the sector's credibility; to establish a common language for the industry, ensuring that product claims and practices are accurate, substantiated and easily understood; to promote the adoption of ethical and sustainable practices along the supply chain, in line with the commitment to responsibility. There could therefore be no better context than Vicenzaoro to bring this process to a conclusion, given the significant commitment shown in recent years by Italian Exhibition Group in support of clear and unambiguous best practices. The final document, presented on Saturday by a multinational group of spokespersons led by CIBJO President Gaetano Cavalieri, contains five main sections: Company statements (terms

relating to commercial activities), Supply terms (words relating to the origin and provenance of materials), Product statements (terms describing jewelry and gemstones), Tracking Terms (language relating to supply chain traceability), Terms to Avoid (a section on terms that should not be used in order to avoid confusion). Lastly, like other CIBJO Blue Books, the Blue List is meant to be a "living" document subject to regular reviews and updates.

Debutto internazionale oltre le aspettative per l'innovazione hi-tech

(segue dalla prima)

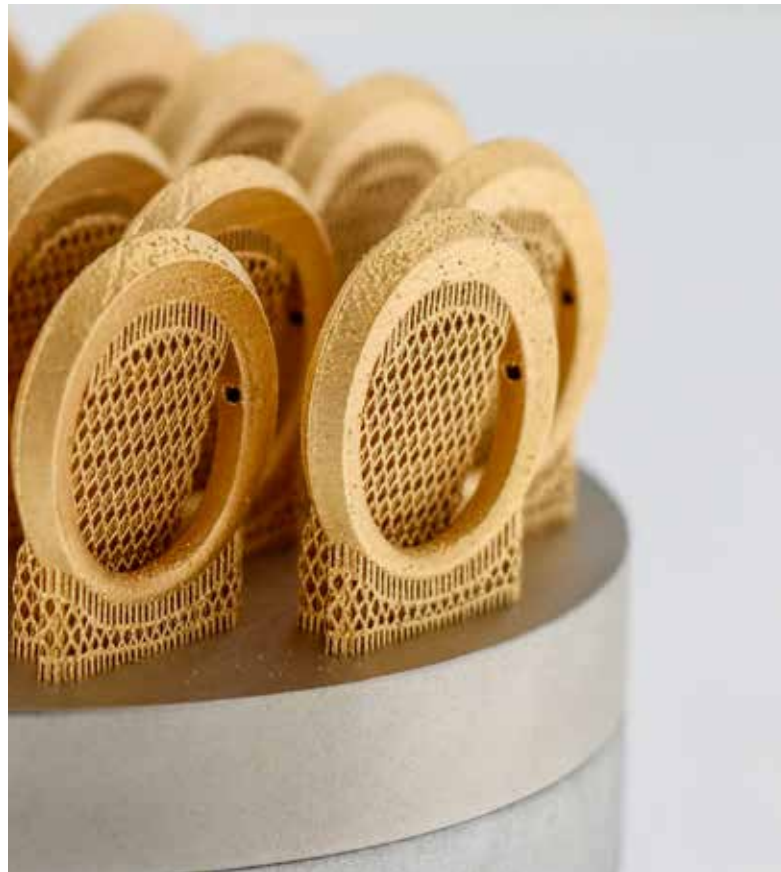
tutto il mondo e presentati nelle 7 sessioni tematiche giornaliere e numerosi gli interventi sull'evoluzione dei materiali preziosi, con studi avanzati dedicati a leghe alternative e miglioramento delle proprietà meccaniche. Ampio spazio alle tecnologie additive, tra cui il Laser Powder Bed Fusion (LPBF) e il binder jetting, che stanno rivoluzionando la produzione di componenti preziosi. Sono state analizzate anche soluzioni ibride (come SLM + CNC) che combinano creatività e precisione industriale, aprendo nuove strade per design personalizzati e sostenibili. In tema di trattamenti superficiali, vari contributi hanno esplorato nuove tecnologie di elettrolucidatura e microfinitura, adatte anche a gioielli complessi, migliorando performance e recupero dell'oro. Le ricerche sulla galvanica senza cianuro segnano invece un passo importante verso una produzione più sicura e sostenibile, anche in ambito moda. Particolarmente attesi gli interventi su AI e qualità, come quello che ha mostrato l'uso dell'intelligenza artificiale per ridurre gli scarti e migliorare la comunicazione tra brand e fornitori. Altre ricerche hanno illustrato sistemi avanzati per la tracciabilità dei metalli – dal DNA tagging alla blockchain – capaci di garantire trasparenza e conformità normativa lungo tutta la filiera. Una delle tematiche trasversali più rilevanti è stata la transizione di standard internazionali specifici per la gioielleria. Infine, non sono mancati contributi che guardano al futuro della manifattura attraverso la lente dell'automazione intelligente: dal digital twin dell'incassatore allo sviluppo di leghe predittive con algoritmi generativi, fino alla gestione dei flussi industriali con l'ausilio dell'AI. Un approccio che non sostituisce l'artigianato, ma lo potenzia. Afferma Matteo Farsura, Global Exhibition Manager della divisione Jewellery & Fashion di Italian Exhibition Group: «Con The Vicenza Symposium IEG

rinnova il proprio impegno ad essere al fianco del settore, investendo in progetti che ne sostengano la crescita. L'ampliamento del quartiere fieristico vicentino, che a partire da settembre 2026 renderà ancora più sinergica l'integrazione tra T.GOLD e Vicenzaoro – saloni internazionali leader per le tecnologie della produzione orafa e il gioiello – va proprio in questa direzione: rafforzare il ruolo di Vicenza come piattaforma globale in cui business, innovazione e cultura del gioiello si incontrano».

With over 170 participants from 15 countries, The Vicenza Symposium brought together more than 80 entities, including companies, brands, academic institutions, and research centers. At the heart of the event was the scientific program, curated by an academic committee

Eleven experts from five countries – Italy, USA, Switzerland, Germany, and Thailand – ensured three days of high-level panels on topics such as digital revolution, environmental sustainability, new materials, and production quality. A clear message connects all contributions: innovation in the sector is – and will increasingly be – an ally of artisan talent. Twenty-one original contributions, selected from 50 proposals worldwide, were presented in seven daily thematic sessions. Many focused on the evolution of precious materials, with advanced studies dedicated to alternative alloys and improving mechanical properties. Significant attention was given to additive technologies, including Laser Powder Bed Fusion (LPBF) and binder jetting, which are revolutionizing the production of precious components. Hybrid solutions (such as SLM + CNC), combining creativity and industrial

precision, were also analyzed, opening new pathways for customized and sustainable designs. On surface treatments, several contributions explored new electropolishing and micro-finishing technologies, suitable even for complex jewelry, improving performance and gold recovery. Research on cyanide-free electroplating marked an important step toward safer and more sustainable production, including in the fashion industry. Particularly awaited were the talks on AI and quality, such as the one that demonstrated the use of artificial intelligence to reduce waste and improve communication between brands and suppliers. Other studies presented advanced systems for metal traceability – from DNA tagging to blockchain – capable of ensuring transparency and regulatory compliance throughout the supply chain. One of the most relevant cross-cutting themes was the lack of specific international standards for jewelry. Finally, several contributions looked at the future of manufacturing through the lens of smart automation: from the digital twin of the stone setter to the development of predictive alloys using generative algorithms, and industrial flow management supported by AI. An approach that does not replace craftsmanship but enhances it. Matteo Farsura, Global Exhibition Manager of the Jewellery & Fashion division of Italian Exhibition Group, stated: «With The Vicenza Symposium, IEG renews its commitment to supporting the sector by investing in projects that foster its growth. The expansion of the Vicenza exhibition center, which starting in September 2026 will further strengthen the synergy between T.GOLD and Vicenzaoro – the leading international shows for goldsmithing technology and jewelry – goes precisely in this direction: reinforcing Vicenza's role as a global platform where business, innovation, and jewelry culture come together.»





F A B B R I C A
D E L L U S S O
I T A L I A N O
C O N T E M P O R A N E O



HALL 7 - BOOTH 582

nanis.it

Il lungo viaggio della famiglia Scavia

Con Fulvio Maria Scavia, lo storico brand milanese fondato nel 1911 ha allargato i suoi orizzonti all'estero, e oggi con il figlio Alessandro porta avanti la quarta generazione

With Fulvio Maria Scavia, the historic Milanese brand founded in 1911 has broadened its overseas horizons and son Alessandro is currently leading the fourth generation



Con un heritage di quattro generazioni alle spalle avviato nel 1911, Scavia è un brand storico ma che, come dimostrano le sue creazioni, ha saputo rinnovarsi nel tempo, adattandosi all'epoca ma mantenendo inalterato il proprio dna. Sabato scorso, Fulvio Maria Scavia e il figlio Alessandro hanno presenziato a Vicenzaoro al talk di Assogemme dal titolo *Forme Sapiienti*, apportando la loro interpretazione della creatività gioielleria contemporanea. «Il nostro è oggi un brand a diffusione internazionale, ma tutto nasce ancora nella bottega di famiglia in Corso 22 Marzo, esattamente come quando il mio bisnonno avviò l'azienda nel 1911», afferma Alessandro. «Dopo di lui hanno preso in mano le redini mia nonna e poi mio padre, apportando ognuno un imprinting forte e un nuovo corso. A mio padre si deve l'ampliamento degli orizzonti all'estero: ora abbiamo boutique anche a Lugano, Tokyo, Bangkok, Dubai e Almaty in Kazakistan, ma ovunque l'approccio è sempre lo stesso. Il cliente ci racconta il suo sogno e noi lo traduciamo in realtà. In Giappone amano i pezzi piccoli, semplici, mentre in Medio Oriente quelli più vistosi e colorati. Ciò che li unisce è la capacità di dare forma a stili assai diversi, ma che nascono tutti dalla

stessa mano, quella di mio padre, che ama mostrare i primi bozzetti su una grande lavagna, dove con gli orafi studia dettagli, tecniche di lavorazione e portabilità di un pezzo. Anche se non abbiamo vere e proprie collezioni perché il nostro core business è il tailor made, abbiamo dei pezzi iconici, come gli orecchini Sandra Dia (Dia da Design International Award), disegnati per Elizabeth Taylor e poi esposti al Moma di NY. Dal 1991 sono fra i più richiesti e li abbiamo riproposti in mille varianti, dimostrando nei fatti che sono gioielli senza tempo.»

With a heritage spanning four generations since its inception in 1911, Scavia can be defined as a historic brand but one which, as its creations demonstrate, has managed to reinvent itself over the years, adapting to the times while maintaining its original DNA. Last Saturday, Fulvio Maria Scavia and son Alessandro attended Vicenzaoro for Assogemme's "Wise Forms" talk, sharing their experiences and interpretation of contemporary jewelry creativity. «Our brand is now internationally recognized, but everything still starts in the family workshop on Corso 22 Marzo, just as it did when my great-grandfather started the company

in 1911,» says Alessandro. «My grandmother took the reins after him followed by my father, each leaving a strong mark and setting a new course. My father was actually responsible for expanding our horizons abroad: we now have boutiques in Lugano, Tokyo, Bangkok, Dubai and Almaty in Kazakhstan, but our approach is always the same everywhere. The customers tell us their dreams and we make them come true. In Japan, they love small, simple pieces, while in the Middle East, they prefer more eye-catching and colorful items. What unites them is the ability to give shape to very different styles, all created by the same hand, that of my father, who loves to illustrate his initial sketches on a large blackboard, where he can study the details, techniques and wearability together with his goldsmiths. Although we do not have actual collections because our core business is tailor-made, we do have iconic pieces, such as the Sandra Dia earrings (Dia from Design International Award), designed for Elizabeth Taylor at the request of her last husband and then exhibited at the Moma in New York. They have been among the most requested since 1991 and, as proof of their timelessness, we have re-proposed them in a thousand variations.»

Lorenza Scalisi

La Cina guarda al Made in Italy

Mercato sempre più strategico per il settore della gioielleria e oreficeria italiane, tra heritage, digitale e "She Economy"

Increasingly strategic market for the Italian jewelry and gold sector, between heritage, digital and "She Economy"



Ma qual è oggi la strategia più efficace per conquistare il consumatore cinese? Se ne è parlato sabato a Vicenzaoro, durante il panel "Strategie e modelli di successo per il mondo della gioielleria in Cina". Al centro dell'incontro, le nuove dinamiche di consumo nel gigante asiatico, sempre più orientate a autenticità, tradizio-

ne e brand identity. Fondamentale il ruolo del digitale, con piattaforme come WeChat, Xiaohongshu e Tmall Luxury Pavilion, oggi strumenti chiave per dialogare con un pubblico giovane, informato e connesso. Heidi Cheung, responsabile strategia Cina di East Media, ha delineato le tendenze più attuali, secondo le quali l'o-

ro resta centrale per il suo valore culturale, ma crescono le perle, con un +60% su base annua. Tra i principali driver, la "She Economy", trainata da un numero crescente di donne istruite, autonome e protagoniste nei consumi di fascia alta. Tre i profili chiave del consumatore cinese: la Gen Z, globalizzata ma legata all'identità nazionale, sostenuta dal modello "4 a 1"; i professionisti urbani, attenti a qualità e artigianalità; i super-ricchi, più giovani della media globale e aperti a design audaci. Uno scenario che richiede ai brand italiani un approccio su misura, capace di unire tradizione, storytelling e digitale per costruire un legame autentico con il pubblico cinese.

But what is the most effective strategy today to win over the Chinese consumer? This was discussed Saturday at Vicenzaoro, during the panel "Strategies and Models of Success for the Jewelry World in China." The focus of the meeting was the new dynamics of con-

sumption in the Asian giant, increasingly oriented toward authenticity, tradition and brand identity. Fundamental is the role of digital, with platforms such as WeChat, Xiaohongshu and Tmall Luxury Pavilion, now key tools to dialogue with a young, informed and connected audience. Heidi Cheung, head of China strategy at East Media, outlined the most current trends, according to which gold remains central for its cultural value, but pearls are growing, up 60 percent year-on-year. Among the main drivers is the "She Economy", driven by a growing number of educated, self-employed women who are key players in high-end consumption. Three key profiles of the Chinese consumer: Gen Z, globalized but tied to national identity, supported by the "4-to-1" model; urban professionals, attentive to quality and craftsmanship; and the super-rich, younger than the global average and open to bold designs. A scenario that requires Italian brands to take a tailored approach, capable of combining tradition, storytelling and digital to build an authentic bond with the Chinese public.

NEW ARRIVAL

HRD apre in Italia

Dopo 50 anni, HRD Antwerp, l'autorità europea leader nelle certificazioni, apre le sue filiali italiane, a Firenze e a Valenza. Il laboratorio analizzerà i gioielli con diamanti e pietre preziose come zaffiri, smeraldi e rubini, oltre a riconoscere e classificare quelle sintetiche. L'Italia è di primaria importanza a livello mondiale per il settore dei gioielli, di conseguenza la certificazione di ogni singolo gioiello è indispensabile perché la filiera non può più permettersi transazioni senza un certificato internazionale che ne confermi l'autenticità e la naturalezza. L'Istituto continua inoltre la sua espansione tramite i P.O.T. (Point of Trust), dove il gioielliere è al centro del progetto, supportato da strumenti efficaci per facilitare la vendita dei gioielli al consumatore finale.



HRD Opens in Italy

After 50 years, HRD Antwerp, Europe's leading authority in certification, is opening its Italian branches in Florence and Valenza. The laboratory will analyze jewelry set with diamonds and precious stones such as sapphires, emeralds, and rubies, as well as identify and classify synthetic stones. Italy holds a primary position in the global jewelry industry; therefore, certification of each individual jewel is essential, as the supply chain can no longer afford transactions without an international certificate confirming authenticity and natural origin. The Institute is also continuing its expansion through P.O.T. (Points of Trust), where the jeweler is placed at the center of the project, supported by effective tools designed to facilitate jewelry sales to the final consumer.

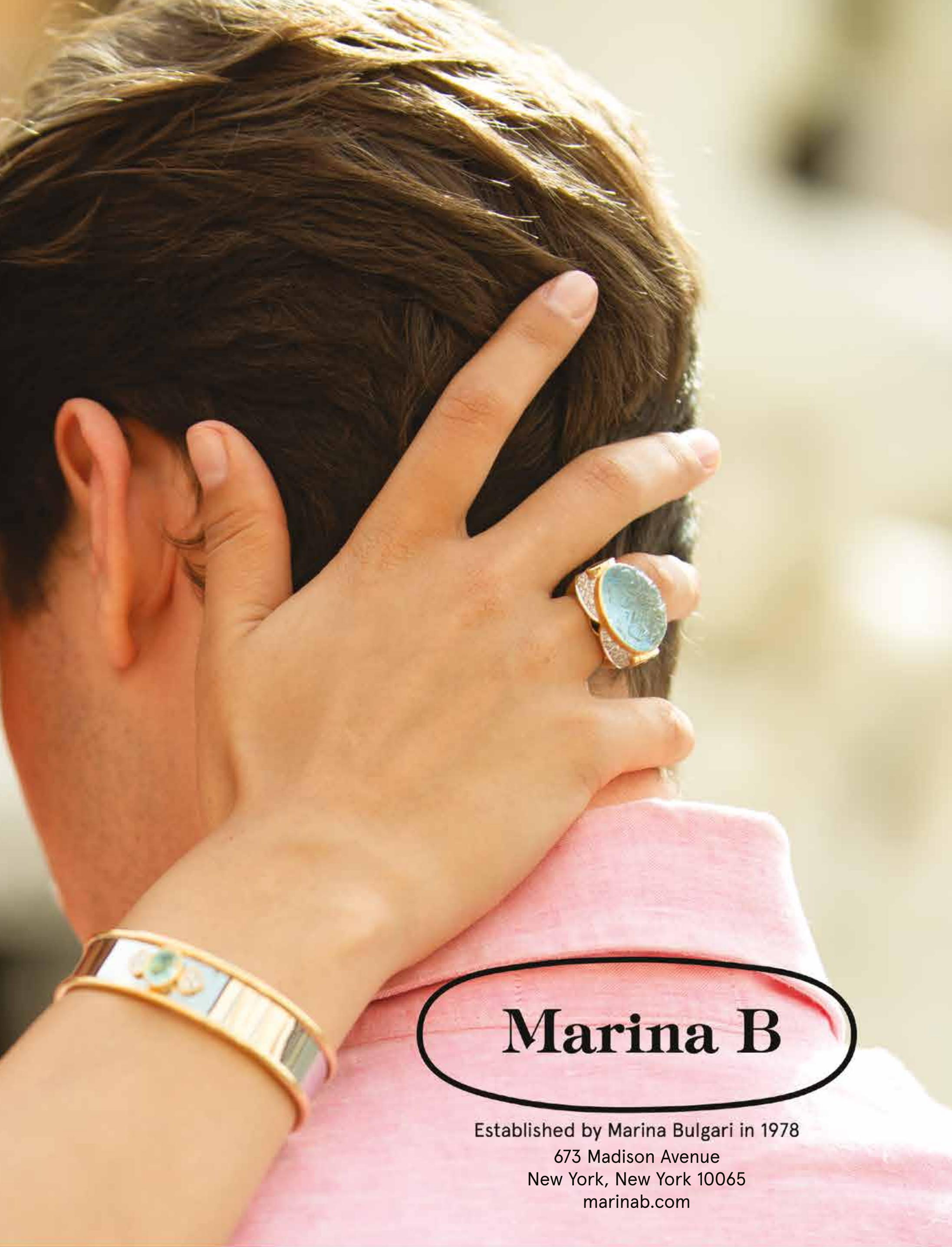


CAMMILLI

F I R E N Z E

Hall 7 | Booth 520





Marina B

Established by Marina Bulgari in 1978

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

Chaos Creativity

Disegni ribelli che interrompono l'estetica convenzionale. La gioielleria osa con linee che avvolgono il corpo secondo nuove regole di libertà. I gioielli si muovono con chi li indossa, tra metalli sinuosi e asimmetrie istintive, con audacia e spontaneità. Forme che risalgono l'orecchio, si avvolgono intorno alle dita, tracciano volumi essenziali. Tra slanci verticali, curvature inattese e dettagli affilati, il design accende una nuova idea di tensione e rinascita.

Feature by Antonella Reina



Sopra/above
Reza
A destra/right
Junya Watanabe F/W 25



Rebellious designs that disrupt conventional aesthetics. Jewelry dares with lines that wrap around the body according to new rules of freedom. The pieces move with the wearer, weaving between sinuous metals and instinctive asymmetries, with boldness and spontaneity. Forms that climb the ear, coil around the fingers, tracing essential volumes. Amid vertical thrusts, unexpected curves, and sharp details, the design sparks a new idea of tension and renewal.



Bea Bongiasca



Wanni Fuga

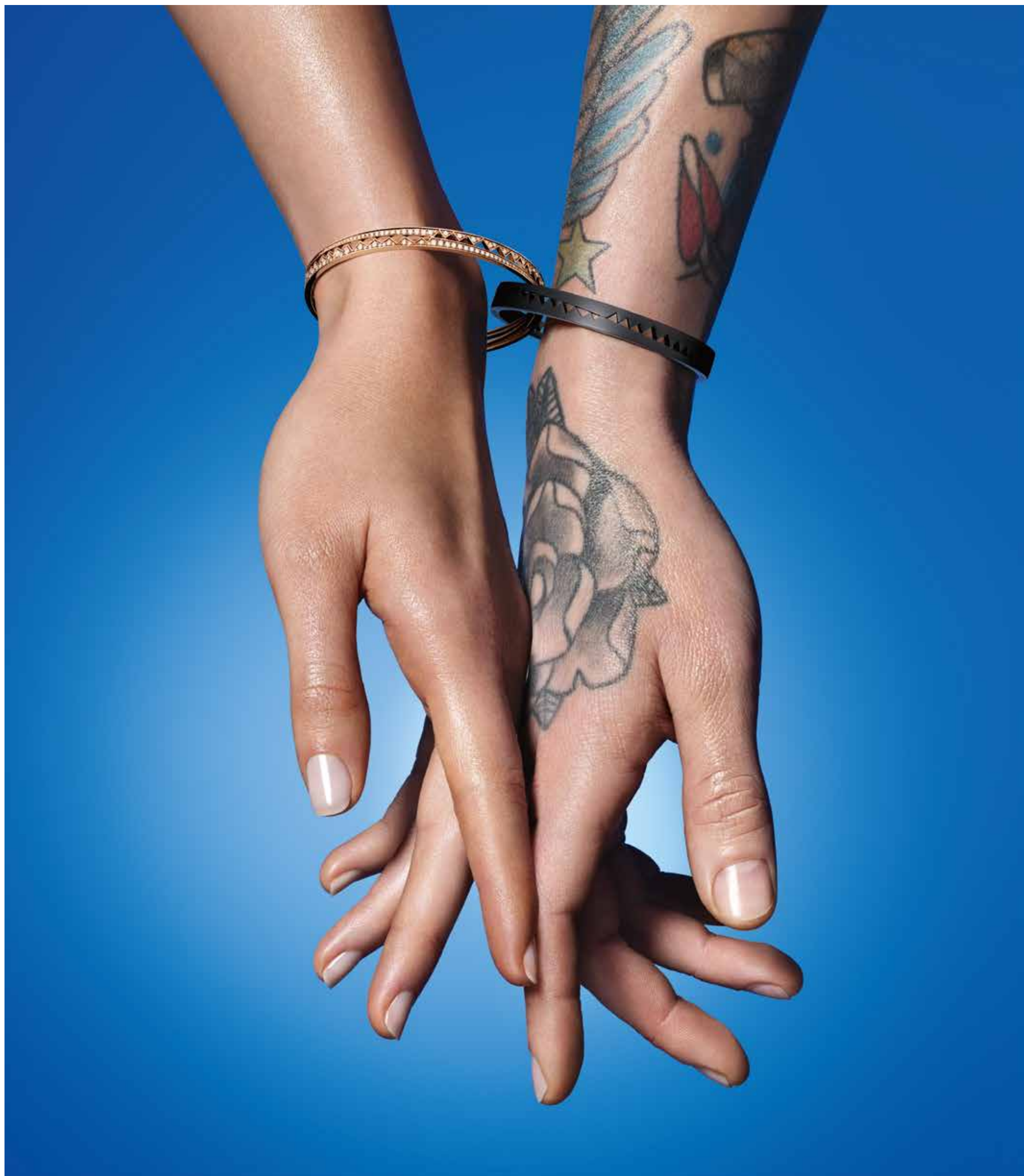
SEEN ON VO+ NAMES TO KNOW



David Andersson

David Andersson è un artista e designer di gioielli svedese che dà forma a un'estetica dall'appel futurista, plasmata attraverso un simbolismo archetipo radicato nell'immaginario di tutti. Una barra lineare, una sfera e il segno dell'infinito diventano i pezzi di un puzzle che compongono design inediti, suggerendo una certa opulenza nonostante la loro essenziale linearità. Come porte socchiuse verso l'ignoto, le sue creazioni sembrano ricordare che l'essenza delle cose non è mai completamente visibile, ma si svela attraverso intuizioni e percezioni personali.

David Andersson is Swedish artist and jewelry designer who has created an aesthetic with futuristic appeal, shaped through an archetypal symbolism rooted in everyone's imagination. A linear bar, a sphere and the infinity sign become the pieces of a puzzle that make up unprecedented designs, suggesting a certain opulence despite their essential linearity. Like doors open ajar to the unknown, his creations seem to remind us that the essence of things is never fully visible, but is revealed through personal intuitions and perceptions.

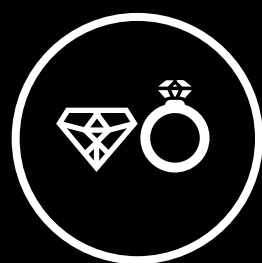


A K I L L I S
JOAILLERIE PARIS

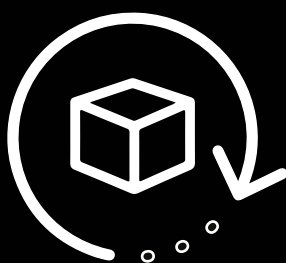
HALL 7 - BOOTH 713



**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**

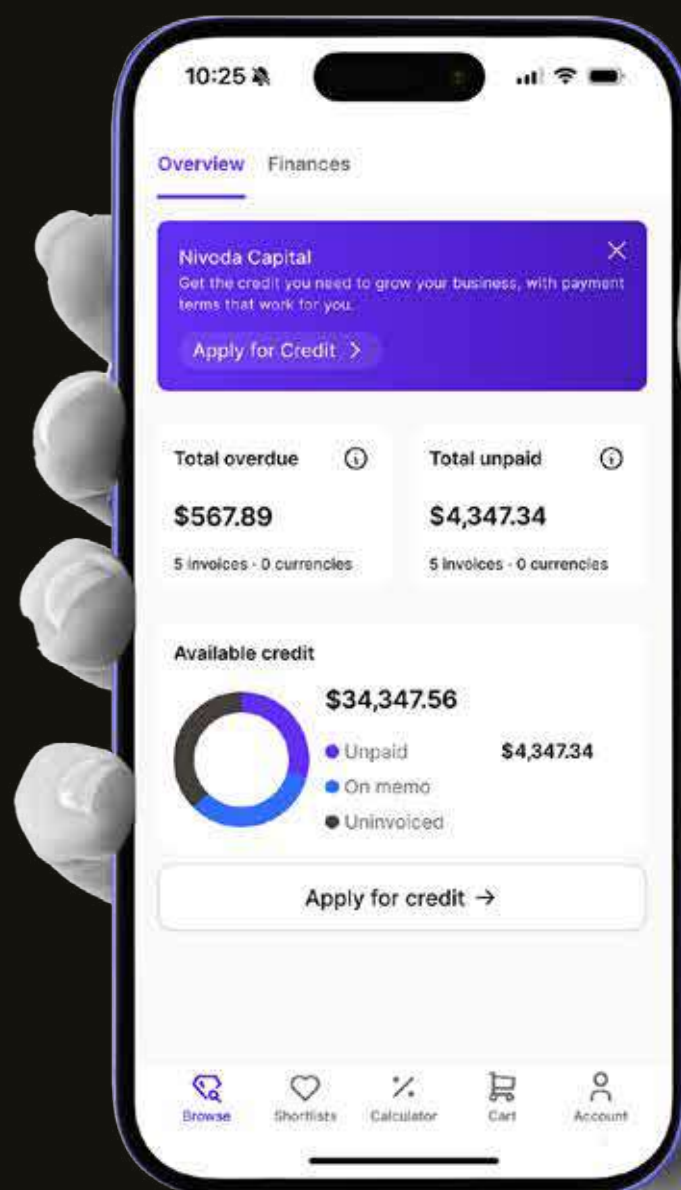
Nivoda Capital: Un Credito dedicato per l'Industria della Gioielleria

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



Tra leggerezza e delicatezza

La catena d'oro più leggera e resistente al mondo di Sozer, i gioielli simbolici di Su-Raj Inter Gold, Andrea Marazzini e Amen
The world's lightest and most resilient gold chain by Sozer, the symbolic jewels of Su-Raj Inter Gold, Andrea Marazzini and Amen



SOZER. Sozer è orgogliosa di presentare Monaco Chain, il fiore all'occhiello della sua collezione, frutto di dieci anni di innovazione che hanno ridefinito gli standard nel settore delle catene d'oro. Grazie a una tecnologia all'avanguardia e a una maestria artigianale senza pari, Monaco Chain è riconosciuta per essere la catena d'oro più leggera e resistente al mondo. Le creazioni firmate Sozer si distinguono per l'eccezionale durata, il design esclusivo della chiusura con logo 'S' e un sistema di blocco a doppio clic che garantisce massima sicurezza.

Sozer is proud to introduce the Monaco Chain, the flagship of its collection, the result of ten years of innovation that has redefined the gold chain industry. Thanks to cutting-edge technology and unparalleled craftsmanship, the Monaco Chain is recognized as the lightest and most durable gold chain in the world. Sozer creations are distinguished by their exceptional durability, exclusive 'S' logo clasp design, and a double-click locking system for maximum security.



SU-RAJ INTER GOLD. Ogni pendente di Su-Raj Inter Gold è fatto per catturare l'essenza dell'equilibrio cosmico. Nelle intenzioni dei designer, infatti, la brillantezza scintillante del cielo si fonde perfettamente con la forma strutturata della terra. E lo fa in una grafica simbolista: la metà superiore del gioiello è ornata da diamanti a taglio rotondo, disposti come un cielo stellato, mentre la metà inferiore presenta diamanti a taglio baguette in una formazione lineare, che vuole richiamare la sfericità della terra.

Each Su-Raj Inter Gold pendant is designed to capture the essence of cosmic balance. Indeed, the designers' intention is to perfectly blend the sparkling brilliance of the sky with the structured shape of the earth. They achieve this through symbolist graphics: the upper half of the jewel is adorned with round-cut diamonds arranged like a starry sky, while the lower half features baguette-cut diamonds in a linear formation, evoking the sphericity of the earth.

THE QUOTES

Claudia D'Arpizio,
Senior Partner at
Bain & Company

«Anche se il settore dell'alto di gamma rappresenta l'11,5% delle esportazioni europee totali, i beni di lusso sono molto più che motori economici. Attraverso i loro prodotti e le loro esperienze, i brand sono l'espressione ultima del soft power europeo, radicato nella creatività, nell'innovazione e nella maestria artigianale – quella che è l'unica e inimitabile “intelligenza artigianale” dell'Europa».

«Even though the high-end sector represents 11.5% of total European exports, luxury goods are much more than economic drivers. Through their products and experiences, brands are the ultimate expression of European soft power, rooted in creativity, innovation, and artisanal mastery – Europe's unique “craft intelligence”».



ANDREA MARAZZINI. La Ninfea collection di Andrea Marazzini Gioielli nasce dal desiderio di unire l'arte manuale alla poesia della natura. Ad ispirarla la delicatezza e grazia della ninfea, fiore che oltre alla bellezza è simbolo di rinascita, equilibrio, capacità di aprirsi alla luce. Significati che sono stati catturati in un piccolo ciوندolo, un oggetto intimo ma pieno di luce, grazie ai cristalli Swarovski, scelti uno a uno per riflettere le sfumature dell'acqua e dei riflessi del cielo. Ogni dettaglio è stato pensato per catturare la leggerezza e l'eleganza del fiore, con forme morbide che esaltano la femminilità e la raffinatezza di chi li indossa. Con un invito a riscoprire la propria bellezza interiore.

The Ninfea collection by Andrea Marazzini Jewelry originates from the desire to combine manual art with the poetry of nature. It was inspired by the delicacy and grace of the water lily, a flower that, besides its beauty, is a symbol of rebirth, balance and the ability to open up to the light. These meanings have been captured in a small pendant, an intimate object full of light due to Swarovski crystals, chosen one by one to reflect the nuances of water and the reflections of the sky. Every detail has been designed to capture the lightness and elegance of the flower with soft shapes that enhance the wearer's femininity and sophistication. With an invitation to rediscover one's own inner beauty.



AMEN. Un racconto suggestivo di luce, simboli e significati autentici è il fulcro della collezione Gioielli Sacri che nasce dall'incontro tra la cura dell'estetica e la ricerca della spiritualità. Ogni creazione è pensata e realizzata come un piccolo, prezioso talismano da indossare ogni giorno: un gioiello che parla di protezione, di armonia, di connessione profonda. Le forme sono essenziali, ma ricche di forza simbolica; le cromie sono intense - blu, verde, rosso - ed evocano emozioni e stati d'animo. L'oro e gli smalti colorati danno luce e carattere a ogni pezzo. Così ogni gioiello mostra un'anima, lancia un messaggio, ricorda un pensiero da portare sempre con sé.

An evocative tale of light, symbols and authentic meanings is at the heart of the Sacred Jewelry collection, born from the encounter between aesthetic care and the search for spirituality. Each creation is designed and crafted as a small, precious talisman for every day wear: a jewel that speaks of protection, harmony and deep connection. Although simple, the shapes are full of symbolic power; the colors are intense — blue, green, red — and evoke emotions and moods. Gold and colored enamels give light and character to each piece. In this way, every item of jewelry reveals a soul, sends a message and recalls a thought to always carry with you.



HALL 7 STAND 317

MARCELINE

PARIS

Standard elevati

Il centenario di Fratelli Dinacci, la collezione Champagne Delights di Giomio, i diamanti altamente calibrati di H.D.DIAM BV, l’innovativon design di Nomination

The centenary of Fratelli Dinacci, Giomio’s Champagne Delights collection, the highly calibrated diamonds of H.D.DIAM BV, Nomination’s innovative design



FRATELLI DINACCI. Nel 2025 Romina Pierdomenico, conduttrice e modella, è il volto della nuova campagna F.Ili Dinacci, che celebra il suo centenario. Fondata agli inizi del '900 da Giovanni Dinacci nel Borgo Orefici, l’azienda è oggi guidata dai nipoti Flavio, Tiziana e Alessandro. Grazie allo sviluppo presso il centro orafo il Tari, ha ampliato l’offerta servendo il mercato orafa nazionale e internazionale. Da due anni investe nella produzione di gioielli torniti, più resistenti e brillanti. F.Ili Dinacci sostiene anche lo sport, con partnership avviate nel 2022 con Luli Del Castello e la squadra di volley femminile UYBA.

In 2025, Romina Pierdomenico, host and model, is the face of the new F.Ili Dinacci campaign, celebrating its centenary. Founded in the early 1900s by Giovanni Dinacci in Borgo Orefici, the company is now led by his grandchildren Flavio, Tiziana, and Alessandro. Thanks to development at the Il Tari goldsmith center, the company has expanded its offerings to serve the national and international goldsmith market. For two years, it has invested in the production of turned jewelry, which is more durable and brilliant. F.Ili Dinacci also supports sports, with partnerships launched in 2022 with Luli Del Castello and the UYBA women's volleyball team.



GIOMIO. Una sfumatura dorata, una luminosità delicata: la collezione Champagne Delights si presenta come una radiosa celebrazione di lusso decorativo dalle mille sfaccettature. La sua immagine ruota attorno ai diamanti champagne selezionati a mano proprio per cercare quel tocco di colore davvero magico. Ma non è solo un’attrazione estetica di ispirazione vintage, sebbene esaltata da linee moderne e minimaliste, quella che esercita ogni gioiello. Infatti, le lavorazioni dimostrano anche un’attenzione all’indossabilità: gli anelli si adattano alla misura del dito grazie a una fascia elastica interna, il bracciale è elastico per scivolare facilmente dalla mano al polso.

A golden hue, a delicate brightness: the Champagne Delights collection is a radiant celebration of multifaceted decorative luxury. Its image revolves around hand-selected champagne diamonds, chosen specifically for their truly magical touch of color. But it is not just the vintage-inspired aesthetic appeal, enhanced by modern and minimalist lines, that makes each piece of jewelry so attractive. Indeed, the craftsmanship also demonstrates attention to wearability: the rings adapt to the size of the finger thanks to an internal elastic band and the bracelet is elasticized so that it slips easily from the hand to the wrist.

THE QUOTES

Stefania Lazzaroni,
CEO of
Altagamma

«L’alto di gamma europeo è un attore chiave in un mercato globale che potrebbe raddoppiare di valore entro il 2030, raggiungendo i 2.500 miliardi di euro, con un impatto sociale significativo: 2 milioni di posti di lavoro nel 2024; 160.000 nuovi posti dal 2019; investimenti fino al 3% dei ricavi in sostenibilità e fino al 5% in formazione. Inoltre, il 40% dei turisti alto spendenti sceglie l’Europa anche perché attratto dall’acquisto delle nostre creazioni artigianali».

«European high-end is a key player in a global market that could double in value by 2030, reaching €2.5 trillion, with significant social impact: 2 million jobs in 2024; 160,000 new jobs since 2019; investments of up to 3% of revenues in sustainability and up to 5% in training. Furthermore, 40% of high-end tourists choose Europe also because they are drawn to purchasing our artisanal creations.»



H.D.DIAM BV, a diamond manufacturer based in India with an office in Antwerp, is a global leader in precision diamonds under 0.07 carats. Specializing in microscopic grades, the company offers highly calibrated diamonds with clarity ranging from IF to PK, color ranging from D to J, and sizes between 0.60 mm and 3.70 mm, designed to meet the rigorous standards of the global jewelry industry. Each stone undergoes stringent quality controls and is accompanied by a Certificate of Traceability, a guarantee of transparency and reliability. A De Beers Sightholder and member of the Responsible Jewellery Council (RJC), H.D.DIAM BV is committed to ethical sourcing, consistent quality, and on-time delivery worldwide.



NOMINATION. Nato negli anni '80, Composable® è diventato un’icona di stile ed artigianalità italiana che, grazie al suo innovativo design, ha reso Nomination famoso nel mondo. Un bracciale in acciaio e oro, prezioso ed estremamente personalizzabile, che con la sua struttura a maglie componibili, i Link – ognuno marchiato Nomination® per garantirne l’autenticità made in Italy – permette a chi lo indossa di creare un gioiello che racconta qualcosa di sé. Un linguaggio prezioso e contemporaneo, ricco di 2.000 simboli da indossare e regalare.

Born in the 1980s, Composable® has become an icon of Italian style and craftsmanship, making Nomination famous worldwide thanks to its innovative design. A precious and highly customizable bracelet in steel and gold, its modular structure and Links—each branded Nomination® to guarantee authenticity and Made in Italy—allow the wearer to create a piece of jewelry that speaks volumes about themselves. A precious and contemporary language, rich in 2,000 symbols to wear and give as a gift.

HDE. H.D.DIAM BV, produttore di diamanti con sede in India e ufficio ad Anversa, è leader globale nei diamanti di precisione sotto gli 0,07 carati. Specializzata in assortimenti microscopici, l’azienda offre diamanti altamente calibrati con purezze da IF a PK, colori da D a J e dimensioni tra 0,60 mm e 3,70 mm, pensati per soddisfare gli standard rigorosi dell’industria globale della gio-

ielleria. Ogni pietra è sottoposta a severi controlli di qualità ed è accompagnata da un Certificato di Tracciabilità, garanzia di trasparenza e affidabilità. Sightholder De Beers e membro del Responsible Jewellery Council (RJC), H.D.DIAM BV è impegnata nell’approvvigionamento etico, nella qualità costante e nella consegna puntuale in tutto il mondo.

Aminoff
LONDON

FINE PEARL JEWELLERY SINCE 1972



HALL 6 BOOTH 261

AMINOFFLONDON.COM

Opulenza e gioco

Mioro invita al gioco, Midas assicura la qualità di catene realizzate con macchinari avveniristici

Mioro invites to play, Midas guarantees the quality of chains crafted with state-of-the-art machinery



MIORO. Creata interpretando il motto “You + Unique” (Tu + Unico), la nuova collezione Younique invita a inventare un giocoso cofret-à-bijoux grazie all’innovativa catena tubolare in oro. Ma quello che la caratterizza è lo spirito ludico che si manifesta attraverso i charm da appendere ai bracciali o alle collane, trasformando i gioielli in messaggeri di pensieri ed emozioni. I ciondoli in oro, rimovibili e intercambiabili, possono essere personalizzati con diversi simboli, pietre preziose e lettere dell’alfabeto. Ognuno, così, diventa molto di più di un semplice segno/segnale: racconta una storia, esaudisce un desiderio, forse nasconde anche un segreto.

Created with the motto “You + Unique” in mind, the new Younique collection is an invitation to invent a playful jewelry box thanks to its innovative tubular gold chain. But what really sets it apart is the fun-loving spirit expressed through charms that can be attached to bracelets or necklaces, transforming the jewelry into messengers of thoughts and emotions. The removable and interchangeable gold pendants can be personalized with different symbols, precious stones and letters of the alphabet. Each one thus becomes much more than a simple sign/symbol: it tells a story, fulfills a wish, and maybe even hides a secret.



THE QUOTES

Gemma D'Auria,
Senior Partner
at McKinsey & Company

«La sostenibilità guiderà molte delle decisioni dei consumatori. Si stima infatti che le scelte d’acquisto di gioielli del segmento luxury influenzate dalla sostenibilità triplicheranno nei prossimi anni, offrendo un’importante opportunità per l’industria, che dovrà adottare nuove misure per garantire una sempre maggiore trasparenza e tracciabilità».

«Sustainability, an increasingly important element in purchasing preferences, will guide many consumer decisions. In fact, it is estimated that luxury segment jewelry purchase choices influenced by sustainability will triple in the next few years, offering an important opportunity for the industry, which will have to adopt new measures to ensure ever greater transparency and traceability»



MIDAS. Da oltre quarant’anni Midas studia e sviluppa un’infinita collezione di catene in oro o in argento, realizzate a mano o con avveniristici macchinari, dall’alto contenuto creativo: vuote e piene, classiche o alla moda, sono destinate a diventare collane, bracciali, bangle, orecchini, cavigliere dalle forme versatili. Attività familiare con stabilimento industriale in Turchia e una sede centrale negli Stati Uniti, Midas da decenni mantiene elevati standard di lavorazione che garantiscono un’ottima qualità grazie all’implementazione di strategie produttive in continua evoluzione e alla progettazione di un team di designer altamente qualificato.

For over forty years, Midas has been designing and developing an extremely creative and endless collection of gold and silver chains, either hand crafted or made using futuristic machinery. Hollow, solid, classic or trendy, the chains are destined to become necklaces, bracelets, bangles, earrings and anklets in a variety of shapes. A family business with an industrial plant in Turkey and headquarters in the United States, Midas has maintained high manufacturing standards for decades, guaranteeing excellent quality thanks to the implementation of constantly evolving production strategies and the work of a team of highly qualified designers.





M

AMOR ET AGES

MARIÆ NIVIS

1567

Orientamento al futuro

Un’evoluzione strategica rafforza il ruolo di Karizia, Lumina è la collezione di piercing firmata da Piano Jewellery
A strategic evolution strengthens Karizia’s role, Lumina is the piercing collection signed by Piano Jewellery



KARIZIA. Nel dicembre 2024 Karizia S.p.A. è diventata Società Benefit, integrando obiettivi di sostenibilità e responsabilità sociale nel proprio modello di business. Questo passaggio, ora sancito nello statuto, riflette l’impegno dell’azienda a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente verso persone, comunità, ambiente e altri stakeholder. La trasformazione rappresenta un’evoluzione strategica che rafforza il ruolo di Karizia come attore etico nel settore orafa. In un contesto globale complesso, l’azienda conferma la sua visione orientata al futuro, promuovendo un impatto positivo e un mondo più equo e sostenibile.

In December 2024, Karizia S.p.A. became a Benefit Corporation, integrating sustainability and social responsibility objectives into its business model. This transition, now enshrined in the bylaws, reflects the company's commitment to operating responsibly, sustainably, and transparently towards people, communities, the environment, and other stakeholders. This transformation represents a strategic evolution that strengthens Karizia's role as an ethical player in the jewelry sector. In a complex global context, the company confirms its forward-looking vision, promoting a positive impact and a more equitable and sustainable world.



PIANO JEWELLERY. Coniugando oro, lavorazioni traforate e diamanti dal taglio studiato per catturare la luce, Lumina si presenta come la collezione di piercing più audace mai firmata da Piano Jewellery. Pensato per chi interpreta il gioiello come affermazione di stile e identità, ogni creazione si trasforma in un segno distintivo, che rompe gli schemi e rivendica un’estetica scultorea e contemporanea. Sono piercing di alta gamma che fondono glamour e carattere, ridefinendo i codici del gioiello “non convenzionale”.

Combining gold, openwork, and diamonds cut to capture the light, Lumina is the boldest piercing collection ever from Piano Jewellery. Designed for those who see jewelry as a statement of style and identity, each creation becomes a distinctive signature, breaking the mold and asserting a sculptural and contemporary aesthetic. These high-end piercings blend glamour and character, redefining the codes of "unconventional" jewelry.

EDIT

A REVOLUTIONARY SYMBOL



Per il suo marchio The Drays, Elise Dray fonde la maestria artigianale con una ricerca simbolica intensa e originale. Come nell'orecchino Wild Cross Cuff, in cui il simbolo gotico della croce è trasformato in un accessorio contemporaneo. Realizzato in oro bianco e pavimentato con diamanti neri e bianchi, il pezzo simboleggia il dualismo tra luce e oscurità, sacro e profano. Come se la croce, simbolo di sofferenza e redenzione, si vestisse di nuova vita, diventando un'icona di resistenza e consapevolezza.

For her brand The Drays, Elise Dray fuses craftsmanship with intense and original symbolic research. As in the Wild Cross Cuff earring, in which the Gothic symbol of the cross becomes a contemporary accessory. Made of white gold and paved with black and white diamonds, the piece symbolizes the dualism between light and dark, sacred and profane. As if the cross, a symbol of suffering and redemption, were draped with new life, becoming an icon of resistance and awareness.

VISIT US
HALL 6 | BOOTH 210



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



Discover the Art of Fine Jewelry
diamondgroup.de/links



Qualità in primo piano

I nuovi charms iperdettagliati di Thomas Sabo, le creazioni sofisticate di Filostil
Thomas Sabo's new hyper-detailed charms, the sophisticated creations of Filostil

THOMAS SABO. "Charm up Your Life, and do it with a Smile" è il claim con cui Thomas Sabo immagina un mondo fatto di sorrisi, colori vivaci e design giocosi. I suoi nuovi charms prodotti con SmileyWorld pieni di dettagli e con occhietti che possono essere combinati in mille modi su bracciali e collane, sono un boost per il buon umore. Realizzati in argento riciclato di alta qualità, impreziosito da smalto e pietre di zirconio, permettono di mostrare il proprio stato d'animo e le nostre le emozioni a chi ci sta intorno. L'azienda tedesca, leader nella gioielleria artigianale in argento, progetta e vende anche orologi e occhiali da sole.

"Charm up Your Life, and do it with a Smile" is the slogan with which Thomas Sabo imagines a world of smiles, bright colors, and playful designs. Its new SmileyWorld charms, rich in detail and featuring eyelets that can be combined in countless ways on bracelets and necklaces, are a boost to your mood. Crafted from high-quality recycled silver, embellished with enamel and zirconia stones, they allow you to express your mood and emotions to those around you. The leading German company in handcrafted silver jewelry also designs and sells watches and sunglasses.



FILOSTIL. Da oltre 50 anni, nel laboratorio della Filostil a Valenza operano maestri orafi che sanno cosa significa la ricerca del dettaglio e della perfezione, accanto a chi invece sa come innovare la tradizione grazie a tecnologie all'avanguardia. Il risultato è la messa in opera di creazioni sofisticate realizzate per clienti che commissionano la produzione di pezzi unici così come di intere collezioni, senza mai perdere il plus della personalizzazione assoluta. Giorgia Cattelan, Ceo del brand, sintetizza la filosofia aziendale in una affermazione carica di significato: «Ci sentiamo un'estensione del cliente: insieme arriviamo là dove loro sognano di portare il loro brand, anche grazie all'esclusività del servizio e alla privacy garantita al 100% sul design creato ad hoc. Da questo lavoro di squadra nascono così gioielli che non sono semplicemente oggetti di valore, ma autentici veicoli di storytelling e identità».

For over 50 years, master goldsmiths who understand the importance of attention to detail and perfection have been working in the Filostil workshop in Valenza alongside those who know how to innovate tradition using cutting-edge technology. The result is sophisticated creations made for customers who commission unique pieces as well as entire collections, without ever losing the added value of absolute personalization. Giorgia Cattelan, the brand's CEO, sums up the company's philosophy with a meaningful statement: «We feel like an extension of the customer: together we take them to where they dream of going with their brand, also thanks to the exclusivity of our service and the 100% privacy guarantee on ad hoc designs. This teamwork results in jewelry items that are not just valuable objects, but authentic vehicles of storytelling and identity.»

EDIT

BEAUTY SPELL



La collana Dragon Pearl è un pezzo che conquista subito l'immaginazione. La designer Maria Nilsdotter, che si ispira alla malinconia della natura e alla mitologia popolare nordiche, riesce a raccontare una storia contemporanea, in cui l'energia primordiale e la sofisticatezza si completano a vicenda. La scelta della perla come complemento a una creatura indomabile è un modo per forgiare un nuovo simbolo di forza elegante e sublime.

The Dragon Pearl necklace is a piece that immediately captures the imagination. Inspired by nature's melancholy and Nordic mythology, designer Maria Nilsdotter manages to tell a contemporary story in which primordial energy and sophistication complement each other. The choice of the pearl to accompany an indomitable creature is a way of creating a new symbol of elegant and sublime strength.

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

I trend del momento

Le collezioni di Oxygène con diamanti lab grown, la nuova catena maschile "rounded box diamond-cut" di Schofer
Oxygène's collections with lab-grown diamonds, Schofer's new masculine "rounded box diamond-cut" chain

OXYGENE. Tra la grande quantità di gemme colorate o trasparenti che da sempre contraddistinguono le collezioni di Oxygène, oggi tocca ai diamanti lab grown dall'evidente brillantezza il compito di illuminare una parure in oro giallo: piccoli pendenti luminosi, che sembrano gocce vibranti, regalano un leggero movimento alla collana, al collier e agli orecchini coordinati all'anello a veretta. Anche con questi gioielli l'obiettivo è quello di dare una forma creativa a idee innovative che assecondano le tendenze della moda, in grado di sviluppare, anche attraverso un design dall'alto senso estetico, un concetto di bellezza in continua evoluzione.

The large quantity of colored or transparent gems that have always featured in Oxygène's collections have been joined by lab-grown diamonds, which, with their distinct brilliance, now illuminate a set in yellow gold: like vibrant droplets, tiny sparkling pendants give slight movement to the necklace, choker and earrings coordinated with the ring. As always, the aim of these jewels is to give creative form to innovative ideas that follow fashion trends and are able to develop a concept of beauty in continuous evolution, even through a design with a high aesthetic sense.



SCHOFER. Schofer presenta la nuova catena maschile "rounded box diamond-cut", disponibile in acciaio, argento e oro, in misure da 1,1 mm a 4,9 mm, e che può essere venduta al metro o come catena finita, con chiusura. Con oltre 1000 modelli – tra cui anche nuove colorazioni Hot Pink e Turbonite –, l'azienda tedesca combina artigianato tradizionale con tecnologie moderne e produzione automatizzata per offrire catene adatte a ogni esigenza. Il design nasce dall'unione di innovazione, passione artigianale e collaborazione con la ricerca scientifica. Basata a Pforzheim, cuore del distretto orafa nazionale, Schofer esporta oltre il 95% della produzione e garantisce qualità tedesca, prezzi competitivi e servizio multilingue.

Schofer presents its new men's "rounded box diamond-cut" chain, available in steel, silver, and gold, in sizes from 1.1 mm to 4.9 mm, and available by the meter or as a finished chain with a clasp. With over 1,000 styles—including the new Hot Pink and Turbonite colorways—the German company combines traditional craftsmanship with modern technologies and automated production to offer chains for every need. The design is born from a combination of innovation, artisanal passion, and collaboration with scientific research. Based in Pforzheim, the heart of the national goldsmith district, Schofer exports over 95% of its production and guarantees German quality, competitive prices, and multilingual service.

EDIT

UNTAMED
RARITY



A Call to the Wild, il pettin-gioiello firmato Natasha Wightman, riporta ai nostri giorni l'indole oscura e romantica del simbolismo gotico. La base, in argento, dal design curvo e armonioso, è arricchita da una delicata incisione di piume e da diamanti neri e bianchi che evocano il contrasto tra luce e ombra, caratteristico della natura invernale. La figura dell'uccello è scolpita a mano, per creare un effetto di lieve tremolio che richiama il suo movimento di libertà.

A Call to the Wild, the comb-jewelry by Natasha Wightman brings the dark and romantic nature of Gothic symbolism back to present day. The silver base, with its curved and harmonious design, is enriched with a delicate engraved feather and black and white diamonds, evoking the contrast between light and shadow, characteristic of winter nature. The figure of the bird is hand-carved to create a slight wavering effect eliciting its free movement.

NISI



Vicenza Oro 5-9-2025
HALL 1 | booth 223

Nuove voci

Alexander Gul di A.Gul KG è il nuovo ambasciatore di Tracr, la collezione Echoes of Whispers di Soysal Shiva è dedicata a una donna moderna

Alexander Gul of A.Gul KG is the new ambassador of Tracr, Soysal Shiva's Echoes of Whispers collection is dedicated to the modern woman



TRACR. Alexander Gul di A.Gul KG è il nuovo ambasciatore di Tracr. L'azienda tedesca leader nella distribuzione dei diamanti e la piattaforma di tracciabilità blockchain sviluppata da De Beers uniscono le forze per aumentare la consapevolezza sui diamanti naturali tracciabili. Un tassello fondamentale è il progetto pilota Prov-T, che collega l'origine e il percorso di un diamante alla piattaforma Tracr. Attraverso un QR code integrato nel GIA Report Check, sia i gioiellieri sia i clienti possono veri-

ficare in tempo reale la provenienza del diamante, con la garanzia offerta dalla blockchain di Tracr. Si tratta di un'autentica rivoluzione: poggia sulla fiducia già consolidata nel certificato GIA e non richiede personalizzazioni o modifiche nei flussi di lavoro. La sua semplicità rafforza la trasparenza e rende la fiducia un fatto tangibile.



Alexander Gul of A.Gul KG has been appointed as the new ambassador for Tracr. The leading German diamond distributor joins forces with Tracr, the blockchain-based traceability platform developed by De Beers, to raise awareness around fully traceable natural diamonds. A key part of this is the Prov-T pilot, which links a diamond's origin and journey to the Tracr platform. Through a QR code connected to the GIA Report Check, both jewelers and customers can instantly verify

provenance, backed by Tracr's blockchain. This is a game changer: it builds on existing trust in the GIA certificate, requiring no customization or workflow changes. Its simplicity strengthens trust and makes transparency easy.



La gioielleria di Busatti Milano è creata attraverso la ricerca incessante di un equilibrio tra la leggerezza del design e la concretezza materica delle gemme preziose. Un ideale che ben si manifesta nei gioielli della collezione Domina, creati come elogio alla femminilità liberata. Negli orecchini dalle proporzioni audaci, le straordinarie proprietà del titanio si uniscono all'oro bianco e alle intense sfumature degli zaffiri, incastonati in raffinati pavé con taglio rosa o brillante.

Busatti Milano jewelry is created through the incessant search for a balance between design lightness and the material concreteness of precious gems. An ideal that is well manifested in the jewelry in the Domina collection, created as a eulogy to liberated femininity. In the boldly proportioned earrings, the extraordinary properties of titanium combine with white gold and the intense shades of sapphires, set in refined pink or brilliant cut pavé.



SOYSAL SHIVA. La collezione Echoes of Whispers di Soysal Shiva riflette l'individualità e il coraggio della donna moderna. Proprio come il vento si avvicina dolcemente all'orecchio, susurrando i suoi segreti, ogni orecchino racconta la storia di chi lo indossa. I design asimmetrici simboleggiano le curve inaspettate della vita e il percorso unico dell'individuo, mentre le catene rappresentano il flusso del tempo e l'interconnessione dei ricordi. Una collezione pensata per le donne che osano uscire dagli schemi, che hanno trovato la propria voce e non hanno paura di condividerla con il mondo.

The Echoes of Whispers collection by Soysal Shiva reflects the individuality and courage of the modern woman. Just as the wind gently approaches the ear, whispering its secrets, each earring tells the story of its wearer. The asymmetrical designs symbolize the unexpected twists and turns of life and the unique path of each individual, while the chains represent the flow of time and the interconnectedness of memories. A collection designed for women who dare to break the mold, who have found their own voice and are unafraid to share it with the world.



IGI

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



Know Your
Diamond.
It's your right.



IGI's Diamond Report

www.igi.org

Energie vibranti

La Chillout collection di Verdi dallo stile glamour, lo stile unico di Benoi nato dall’incontro di due culture lontane tra loro
Verdi’s glamorous Chillout collection, Benoi’s unique style born from the meeting of two distant cultures

VERDI. Stay chill, chill vibes, espressioni diventate virali sui social e che enfatizzano un unico concetto, l'invito a lasciarsi andare e a godersi il bello della vita. Concetti che conducono al mondo di Verdi, e in particolare a Chillout Collection, un pot pourri di gioielli in oro rosa e bianco dal look chic e glamour, completo di bracciali, orecchini e anelli pensati per completare al meglio un outfit per un esclusivo cocktail party. Nella filosofia di Verdi, brand valenzano da oltre 50 anni sinonimo di Italian luxury jewels, c'è anche questo: l'idea di creare il gioiello perfetto per ogni occasione, ma che sa essere il giusto pendant allo stile personale di chi lo indossa. Combinazioni da indossare di giorno, in occasioni di lavoro o informali, come pure a un galà o in viaggio, perché no, insieme al piacere di portare nel mondo un gusto Made in Italy riconoscibile, e per questo elemento distintivo che fa la differenza in un outfit.

Stay chill, chill vibes, expressions that have gone viral on social media and spotlight a single concept: the invitation to let go and enjoy the beauty of life. Concepts that lead to the world of Verdi, and especially the Chillout Collection, a potpourri of rose and white gold jewelry with a chic and glamorous look, complete with bracelets, earrings and rings, designed to perfectly complement an exclusive cocktail party outfit. Verdi's philosophy, a brand synonymous with Italian luxury jewelry for over 50 years, also includes the idea of creating the perfect item of jewelry for every occasion, but one that is also the right match for the personal style of the wearer. Combinations to wear during the day, at work or on informal occasions, as well as at a gala or, why not, even when traveling, to enjoy the pleasure of taking recognizable, made-in-Italy taste into the world, and to flaunt a distinctive element that makes the difference to an outfit.



BENOI. La nascita di un nuovo brand è sempre un'avventura emozionante, soprattutto quando si uniscono due culture gioielliere diverse. Benoi fonde la tradizione indiana – nella visione di Binoy Shah – a quella italiana, rappresentata da Gino Di Luca, erede di una storica famiglia di artigiani del cammeo di Torre del Greco e responsabile operativo del nuovo marchio, che oggi presenta Costa Azzurra. La collezione, un incontro armonioso di oro,

diamanti taglio brillante, sfumature blu della tanzanite e la forza contemporanea del titanio, è testimonianza della filosofia del brand di trasformare ricordi ed emozioni in gioielli straordinari. Materiali accuratamente selezionati che mirano a catturare l'essenza della costa mediterranea, dal sole scintillante riflesso sull'acqua, al blu intenso del mare, in un viaggio che unisce design audaci e tecniche moderne.

The birth of a new brand is always an exciting adventure, especially when two different jewelry cultures come together. Benoi is a combination of Indian tradition — as envisioned by Binoy Shah — and Italian tradition, represented by Gino Di Luca, heir to a historic family of cameo artisans from Torre del Greco and operations manager of the new brand, which is currently presenting Costa Azzurra. The collection, a harmonious encounter

between gold, brilliant-cut diamonds, the blue hues of tanzanite and the contemporary strength of titanium, highlights the brand's philosophy of transforming memories and emotions into extraordinary jewelry. Carefully selected materials aim to capture the essence of the Mediterranean coast, from the sparkling sun reflected on the water to the intense blue of the sea, in a journey where bold design and modern techniques coalesce.



EDIT

CELESTIAL REFLECTIONS



Negli orecchini Halo, Panghia sperimenta le sconfinite potenzialità del titanio, creando un equilibrio sottile tra tecnica e casualità. Sottoposta a un processo di anodizzazione, la sua superficie subisce una trasformazione elettrolitica, fondendosi con l'oro e rivivendo in sfumature iridescenti irripetibili. La texture spazzolata, lavorata a mano, imprime sul metallo il segno del tempo, come un respiro che si sedimenta.

With the Halo earrings, Panghia experiments with the boundless potential of titanium, creating a subtle balance between technique and randomness. Subjected to an anodizing process, the surface undergoes an electrolytic transformation, merging with gold and resurfacing in unrepeatable iridescent shades. The brushed texture, worked by hand, imprints the mark of time on the metal, like a layer of breath.



Laser Marking

JEWELLERY & FASHION



CSP PICO

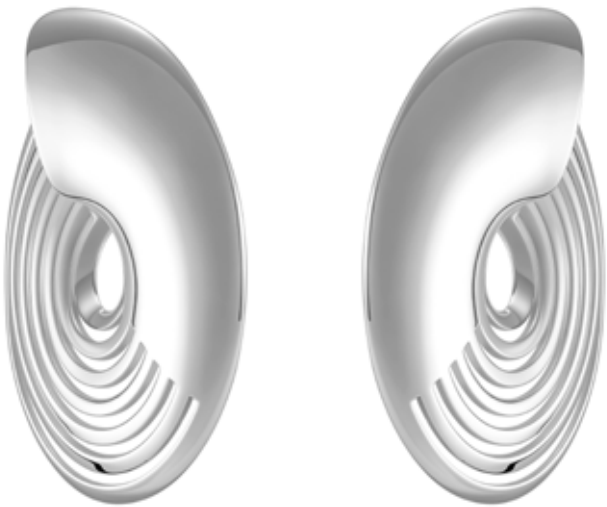
Compact marking and engraving system with ultrashort fiber laser source processing of precious metals

- + Marking and engraving on finished jewels
- + Compact dimensions for easy positioning
- + Simple and powerful software SLC³ dedicated to jewellery and watchmaking
- + Burst version available for titanium and steel

Maestri di stile

I volumi imponenti di Pianegonda, i motivi ipnotici delle creazioni di Ronco

The imposing volumes of Pianegonda, the hypnotic motifs of Ronco's creations



PIANEGONDA. Due collezioni per raccontare l'estetica contemporanea del brand. Dorifora (sopra), dal design tridimensionale e simmetrico, è un'interazione tra la consistenza della materia, l'argento, e l'inaffidabilità del vuoto: la forma si dissolve delicatamente nella trasparenza conferendo un'immagine dagli effetti "sospesi". Kosmos (a sinistra), invece, si rifà alle geometrie essenziali che attraversano epoche e culture. Filamenti d'argento si intrecciano in volumi imponenti, dando vita a gioielli dal forte impatto visivo: ogni creazione nasce da un filo sottile, solo in apparenza fragile, che percorre trame irregolari o armoniche trasformandosi in architetture aeree.

Two collections that express the brand's contemporary aesthetic. Dorifora (above), with its three-dimensional and symmetrical design, is an interaction between the consistency of the silver material and the unreliability of emptiness. The shape gently dissolves into transparency, creating an image with "suspended" effects. Kosmos (left), on the other hand, draws on the essential geometries that span eras and cultures. Silver filaments intertwine in imposing volumes, giving life to jewelry with considerable visual impact. Each creation originates from a thin thread, fragile only in appearance, which runs through irregular or harmonious patterns, transforming itself into aerial architectures.

RONCO. Disegna un'eleganza architettonica resa materica dall'oro la collana che si distingue a prima vista per il design articolato, caratterizzato da tratti geometrici attraverso i quali l'idea di leggerezza creativa viene coniugata a una consolidata maestria nella lavorazione. La trama traforata, che gioca con un alternarsi di pieni e vuoti, è stata studiata per esaltare la lucentezza dell'oro, dando vita così a un gioiello dall'immagine scenografica. Motivi ritmici e linee sinuose creano poi un effetto di dinamismo e di luminosità, rendendola un piccolo capolavoro che interpreta il connubio perfetto tra artigianato italiano e innovazione estetica.

The necklace outlines an architectural elegance rendered in gold. Initially standing out for its articulate design, it features geometric lines that combine creative lightness with consolidated craftsmanship. The openwork, which plays with alternating solids and voids, is designed to enhance the shine of the gold, thus creating a jewel with a spectacular appearance. Rhythmic motifs and sinuous lines create an effect of dynamism and brightness, turning it into a small masterpiece that interprets the perfect combination of Italian craftsmanship and aesthetic innovation.



EDIT

DIALOGUES OF LIGHT



IL processo creativo di Emmanuel Tarpin si nutre di una grande passione per la natura, la scultura e le pietre preziose, che prende vita attraverso idee coraggiose e tecniche innovative. Ne sono testimoni gli orecchini Exotic Frogs: la rana dalle forme sinuose che si arrampica sui lobi è animata dalla luce di zaffiri, smeraldi e granati tsavorite, che dialogano con il titanio, sapientemente colorato per fondersi in un effetto uniforme con le pietre preziose.

The creative process of Emmanuel Tarpin is nurtured by a great passion for nature, sculpture and precious stones, and comes to life through bold ideas and innovative techniques. The Exotic Frogs earrings are the proof: the sinuously shaped frog climbing up the lobes is brought to life with the light of sapphires, emeralds and tsavorite garnets, which dialogue with titanium, skillfully colored to blend uniformly with the precious stones.

 A G COLOR INC.
AGDI 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



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

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 Fty. 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

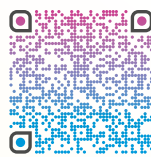
Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1 Pack One Manufacturer Limited*	224
2 Firmstock Ltd.*	225



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!



Exhibition Organised by:

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

Asian Zone Organised by:



Hong Kong Jewellery & Jade
Manufacturers Association
www.JJA.com.hk exhibition@hkjja.org



Camex Jewellery Limited
Hall 3.1 #106



Chase Jewellery Manufactory Limited
Hall 3.1 #245



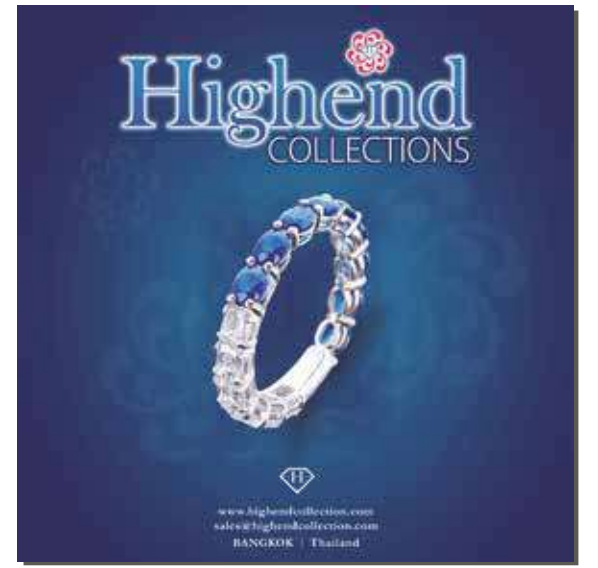
Continental Jewellery (Mfg) Limited
Hall 3.1 #240



Timax Jewelry Limited
Hall 3.1 #143

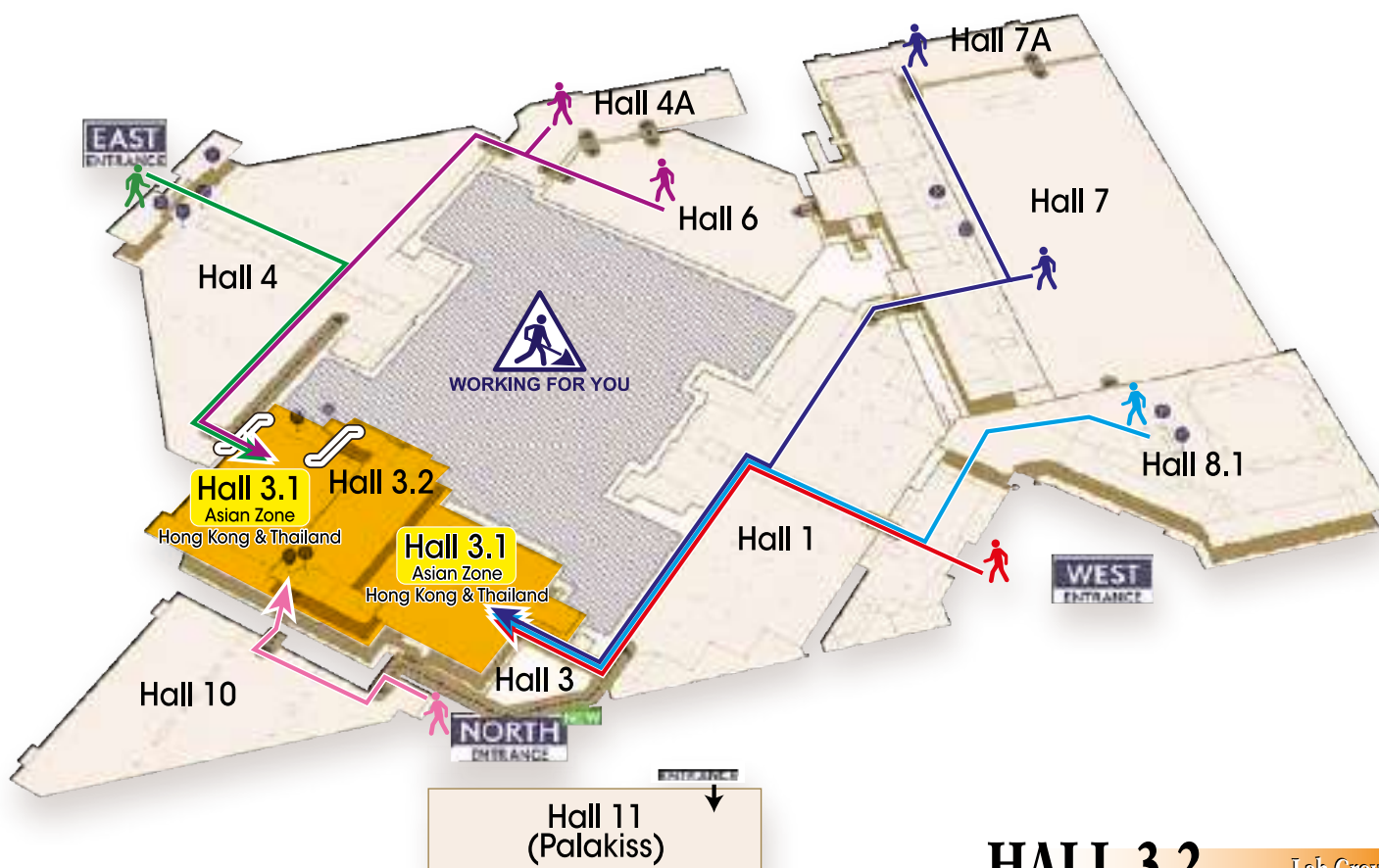


Sunlight Gems
Hall 3.1 #250



Highend Collections Ltd.
Hall 3.1 #132

Thailand Exhibitors



Route to Asian Zone

- Red line: From West Entrance & Hall 1
- Green line: From East Entrance & Hall 4
- Purple line: From Hall 4A & Hall 6
- Blue line: From Hall 7 & Hall 7A
- Pink line: From Hall 8.1
- Yellow line: 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 Jewellery (Factory) Co., Ltd.	246
5 Chai Thai Silp Export Ltd. Part.	244
6 Chokas Jewellery Co., Ltd.	166
7 Choon Jewellery Co., Ltd.	124
8 Evershiny Jewellery 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 Jewellery International Co., Ltd.	154
16 Precious Products Jewellery 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

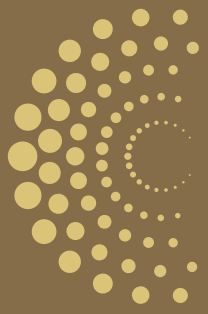
HALL 3.2 Lab-Grown

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



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



JUST RELEASED!

THE JEWELLERY TRENDBOOK

FORECAST 2027+

EXCLUSIVE SALE

Secure your copy of the brand new
The Jewellery Trendbook 2027+
during **Vicenzaoro** at a **reserved price**.

Visit us at the **Media Village (Hall 8.0)**
to purchase.

Take it home with you or have it conveniently
shipped – your choice!

TV
TRENDVISION
jewellery + forecasting

VO
vicenzaoro

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the future





Art&softT
THE DIGITAL AGENCY

For Luxury Retailers



For Luxury Manufacturers

LUXCHAIN

The Luxury Blockchain

VICENZAORO HALL H3.2 | STAND 102



SOFTWARE & APP

La suite completa per il mondo del gioiello

- Software ERP
- Software CRM
- Software MES
- App Agenti
- Area B2B clienti
- Business Intelligence



GRAFICA & WEB

La Brand Identity offline e online

- Brand image
- Company profile
- Brochure
- Lookbook
- Siti promozionali
- Siti e-commerce



MARKETING & SOCIAL

La strategia integrata di marketing digitale

- SEO
- Direct marketing
- Adwords campaigns
- Social networking
- Media plan
- One to One communication



BLOCKCHAIN

Autenticità di prodotto e lotta alla contraffazione

- Proprietà intellettuale
- Certificazione filiera
- Certificazione prodotto
- Marcatura prodotto
- Proprietà digitale
- Garanzia digitale



FOTO & VIDEO

Il visual completo per la comunicazione

- Still-life
- Close up
- Shooting ambientati
- Shooting indossati
- Video promozionali
- Spot televisivi



CONSULENZA & ASSISTENZA

Un Team specializzato per strategie e supporto

- Analisi e progettazione
- Consulenza gestionale
- Corsi di formazione
- Supporto operativo
- Helpdesk
- Assistenza tecnica

Art&softT - For Luxury Retailers

Valenza | Italy

T. +39 0131 95.01.62 | M. +39 393 33.05.865
info@art-soft.it | www.art-soft.it

ePlay - For Luxury Manufacturers

Valenza | Italy

T. +39 0131 53.22.83 | M. M. +39 393 33.05.865
eplay@eplaylab.it | wwweplaylab.it

LuxChain - The Luxury Blockchain

Valenza | Italy

T. +39 0131 95.01.62 | M. M. +39 393 33.05.865
luxchain@luxchain.com | www.luxchain.com

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



CASATO

BOUTIQUE ICON COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680



CASATOGIOIELLI.COM

A photograph of two women, one Black and one white, both smiling and looking towards the camera. They are wearing elegant jewelry from the Casato Maureen Medine Collection. The Black woman is wearing a peach-colored blazer over a dark top, a matching necklace with a green gemstone, and matching earrings and a bracelet. The white woman is wearing a white top, a matching necklace, and matching earrings and a bracelet. They are both wearing rings. The background is a plain, light color.

CASATO

MAUREEN MEDINE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 680



CASATOGIOIELLI.COM