



VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
JANUARY



Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.171

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 1. Venerdì, 17 Gennaio 2025

Vicenzaoro January, il futuro abita qui

La manifestazione internazionale leader in Europa apre il calendario orafa-gioielliero del 2025 con il claim "Crafting the Future", confermando il suo primato anche nei numeri e nella qualità degli appuntamenti dedicati a informazione e formazione, soprattutto della next generation di addetti ai lavori >p.2

Europe's leading international event opens the 2025 gold and jewelry calendar with the claim "Crafting the Future", also confirming its primacy in the number and quality of information and educational events, particularly for the next generation of operators >p.2

IN EVIDENZA

VENERDÌ 17 GENNAIO 2025

DESIGN ROOM

Mike Joseph
Dall'Armenia,
Mike Joseph esplora
il titanio e il vetro di Murano.
*From Armenia,
Mike Joseph explores
titanium and Murano glass.*

>p.6



TREND

Westward bound
Alla conquista
del West, con un'estetica
robusta e selvaggia.
*Conquering the West,
with a rugged
and wild aesthetic.*

>p.10



VO VINTAGE

Steel Time
Porta a Vicenzaoro
l'orologio Tag Heuer
Steve Mc Queen.
*Brings the Tag Heuer
Steve McQueen watch
to Vicenzaoro.*

>p.8

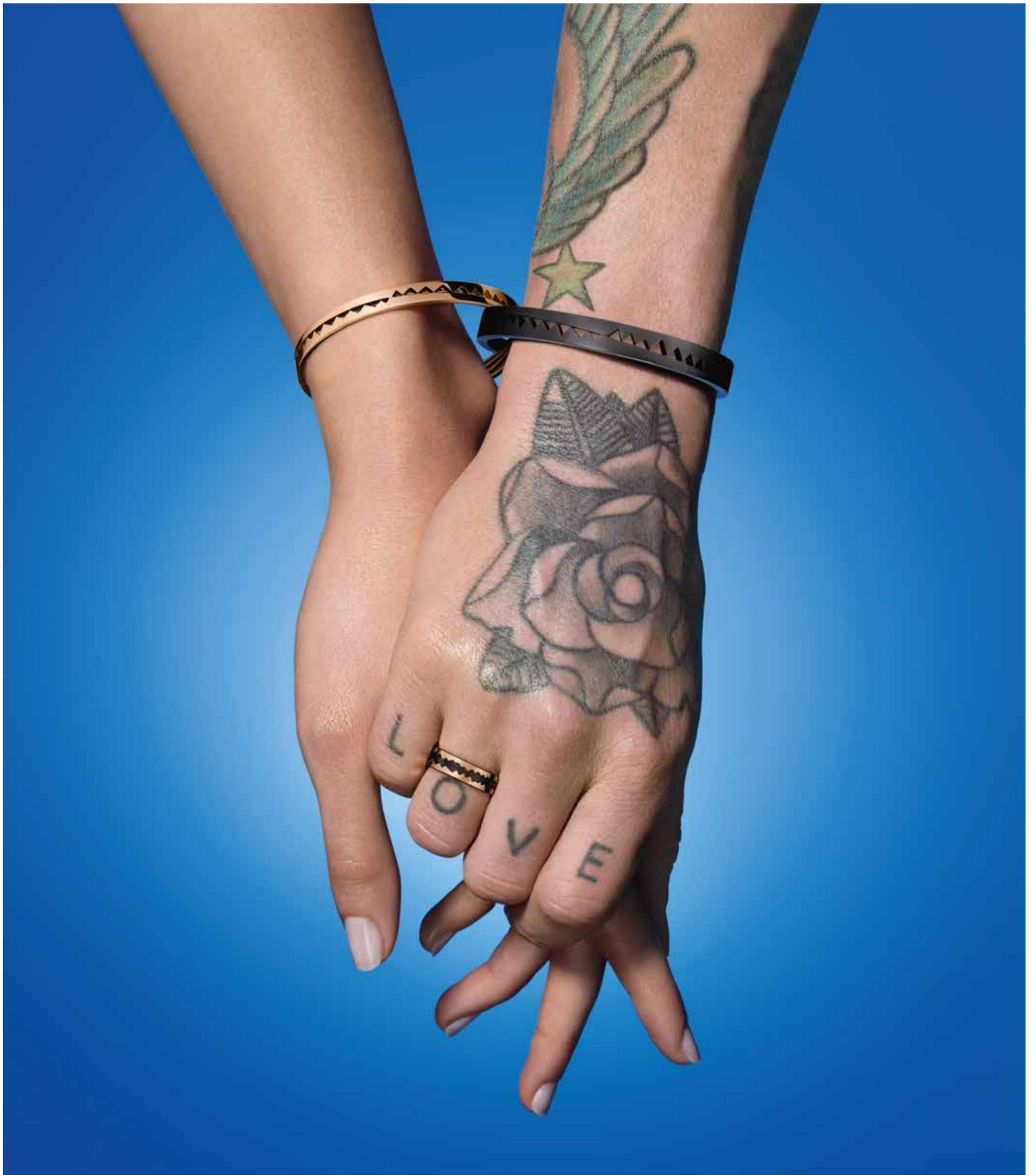


AKILLIS



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

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
JANUARY



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.171

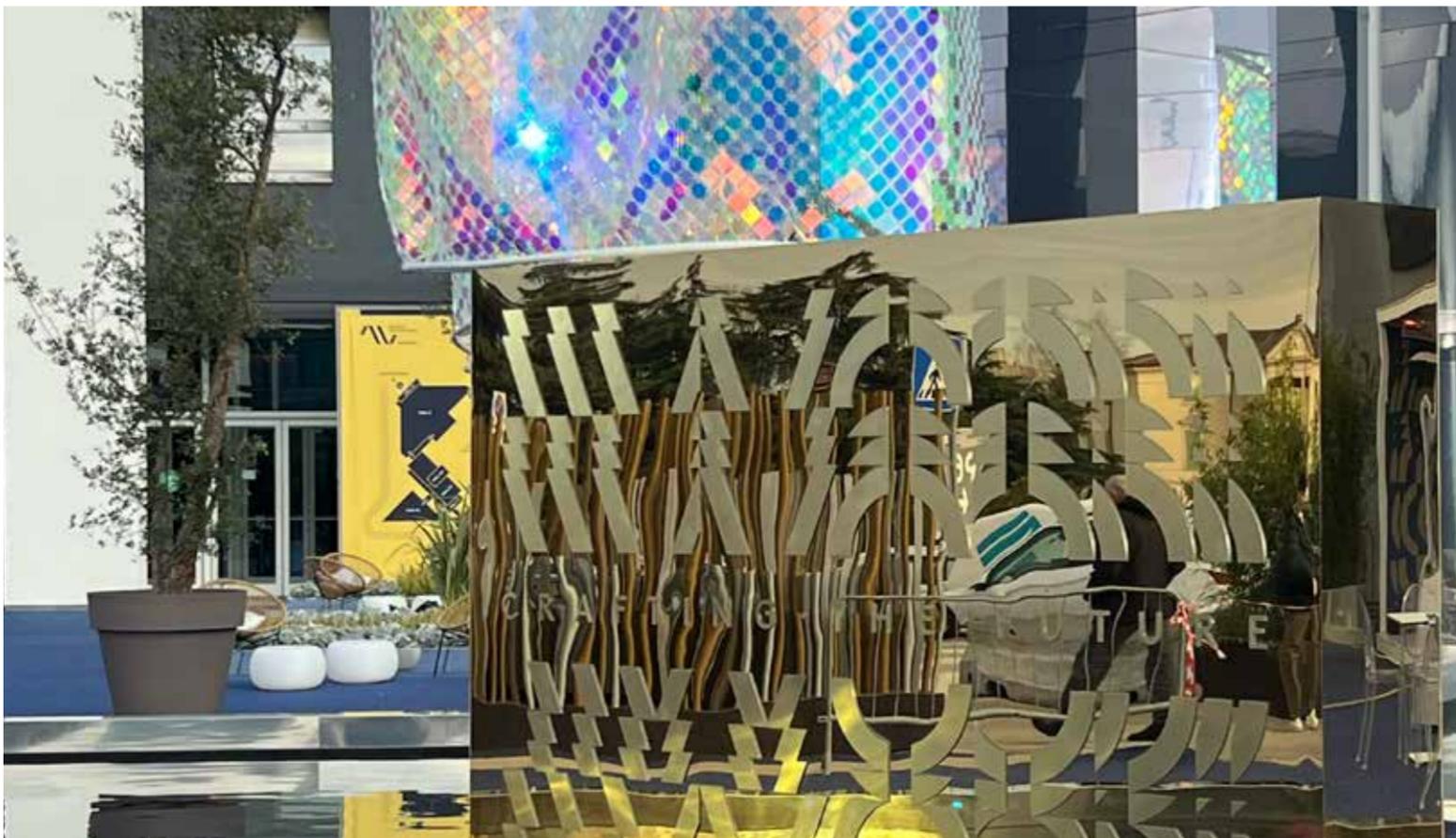
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 1. Venerdì, 17 Gennaio 2025

Vicenzaoro January, il futuro abita qui

La manifestazione internazionale leader in Europa apre il calendario orafa-gioielliero del 2025 con il claim "Crafting the Future", confermando il suo primato anche nei numeri e nella qualità degli appuntamenti dedicati a informazione e formazione, soprattutto della next generation di addetti ai lavori >p.2

Europe's leading international event opens the 2025 gold and jewelry calendar with the claim "Crafting the Future", also confirming its primacy in the number and quality of information and educational events, particularly for the next generation of operators >p.2



EDITORIAL

MAURIZIO RENZO ERMETI
PRESIDENTE
ITALIAN EXHIBITION GROUP

«Benvenuti a Vicenzaoro, appuntamento che apre il calendario mondiale di settore del 2025. Un mese fa proprio qui abbiamo posato la prima pietra del nuovo padiglione, che sarà pronto nella prima metà del 2026 per confermare Vicenzaoro come centro globale per design, creatività, tecnologie e business nel settore del gioiello. Guidiamo questo percorso di sviluppo rafforzando non solo la filiera orafa internazionale, ma anche il legame profondo con il territorio e i suoi protagonisti: in sinergia con istituzioni, tessuto imprenditoriale e associazioni, realtà culturali, della formazione e dell'informazione valorizziamo il patrimonio e il know-how unico di Vicenza e del Made in Italy su scala globale. Una solida alleanza, che conferma VO capitale mondiale della gioielleria e cuore pulsante di innovazione e creatività. Insieme, scriviamo un futuro ancora più brillante per l'intera industry».

IN EVIDENZA

VENERDÌ 17 GENNAIO 2025

DESIGN ROOM

Mike Joseph
Dall'Armenia, Mike Joseph esplora il titanio e il vetro di Murano. From Armenia, Mike Joseph explores titanium and Murano glass. >p.6



TREND

Westward bound
Alla conquista del West, con un'estetica robusta e selvaggia. Conquering the West, with a rugged and wild aesthetic. >p.10



VO VINTAGE

Steel Time
Porta a Vicenzaoro l'orologio Tag Heuer Steve McQueen. Brings the Tag Heuer Steve McQueen watch to Vicenzaoro. >p.8

Il passaggio generazionale sulle strategie aziendali

Dalle 15 alle 16.15 presso l'Educational Hub, il Club degli Orafi affronterà il tema partendo dai dati di oggi per misurare il sentiment di domani

In occasione del 20° anniversario della collaborazione tra Club degli Orafi Italia e Intesa Sanpaolo, il convegno "L'Impresa orafa

nel contesto attuale: i dati di oggi, il sentiment sul domani e l'impatto del passaggio generazionale sulle strategie aziendali" offrirà un'analisi approfondita del settore orafa italiano, con i dati congiunturali più recenti per offrire un quadro completo dell'andamento del settore. Particolare attenzione sarà dedicata al tema del passaggio generazionale, una sfida cruciale per le imprese italiane in gran parte a conduzione familiare che, se non gestito cor-

rettamente, può rappresentare una minaccia per la continuità delle aziende e per la salvaguardia del made in Italy. Se ben pianificato, il passaggio generazionale può trasformarsi in un'opportunità di crescita e di innovazione, aprendo le aziende a idee innovative e a nuovi mercati. Se ne parlerà oggi, con importanti voci dell'industria che daranno un contributo concreto al tema, partendo da un'analisi dei dati, tra luci e om- (segue a pagina 4)

Le connessioni sinergiche di VIOFF verso il futuro

Golden Ambition è il tema della XIII edizione del Fuori Fiera di Vicenzaoro, nato da una condivisione d'intenti tra l'amministrazione comunale di Vicenza e Italian Exhibition Group

Un evento nell'evento, con un programma articolato: VIOFF «trasforma Vicenza in un laboratorio a cielo aperto, dove il passato in-

contra il futuro», ha commentato il sindaco Giacomo Possamai. «Il tema di quest'anno, Golden Ambition, sottolinea l'importanza di investire nei giovani e nel loro talento, che rappresenta il domani del settore orafa, ma non solo. VIOFF conferma la vocazione della nostra città quale capitale dell'arte orafa, pronta ad accogliere la sfida dell'innovazione». Porte aperte all'universo dei giovani, quindi. «Il Fuori Fiera è un evento che sa coniugare tradizione (segue a pagina 4)



the deep bond with the territory and its players: in synergy with institutions, the entrepreneurial fabric, associations and cultural, educational and information organizations, we are globally enhancing the unique heritage and know-how of Vicenza and Made in Italy. A solid alliance that confirms VO as the world capital of jewelry and the beating heart of innovation and creativity. Together, we are writing an even brighter future for the entire industry...»

MAURIZIO RENZO ERMETI
ITALIAN EXHIBITION GROUP
PRESIDENT

«Welcome to Vicenzaoro, the event that opens the world jewelry calendar 2025. A month ago, right here at the Expo, we laid the foundation stone of the new hall, which will be ready in early 2026 to confirm Vicenzaoro as a global center for design, creativity, technology and business in the jewelry sector. We are guiding this development strategy not only by strengthening the international jewelry supply chain, but also

Vicenzaoro January, il futuro abita qui

(segue dalla prima)

C'è una forte aria di rinnovamento a Vicenzaoro. E non solo per il rebuilding dei padiglioni 2 e 5 del quartiere fieristico - la cui costruzione è in linea con il cronoprogramma di IEG che porterà da qui a settembre 2026 all'apertura di un'area espositiva extra di ben 22.000 mq - ma anche per i circa 500 studenti della "Gen Z" oggi in visita in occasione dell'apertura del Boutique Show. Una presenza che non passerà di certo inosservata e che è effetto di una politica di focalizzazione sulla next generation portata avanti ormai da anni da IEG e da tutte le istituzioni partner di numerose iniziative volte a un cospicuo ricambio generazionale sempre più impellente e necessario a tutti i livelli dell'industry. Mission che può essere perpetrata solo facendo scoprire e toccare con mano ai giovani studenti le molte opportunità di lavoro e carriera e la bellezza intrinseca al mondo produttivo del gioiello, e mettendo al centro della discussione le tematiche più urgenti. Si inizia con l'evento di apertura, alle ore 12.00, dal tema "Made in Italy e la sua tutela. La legalità nel settore orafa come elemento imprescindibile di sviluppo", per proseguire con l'incontro delle ore 15 presso l'Educational Hub, organizzato da Club degli Orafi Italia e Intesa Sanpaolo, che contestualmente celebreranno i 20 anni di collaborazione, dal titolo più che esplicativo: "L'impresa orafa nel contesto attuale: i dati di oggi, il sentiment sul domani e l'impatto del passaggio generazionale sulle strategie aziendali", momento durante il quale verranno esposti i dati congiunturali di settore più recenti e le relative proiezioni sul 2025. Scorrendo il resto del calendario fino al 21 gennaio, si possono passare in rassegna altri 20 eventi in quattro giorni per circa 30 ore complessive, a riprova di una piattaforma di

formazione e informazione unica nel suo genere. Nella giornata di sabato, oltre al consueto momento dedicato alle tendenze firmato da Paola De Luca, direttrice di Trendvision Jewellery + Forecasting. L'Osservatorio indipendente di IEG, si svolgeranno i primi quattro talk di un ciclo di sette organizzati da Cibjo, Confederazione Mondiale della Gioielleria, con focus principali su sensibilità per i temi ESG (Environmental, Social and Governance) e, ça va sans dire, il ricambio generazionale tra avvicendamento e tradizione. Ospiti sul palco, i leader di aziende storiche come Buccellati, Crivelli, Cesari & Renaldi Gemmai e Coin. Come in ogni edizione di Vicenzaoro January, la giornata di domenica sarà anche quella dedicata al Jewelry Technology Forum, evento che da oltre 20 anni riunisce i migliori esperti mondiali della tecnologia applicata al settore orafa-gioielliero, massima espressione della community del salone T.Gold, manifestazione che da sola, nel padiglione 9 del quartiere fieristico vicentino, riunisce 170 aziende espositrici provenienti da 16 Paesi. Successi consolidati che hanno fatto nascere in IEG e nei top player di questo particolare segmento l'esigenza di creare un nuovo appuntamento extra calendario per rafforzare la presenza dell' high tech anche nell'edizione settembrina di Vicenzaoro. Ed ecco che si è giunti a definire i contorni di The Vicenza Symposium, summit internazionale focalizzato su tutte le novità in fatto di tecnologia e tecniche di lavorazione orafe applicate al luxury fashion che vedrà la sua prima edizione a settembre prossimo, nella sontuosa location della Basilica Palladiana. In sintesi, il meglio dell'industry nel cuore del distretto orafa, per guardare insieme alle sfide del futuro.

A strong sense of renewal is in the air at Vicenzaoro. And not only due to the rebuilding of the Expo Center's halls 2 and 5 - whose construction, on schedule with IEG's timetable, will lead to the opening of an exhibition area of no less than 22,000 square meters between now and September 2026 - but also because of the 500 or so "Gen Z" students in attendance today for the opening of the Boutique Show. A presence that will certainly not go unnoticed and that is the result of a policy aimed at focusing on the next generation that IEG, and all its partner institutions in numerous generational change initiatives, have been pursuing for years to address an increasingly urgent need at all levels of the industry. A mission that can only be accomplished by having young students discover and experience firsthand the many job and career opportunities and the beauty of the jewelry manufacturing world, and by putting the most pressing issues at the center of the discussion. It starts at 12 noon with the opening event entitled "The protection of Made in Italy. Legality in the jewelry sector as an essential element of development," and continues at 3 pm with the meeting in the Educational Hub, organized by Club degli Orafi Italia and Intesa Sanpaolo, which are also celebrating their 20-year collaboration, bearing a more than explanatory title: "The jewelry business in the current context: today's data, tomorrow's sentiment and the impact of generational transition on business strategies", a moment during which the industry's latest economic data and related projections for 2025 will be presented. Scrolling through the rest of the calendar through to January 21, a further 20 events over four days, for a total of about 30 hours, are scheduled as proof of a unique platform for education and information. On Saturday, in addition to the usual moment dedicated to trends presented by Paola De Luca, director of Trendvi-

sion Jewellery + Forecasting, IEG's Independent Observatory, the first four talks of a cycle of seven organized by Cibjo, the World Jewelry Confederation, will take place with main focuses on sensitivity to ESG (Environmental, Social and Governance) issues and, needless to say, the generational change between succession and tradition. On stage guests will include the leaders of historic companies such as Buccellati, Crivelli and Cesari & Renaldi Gemmai. As at every edition of Vicenzaoro January, Sunday will also feature the Jewelry Technology Forum, an event that, for more than 20 years, has brought together the world's top experts in technology applied to the gold and jewelry industry and is the highest expression of the T.Gold show community, which, staged in Vicenza Expo Center's Hall 9, alone groups together 170 exhibiting companies from 16 countries. Consolidated successes that have triggered in IEG and top players in this particular segment the need to create a further appointment on the calendar at the September edition of Vicenzaoro to boost the presence of high tech. And so, the outlines have been defined for The Vicenza Symposium, an international summit that will focus on all the latest news in goldsmithing technology and techniques applied to luxury fashion. The first edition will take place next September in the sumptuous location of the Basilica Palladiana. In short, the best of the industry in the heart of the gold district to look at the challenges of the future together.

Lorenza Scalisi

*Beyond this night,
Your heart beats light to mine eyes,
Clear to see as you,
Revealing inner song to me*

'UNDRESS'
emeralds & diamonds

benoi

MEMORY MERCHANTS

Vicenza - booth 7A - 112
Inhorgenta, Munich - February . The Couture Show, Las Vegas - June

ROME . MUMBAI

benoi.com

Il passaggio generazionale sulle strategie aziendali

(segue dalla prima)



Maria Cristina Squarcialupi, Andrea Buccellati, Alessandra Tognazzo

bre del 2024 e le prospettive per il 2025. Presentati da Sara Giusti, Economista presso il Research Department di Intesa Sanpaolo, il talk esplorerà a seguire il sentiment degli imprenditori sull'andamento del comparto, pronti ad affrontare le sfide del momento. Dopo il saluto iniziale da parte di Augusto Ungarelli, Delegato Centro Studi Club degli Orafi e Past President Lombardi - Vendorafa e Club degli Orafi Italia, sarà Maria Cristina Squarcialupi, Presidente Club degli Orafi Italia e UnoAerre Industries e Vice Presidente Federorafi con delega alla sostenibilità, a soffermarsi sul

tema del passaggio generazionale, vista come minaccia o opportunità per il futuro del made in Italy orafino. A seguire Alessandra Tognazzo, Ricercatrice e Docente di Family Business, Università degli Studi di Padova, spiegherà le strategie per guidare l'azienda verso il futuro mentre per chiudere, Andrea Buccellati, Presidente e Direttore Creativo Buccellati Holding Italia SpA, racconterà in prima persona come la maison ha affrontato questo importante cambiamento.

From 3 to 4.15 p.m. at the Educational Hub, the Club degli Orafi Italia will address this topic by starting with today's data to measure tomorrow's sentiment

On the occasion of the 20th anniversary of the collaboration between Club degli Orafi Italia and Intesa Sanpaolo, the conference "The Goldsmith Enterprise in the Current Context: Today's Data, Sentiment on Tomorrow and the Impact of the Generational Changeover on Business Strategies" will offer an in-depth analysis of the Italian goldsmith sector, with the most recent economic data to offer a complete picture of the sector's trend. Particular attention will be paid to the issue of generational handover, a crucial challenge for largely family-owned Italian companies that, if not managed properly, can pose a threat to the continuity of companies and to the preservation of made in Italy. If well planned, generational transition can turn into an opportunity for growth and innovation, opening companies to innovative ideas and new markets. This will be discussed today, with leading industry voices making a concrete contribution to the topic, starting with an analysis

of data, including lights and shadows of 2024 and prospects for 2025. Presented by Sara Giusti, Economist at Intesa Sanpaolo's Research Department, the talk will follow up by exploring entrepreneurs' sentiment on the industry's performance, ready to face the challenges of the moment. After the opening greeting by Augusto Ungarelli, Delegate Centro Studi Club degli Orafi and Past President Lombardi - Vendorafa and Club degli Orafi Italia, it will be Maria Cristina Squarcialupi, President Club degli Orafi Italia and UnoAerre Industries and Vice President Federorafi with responsibility for sustainability, who will focus on the topic of generational transition, seen as a threat or opportunity for the future of the made in Italy goldsmith industry. Next, Alessandra Tognazzo, Researcher and Lecturer in Family Business, University of Padua, will explain strategies to guide the company into the future while to close, Andrea Buccellati, President and Creative Director Buccellati Holding Italia SpA, will tell firsthand how the maison has faced this important change.

EDUCATION

The Golden Talk

Proprio alle nuove generazioni sarà dedicato l'incontro Golden Talk, in calendario oggi al Teatro Palladio, dalle 8.30 alle 10.30. L'evento, organizzato in collaborazione con Confindustria Vicenza Sezione Industrie Orafe e Argentiere e Federorafi, sarà moderato da Daniele Grassucci, giornalista esperto di formazione ed educazione e direttore di Skuola.net. In platea centinaia di studenti provenienti dalle scuole primarie e secondarie di Vicenza e provincia, per approfondire i diversi sbocchi professionali nel settore orafino, con le testimonianze di ragazzi che già operano in aziende del settore.

The Golden Talk meeting, scheduled today at the Teatro Palladio, from 8.30 to 10.30, will be dedicated to the new generations. The event, organized in collaboration with Confindustria Vicenza Sezione Industrie Orafe e Argentiere and Federorafi, will be moderated by Daniele Grassucci, journalist, expert in training and education and director of Skuola.net. In the audience, hundreds of students from primary and secondary schools in Vicenza and the province, to learn more about the different career opportunities in the goldsmith sector, with the testimonies of young people who already work for jewelry companies.

Le connessioni sinergiche di VIOFF verso il futuro

(segue dalla prima)



grazie all'impegno tra istituzioni e associazioni, imprenditori, mondo della formazione e della cultura, che consente a Italian Exhibition Group il coinvolgimento e la valorizzazione delle eccellenze del territorio». Come sempre, VIOFF continua nel progetto di sviluppo delle vetrine del centro storico, trasformandole in spazi di innovazione e cultura. Non mancano i momenti conviviali, come l'aperitivo di oggi, venerdì 17 gennaio, in collaborazione con le Vetrine del Centro di Vicenza, seguito dalla Golden Night, promossa da GAVI-Gold Academy Vicenza con VIART-Confartigianato Imprese Vicenza. A interpretare il concept dell'edizione 2025 è l'artista multidisciplinare Lucio Schiavon, originario di Venezia: nel suo Manifesto d'Arte la Basilica Palladiana è inserita in una narrazione con figure umane stilizzate, ognuna con un gioiello per richiamare il legame tra la città e la tradizione orafa.

Golden Ambition is the theme of the 13th edition of Vicenzaoro's Off Show, born from a shared intent between Vicenza's municipal administration and Italian Exhibition Group

An event within an event with a well-structured program, VIOFF «transforms Vicenza into an open-air workshop, where the past meets the future,» commented Mayor Giacomo Possamai. «This year's theme, Golden Ambition, highlights the importance of investing in young people and their talent, which are the gold sector's tomorrow, but that's not all. VIOFF confirms our city's vocation as the capital of goldsmithing art, ready to welcome the challenge of innovation.» And so, doors open to the universe of the young. «The Off Show is an event that knows how to combine tradition and modernity, uniting young talents and master craftsmen on a journey to training, experimentation and discovery,» said Leone Zilio, Councilor for Major Events, during the presentation in the Sala degli Stucchi at Palazzo Trissino. The challenge, which has been met, concerns numbers for now: as Matteo Farsura, Global Exhibition Manager Jewelry & Fashion at IEG, confirmed, «this is a sold-out edition. A central event, thanks to the efforts of institutions, associations, entrepreneurs

and the world of education and culture, which allows Italian Exhibition Group to involve and enhance local excellence.» As always, VIOFF continues its project to develop the historic center's shop windows, transforming them into spaces for innovation and culture. There is no shortage of social moments, such as the aperitif on Friday, 17th January in collaboration with the Vetrine del Centro di Vicenza, followed by the Golden Night, promoted by GAVI-Gold Academy Vicenza with VIART-Confartigianato Imprese Vicenza. Interpreting the concept of the 2025 edition is multidisciplinary artist Lucio Schiavon, a native of Venice: in his Art Manifesto, the Basilica Palladiana is included in a narrative with stylized human figures, each with an item of jewelry to recall the link between the city and the goldsmithing tradition.

e modernità, unendo giovani talenti e maestri artigiani in un percorso di formazione, sperimentazione e scoperta», ha dichiarato l'assessore ai grandi eventi Leone Zilio durante la presentazione in sala degli Stucchi

di Palazzo Trissino. La sfida, vinta, riguarda per ora i numeri: come ha confermato Matteo Farsura, Global Exhibition Manager Jewellery & Fashion di IEG, questa è «un'edizione sold out. Un appuntamento centrale



NANIS
ITALIAN JEWELS

FABBRICA
DEL LUSO
ITALIANO
CONTEMPORANEO

HALL 7 - BOOTH 582

nanis.it

Il brand Mike Joseph debutta a Vicenzaoro

Alla Design Room si vola idealmente in Armenia, con le creazioni del talentuoso Mike Saatji

Armenia lands perfectly in the Design Room with creations by talented Mike Saatji



La Design Room allarga ancora una volta i suoi orizzonti giungendo questa volta in Armenia, in scia alla new entry Mike Joseph, un brand di alta gioielleria fondato nel 2015 dal gioielliere armeno Mike Saatji. Nato in una famiglia di orafi, sviluppa una precoce passione per i diamanti e le pietre preziose colorate, che lo porta a viaggiare da una parte all'altra del globo, per imparare a padroneggiare l'arte di incastonarle: allievo di alcuni grandi maestri internazionali, affina in breve la sua abilità artigiana e il suo gusto, e nel 2000 avvia la sua attività di produzione, proponendo un'estetica non convenzionale che

gli fa guadagnare prestigiosi riconoscimenti, soprattutto nell'ambito di Couture Las Vegas: nel 2015, vince il primo posto nella categoria Gold Jewellery Below \$20,000, nel 2018 il primo premio nella categoria Diamond Above \$20,000, seguito nel 2019 dal primo premio nella categoria Haute Couture. A Vicenzaoro è presente con la Collezione Veneziana, che trae ispirazione dall'arte secolare della lavorazione del vetro di Murano, dove da secoli gli artigiani usano il calore intenso per trasformare il vetro rigido in forme fluide e malleabili. Allo stesso modo, questa collezione cattura la bellezza di questa trasformazione

in oro, celebrando l'abilità di plasmare il metallo in design raffinati. Ogni pezzo è meticolosamente realizzato in oro SMO (Single Mine Origin), 18 kt, spazzolato giallo, con diamanti bianchi e tocchi di smalto nero, per un'eleganza senza tempo che rende omaggio all'antica arte vetraia. La Collezione Petali celebra invece il fascino dei fiori, rivisitato in un caleidoscopio di colori: viola brillanti, blu, rosa, verdi... Realizzata in oro SMO 18k e diamanti, ha petali formati da titanio, reinterpretazione audace ma aggraziata della bellezza della natura.

Design Room once again broadens its horizons, this time reaching Armenia in the wake of new entry Mike Joseph, a fine jewelry brand founded in 2015 by Armenian jeweler Mike Saatji. Born into a family of goldsmiths, he developed an early passion for diamonds and colored gemstones, which led him to travel from one part of the globe to another to master the art of setting them. A pupil of some of the great international masters, he quickly honed his craftsmanship and style and, in 2000, started his own manufacturing business offering an unconventional aesthetic that earned him prestigious awards, especially at Couture Las Vegas: in 2015, he won first place in the Gold Jewellery Below \$20,000 category; in 2018 first place in the Diamond Above \$20,000 category, followed in 2019 by first place in the Haute Couture category. At Vicenzaoro he is presenting the Venetian

Collection, which draws inspiration from the age-old art of glassmaking in Murano, where artisans have used intense heat to transform rigid glass into fluid, malleable shapes. This collection captures the beauty of this transformation in gold, celebrating the ability to mold the precious metal into exquisite designs. Each piece is meticulously crafted in 18 kt, brushed yellow, SMO (Single Mine Origin) gold, embellished with white diamonds and touches of black enamel for a timeless elegance that pays homage to the ancient art of glassmaking. The Petals Collection celebrates the charm of flowers re-interpreted in a kaleidoscope of colors: bright purples, blues, pinks, greens... Made in 18k SMO gold and diamonds, the petals are formed from titanium, a bold yet graceful reinterpretation of the beauty of nature.

Lorenza Scalisi

Minimal chic con carattere

Chiarelli Milano è una delle new entry nella Design Room di Vicenzaoro. Conosciamo meglio il brand con la sua founder, Jessica Nasr

Chiarelli Milano is one of the new entries in Vicenzaoro's Design Room. Let's take a closer look at the brand and its founder, Jessica Nasr

Jessica Nasr è la giovane fondatrice del brand Chiarelli Milano, designer con forti radici legate all'artigianalità che ama lasciarsi ispirare dalla natura. Sulla sua prima esperienza a Vicenzaoro ha le idee chiare: «Abbiamo scelto di esporre al Boutique Show per presentare tre collezioni assai importanti e rappresentative di ciò che significa per me creare gioielli: la collezione Riflessi si identifica per la luminosità, è pura essenza di luce, che si rispecchia nelle forme geometriche che mettono in risalto i materiali pregiati. La collezione Ulivo combina invece oro rosa e

diamanti suggerendo design delicati e senza tempo, veri passpartout da indossare in ogni momento della giornata. Di tutt'altro genere è Volumi, che si distingue per il suo approccio audace, dove a predominare è la malachite verde accostata allo smalto bianco incastonato nell'oro rosa, per un effetto complessivo più organico che richiama le linee sinuose di un canyon. Una linea perfetta per chi cerca pezzi esclusivi e carismatici, che amano farsi notare. L'idea alla base di Chiarelli Milano è di puntare su una clientela sofisticata e cosmopolita, che vede nel gioiello non solo un accessorio,

ma un'espressione di sé. E il feedback dei nostri clienti va proprio in questa direzione: apprezzano soprattutto l'espressione di un giusto equilibrio tra tradizione e modernità, grazie a pezzi che raccontano una storia unica. A questi concetti aggiungo che i capisaldi della mia vision sono la personalizzazione, la sostenibilità garantita dalla selezione delle materie prime, i contrasti fra minimalismo e opulenza delle linee. Il risultato è lì da indossare».

Jessica Nasr is the young founder of the Chiarelli Milano brand, a

designer with strong roots in craftsmanship who loves to be inspired by nature. On her first experience at Vicenzaoro, she has clear ideas: «We decided to exhibit at the Boutique Show in order to present three collections that are extremely important and representative of what creating jewelry means to me. The Riflessi collection stands out for its luminosity, it is pure essence of light, which is reflected in the geometric shapes that highlight the fine materials. The Ulivo collection, on the other hand, combines rose gold and diamonds suggesting delicate and timeless designs, veritable passpartouts to wear

at any time of day. Volumi is something different with its distinctive bold approach, where green malachite, accompanied by white enamel set in rose gold, predominates giving a more organic overall effect that recalls the sinuous lines of a canyon. A perfect line for those looking for exclusive, charismatic pieces that love to get noticed. The idea behind Chiarelli Milano is to focus on a sophisticated and cosmopolitan clientele who see jewelry not only as an accessory, but as self-expression. And the feedback from our customers goes precisely in this direction: above all, they appreciate the expression of the right balance between tradition and modernity through pieces that tell a unique story. I would also add that the cornerstones of my vision are personalization, sustainability guaranteed by the selection of raw materials, and contrasts between line minimalism and opulence. The result is there to wear.»

A photograph of two women smiling and embracing. The woman on the left is wearing a light-colored blazer and a necklace with a small green gemstone. The woman on the right is wearing a white top and a necklace with a larger green gemstone. Both are wearing rings and bracelets. The background is a plain, light color.

CASATO

MAUREN MEDINE COLLECTION

HALL 7 - BOOTH 690



CASATOGIOIELLI.COM

Al polso, uno Steve McQueen e un Jo Siffert

L'eleganza anni '40-'60 di marchi come Leonidas e Universal Genève fra le passioni di Raul Tajè, fondatore di Steel Time
1940s-60s elegance of brands like Leonidas and Universal Genève among the passions of Raul Tajè, founder of Steel Time



Raul Tajè, fondatore di Steel Time, tratta spesso Patek e Rolex, ma la sua vera passione sono i marchi degli Anni '40-'60, quelli meno chiacchierati ma di grande eleganza. «Fra i primi orologi che ho iniziato a collezionare per me stesso nel 1989 ci sono marchi come Leonidas, piuttosto raro, Zenith, Omega, e Universal Genève, brand che mi ha dato la soddisfazione di comprare (e rivendere) l'unico prototipo conosciuto di uno Space

Compax Prototipo, realizzato nel '67 per la Marina Militare Americana e poi mai andato in produzione. Di occasioni così ne capitano però una ogni tanto. In un mercatino, per esempio, ho ritrovato un orologio che Gianni Agnelli aveva regalato al suo avvocato, un pezzo che più che per rarità vinceva per storytelling. A Vicenza espongo, oltre a dei Patek calendario perpetuo e dei Rolex Daytona, alcuni Tag Heuer, fra cui un Pre Carrera, un Autavia,

uno Steve McQueen, un Jo Siffert, tutti modelli di non facile reperibilità. Steel Time nasce nel 2012, dopo una lunga riflessione che mi ha fatto propendere per un lavoro fatto di pura passione e un mestiere, quello di imprenditore, che ho lasciato senza troppi rimpianti. In questi pochi anni ho allargato il mio parterre di clienti anche all'estero, che oggi copre il 50% delle mie vendite. Ciò che mi piace di più di questo settore è che la passione spinge chiunque ad apprendere e studiare dettagli e storie di aziende come in pochi altri campi. Tutto è cambiato dai primi anni 2000, con i primi forum di discussione per watch lovers. Ai miei tempi non c'era tutta questa conoscenza, si agiva solo sull'onda dell'emozione che ti regalava un pezzo, oggi invece si compra con una maggiore consapevolezza, il che non guasta ma anzi rende assai più competitivo il mercato».

Raul Tajè, founder of Steel Time, often deals with Patek and Rolex but his true passion are the less talked about but highly elegant brands of the 1940s-60s. «The first watches I started collecting for myself in 1989 included brands such as Leonidas, which is quite rare, Zenith, Omega and Universal Genève, a brand that gave me the satisfaction of buying (and reselling) the only known prototype of a Space

Compax Prototype made in '67 for the U.S. Navy, which then never went into production. Bargains like that, however, only happen once in a while. For example, I found a watch in a flea market that Gianni Agnelli had given to his lawyer, a piece whose storytelling exceeds its rarity. In addition to Patek perpetual calendars and Rolex Daytona watches, at Vicenza I am exhibiting a few Tag Heuer watches, including a Pre Carrera, an Autavia, a Steve McQueen and a Jo Siffert, all models that are not easy to find. Steel Time was founded in 2012 after lengthy reflection that made me favor a job of pure passion over a profession, that of entrepreneur, which I left behind without too many regrets. In these few years, I have also expanded my customer audience overseas, which now covers 50% of my sales. What I like most about this field is the passion that drives people to learn and study details and company histories that few other sectors can boast. Everything has changed since the early 2000s with the first watch-lover discussion forums. In my time there wasn't all this knowledge, you just acted on the wave of emotion that a piece evoked in you. Now, however, you buy with greater awareness, which doesn't hurt since it actually makes the market much more competitive.»

Lorenza Scalisi

THE CLAIM

Crafting the Future

Michela Amenduni, Product Marketing & Communication Manager di IEG, spiega la filosofia del nuovo claim: «Ogni anno cerchiamo di accompagnare le due edizioni di Vicenzaoro con un claim che possa raccontare i filoni di sviluppo. Se quello del 2024 era The Heritage for Tomorrow, quello del '25 guarda ai prossimi 70, sul filo di Crafting the Future. Da una parte sottolinea il senso di costruire insieme un progetto, e dall'altra racchiude il tocco della manualità di un'industria che non può prescindere dall'hand made. Vicenzaoro è sempre più un luogo di networking, con la consapevolezza di essere ad oggi la fiera più importante d'Europa, icona del bello e del ben fatto made in Italy e con in più un'offerta internazionale di qualità».

Occasioni da cogliere al volo

Fra gli aneddoti di Tony Musumeci, Ceo di Vintage Watches Milano, un Patek di rara bellezza e un (mancato) incontro con Sylvester Stallone

Tony Musumeci's anecdotes, Ceo of Vintage Watches Milano, include a Patek of rare beauty and a (missed) meeting with Sylvester Stallone

«Negli ultimi anni abbiamo notato una grande evoluzione nel mondo dell'orologeria, e in particolare alcuni modelli hanno raggiunto prezzi ingiustificati per poi crollare anche del 50% del prezzo, per una logica di pura speculazione e di moda. Orologi vintage di grande qualità non hanno mai subito grossi sbalzi di prezzi e hanno sempre dato soddisfazione anche al cliente più esigente e tradizionale. A VO Vintage proporremo una gamma di GMT Master di tutte le epoche dal 1968 ai giorni d'oggi, compreso un rarissimo GMT Oro con quadrante "stella", ossia in smalto e un GMT oro "Concorde" con una particolare configurazione delle lancette. In questi trent'anni di attività abbiamo avuto la fortuna di comprare e vendere i pezzi più belli della storia dell'orologeria, e di recente un Patek Philippe 2499 in oro rosa, un pezzo di magnifica fattura e rarità. Pezzi così attirano l'attenzione di collezionisti "speciali". A tal riguardo, c'è un aneddoto diventato celebre nell'ambiente.

Qualche tempo fa, nel fine settimana del Gran Premio di Monza, ricevemmo una chiamata dal concierge di un hotel molto importate di Milano, che ci chiese la disponibilità a ricevere in negozio un loro cliente molto importante interessato a visionare qualche pezzo. Dopo qualche ora arrivò in negozio un collaboratore di questo personaggio che ci chiese di aprire il negozio solo per il suo cliente. Aspettammo la chiamata ma purtroppo arrivò domenica sera, quando io ero già partito per gli Stati Uniti. Il lunedì mattina scoprimmo che si trattava di Sylvester Stallone, grande appassionato e collezionista di orologi».

In recent years, we have seen a huge evolution in the world of watchmaking and some models have reached particularly unjustified prices only to crash by as much as 50% due to a logic of pure speculation and fashion. Vintage watches of great quality

have never suffered big price jumps and have always given satisfaction to even the most demanding and traditional customer. At VO Vintage, we will be offering a range of GMT Masters from all eras from 1968 to present day, including an extremely rare Gold GMT with a "stella" dial, or rather, in enamel, and a Gold GMT "Concorde" with a particular configuration of the hands. In our 30 years of business, we have been fortunate enough to buy and sell the finest pieces in watchmaking history and recently, a Patek Philippe 2499 in rose gold, a piece of magnificent workmanship and extreme rarity. Such pieces attract the attention of "special" collectors. In this regard, one anecdote has become famous in our field. Some time ago, on the weekend of the Monza Grand Prix, we received a call from the concierge of a top hotel in Milan requesting our availability to receive a highly important client of theirs in the store, who was interested in viewing a few pieces. A few hours later, an associate of this person arrived at the store asking us open it purely for his client. We waited for



the call but unfortunately, it came on Sunday evening when I had already left for the United States. On Monday morning we found out that it was Sylvester Stallone, a great watch enthusiast and collector.»

Michela Amenduni, Product Marketing & Communication Manager of IEG, explains the philosophy of the new complaint: «Every year we try to accompany the two editions of Vicenzaoro with a claim able to sum up the various threads of development. While that of 2024 was The Heritage for Tomorrow, that of '25 looks to the next 70, based on the idea of Crafting the Future. On the one hand it highlights the sense of building a project together, and on the other, it englobes that touch of manual skill in an industry which cannot do without handmade. Vicenzaoro is ever more a place for networking in the awareness that it is now the most important trade show in Europe, an icon of beautiful and well-made Made in Italy and a quality international offer.»



FULLORD

GENEVA

Westward bound

Il fascino del West, con i suoi paesaggi maestosi e lo spirito indomito dei cowboy, ritorna nell'immaginario collettivo, ispirando nuove creazioni preziose. Per la prossima stagione, i gioielli rivisitano un'estetica rugged, arricchita da un tocco di modernità. Anelli, collane e bracciali si distinguono per dettagli che richiamano il folklore, come frange, ricami e lavorazioni artigianali, esaltati da gemme dai colori vibranti. Pezzi che raccontano la forza e la libertà di un'epoca iconica, unendo la durezza della natura selvaggia a un design raffinato.

Feature by Antonella Reina



A sinistra/left
Buddha Mama

A destra/right
Isabel Marant SS 25



SEEN ON VO+
NAMES TO KNOW



Kitsch Kiosk

Sperimentare con i limiti fisici del vetro per creare design innovativi e originali è il principio fondamentale di Kitsch Kiosk Glass Studio, progetto fondato nel 2022 da Lisa Nagel e Jonas Kamers, duo di designer che, unendo tecniche tradizionali con idee contemporanee, punta alla realizzazione di gioielli che celebrano l'individualità e la libertà. Realizzate e scolpite a mano nel loro laboratorio ad Amburgo, le creazioni invitano a esplorare la bellezza e la complessità di un materiale dinamico che promette combinazioni sempre sorprendenti.

The allure of the West, with its majestic landscapes and the untamed spirit of cowboys, resurfaces in the collective imagination, inspiring new, precious creations. For the upcoming season, jewelry reinterprets rugged aesthetics with a modern twist. Rings, necklaces, and bracelets stand out with details inspired by folklore—fringes, embroidery, and artisanal textures—enhanced by vibrantly colored gemstones. These pieces tell stories of strength and freedom, blending the rawness of the wild with refined design.

Experimenting with the physical limits of glass to create innovative and original designs is the fundamental principle of Kitsch Kiosk Glass Studio, a project founded in 2022 by Lisa Nagel and Jonas Kamers, a design duo who, by combining traditional techniques with contemporary ideas, aim to create jewelry that celebrates individuality and freedom. Made and sculpted by hand in their studio in Hamburg, Germany, the creations invite to explore the beauty and complexity of a dynamic material that always promises surprising combinations.



Emily P. Wheeler



Marlo Laz



MARCELINE

PARIS

Hall 7 Booth 317

FISH ENTERPRISES: THE ART OF ENAMELING

Dal 1982 l'azienda mette al servizio dei più spettacolari gioielli al mondo, la propria abilità tecnica nella smaltatura vetrosa, pliqué-à-jour, basse-taille e champlevé

The company has been putting its technical skill in vitreous enameling, pliqué-à-jour, basse-taille and champlevé at the service of the world's most spectacular jewelry since 1982

"La smaltatura è la nostra passione". È da qui che parte il racconto del viaggio che Fish Enterprises, da oltre 40 anni, ha intrapreso nel mondo della tecnica della smaltatura. L'azienda, americana ma con sede in Thailandia da oltre 35 anni, inizia la sua avventura a nord di Londra nel 1982 attraverso il suo brand Nicole Barr Fine Jewelry. Noto per le tecniche di smaltatura come il pliqué-à-jour, il basse-taille e lo champlevé, l'azienda si è sempre impegnata a realizzare gioielli di altissima qualità. Seguendo gli elevati standard stabiliti dai maestri smaltatori francesi, come René Lalique e Fabergé, l'obiettivo è quello di trasmettere l'antica lavorazione dello smalto in chiave moderna. La storia del marchio è fatta di amore, di passione, di grande competenza e dal desiderio di migliorarsi sempre di più nell'arte della smaltatura, nel design e nell'offerta colore. È così che dal piccolo laboratorio londinese, l'azienda cresce e si dota di un proprio impianto di produzione in Thailandia. Nel 1989 parte la seconda fase di questo viaggio, in un piccolo vicino a Lamphun, dove fu costruito lo stabilimento. Ma come si lavora lo smalto e come si coniuga questa antica arte con le tecniche moderne? La smaltatura è un lavoro artigianale, di amore, passione e non può essere automatizzato come le resine moderne. Le nostre tecniche di produzione sono migliorate nel tempo, passando dallo stampaggio del rame alla fusione dell'argento, dalla creazione di modelli a mano, alla realizzazione di prototipi attraverso i software CAD CAM, con una qualità ed esperienza che ci hanno fatto guadagnare ulteriore stima e fiducia. La lavorazione dello smalto vitreo si ottiene tramite cottura. Il vetro si fonde dalla polvere su un substrato tra i 750 e gli 850 gradi Celsius, la polvere si scioglie, fluisce e poi si indurisce in un rivestimento vitreo liscio che dura nel tempo senza mai sbiadire, così come la texture che non cambia né

si deteriora. I colori utilizzati provengono da miscele di metalli come oro, cobalto e manganese, e ogni cromia - così come accade per le varie tipologie di design - richiede una temperatura di cottura diversa. Il valore di Fish Enterprises risiede anche nel realizzare tutto all'interno del nostro stabilimento, dalla prima all'ultima fase della lavorazione. Offriamo stampaggio, fusione, incastonatura delle pietre, elettroplaccatura, incisione laser e ovviamente le smaltature. Tutto sempre garantendo un controllo di qualità in ogni fase della produzione. Invitiamo ODM partnership (Original Design Manufacturer) per chi cerca un lavoro di alta qualità e a produrre per altri brand in completa riservatezza. Alla gioielleria, nel tempo abbiamo prodotto medaglie militari, quadranti di orologi, loghi per auto e bici e decori per arredi. Fare tutto internamente, senza subappalti, ci ha permesso di essere responsabili al 100% in ogni pezzo che realizziamo e il software ERP Sage, che ci aiuta a pianificare la produzione e a calcolare la nostra efficienza in tempo reale, non solo ci consente di essere puntuali nelle spedizioni, ma anche di calcolare l'efficienza di ciascun lavoratore che sono la nostra più grande risorsa. Siamo un team che lavora insieme per migliorare tutta la nostra produzione. Il nostro successo è anche il loro successo. È la filosofia win-win che funziona.

Fish Enterprises: Hall 4 - stand 423



"Enameling is our passion." This is where the 40-year-old story of Fish Enterprises' journey into the world of enameling technology begins. The American company, which has been based in Thailand for more than 35 years, embarked on its adventure in 1982 with its Nicole Barr Fine Jewelry brand in North London. Known for enameling techniques such as pliqué-à-jour, basse-taille, and champlevé, the company has always striven to make jewelry of the highest quality. Following the high standards set by French master enamellers, such as René Lalique and Fabergé, the aim is to pass on the ancient craft of enameling with a modern twist. The brand's history is one of love, passion, extraordinary expertise, and the desire to constantly improve in the art of enameling, design and color offerings. And so, from that small London workshop, the company began to grow and, established its own production facility in Thailand. The second phase of this journey began in 1989 in a small village near Lamphun in the north of Thailand where the factory was built. But how do you work with enamel and how do you combine this ancient art with modern techniques? Enameling is a craft that requires love and passion and cannot be automated like modern resins. Our production techniques have improved over time, moving from copper stamping to silver casting, from creating molds by hand, to making prototypes through CAD CAM software, all with quality and experience that have earned us further esteem and trust. Vitreous enamel processing is achieved by firing. Glass

is melted from powder on a substrate between 750 and 850 degrees Celsius. The powder melts, flows and then hardens into a smooth vitreous coating that lasts over time without ever fading, as does the texture, which neither changes nor deteriorates. The colors used come from blends of metals such as gold, cobalt and manganese, and each color - depending on the various designs - requires a different firing temperature. Fish Enterprises' value also lies in making everything in-house, from the first to the last stage of processing. We offer stamping, casting, stone setting, electroplating, laser engraving and, of course, enameling, always ensuring quality control at every stage of production. We invite ODM (Original Design Manufacturer) partnerships for those seeking high quality work and to produce for other brands in total confidentiality. In addition to jewelry, over time we have also produced medals for the military, watch dials, logos for cars and bikes, and decorations for furnishings. Doing everything in-house without subcontracting means that we can be 100% responsible in every piece we make, and Sage ERP software, which helps us plan production and calculate our efficiency in real time, not only allows us to be on time with shipments, but also to calculate the efficiency of each worker. Our workers are our greatest asset. We have always emphasized with them that we are a team that work together to improve our jewelry and our productivity. Our success is also their success. It's a win-win philosophy that works!

Fish Enterprises: Hall 4 - stand 423



18 kt



925

Fish

— ENTERPRISES —

Vitreous Enamel Specialists

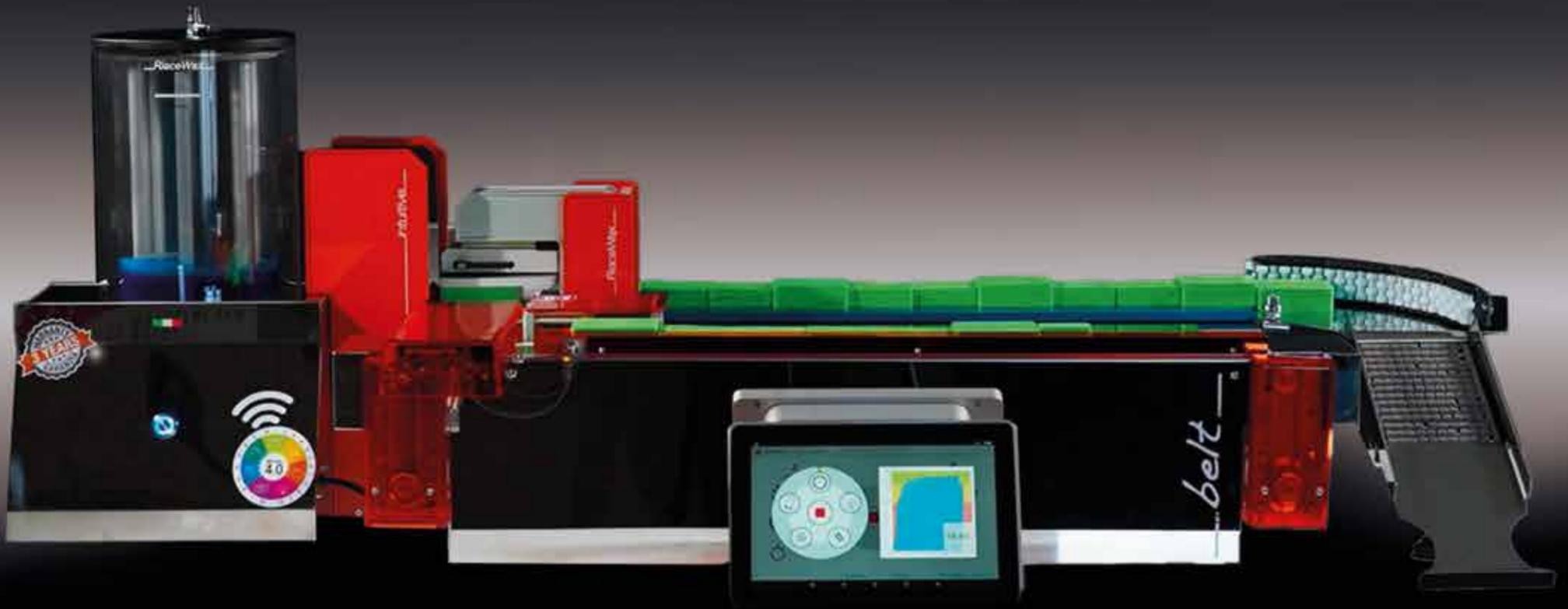


Vitreous enameling, our manufacturing is available to companies looking for superior jewelry production facilities for their own brands and custom products with a need for specialist enameling and other types of jewellery

Hall 4 Stand 423

Riace Wax

WAX INJECTOR TECHNOLOGY



T.G
T.GOLD

Booth 201
Hall 9

riacewax.com



INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

Visit our Minilab and receive your report on the spot!
Find us at Hall 3.0 Booth 128

INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

COLORED STONE REPORT

Dec 19th 2021
IGI Report Number: 467135716
Species: NATURAL BERYL
Variety: EMERALD
Shape and Cutting Style: EMERALD CUT
Weight: 2.46 CARATS
Measurements: 9.07 x 7.54 x 4.73 mm
Color and Transparency: DEEP GREEN
Characteristics: NATURAL INCLUSIONS (PATIFERA)

Comments: Indications of moderate clarity enhancement with oil/resin.

Optical and Physical Properties:

Refractive Index	1.577 - 1.583
Birefringence	0.006
Optic Character	UNIAxIAL
Optic Sign	
Specific Gravity	2.72

Optical and physical properties are approximate values.

www.igi.org

IGI COLORED STONE REPORT



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

igi.org



**China, Hong Kong
& Thailand**

Hall 3.0, 3.1, 3.2, 10 & 11
at
Vicenzaoro
January
17-21 / 1 / 2025



Continental Jewellery (Mfg) Limited
Hall 3.1 #240



EJI
Hall 3.1 #113



Myer Jewelry Manufacturer Ltd.
Hall 3.1 #139

PLAN YOUR TRIP to HKTDC Hong Kong Twin Jewellery Show 2025 (2 – 8 March 2025)! 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 2025! 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!



FREE GIFT

Travel the world with our Multi-function Charging Cable Kit! Receive it from us at Hall 3.1 now! Viaggia con il nostro Cavo Ricarica Multifunzionale! Vieni a prenderlo al Padiglione 3.1! Ti aspettiamo!



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	140
8 Cheng & Cheung Co. (HK) Ltd.	122
9 Christelle Limited	120
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.*	124
26 Kinzoro Limited	116
27 Kwong's Art Jewellery Trading Co., Ltd.	119
28 Lawrence Jewellery Company Limited	161
29 Legrand Jewellery (Mfg.) Company Limited	146a

HALL 3.1 Fine & Silver Jewellery

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
30 Lorenzo Jewelry Ltd.	144
31 Lucky Silver Manufacturer Ltd.	162
32 M. I. Jewelry Limited	129
33 Mercery Jewelry Company Limited*	245
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 Oro Berlin Trading Company Limited*	126
41 P.J. Design Limited	137
42 Pearl Success International Investment Ltd.	99
43 Polaris Jewellery Manufacturer Limited	145
44 Purity Jewelry (HK) Co., Ltd.	135
45 Ritika Raaj Jewelers Ltd.	149
46 Ritone Jewelry International Limited	148
47 Smart Creation Ltd.	103
48 Sucre Jewelry Design Limited	117
49 Sun Tak Hop Jewellery FTY. Ltd.	112
50 Surana Brothers Jewellery Hong Kong Limited	123
51 Timax Jewelry Limited	143
52 Unicorn Jewelry Design Co., Limited	127
53 Universe Gems & Jewellery Company	105
54 Vista Jewelry Limited	121
55 Wing Wo Hing Jewelry Group Limited	163

HALL 3.1 Gemstone

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

Exhibitors	Booth No.
1 Adornet Jewels Co., Ltd*	133
2 RG Crystals Company Limited*	137

HALL 10 Packaging

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

* Non-Members of HKJJA / TGJTA / TSEA



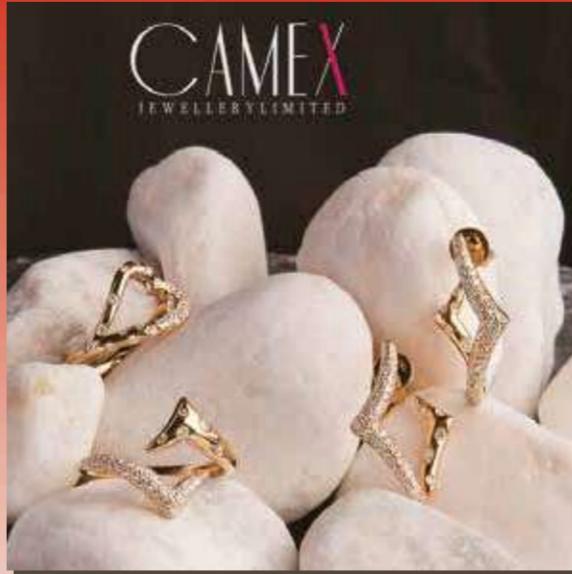
GET A SNAKE PLUSHIE FOR THE YEAR OF THE SNAKE!

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



Able Jewelry Mfg. Ltd.
Hall 3.1 #102



Camex Jewellery Limited
Hall 3.1 #106



Chase Jewellery Manufactory Limited
Hall 3.1 #140



Sunlight Gems
Hall 3.1 #250



Timax Jewelry Limited
Hall 3.1 #143



Highend Collections Ltd.
Hall 3.1 #132

Thailand Exhibitors

HALL 3.1 Fine & Silver Jewellery

Exhibitors	Booth No.
1 Advance Manufacturers Co., Ltd.	248
2 Allure Jewellery Mfg. Co. Ltd.	100
3 Art Event Co., Ltd.	147
4 Bella Jewelry (Factory) Co., Ltd.	246
5 Benson Jewelry Co., Ltd.	243
6 Chai Thai Silp Export Ltd. Part.	244
7 Chokas Jewelry Co., Ltd.	166
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 MKS Jewelry International Co., Ltd.	154
15 Precious Products Jewelry Co., Ltd.	158
16 RCAN Jewellery Co., Ltd.	168
17 Tet Design Co., Ltd.	134
18 Thailink 2012 International Co., Ltd.	104
19 Viva Collection Co., Ltd.	156

HALL 11 Fine & Silver Jewellery

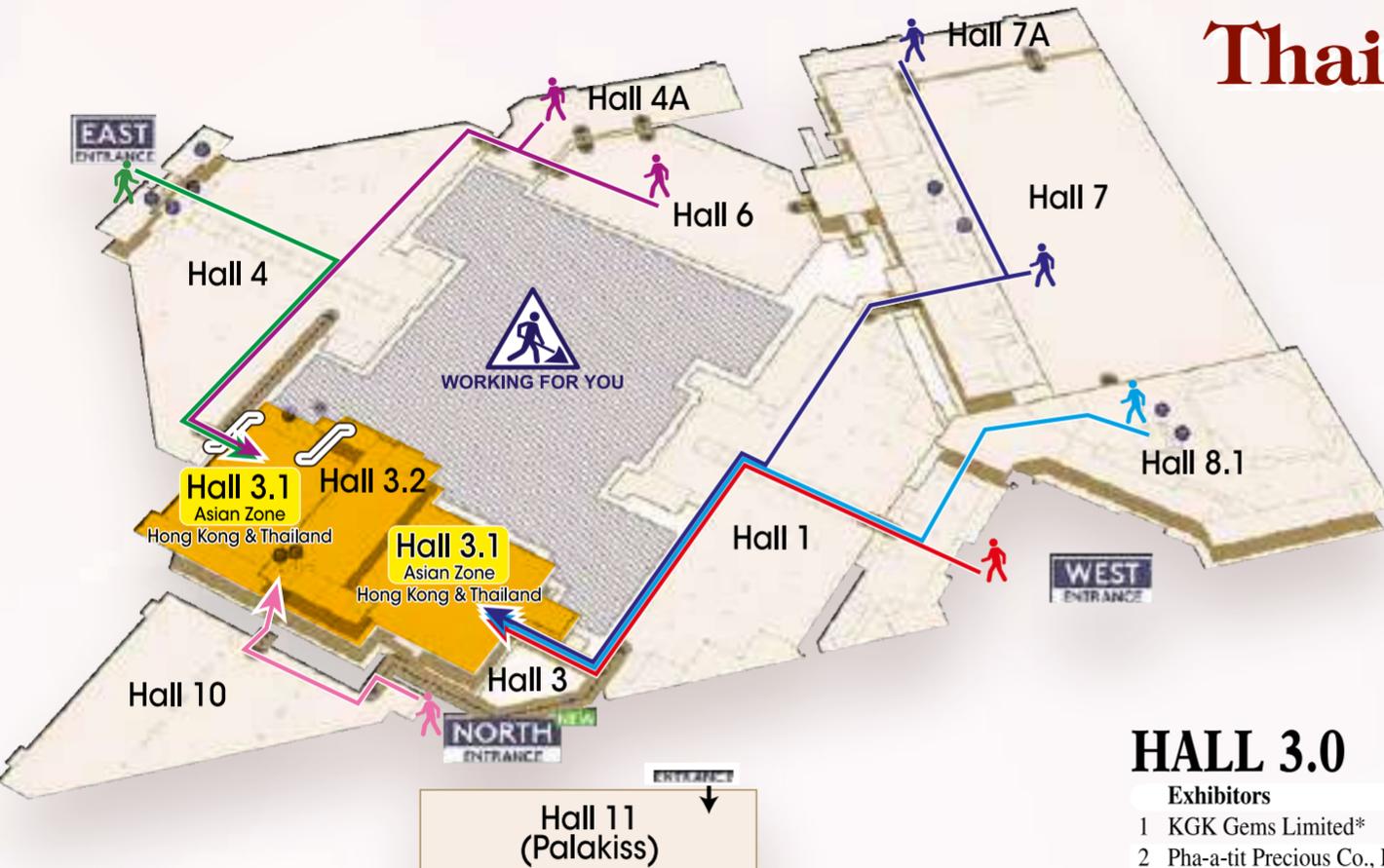
Exhibitors	Booth No.
1 Mainly Silver Design Co. Ltd.	525
2 Sphere Jewelry Manufacturing Co., Ltd.	523
3 Thai Silp Jewelry Co., Ltd.	508

HALL 3.0 Gemstone

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

HALL 3.1 Gemstone

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



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

Sinergie di valore

Opificio, il nuovo polo di manifattura inaugurato da Annamaria Cammilli; le novità della delegazione asiatica HKJJA, i servizi gemmologici di IGI

Opificio, the new manufacturing hub inaugurated by Annamaria Cammilli; the innovations from the HKJJA Asian delegation; the gemmological services offered by IGI



ANNAMARIA CAMMILLI.

Si chiama Opificio, il nuovo polo di manifattura inaugurato da Annamaria Cammilli nel 2024, all'interno della sua storica sede. Un progetto ambizioso, radicato in oltre quarant'anni di esperienza nella creazione di gioielli made in Italy, con cui l'azienda punta a concentrare, in un unico luogo, il meglio delle eccellenze orafe italiane. L'innovativo atelier di scultura orafa contemporanea si distingue dal tradizionale concetto di fabbrica, sia per il tipo di produzione – gioielleria di alto valore artistico – sia per il design all'avanguardia. Tecnologie e macchinari di ultima generazione per la produzione orafa si integrano in un ambiente progettato secondo principi antropocentrici, immerso nel verde delle colline del Chianti.

Opificio is the name of the new manufacturing hub inaugurated by Annamaria Cammilli in 2024 at the brand's historic headquarters. An ambitious project, rooted in over forty years of experience in creating made-in-Italy jewelry, through which the company aims to concentrate the best of Italian goldsmithing excellence in one place. The innovative contemporary goldsmith sculpturing atelier stands out from the traditional factory concept, both in terms of production type - jewelry of high artistic value - and avant-garde design. State-of-the-art technologies and machinery for producing jewelry integrate into an environment designed according to anthropocentric principles, immersed in the green hills of Chianti.



GET
THE LOOK

URBAN
QUEEN



Ann Demeulemeester



HKJJA. L'industria della gioielleria asiatica continua ad avere un impatto significativo sulla scena mondiale, in particolare in occasione di eventi internazionali. A Vicenzaoro HKJJA, che è il riferimento per gioiellieri di Hong Kong e della Thailandia è ancora una volta in prima linea, con una nutrita delegazione di produttori di gioielli e commercianti di pietre preziose. Oltre alla partecipazione dei suoi associati, nelle Zona Asiatica – nei padiglioni 3.0, 3.1, 3.2, 10 e 11 –, si occupa di condividere le informazioni del settore, e di rafforzare il networking, stabilendo connessioni tra i gioiellieri locali e gli operatori internazionali, facilitando la cooperazione commerciale e la promozione dell'industria della gioielleria asiatica nel mondo. Per gli acquirenti alcuni esclusivi vantaggi, tra cui la sponsorizzazione della prossima visita in fiera, a settembre 2025.

The Asian jewelry industry continues to have a significant impact on the world stage, especially at international events. At Vicenzaoro, HKJJA, which is the reference for jewelers from Hong Kong and Thailand, is once again at the forefront, with a large delegation of jewelry manufacturers and gemstone traders. In addition to the participation of its members, in the Asian Zone – in Halls 3.0, 3.1, 3.2, 10 and 11 –, it is responsible for sharing information in the sector, and strengthening networking, establishing connections between local jewelers and international operators, facilitating business cooperation and promoting the Asian jewelry industry worldwide. For buyers, there are some exclusive benefits, including sponsorship of the next visit to the fair, in September 2025.



IGI. Fondato ad Anversa nel 1975, l'IGI - International Gemmological Institute - è l'autorità mondiale nella classificazione di diamanti, pietre preziose e gioielli, ed offre – come nelle passate edizioni – servizi gemmologici in loco per l'analisi e classificazione di diamanti e pietre preziose, con il plus di non avere attese per ricevere i referti (Padiglione 3.0 stand 128). IGI, da oltre 40 anni, è anche riconosciuto come ente di formazione, con la Scuola di Gemmologia che condivide le proprie conoscenze e competenze in oltre 25 Paesi, in dieci lingue diverse, e ha ben cinque sedi in Italia. Gli studenti possono ottenere il Diploma di Gemmologo IGI, aprendosi una carriera nel mondo dei diamanti, delle gemme e dei gioielli.

Founded in Antwerp in 1975, the IGI - International Gemmological Institute - is the world authority in the classification of diamonds, precious stones and jewelry, and offers - as in past editions - on-site gemmological services for the analysis and classification of diamonds and precious stones, with the added bonus of no waiting to receive reports (Hall 3.0 stand 128). IGI, for over 40 years, has also been recognized as a training body, with the School of Gemology that shares its knowledge and skills in over 25 countries, in ten different languages, in ten locations in Italy. Students can obtain the IGI Gemologist Diploma, opening up a career in the world of diamonds, gems and jewelry.

Il diadema, potente e romantico, ritorna in una reinterpretazione contemporanea che ne custodisce tutta la forza. Abbinato a un look urbano arricchito da elementi in pizzo, ristabilisce il valore di una femminilità che non oggi amiamo. Sulla passerella di Ann Demeulemeester, per la collezione P/E 2025.

The diadem, powerful and romantic, returns in a contemporary reinterpretation that preserves all its strength. Paired with an urban look enriched by lace elements, it restores the value of a femininity we cherish today. On the runway at Ann Demeulemeester, for the S/S 2025 collection.



Marina B

Established by Marina Bulgari in 1978

marinab.com

Hall 7 - Booth 300

Trisolina Collection

Opportunità in progress

Le progettazioni luxury di D&sign, le offerte digitali di ePlay e Art&soft, il 25° anniversario di Falsini

The luxury designs of D&Sign, the digital solutions by ePlay and Art&Soft, and Falsini's 25th anniversary



D&SIGN. Da oltre 30 anni D&sign, l'azienda fondata dal designer Fabio Antonuzzi, realizza le migliori gioiellerie in tutto il mondo. Un iter rodato che vede la progettazione, con studio del contesto, degli spazi, delle esigenze funzionali e operative e dei marchi rappresentati, così come la produzione di arredamento in linea con le richieste del committente, la direzione lavori (una delle fasi più delicate), e poi

premontaggio e montaggio in tutto il mondo a carico dello staff. Per questo D&sign viene scelta dai più importanti player del settore, ed oggi anche da Al Qurum, marchio leader di gioielleria in Oman, che l'ha incaricata di ripensare il proprio negozio di Sohar City. Un progetto ambizioso per il quale Fabio Antonuzzi ha ideato un concept veramente innovativo, con linee che mettono in luce lusso e design della location e

allo stesso tempo creano un ambiente funzionale per il cliente, che è indotto ancor più a desiderare il gioiello che qui rimane il protagonista assoluto. Da qualche anno, inoltre, D&sign è online con una collezione di prodotti Best Seller che comprende teche, banchi e intere pareti espositive, pronte per rimodernare il proprio negozio.

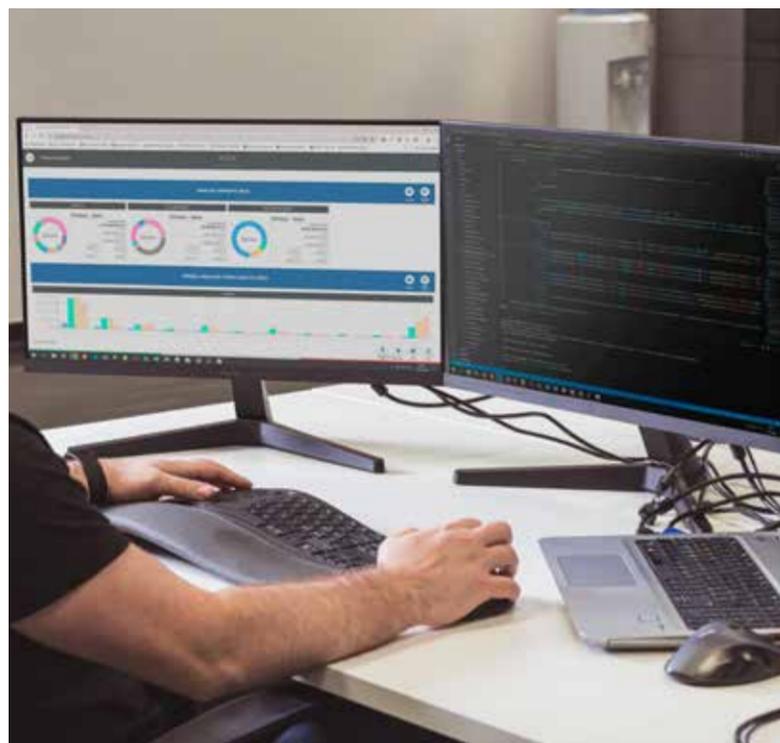
For over 30 years, D&sign, the company founded by designer Fabio Antonuzzi, has been creating the best jewelry stores in the world. A well-established process that includes design, with a study of the context, spaces, functional and operational needs and the brands represented, as well as the production of furniture in line with the client's requests, the management of the works (one of the most delicate phases), and then pre-assembly and assembly all over the world by the staff. This is why D&sign is chosen by the most important players in the sector, and today also by Al Qurum, a leading jewelry brand in Oman, which commissioned it to re-design its store in Sohar City. An ambitious project for which Fabio Antonuzzi has created a truly innovative concept, with lines that highlight the luxury and design of the location and at the same time create a functional environment for the customer, who is induced even more to desire the jewel that here remains the absolute protagonist. For a few years now, D&sign has also been online with a collection of Best Seller products that includes display cases, counters and entire display walls, ready to modernise your shop.

GET THE LOOK

CLASSIC FLAMBOYANT



Chanel



EPLAY/ART&SOFT. La digitalizzazione del settore orafa sta trasformando non solo la produzione, ma anche le dinamiche commerciali e il rapporto tra brand, retail e boutique: ePlay e Art&soft sono in prima linea in questa rivoluzione grazie all'introduzione di soluzioni avanzate di CRM e Sales, accessibili in modalità SaaS (Software as a Service) su PC, tablet e smartphone. Sono soluzioni che si presentano come app multi-dispositivo, con un accesso immediato, operative in qualsiasi momento. I moduli offrono anche funzioni di file sharing, condivisione di lookbook, materiali pubblicitari, social kit.

The digitalization of the gold sector is transforming not only production, but also commercial dynamics and the relationship between brands, retail and boutiques: ePlay and Art&soft are at the forefront of this revolution thanks to the introduction of advanced CRM and Sales solutions, accessible in SaaS (Software as a Service) mode on PCs, tablets and smartphones. These solutions are presented as multi-device apps, with immediate access, operational at any time. The modules also offer file sharing functions, sharing of lookbooks, advertising materials, social kits.



FALSINI. Da cinquant'anni, Falsini è sinonimo di passione e artigianalità nel mondo dell'oreficeria. Oggi Nadia e Andrea celebrano il loro 25° anno di attività alla guida dell'azienda portando avanti l'eredità di una tradizione familiare che affonda le radici in un passato glorioso, con una missione: rendere con la leggerezza l'oro accessibile a tutti, trasformandolo in un elemento di ornamento personale perché non è solo un metallo prezioso, ma un simbolo di bellezza e di connessione, un modo per esprimere la propria unicità con eleganza e stile.

For fifty years, Falsini has been synonymous with passion and craftsmanship in the world of goldsmithing. Today Nadia and Andrea are celebrating their 25th year of activity at the helm of the company, carrying on the legacy of a family tradition that has its roots in a glorious past, with a mission: to make gold accessible to all with lightness, transforming it into an element of personal adornment because it is not just a precious metal, but a symbol of beauty and connection, a way to express one's uniqueness with elegance and style.

La rondine come ispirazione per un look che unisce stile classico e originalità. Una delle più belle creature che migrano in cielo cede le sue sembianze agli orecchini e ai ricami di un colletto, per infondere un'allure di libertà. Sulla passerella di Chanel, per la collezione P/E 2025.

The swallow serves as inspiration for a style that blends classic style with originality. One of the most beautiful creatures to migrate across the sky lends its form to earrings and collar embroidery, imbuing the look with an air of freedom. On the runway at Chanel, for the S/S 2025 collection.

DIAMONDGROUP
GERMANY  HONG KONG
FINE JEWELRY



Discover the Art of Fine Jewelry

Learn more about our company, exclusive collections, and specialized services online at link.diamondgroup.de/vicenzaoro

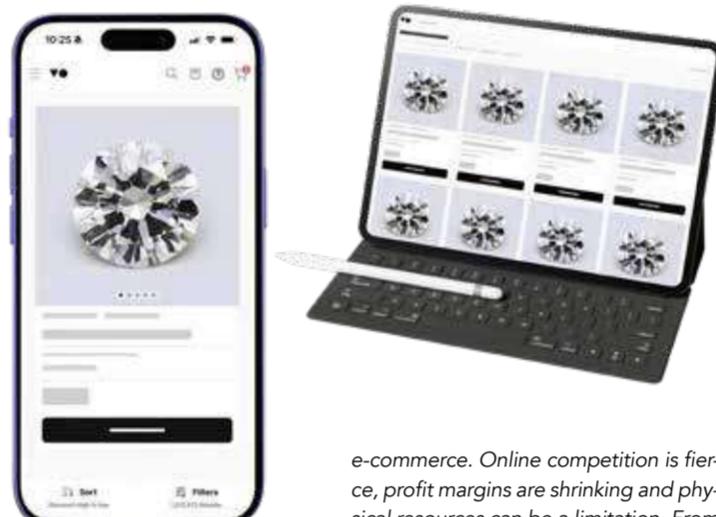
Meet us in person at **Hall 6 | Booth 210** and explore our stunning jewelry creations.



Le gemme e i loro riflessi

La piattaforma digitale di Nivoda, la nuova collezione Twinkle di S'Agapō, l'alta gioielleria firmata Artur Scholl

The digital platform by Nivoda, the new Twinkle collection by S'Agapō, and the high jewelry by Artur Scholl



NIVODA. In un mondo sempre più digitale, anche il mercato delle pietre preziose sta vivendo una profonda trasformazione. Tra i protagonisti di questa rivoluzione, Nivoda emerge come un punto di riferimento. Un successo radicato in una visione innovativa che risponde alle esigenze delle nuove dinamiche tecnologiche. «Gestire un laboratorio orafa o una gioielleria nell'era digitale presenta sfide significative», spiega Carlo Maina, Business Development Manager Italia di Nivoda. «Con Nivoda, offriamo soluzioni innovative per aiutare gioiellieri e orafi a competere nell'e-commerce. La concorrenza online è agguerrita, i margini di guadagno si assottigliano e le risorse fisiche

possono rappresentare un limite. Dalla pressione sui prezzi alla necessità di creare esperienze digitali coinvolgenti e di gestire l'inventario in modo più efficiente, il nostro obiettivo è fornire gli strumenti necessari per superare queste sfide e far crescere il business». La gestione dell'inventario è uno degli aspetti più critici per gioiellieri e orafi. Nivoda ha ridimensionato il problema offrendo un accesso diretto a oltre 2 milioni di diamanti naturali e lab-grown, pietre preziose e melee, provenienti dai migliori fornitori mondiali, questo consente di abbandonare l'idea di un inventario fisico, riducendo i rischi di scorte obsolete o investimenti onerosi. Ogni pietra è a portata di clic, pronta per es-

sere visualizzata e acquistata in tempo reale, senza limiti di quantità o confini geografici.

In an increasingly digital world, even the gemstone market is undergoing profound transformation. Nivoda, one of the protagonists of this revolution, emerges as a benchmark. A success rooted in an innovative vision that responds to the needs of new technological dynamics. «Running a goldsmith's workshop or jewelry store in the digital age involves significant challenges,» explains Carlo Maina, Nivoda's Business Development Manager Italy. «At Nivoda, we offer innovative solutions to help jewelers and goldsmiths compete in

e-commerce. Online competition is fierce, profit margins are shrinking and physical resources can be a limitation. From pricing pressure to the need to create engaging digital experiences and a more efficient inventory management, our goal is to provide the tools needed to overcome these challenges and increase business.» Inventory management is one of the most critical aspects for jewelers and goldsmiths. Nivoda has alleviated the problem by offering direct access to over 2 million natural and lab-grown diamonds, gemstones and melee stones from the world's best suppliers in order to move away from the idea of a physical inventory and reduce the risks of outdated stock or costly investments. Every stone is just a click away, ready to be viewed and purchased in real time with no limits regarding quantity or geographical boundaries.

S'AGAPŌ. Bagliori infiniti, luci radiose, scintille luminose: il cielo si anima, pieno com'è di stelle che hanno il potere di guidare, ispirare e trasformare tutto quello che incontrano, che toccano, che avvolgono. Twinkle è una collezione in acciaio, oro e cristalli dall'anima iperfemminile: non è solo l'esaltazione dello splendore a 360 gradi, piuttosto è una sorta di "promemoria" per ricordare ogni giorno che anche il più piccolo frammento di luce può risplendere nel buio. È il coraggio di alzare lo sguardo, di credere nei sogni, di illuminare il proprio percorso, anche quando tutto sembra senza senso.



Infinite flashes, radiant lights, bright sparks: the sky comes alive, full as it is of stars that have the power to guide, inspire and transform everything they encounter, touch and envelop. Twinkle is a collection in steel, gold and crystals with a hyper-feminine soul: it is not only the exaltation of 360-degree splendor, but rather a sort of "reminder" to remember every day that even the smallest fragment of light can shine in the darkness. It is the courage to look up, to believe in dreams, to illuminate your path, even when everything seems meaningless.



ARTUR SCHOLL. L'alta qualità artigianale e un design senza tempo rendono ogni gioiello di Artur Scholl inconfondibile. La storia del brand di Alta Gioielleria tedesca inizia a Pforzheim, nel 1947, prendendo il nome del fondatore e, fin da subito, imponendosi come uno dei gioiellieri più apprezzati dall'élite. A fine anni Settanta l'azienda passa in mano al figlio, Gerhard Scholl, che con la stessa passione la fa crescere sotto la sua direzione e conquista un ruolo da protagonista in Europa e, dagli anni Novanta, nel mondo. Il suo obiettivo rimane da sempre quello di "Creare il meglio che il mercato della gioielleria ha da offrire", sia con inconfondibili collezioni sia con gioielli realizzati secondo i desideri e le specifiche del cliente.

The high quality of craftsmanship and a timeless design make every jewel by Artur Scholl unmistakable. The history of the German High Jewelry maison begins in Pforzheim, in 1947, taking the name of the founder and, right from the start, establishing itself as one of the jewelers most appreciated by the elite. At the end of the Seventies, the company passed into the hands of his son, Gerhard Scholl, who with the same passion made it grow under his direction and conquered a leading role in Europe and, since the Nineties, in the world. His goal has always been that of "Creating the best that the jewelry market has to offer", both with unmistakable collections and with jewels made according to the wishes and specifications of the customer.

GET
THE LOOK

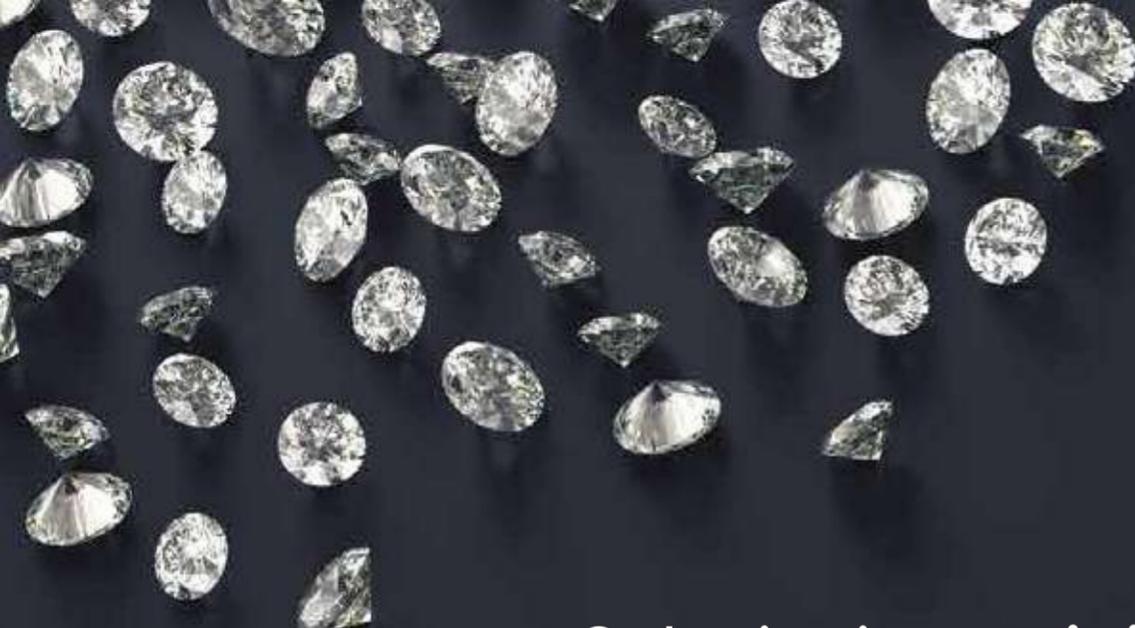
NATURAL
CHARM



Chloé

Come custodi dei segreti di mari lontani, gli orecchini con pendenti a forma di conchiglie infondono un'aura di naturalezza selvaggia e al contempo lussuosa a un look rilassato, pensato per le calde giornate estive. Sulla passerella di Chloé, per la collezione P/E 2025.

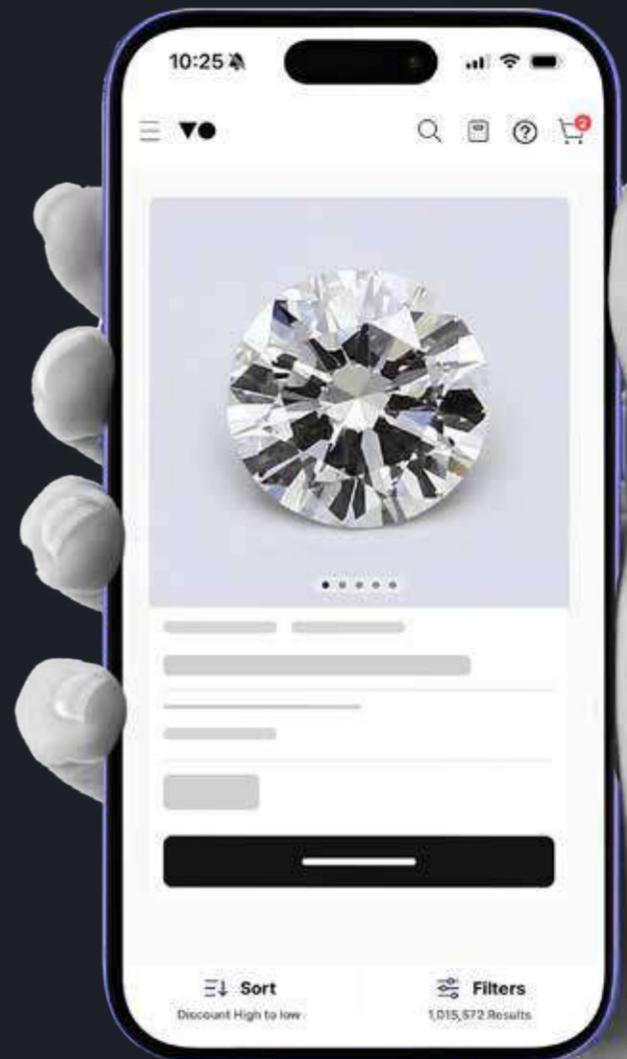
Like guardians of secrets from distant seas, the earrings with shell-shaped pendants infuse an aura of wild naturalness and simultaneously luxurious charm to a relaxed look, perfect for warm summer days. On the runway at Chloé, for the S/S 2025 collection.



Nivoda Online Marketplace

Soluzioni per **gioiellieri e orafi** per competere nel mondo dell'e-commerce

- ✔ **Inventario Globale a Portata di Mano:** accesso immediato a oltre 2 milioni di diamanti naturali e lab-grown, melee e pietre preziose da fornitori verificati in tutto il mondo, per trovare sempre la pietra perfetta per il tuo cliente, senza dover investire in un ampio inventario fisico.
- ✔ **Showroom virtuale:** Tramite l'applicazione Nivoda Showroom, con una rapida ricerca, puoi mostrare esattamente ciò che il cliente cerca e concludere la vendita sul momento.
- ✔ **Feeds:** se avete un sito e-commerce, tramite i nostri feeds potete arricchire la vostra offerta e raggiungere una vasta clientela
- ✔ **Servizio Completo:** Dal controllo qualità, alla fatturazione e spedizione, il team di Nivoda gestisce tutta la logistica, permettendoti di concentrarti sui tuoi clienti e sulla crescita del tuo business con serenità.



Le novità high-tech

Le frese Super Q Black Line di Niqua Group e il primo anno di RiaceWax Vision

The Super Q Black Line cutters by Niqua Group and the first anniversary of RiaceWax Vision



NIQUA. Niqua Group presenta le frese Super Q Black Line, progettate per gli incastonatori professionisti alla ricerca della massima precisione, durata e prestazione. Costruite con una durezza ineguagliabile, superano la durata delle tradizionali frese in carburo, assicurando una longevità e una consistenza eccezionali. Sviluppate per soddisfare le rigorose esigenze della lavorazione dei metalli preziosi, offrono i tagli più netti e precisi. Ogni fresa è sapientemente affilata per migliorare l'esperienza di incastonatura della pietra, consentendo di ottenere risultati impeccabili.

Niqua Group presents the Super Q Black Line cutters, designed for professional stone setters in search of maximum precision, durability and performance. Built with unparalleled hardness, they outlast traditional carbide cutters, ensuring exceptional longevity and consistency. Developed to meet the rigorous demands of precious metal working, they deliver the cleanest, most precise cuts. Each cutter is expertly sharpened to enhance the stone setting experience, allowing for impeccable results.

**GET
THE LOOK**

**OCEAN
ECHOES**



Etro

Un paio di orecchini magistralmente forgiati seguendo la silhouette di una sirena si aggrappano ai lobi. Il loro blu, intenso quanto le profondità marine, è ripreso dai raffinati ricami dell'abito di pizzo. Un look che incarna e celebra la leggiadria. Sulla passerella di Etro per la collezione P/E 2025.

A pair of earrings, masterfully crafted in the shape of mermaids, cling to the earlobes. Their deep blue, as intense as the ocean depths, is echoed in the delicate lace embroidery of the dress. A look that embodies and celebrates grace. On the Etro runway, for the S/S 2025 collection.



RIACEWAX. L'azienda leader nella produzione degli iniettori di cera, a T.Gold 2025, celebra il primo anno di RiaceWax Vision e il suo successo nel mercato italiano e internazionale, che è andato ad affiancare le linee Endura ed Intuitive. Il concetto di pinza trasversa-

le Open Frame e il gruppo a iniezione Volcano, hanno reso questa macchina più potente e costante nel tempo. L'ergonomia e la versatilità di carico degli stampi e il range di parametri ottimali per l'iniezione, sono stati gli aspetti più apprezzati. Il nuovo iniettore è confi-

gurabile con interfaccia touch 7" per operatori che non necessitano della connessione alla rete e con PC Industriale da 10", compatibile con i più aggiornati requisiti dell'Industria 4.0.

The leading company in the production of wax injectors celebrates the first year of RiaceWax Vision and its success in the Italian and international market at T.Gold 2025, which has joined the Endura and Intuitive lines. The Open Frame transverse gripper concept and the Volcano injection unit have made this machine more powerful and consistent over time. The ergonomics and versatility of mold loading and the range of optimal parameters for injection were the most appreciated aspects. The new injector can be configured with a 7" touch interface for operators who do not need a network connection and with a 10" Industrial PC, compatible with the most up-to-date Industry 4.0 requirements.

Hall 7 Booth 493



ZEN
diamond

www.zendiamond.com export@zendiamond.com

Sfumature di blu

La nuova proposte preziose di Zen Diamond, l'ispirazione all'azzurro di Evanueva

The new valuable proposals from Zen Diamond, the inspiration of the blue by Evanueva



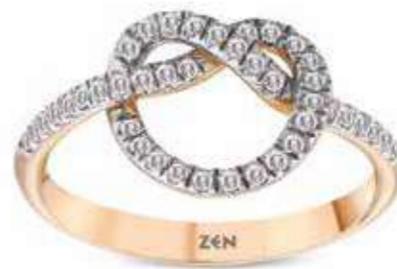
ZEN DIAMOND. Know how tecnico, esperienza e abilità nella progettazione e produzione di gioielli fanno di Zen Diamond un leader a livello mondiale, con 400 punti vendita in tutto il mondo. Nonché il più grande produttore di gioielli con diamanti in Europa, con una capacità produttiva di oltre 50mila pezzi al mese. In fiera presenta la nuova collezione Tulip, in cui il fiore simbolo di amore profondo e purezza è immortalato con pietre preziose e diamanti la cui brillantezza dona un senso di eternità. Ad essa si aggiunge la nuova serie Love Knot, creata per coloro che sono profondamente legati a sentimenti quali

l'amore, la fedeltà e l'affetto, che viene simboleggiato da un nodo impreziosito da diamanti su anelli, orecchini, collane e bracciali. Infine Entourage, che è un classico del mondo della gioielleria, con i diamanti che circondano preziose gemme colorate quali zaffiri, smeraldi e rubini accuratamente selezionati da Zen Diamond e pensata per le moderne principesse.

Technical know-how, experience and skill in designing and producing jewelry make Zen Diamond a world leader, with 400 stores worldwide. It is also the largest manufacturer of

diamond jewelry in Europe, with a production capacity of over 50,000 pieces per month. At the fair, it presents the new Tulip collection, in which the flower symbolizing deep love and purity is immortalized with precious stones and diamonds whose brilliance gives a sense of eternity. It is joined by the new Love Knot series, created for those who are deeply connected to feelings such as love, loyalty and affection, which is symbolized by a knot embellished with diamonds on rings, earrings, necklaces and bracelets. Finally, Entourage, which is a classic in the world of jewelry, with

diamonds surrounding precious colored gems such as sapphires, emeralds and rubies carefully selected by Zen Diamond and designed for modern princesses.



GET THE LOOK

MYTHICAL POWER



Miu Miu

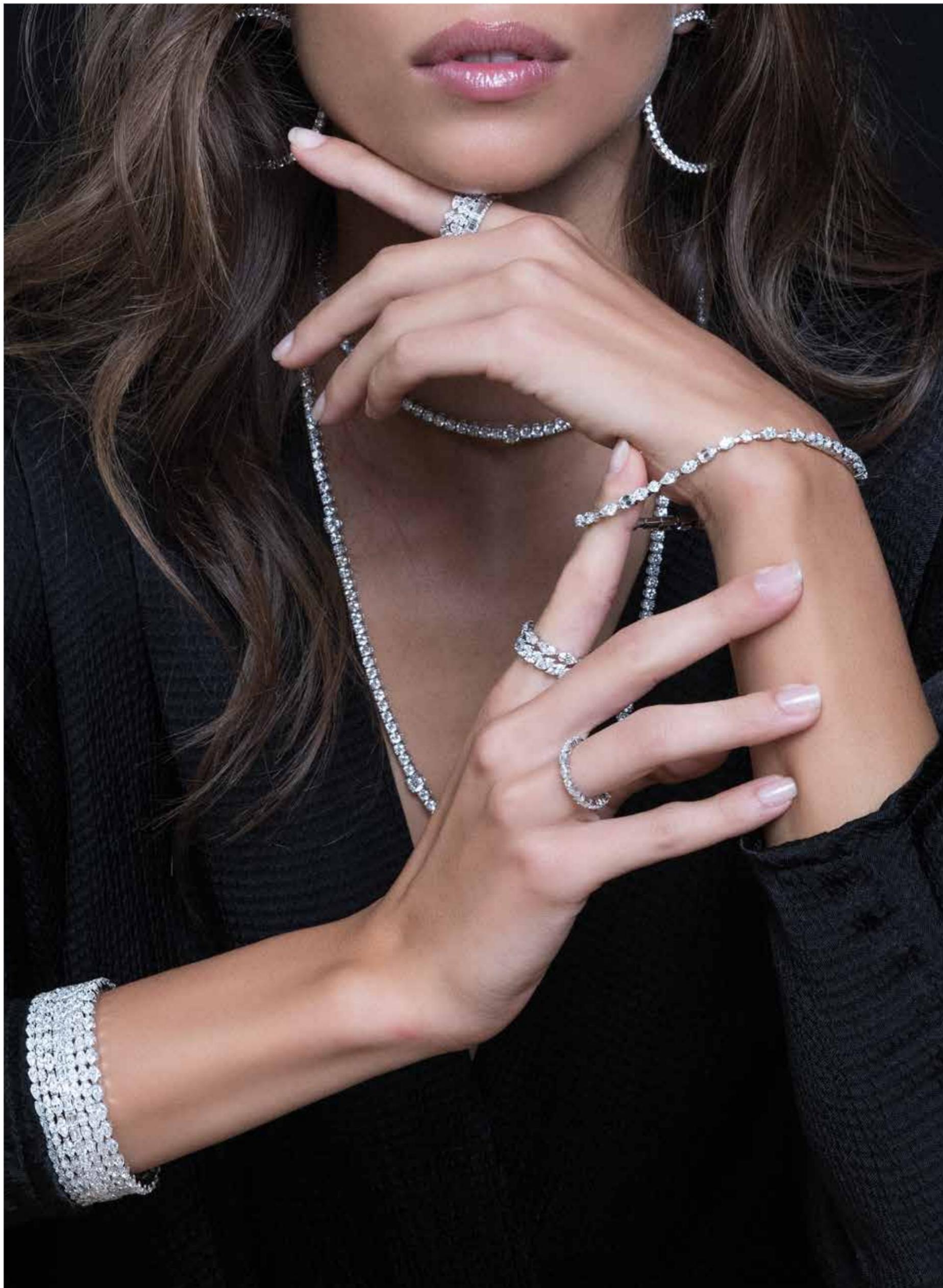
Reminiscenza di epoche mitologiche, il bracciale alla schiava, oggi si indossa sovrapposto ai bordi delle maniche, per trasformarsi in un emblema di forza, fascino ed empowerment femminile. Sulla passerella di Miu Miu, per la collezione P/E 2025.

Resonating with mythical eras, the slave bracelet is now worn layered over the cuffs, evolving into a symbol of strength, allure, and female empowerment. On the runway at Miu Miu, for the S/S 2025 collection.



EVANUEVA. Il colore del cielo e del mare, quello che meglio di qualunque altro riassume la voglia di primavera e di estate: Evanueva parte da qui, dall'azzurro, declinato in tutte le sue infinite sfumature mescolate ai verdi, ai rosa, ai viola, per dare un'identità cromatica ben definita alla collezione Petite. Gli orecchini, realizzati a mano con pietre naturali strette in montature d'oro, grazie ai giochi di chiaroscuro regalano sofisticati effetti di luminose trasparenze.

Technical know-how, experience The color of the sky and the sea, the one that better than any other sums up the desire for spring and summer: Evanueva starts from here, from the blue, declined in all its infinite shades mixed with greens, pinks, purples, to give a well-defined chromatic identity to the Petite collection. The earrings, handmade with natural stones tightened in gold frames, thanks to the chiaroscuro effects give sophisticated effects of luminous transparency.



Arte e consapevolezza

Le nuove creazioni di Arpas e Verdi: intriganti, preziose e responsabili

The new creations by Arpas and Verdi: intriguing, precious, and responsible



ARPAS. La storia di Arpaş è un progetto in continua crescita. Quando inizia nel 1982, oltre ad essere la prima nell'utilizzo della tecnologia moderna in Turchia, lo è anche nell'esportare i gioielli in oro al di fuori dal Paese. Ed è anche la prima, nel 2014, a essere membro ufficiale del Responsible Jewellery Council (RJC), l'organizzazione con sede negli Stati Uniti che si occupa di promuovere l'uso di oro estratto in condizioni di lavoro ecologiche, responsabili e corrette e a monitorare questa catena fino all'utente finale, fornendo una certificazione. Oggi, i prodotti di Arpaş si trovano in gioiellerie selezionate in tutta la Turchia e in altri 81 Paesi, e nessun altro marchio può vantare una produzione di gioielli in oro di fantasia utilizzando così tante tecnologie diverse sotto un unico tetto, che è quello dello stabilimento di produzione di Arpaş che si estende in un'area di oltre 41mila metri quadrati. E dove il brand turco si impegna a sviluppare nuovi modi per massimizzare il valore, riducendo al minimo l'uso di energia e i rifiuti.

The history of Arpaş is a project that continues to grow. When it started in 1982, in addition to being the first in using modern technology in Turkey, it was also the first in exporting gold jewelry outside the country. And it was also the first, in 2014, to be an official member of the Responsible Jewellery Council (RJC), the organization based in the United States that promotes the use of gold mined under environmentally friendly, responsible and fair working conditions and monitors this chain up to the end user, providing certification. Today, Arpaş products are found in selected jewelry stores throughout Turkey and in 81 other countries, and no other brand can boast of producing fancy gold jewelry using so many different technologies under one roof, which is that of the Arpaş production plant that extends over an area of over 41 thousand square meters. And where the Turkish brand is committed to developing new ways to maximize value while minimizing energy use and waste.



VERDI. Quella di Verdi, azienda valenzana attiva da tre generazioni, precisamente dal 1971, è una manifattura italiana di altissima qualità che si traduce in collezioni dalla forte identità, ciascuna pensata per esaltare il carattere di chi le indossa: nella collezione Blues a dominare è il blu profondo delle tanzaniti, pietra misteriosa quanto rara che, in Rock'n'Roll, lascia spazio al rosso vivo del corallo misto alle nuances intense di turchese e malachite. Chillout e Opera sono invece giocate sull'alternanza di oro rosa e bianco o total white per un mood glamour, passpartout per ogni

momento della giornata e per ogni outfit, dal casual chic al tailleur fino all'abito da grande soirée. Materie prime rigorosamente selezionate fra quelle ecologiche e sostenibili, in particolare corallo, turchese e malachite, sempre combinate in modo innovativo ma naturalmente armonico come una sinfonia d'autore deve essere.

Verdi, a company from Valenza that has been active for three generations, precisely since 1971, is an Italian manufacturing of the highest quality that translates into collections with a strong identity, each designed to



enhance the character of the wearer: in the Blues collection, the dominant feature is the deep blue of tanzanites, a mysterious and rare stone as, in Rock'n'Roll, the bright red of coral mixed with the intense nuances of turquoise and malachite. Chillout and Opera are instead played on the alternation of rose gold and white or total white for a glamorous mood,

a passe-partout for every moment of the day and for every outfit, from casual chic to a suit to a dress for a grand soirée. Raw materials rigorously selected from among the ecological and sustainable ones, in particular coral, turquoise and malachite, always combined in an innovative but naturally harmonious way as an author's symphony should be.

GET THE LOOK

REFINED BOLDNESS



MM6 MAISON MARGIELA

Giacca over, jeans aderenti e strappati che slanciano la figura, fili di perle al collo: in questo look c'è tutto ciò che serve per celebrare uno stile moderno, raffinato ed estremamente audace. Sulla passerella di MM6 Maison Margiela, per la collezione P/E 2025.

Oversized jacket, tight and ripped jeans that elongate the figure, pearl strands around the neck: this look has everything needed to celebrate a style that is modern, refined, and incredibly bold. On the runway at MM6 Maison Margiela, for the S/S 2025 collection.

PAV. 9_ T.GOLD
STAND 161 /190

JEWELLERY & FASHION



Laser Welding



LM-DT 180 MS

**Manual laser welding system designed
for high precision processing of precious metals**

- + Smart Spot technology for a repeatable welding process and wider depth of field range
- + MicroSpot for welding up to 0,1 mm
- + Reliable cooling system
- + Syncro View system of microscope and integrated monitor

Iridescenza immortale

Ingegno e versatilità per le nuove creazioni firmate Yoko London e Yana Nesper

Ingenuity and versatility in the new creations by Yoko London and Yana Nesper



YOKO LONDON. Nel 2025 Yoko London continua il suo percorso di Redefining Pearls, ovvero "ridefinire le perle", magnifici doni della natura, presentando nuovi pezzi esclusivi dall'anima artigianale. Ecco allora Selene, la collana con cerniera: l'innovativo design all'avanguardia della zip è al centro della scena, illuminato da 377 diamanti incastonati nell'oro bianco che conducono a una luminosa perla dei Mari del Sud. L'ingegnoso meccanismo con cerniera consente di regolare la lunghezza e di modificare lo stile della collana, mentre

la perla rimovibile offre infinite personalizzazioni. Questo pezzo, già definibile iconico per la sua complessa realizzazione, segna l'inizio di una nuova era per Yoko London. Infatti, nell'ambito della campagna City Glitz, dove lo spirito urbano incontra il design all'avanguardia, il brand sta introducendo una serie di creazioni innovative che fondono ingegno e versatilità, ridefinendo così il concetto di lusso moderno basato, ora, sulla infinita offerta di possibilità di personalizzazione.

In 2025, Yoko London continues its journey of Redefining Pearls, that is, "redefining pearls", magnificent gifts of nature, presenting new exclusive pieces with an artisanal soul. Here then is Selene, the necklace with a zipper: the innovative cutting-edge design of the zip takes center stage, illuminated by 377 diamonds set in white gold that lead to a luminous South Sea pearl. The ingenious hinge mechanism allows you to adjust the length and change the style of the necklace, while the removable pearl

offers infinite customizations. This piece, already definable as iconic for its complex construction, marks the beginning of a new era for Yoko London. In fact, as part of the City Glitz campaign, where the urban spirit meets cutting-edge design, Yoko London is introducing a series of innovative creations that blend ingenuity and versatility, thus redefining the concept of modern luxury based, now, on the infinite offer of customization possibilities.



YANA NESPER. La perla esaltata in tutta la sua perfezione: la nuova collezione Appassionata di Yana Nesper rilancia la purezza, il candore, la sfericità delle perle Akoya attraverso un design dai tratti minimalisti, essenziali, dal quale, però, emerge un'altra perfezione, quella del cerchio. I diamanti hanno il compito di illuminare le forme sinuose degli orecchini e delle collane, una con pendente, in un brillante oro giallo. Non manca l'intuizione geniale: gli orecchini possono essere indossati in tre modi diversi, con le perle ascendenti o discendenti per diametro oppure chiuse a cerchio. Eleganza allo stato puro.

The pearl exalted in all its perfection: the new Appassionata collection by Yana Nesper relaunches the purity, the candor, the sphericity of Akoya pearls through a design with minimalist, essential features, from which, however, another perfection emerges, that of the circle. The diamonds have the task of illuminating the sinuous shapes of the earrings and necklaces, one with a pendant, in a brilliant yellow gold. There is no lack of brilliant intuition: the earrings can be worn in three different ways, with the pearls ascending or descending in diameter or closed in a circle. Elegance in its purest state.



GET THE LOOK

TIMELESS BLACK



NINA RICCI

Il valore senza tempo del nero si estende anche ai gioielli scelti per completare uno stile da diva contemporanea. I due bracciali dalle forme bombate sono l'elemento inatteso che mancava per conferire a questo look un'aura imperiale. Sulla passerella di Nina Ricci, per la collezione P/E 2025.

The timeless value of black extends to the jewelry selected to complete a contemporary diva style. The two bracelets, with their sculpted, rounded forms, are the unexpected element that this look needed to achieve an imperial allure. On the runway at Nina Ricci, for the S/S 2025 collection.

Electro Polishing

Koras[®] Aquapol[®] Series

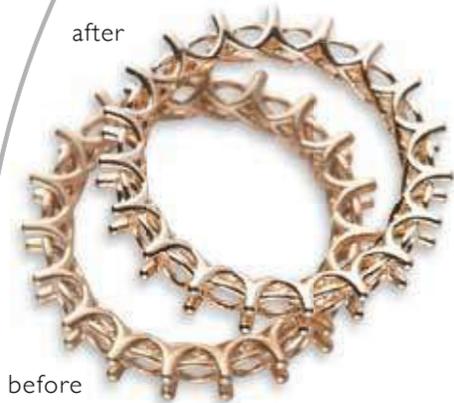
Polishing atom for atom – but really fast

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



Aquapol[®] 100
up to 96
jewellery pieces.

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



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

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

**New
Version 2.0**

**Green
Technology**

KORAS[®]
PRECIOUS METAL RECYCLING

MADE
IN
GERMANY

A woman with dark hair and blue eyes is the central focus, wearing a shimmering gold spaghetti-strap dress. She is adorned with a matching gold necklace, a ring on her right hand, and a bracelet on her left wrist. Her hands are elegantly posed near her face. The background is dark, making the gold jewelry and dress stand out.

Ω
OmegaArt
Escape the ordinary, unveil trends

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

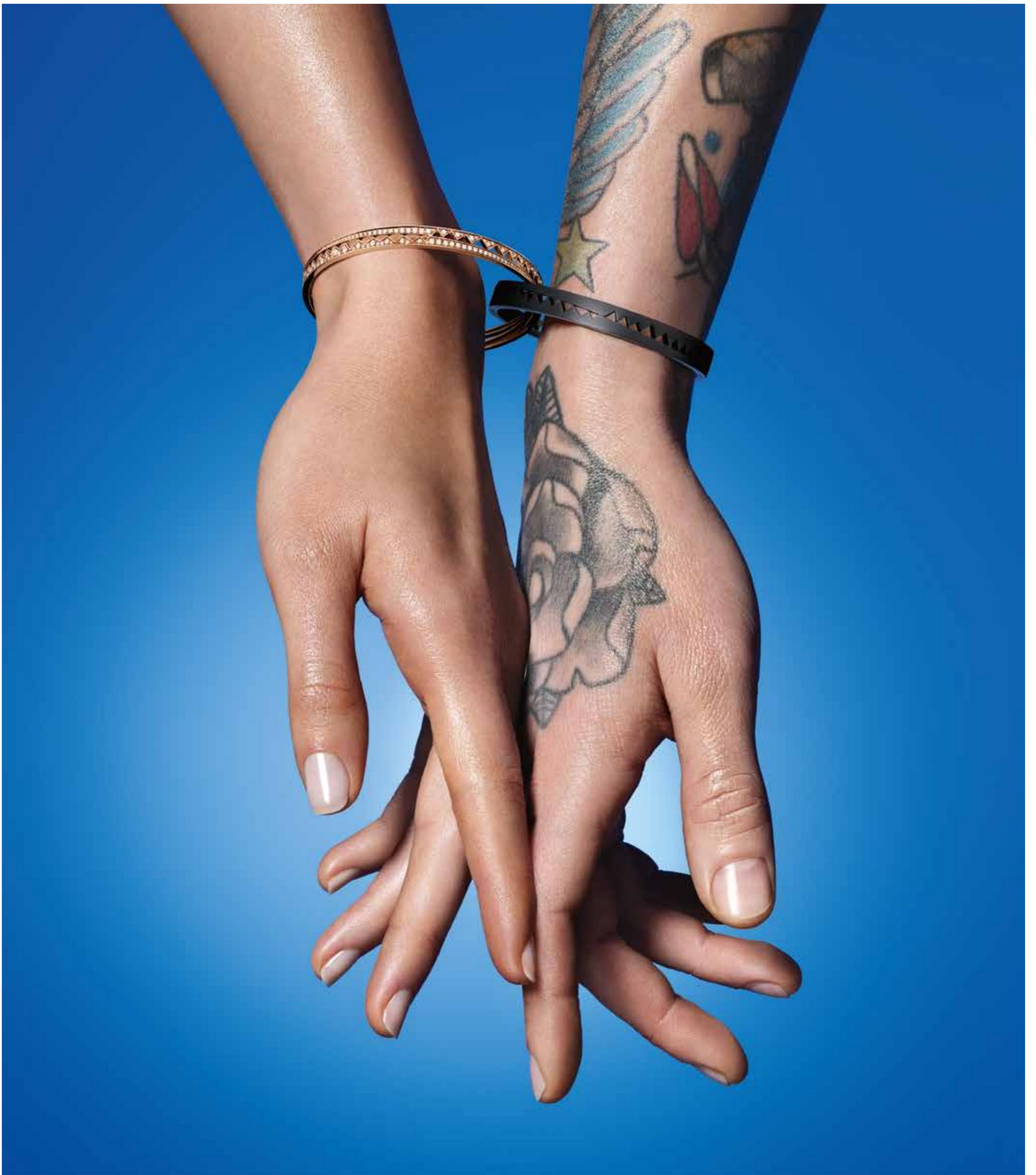
SALES
MONICA LANDI

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