CASATO

VO+ Daily

vicenzaoro
the jewellery boutique show
JANUARY

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

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 2. Sabato, 18 Gennaio 2025

CASATO

# Made in Italy, faro di eccellenza

**Tutela del Made in Italy e legalità nel settore orafo sono stati i due temi affrontati ieri nel corso dell'Opening Ceremony di Vicenzaoro, manifestazione che ha registrato il tutto esaurito negli spazi a disposizione, con 1300 espositori di cui il 40% stranieri, e ben 515 buyer internazionali ospitati in partnership con ICE. Attesi visitatori da 130 Paesi** >p.2

*Protection of Made in Italy and legality in the jewelry sector were the two topics addressed yesterday at the Opening Ceremony of Vicenzaoro, an event that recorded an all sold out of every available space with 1,300 exhibitors, 40% of which foreign, and no less than 515 international buyers hosted in partnership with ITA. Visitors expected from 130 countries* >p.2

## IN EVIDENZA

SABATO **18** GENNAIO 2025

### INTERVIEW

**Damiano Zito**

Un'anticipazione di quanto accadrà il prossimo settembre 2025 con The Vicenza Symposium.
*A preview of what will happen next September 2025 with The Vicenza Symposium.* >p.8

### TREND

**Mocha mousse**

Topazi, morganiti e nuances calde per rispondere alla nuova sfumatura di marrone.
*Topazes, morganites and warm nuances to respond to the new shade of brown.* >p.10

### EVENTS

**Club degli Orafi**

Una tavola rotonda con analisti e imprenditori, per esaminare gli scenari del mercato Usa.
*A round table with analysts and entrepreneurs to examine the scenarios of the US market.* >p.6

CASATO
MIKOU COLLECTION
HALL 7 - BOOTH 690
CASATOGIOIELLI.COM

FOLLOW US ON **FACEBOOK**
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

# VO+ Daily

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 2. Sabato, 18 Gennaio 2025

# Made in Italy, faro di eccellenza

**Tutela del Made in Italy e legalità nel settore orafo sono stati i due temi affrontati ieri nel corso dell'Opening Ceremony di Vicenzaoro, manifestazione che ha registrato il tutto esaurito negli spazi a disposizione, con 1300 espositori di cui il 40% stranieri, e ben 515 buyer internazionali ospitati in partnership con ICE. Attesi visitatori da 130 Paesi** >p.2

*Protection of Made in Italy and legality in the jewelry sector were the two topics addressed yesterday at the Opening Ceremony of Vicenzaoro, an event that recorded an all sold out of every available space with 1,300 exhibitors, 40% of which foreign, and no less than 515 international buyers hosted in partnership with ITA. Visitors expected from 130 countries* >p.2

## EDITORIAL

**Corrado Peraboni**
Ceo di IEG

Vicenzaoro si conferma appuntamento centrale della Jewellery Agenda di IEG che rafforza la leadership globale con gli eventi strategici in Italia - oltre a VO anche Oroarezzo - e all'estero JGTD a Dubai e SIJE a Singapore. La fiera promuove innovazione e collaborazione lungo l'intera filiera orafa, valorizzando il Made in Italy e sostenendo l'internazionalizzazione. I riflettori sono sempre puntati al futuro: al centro giovani generazioni e tecnologie per un'occasione unica di tracciare le traiettorie trasversali di crescita del comparto ed esplorare il ruolo dell'innovazione all'interno del settore. Inoltre, con l'acquisizione di Palakiss e gli investimenti infrastrutturali sul quartiere fieristico, IEG conferma l'impegno per lo sviluppo omogeneo dell'industry orafa. Grazie per essere parte di questo straordinario percorso. Buona fiera a tutti!

(segue a pagina 2)

## IN EVIDENZA

SABATO **18** GENNAIO 2025

### INTERVIEW

**Damiano Zito**
Un'anticipazione di quanto accadrà il prossimo settembre 2025 con The Vicenza Symposium.
*A preview of what will happen next September 2025 with The Vicenza Symposium.* >p.8

### TREND

**Mocha mousse**
Topazi, morganiti e nuances calde per rispondere alla nuova sfumatura di marrone.
*Topazes, morganites and warm nuances to respond to the new shade of brown.* >p.10

### EVENTS

**Club degli Orafi**
Una tavola rotonda con analisti e imprenditori, per esaminare gli scenari del mercato Usa.
*A round table with analysts and entrepreneurs to examine the scenarios of the US market.* >p.6

## L'aggiornamento educativo si fa in fiera

**Nel calendario degli appuntamenti di Vicenzaoro, sette seminari firmati Cibjo che, fra oggi e domani, metteranno in luce tutte le novità del settore su ESG, tracciabilità, sostenibilità e lavorazioni**

La sigla ECOSOC dirà poco o niente ai più, ma sta a indicare il Consiglio economico e sociale delle Nazioni Unite. Un "marchio" di cui ora si può fregiare il programma educativo congiunto di CSR e sostenibilità per l'industria della gioielleria presentato da Cibjo e IEG. Un traguardo importante che sottolinea la qualità di quanto da anni viene realizzato nei giorni di Vicenzaoro, scenario ideale per portare alla ribalta le tematiche più urgenti con la partecipazione dei maggiori esperti internazionali del settore. Il palinsesto di questa edizione di gennaio riporta ben sette appuntamenti coordinati da Cibjo, di cui quattro in svolgimento nella giornata di oggi. Ad aprire il rondò di seminari è quello sul nuovo modello ESG per la gioielleria emanato a giugno 2023 dalla Commissione Europea, che nella pratica si traduce nella richiesta a tutte le aziende di valutare e divulgare i fattori ambientali, sociali e di governance ESG che influenzano il loro impatto sui rischi finanziari correlati al clima, sulle pratiche aziendali sostenibili e sulla conformità agli standard normativi. Dall'inizio di questo anno, le aziende (segue a pagina 4)

## Il valore dell'ornamento, tra identità e cultura

**"Portraits: The Anthropology of Body and Ornament", in programma oggi dalle 11 alle 12.30 al Teatro Palladio, esplora il significato profondo del gioiello come espressione culturale e personale, attraverso un'analisi delle sue radici storiche e prospettive future**

Le scelte estetiche che compiamo nascono da un intreccio complesso di tradizioni, identità culturali e influenze storiche. Vestirsi e adornarsi non sono atti fine a sé stessi, ma vere e proprie espressioni, consapevoli o inconsce, della nostra identità, che ci connettono a un contesto più ampio e ci permettono di interagire con il mondo che ci circonda. L'evento "Portraits: The Anthropology of Body and Ornament", che si terrà oggi dalle 11 alle 12.30 presso il Teatro (segue a pagina 4)

# Made in Italy, faro di eccellenza

*Vicenzaoro confirms its role as the main event on IEG's Jewelry Agenda, strengthening its global leadership with strategic events in Italy - besides VO, also Oroarezzo - and abroad with JGTD in Dubai and SIJE in Singapore. The exhibition promotes innovation and collaboration along the entire gold and jewelry supply chain, enhancing the value of Made in Italy and supporting internationalization. The spotlight is always on the future with focus on young generations and technology, offering a unique opportunity to chart the sector's transversal growth trajectories and explore the role of innovation within the industry. Moreover, with the acquisition of Palakiss and the infrastructural investments at the Expo Center, IEG confirms its commitment to consistently developing the jewelry industry. Thank you for being part of this extraordinary journey. I wish everyone a wonderful Show!*

**Corrado Peraboni**
CEO IEG

(segue dalla prima)

Bello e ben fatto. Un'espressione che ormai da anni sintetizza il concetto di Made in Italy, alludendo a quell'idea di eccellenza, riconosciuta a livello internazionale, che identifica il nostro prodotto di cui il gioiello è sicuramente un vessillo. Se ne è parlato anche all'Opening Ceremony tenutasi ieri al Teatro Palladio, momento che ha visto l'avvicendarsi di spokesperson del settore e delle istituzioni, a seguito del caloroso welcome del presidente di Italian Exhibition Group Maurizio Ermeti. Sue queste parole di avvio dei lavori: «Il 12 dicembre scorso abbiamo vissuto un momento storico, posando la prima pietra della futura casa internazionale dell'industria del gioiello. Quel giorno, insieme, abbiamo siglato un patto di fiducia e ambizione: mantenere le promesse, affrontare i cambiamenti del mercato, innovare e tutelare con orgoglio la leadership della nostra manifattura orafo-gioielliera del 'Bello e Ben Fatto' del Made in Italy. Oggi, con la forza delle nuove generazioni e il contributo delle istituzioni, siamo pronti a trasformare questa visione in realtà, confermando la leadership italiana nel mondo della bellezza e della manifattura». Il sindaco di Vicenza Giacomo Possamai e il presidente della Provincia Andrea Nardin hanno aperto la discussione ricordando la storica vocazione della città per l'industria orafa, facendo riferimento all'ex padiglione fieristico nel cuore del centro storico, ai Giardini Salvi, attivo nelle prime edizioni dei 70 anni della manifestazione, e andando ancora più indietro, a quel lontano 1399 in cui 150 artigiani fondarono "la fraglia degli orafi" gettando le basi del distretto. Uno straordinario concentrato di know how e capacità imprenditoriali che nel tempo è diventato potente motore di un export da record registrando nei primi nove mesi del 2024 una crescita del 37%, pari a 10,8 miliardi di euro ed eguagliando già il valore delle esportazioni di tutto il 2023. Dati riportati anche dal presidente della Regione Veneto, con una sottolineatura importante e carica di orgoglio per i 55 giovani studenti entrati nel comparto solo nell'ultimo anno. Un piccolo ma significativo segnale che le politiche a sostegno del ricambio generazionale messe in atto dalle istituzioni e dalle molte attività di formazione organizzate da e con IEG stanno producendo i loro effetti. Claudia Piaserico, presidente di Federorafi, e Bruno Bartoloni, capo del Comando Tutela Economia e Finanza della Fiamme Gialle, si sono invece concentrati sul tema focale dell'Opening, vale a dire la tutela del Made in Italy e la legalità nel settore orafo come elemento imprescindibile di sviluppo, formalizzati anche attraverso un protocollo firmato tra Guardia di Finanza e Federorafi. Se molto è stato fatto per arginare il fenomeno della contraffazione, è pur vero che la necessità di mettere in sicurezza un settore che è baluardo del Made in Italy è sempre più forte, per fronteggiare organizzazioni criminali che operano contemporaneamente sul mercato legale e illegale. Urgenze quotidianamente sul tavolo Valentino Valentini, viceministro delle Imprese e del Made in Italy: «Qui a Vicenza è evidente come l'arte dialoga con l'operosità, e come il sistema fiera sia uno degli asset strategici dell'export. I dati mostrano una crescita del settore, in particolare grazie alle esportazioni. È l'ennesima conferma del fatto che il Made in Italy è apprezzato nel mondo e che nonostante un contesto globale di grandi incertezze riesce a essere competitivo. È molto importante anche la proiezione che in particolare quest'anno Vicenzaoro ha verso il futuro, con l'impegno per il coinvolgimento delle scuole e per la formazione di una nuova generazione di maestranze del mondo orafo-gioielliero. Il saper fare è il cuore del Made in Italy, che non vuol dire dove è fatto ma come è fatto: con competenza, passione, tradizione ma anche innovazione. Su questo percorso troverete sempre il sostegno del governo, determinato a tutelare e valorizzare le nostre produzioni, le imprese, i lavoratori». La chiosa dell'incontro è stata fatta da Matteo Zoppas, presidente di Agenzia ICE. Una collaborazione ormai fissa, quella fra ICE e IEG, che per questa edizione si è tradotta in 515 buyer internazionali ospitati in un percorso di sinergia con tutti gli attori del Sistema Paese come SACE, SIMEST, CDP, e i Ministeri, come MIMIT e MAECI. E sono attesi visitatori da 130 Paesi. Numeri che sono specchio dell'ormai indiscussa internazionalizzazione del Boutique Show, piattaforma unica per l'intera filiera globale del gioiello e che vede Turchia, Hong Kong, India, Thailandia, e Germania tra i Paesi stranieri più rappresentati, pari al 40% fra i 1300 espositori totali.

*Beautiful and well done. An expression that for years now has summed up the concept of Made in Italy, alluding to that internationally recognized idea of excellence that identifies our production, of which jewelry is certainly a standard. A topic of discussion also at the Opening Ceremony held yesterday in the Palladio Theater. A moment that saw a succession of spokespersons from the industry and institutions, following the warm welcome of IEG president Maurizio Ermeti, who spoke these words at the start of the proceedings: «On December 12 last year, we experienced a historic moment by laying the foundation stone of the future international home of the jewelry industry. Together on that day, we sealed a pact of trust and ambition: to keep our promises, face the market changes, innovate and proudly protect the leadership of our gold and jewelry manufacturing - 'Beautiful and Well Done' Made in Italy jewelry. Today, with the strength of the new generations and the contribution of the institutions, we are ready to turn this vision into reality, confirming our Italian leadership in the world of beauty and manufacturing.» Vicenza Mayor, Giacomo Possamai, and Province President, Andrea Nardin, opened the discussion by recalling the city's historic vocation for jewelry manufacturing, referring to the former trade show hall in the Salvi Gardens in the heart of the historic center, which was active during the first editions of the event's 70 years, and going even further back to that distant 1399 when 150 artisans established the "goldsmiths' guild", thus laying the district's foundations. An extraordinary concentration of know-how and entrepreneurial skills that, over time, has become a powerful driver of record-breaking exports, which, in the first nine months of 2024, registered a 37% growth to the amount of 10.8 billion euros, already equaling the export value for the whole of 2023. Data also reported by the president of the Veneto Region with an important and pride-filled emphasis on the 55 young students who entered the industry in the last year alone. A small but significant sign that the policies put in place by institutions to support generational transition and the many training activities organized by and with Italian Exhibition Group are producing effects. Instead, Claudia Piaserico, president of Federorafi, and Bruno Bartoloni, Commander of the Financial Police's Economic and Financial Protection Unit, focused on the Opening's main theme, namely the protection of Made in Italy and legality in the jewelry sector as an indispensable element of development, also formalized through a protocol signed between the Financial Police and Federorafi. While much has been done to stem counterfeiting, it is also true that the need to secure a sector that is a bulwark of Made in Italy is increasingly strong in order to tackle criminal organizations that operate simultaneously in the legal and illegal market. Urgent issues that Valentino Valentini, Deputy Minister of Enterprise and Made in Italy, finds on his table every day: «Here in Vicenza, it is obvious how art dialogues with industriousness and how the trade show system is one of export's strategic assets. The data show growth in the sector, particularly thanks to exports. It is yet another confirmation that Made in Italy is appreciated the world over and that, despite an enormously uncertain global context, it still manages to be competitive. The projection that Vicenzaoro has this year towards the future is also highly important with its commitment to involving schools and training a new generation of workers in the gold and jewelry world. Know-how is the heart of Made in Italy, which does not mean where it is made but how it is made: with skill, passion, tradition but also innovation. In this respect, you will always find the support of the government, which is determined to protect and enhance our productions, businesses and workers.» Matteo Zoppas, president of the Italian Trade Agency, closed the meeting. For this edition, collaboration between the ITA and IEG, now a permanent fixture, resulted in 515 international buyers hosted through a collaborative strategy with all the actors of the Nation System, for example, SACE, SIMEST and CDP, and the Ministries, such as the Ministry of Enterprise and Made in Italy and the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation. And visitors from 130 countries are expected to attend. Numbers that mirror the Boutique Show's undisputed internationalization, a unique platform for the entire global jewelry supply chain, which sees Turkey, Hong Kong, India, Thailand, and Germany among the most represented foreign countries, accounting for 40% of the 1,300 total number of exhibitors.*

***Lorenza Scalisi***

benoi
MEMORY MERCHANTS
Vicenza - booth 7A - 112
Inhorgenta, Munich - February . The Couture Show, Las Vegas - June
ROME . MUMBAI
benoi.com
'UNDRESS' - emeralds & diamonds

# L'aggiornamento educativo si fa in fiera

(segue dalla prima)

Gaetano Cavalieri, President of Cibjo.

sono dunque obbligate per legge a monitorare e raccogliere dati ESG che soddisfino due dei tre criteri seguenti: 250 dipendenti, 50 milioni di euro di fatturato o 25 milioni di euro di bilancio (anno di rendicontazione 2026). Il 1° gennaio 2026, il requisito sarà esteso alle PMI con 10-250 dipendenti, coprendo gran parte del settore della gioielleria. Gli altri tre seminari di oggi saranno invece incentrati sul nuovo paradigma di De Beers per il mercato dei diamanti, sulle tecnologie più innovative per soddisfare i criteri di tracciabilità, e sul ruolo critico della natura nella resilienza aziendale, con un resoconto dettagliato sul percorso di azione naturalistica WJI 2030.

***The Vicenzaoro calendar of events includes seven Cibjo seminars that, between today and tomorrow, will highlight all the industry's latest news on ESG issues, traceability, sustainability and processing***

*The acronym ECOSOC will say little or nothing to most. It stands for the United Nations Economic and Social Council, a "trademark" that the joint CSR and sustainability educational program for the jewelry industry, presented by Cibjo and IEG, can now brandish. An important milestone that highlights the quality of what has been going on for years during the days of Vicenzaoro, an ideal occasion for bringing the most pressing issues to the fore with the participation of leading international experts in the field. The schedule for this January edition boasts no less than seven events coordinated by Cibjo, four of which are taking place today. Opening the roundup of seminars is the one regarding the new ESG model for jewelry issued in June 2023 by the European Commission, which, in practice, translates into requiring all companies to assess and disclose the Environmental, Social and Governance factors that have an impact on climate-related financial risks, sustainable business practices and compliance with regulatory standards. As of the beginning of this year, companies are thus legally required to monitor and collect ESG data that meet two of the following three criteria: 250 employees, €50 million in sales or €25 million in the balance sheet (reporting year 2026). On January 1st 2026, the requirement will be extended to SMEs with 10-250 employees, thus covering much of the jewelry sector. Today's other three seminars, however, will focus on De Beers' new paradigm for the diamond market, the most innovative technologies to meet traceability criteria, and the critical role of nature in business resilience with a detailed report on the WJI 2030 Nature Roadmap.*

# Il valore dell'ornamento, tra identità e cultura

(segue dalla prima)

Palladio, analizza con profondità queste dinamiche, svelandone i significati nascosti e le connessioni con i valori collettivi e le esperienze individuali. Organizzato da Trendvision Jewellery + Forecasting – l'Osservatorio indipendente di IEG – l'incontro offre uno spettacolo in cui si intrecciano la riflessione intellettuale e l'emozione dell'intrattenimento. Il percorso, articolato in cinque capitoli, ciascuno condotto da una figura di rilievo, offrirà una panoramica esaustiva del passato, del presente e delle prospettive future della gioielleria. Il prologo dell'evento sarà a cura di Fabrizio Raggi, attore e storyteller, che introdurrà il tema. Amanda Triossi, storica della gioielleria e autrice di grande prestigio, aprirà il primo capitolo, approfondendo il concetto di fluidità del gioiello e come i codici estetici si siano evoluti e adattati nel corso del tempo. A seguire, Damiano Zito, CEO di Progold, presenterà un'analisi tecnica sull'innovazione nella produzione, focalizzandosi su processi all'avanguardia, come la manifattura additiva, e sul loro impatto nel settore. Richard Wu, vincitore del Couture Design Award 2024 per la categoria People's Choice, guiderà il pubblico in un viaggio attraverso la creatività ispirata dall'osmosi culturale, esplorando il valore del dialogo interculturale nel design contemporaneo. Livia Lazzari, fondatrice e designer di Voodoo Jewels, mostrerà come l'imperfezione sia divenuta un tratto distintivo dell'estetica contemporanea, coniugando narrazione digitale e sensibilità artistica. La conclusione dell'evento sarà affidata a Paola De Luca, analista visionaria e trend forecaster, fondatrice e Creative Director di Trendvision Jewellery + Forecasting, che delineerà le strategie per il futuro della gioielleria. Il suo intervento offrirà riflessioni concrete, invitando a riscoprire le radici culturali, ad abbracciare la fluidità tra generi e culture, e a sfruttare la tecnologia per potenziare l'artigianato. «Innovare significa coniugare cultura e intrattenimento, per tracciare un percorso che reinterpreti il presente e proietti il settore verso un futuro ricco di opportunità», sottolinea De Luca. «Sono molto fiera di condividere il palcoscenico con grandi professionisti di tutto il mondo, capaci di offrire una testimonianza valida che vada oltre le convenzioni».

***"Portraits: The Anthropology of Body and Ornament", scheduled today from 11 am to 12.30 pm in the Palladio Theatre, explores the profound meaning of jewelry as a cultural and personal expression through an analysis of its historical roots and future prospects***

*The aesthetic choices we make arise from a complex blend of traditions, cultural identities and historical influences. Dressing and adorning ourselves are not acts in themselves, but veritable expressions, whether conscious or not, of our identity, connecting us to a wider context and allowing us to interact with the world around us. The event "Portraits: The Anthropology of Body and Ornament", scheduled today from 11 am to 12.30 pm in the Palladio Theatre, will make an in-depth analysis of these dynamics to reveal their hidden meanings and connections with collective values and individual experiences. Organized by Trendvision Jewellery + Forecasting - IEG's independent Observatory - the meeting offers a performance in which intellectual reflection and the emotion of emjoyment intertwine. The itinerary, divided into five chapters, each featuring a prominent figure, will offer a comprehensive overview of the past, present and future prospects of jewelry. The prologue of the event will be given by Fabrizio Raggi, actor and storyteller, who will introduce the theme. Amanda Triossi, jewelry historian and author of great prestige, will open the first chapter by exploring the concept of fluidity in jewelry and how aesthetic codes have evolved and adapted over time. Next, Damiano Zito, CEO of Progold, will present a technical analysis on innovation in production, focusing on cutting-edge processes, such as additive manufacturing, and their impact on the sector. Richard Wu, winner of the Couture Design Award 2024 in the People's Choice category, will lead the audience on a journey through creativity inspired by cultural osmosis, exploring the value of intercultural dialogue in contemporary design. Livia Lazzari, founder and designer of Voodoo Jewels, will show how imperfection has become a hallmark of contemporary aesthetics, combining digital storytelling and artistic sensitivity. The event will conclude with Paola De Luca, visionary analyst and trend forecaster, founder and Creative Director of Trendvision Jewellery + Forecasting, who will outline strategies for the future of jewelry. Her contribution will offer concrete reflections on rediscovering cultural roots, embracing fluidity between genres and cultures, and harnessing technology to enhance craftsmanship. «Innovation is about combining culture and enjoyment in order to chart a course that reinterprets the present and propels the industry towards a future full of opportunities,» De Luca underlines. «I am very proud to share the stage with great professionals from all over the world who are able to provide a valid testimony that goes beyond conventions.»*

***Antonella Reina***

## SHOWCASE

### THE 8

Quattro tutor per quattro designer. Il progetto The 8, voluto da IEG per valorizzare i nuovi talenti italiani e internazionali della gioielleria, trae il suo nome dal profondo simbolismo del numero 8 in Asia, che incarna nozioni di vita infinita e duratura. Questa rivoluzionaria iniziativa mette in mostra gli sforzi creativi di quattro promettenti designer, Emma Calce, Lal Dal Monte, Enrico Valenza e 512 LAB (Carolina Lazzaro e Cristiano Di Iorio), selezionati da alcune delle più prestigiose istituzioni di design come IED, TADS - Tarì Design School e Arezzo Master. A guidare il progetto, ci sono gli imprenditori visionari Alessia Crivelli (in collaborazione con Costa Team), Alessio Boschi, Luca Daverio e la Fondazione Mani Intelligenti. Missione del progetto, trascendere l'arte in gioielli etici, fornendo supporto finanziario a ciascun designer. I lavori sono esposti all'interno della Design Room.

*Four tutor for four designers. The 8's project draws its name from the profound symbolism of the number 8 in Asia, embodying notions of infinite and enduring life.This groundbreaking initiative showcases the creative endeavors of four promising designers, Emma Calce, Lal Dal Monte, Enrico Valenza and 512 LAB (Carolina Lazzaro and Cristiano Di Iorio), carefully selected from some of the most prestigious design institutions such as IED, TADS - Tarì Design School and Arezzo Master. Driving this transformative initiative are visionary entrepreneurs Alessia Crivelli (in collaboration with Costa Team), Alessio Boschi, Luca Daverio and the Fondazione Mani Intelligenti. The project's mission is to transcend art into ethical jewelry, providing financial support to each designer. The works are on show at the Design Room.*

PAD 7 - STAND 360

# Club degli Orafi: destinazione Stati Uniti

**Quali saranno gli scenari del mercato americano nell'era Trump 2? Se ne discuterà oggi alle 14 presso l'Educational Hub, con Intesa Sanpaolo, Filippo Fusaro di Ice Houston e Licia Mattioli**

***What will the U.S. market scenarios be like in the Trump 2 era? The topic of discussion today at 2 pm in the Educational Hub with Intesa Sanpaolo, Filippo Fusaro from Ice Houston and Licia Mattioli***

Daniela Corsini, Licia Mattioli, Stefania Trenti.

Dopo l'appuntamento di ieri in cui il Club degli Orafi, in collaborazione con il Centro Studi di Intesa Sanpaolo, ha illustrato il contesto attuale del settore sottolineando il sentiment delle aziende in una prospettiva futura, con un focus sul tema del passaggio generazionale, oggi la conversazione si sposta verso gli Stati Uniti. Alle ore 14 infatti, presso l'Educational Hub, il convegno "Destinazione Stati Uniti: quali scenari nell'era Trump 2" farà il punto sulle opportunità e le sfide per le imprese orafe italiane nel mercato statunitense, prima destinazione dell'export made in Italy. Verrà presentata l'analisi dello scenario macroeconomico Usa, con particolare attenzione all'andamento dei prezzi dei preziosi, e verranno condivise importanti testimonianze di aziende che operano con successo negli Stati Uniti. Il programma prevede un intervento di saluto del nuovo Direttore di ICE Houston - Filippo Fusaro; la presentazione da parte di Stefania Trenti, Responsabile Industry & Local Economies Research Intesa Sanpaolo, dello studio "Stati Uniti primo mercato: l'economia americana e gli scenari per il settore orafo"; quindi Daniela Corsini, Senior Economist e Responsabile della Ricerca su Commodity per Intesa Sanpaolo, sull'impatto dei prezzi dei preziosi nel mercato statunitense; infine l'intervento dell'imprenditrice Licia Mattioli, AD di Mattioli Spa, che racconterà la sua storia di successo e offrirà nuove visioni per il mercato americano.

*After yesterday's event in which Club degli Orafi, in collaboration with Intesa Sanpaolo's Study Center, outlined the sector's current context, illustrating, above all, company sentiment in a future perspective with a focus on the issue of generational transition, today's conversation shifts to the United States. Indeed, scheduled for 2 pm in the Educational Hub, the conference entitled "Destination United States: what scenarios in the Trump 2 era" will take stock of the opportunities and challenges for Italian jewelry companies on the U.S. market, the top destination for Made in Italy exports. An analysis of the U.S. macroeconomic situation will be presented with particular attention paid to precious metal price trends and important witness accounts from companies operating successfully in the United States will also be shared. The program foresees an opening speech by Filippo Fusaro, the new Director of Italian Trade Agency's Houston office, and a presentation of the study entitled "United States, the top market: the U.S. economy and scenarios for the jewelry sector" by Stefania Trenti, Manager of Industry & Local Economies Research at Intesa Sanpaolo. Daniela Corsini, Senior Economist and Head of Commodity Research for Intesa Sanpaolo, will then speak about the impact of precious metal prices in the U.S. market; and to conclude, a talk by entrepreneur Licia Mattioli, CEO of Mattioli Spa, who will describe her success story and offer new visions for the American market.*

# Rischi e opportunità dei mercati globali. Come preservare i valori del made in Italy

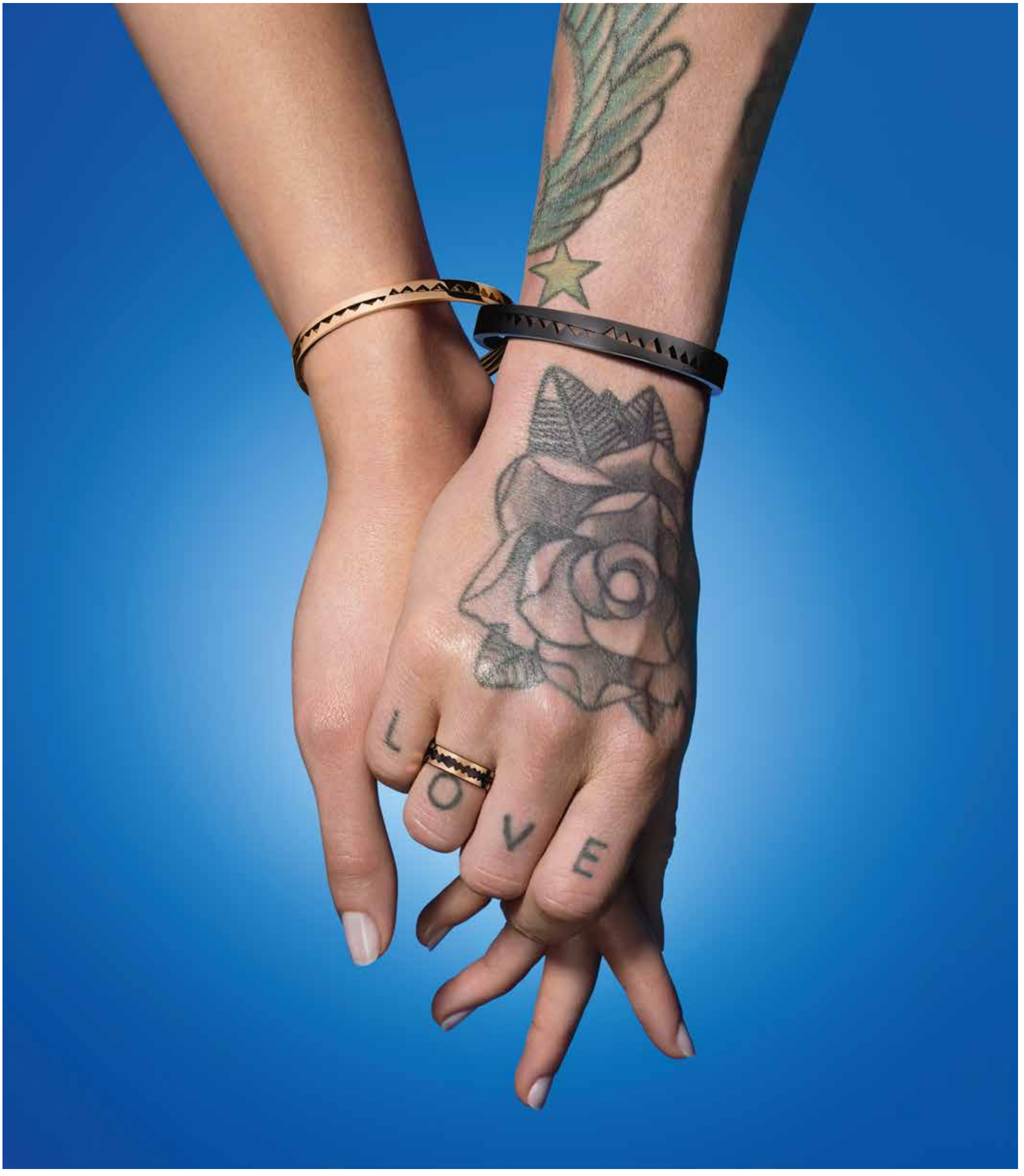
**Oggi presso Educational Hub nella hall 8, dalle 15.30 alle 16.30, il talk one-to-one organizzato da Assogemme, affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'Italian touch con Andrea Raselli del Gruppo Errepi, intervistato da Raffaele Ciardulli**

***Today, from 3.30 to 4.30 pm in the Educational Hub, hall 8, Assogemme's talk 'The Italian touch of a convinced internationalizer' will see Andrea Raselli of Errepi Group, intervied by Raffaele Ciardulli***

Raffaele Ciardulli.

L'argomento è di indiscussa attualità: qual è il posto dell'artigianalità, una delle eccellenze del made in Italy non solo nel settore della gioielleria e dell'oreficeria, all'interno di mercati sempre più globali? Come può convivere il "fatto a mano" con una produzione sempre più automatizzata? Ha ancora senso fare "impresa italiana" in un mondo dominato dalle multinazionali, nel quale sembra essere sempre più difficile far prevalere uno "stile italiano"? Quali sono le prospettive di una creatività legata alla nostra cultura tra l'emergere di intelligenze di altre culture e, soprattutto, tra la diffusione di intelligenze non umane? Sono queste e molte altre le domande che Raffaele Ciardulli, coach, trainer & luxury consultant, rivolge ad Andrea Raselli, Ceo Gruppo Errepi - Raselli Franco S.p.A. e, come si definisce lui, "imprenditore fieramente Valenzano con il mondo come orizzonte". Il talk-intervista L'Italian touch di un internazionalizzatore convinto, introdotto da Paolo Cesari, presidente di Assogemme e di Futurgem, e da Matteo Farsura, global exhibition manager divisione Jewellery & Fashion di IEG, ha come obiettivo quello di dare un contributo concreto al futuro del made in Italy. Andrea Raselli, forte di una significativa esperienza personale e professionale in Europa, Oriente e Stati Uniti, si inoltra nei paradossi del mondo del gioiello, condividendo il suo punto di vista, quello di un imprenditore di successo, sui rischi e sulle opportunità che offre al nostro territorio l'internazionalizzazione dei mercati e della produzione per comprendere la realtà della manifattura italiana indipendente. Cercando di andare oltre gli schemi e i luoghi comuni.

*The topic is of undisputed relevance: what is the position of craftsmanship, one of Made in Italy's excellences, and not only in jewelry and goldsmithing, within increasingly global markets? How can "handmade" coexist with ever greater automated production? Does it still make sense to do "Italian business" in a world dominated by multinationals, where making an "Italian style" prevail seems to be more and more difficult? What are the prospects for creativity linked to our culture amid the emergence of intelligences from other cultures and, above all, amid the spread of non-human intelligences? These are just a few of the questions that Raffaele Ciardulli, coach, trainer & luxury consultant, will be asking Andrea Raselli, Ceo Gruppo Errepi - Raselli Franco S.p.A. and, as he calls himself, "proud Valenza-born entrepreneur with the world as his horizon." The talk-interview entitled The Italian touch of a convinced internationalizer, introduced by Paolo Cesari, president of Assogemme and Futurgem, and Matteo Farsura, global exhibition manager Jewelry & Fashion division at IEG, aims to make a concrete contribution to the future of Made in Italy. Andrea Raselli, in the wake of a significant personal and professional experience in Europe, the East and the United States, delves into the paradoxes of the jewelry world, sharing his point of view, that of a successful entrepreneur, on the risks and opportunities that market and production internationalization offers to our territory to understand the reality of independent Italian manufacturing. Trying to go beyond conventions and clichés.*




# AKILLIS

JOAILLERIE PARIS

HALL 7 - BOOTH 713

# Damiano Zito racconta le novità del Vicenza Symposium

**Dal New Mexico a Vicenza: dal 2 al 4 settembre 2025, la Basilica Palladiana ospiterà il primo simposio dedicato alle tecnologie applicate alla gioielleria e agli accessori moda. Ce ne parla Damiano Zito, Presidente del Comitato Scientifico e Ceo di Progold**

***From New Mexico to Vicenza: from 2-4 September 2025, the Basilica Palladiana will host the first symposium on technologies applied to jewelry and fashion accessories. Damiano Zito, President of the Scientific Committee and Ceo of Progold, tells us about it***

**Cosa ha rappresentato il Santa Fe Symposium per il settore della gioielleria?**
Il Santa Fe Symposium è stato per oltre tre decenni il punto di riferimento mondiale per l'innovazione nel settore orafo, unico nel suo genere. Nato nel 1987 a Santa Fe e successivamente trasferito ad Albuquerque, New Mexico, ha ospitato 34 edizioni e accolto mediamente tra i 150 e i 200 partecipanti ogni anno, con circa 25 paper scientifici per edizione. Voluto e sostenuto da Eddie Bell, il simposio si basava su una visione straordinaria: creare una comunità collaborativa e non commerciale per promuovere la condivisione di esperienze, ricerche e idee. Bell, allora direttore tecnico di Rio Grande Jewelers Supply, credeva fermamente che l'industria della gioielleria potesse trarre enormi benefici da uno spazio dedicato al dialogo e all'innovazione. La famiglia Bell, proprietaria di Rio Grande, ha sostenuto l'evento per decenni, fungendo da catalizzatore per il progresso tecnologico e scientifico del settore.

**Perché il Santa Fe Symposium ha cessato la sua attività?** Il Santa Fe Symposium è sempre stato fortemente legato alla figura di Eddie Bell. Dopo la vendita di Rio Grande alla Berkshire Hathaway, Bell ha deciso di ritirarsi e, con lui, il simposio si è concluso. Tuttavia, durante un incontro con Marco Carniello, Chief Business Officer di Italian Exhibition Group, abbiamo riflettuto sull'importanza di mantenere viva la tradizione. Il nostro obiettivo è attrarre giovani talenti nel settore, stimolare il networking e offrire una piattaforma per discutere di innovazione e ricerca.

**Qual è stato il contributo di Progold e come è nata la partnership con IEG?**
Progold ha partecipato come speaker ufficiale al Santa Fe Symposium per 20 edizioni, contribuendo con un numero significativo di ricerche e paper scientifici. Questa esperienza ha definito il nostro approccio anche per il The Vicenza Symposium, che sarà un evento puramente tecnico e privo di influenze commerciali.
La partnership con IEG rappresenta il completamento naturale di un percorso che include già T.Gold e Vicenzaoro, consolidando Vicenza come il centro mondiale per la tecnologia applicata alla gioielleria. Inoltre, la collaborazione con Massimo Poliero, CEO di Legor, garantisce autorevolezza e credibilità, rendendo il simposio un evento di rilevanza sociale per l'intera comunità.

**Cosa c'è di attuale tra gli studi presentati in passato?**
Molti dei paper presentati al Santa Fe Symposium sono straordinariamente attuali. Alcuni dei temi discussi anni fa, come la metallurgia delle leghe, i processi di produzione additiva e le tecnologie di tracciabilità, sono ancora oggi pilastri fondamentali per il settore. Tuttavia, molto di questo lavoro non è stato completamente capitalizzato. Il nostro obiettivo è fare in modo che questi studi diventino strumenti pratici per le aziende, piccole o grandi che siano.

**Quali sono le novità previste al The Vicenza Symposium?**
Il simposio si concentrerà su temi chiave come la stampa 3D, l'intelligenza artificiale e la manifattura additiva. Quest'ultima, in particolare, rappresenta una vera rivoluzione: permette di ottimizzare il peso e il consumo di materiali preziosi, indipendentemente dalla forma o dal design del gioiello. Il congresso esplorerà due settori principali: i gioielli preziosi e gli accessori moda in metalli non preziosi. Circa il 25% dei paper sarà dedicato alla fashion jewelry, mentre i metalli preziosi saranno approfonditi dal punto di vista delle tecniche produttive, garantendo un focus bilanciato e innovativo.

**Cosa possono aspettarsi le piccole realtà dal Symposium?**
Networking, innanzitutto. Le piccole realtà di oggi potrebbero diventare i grandi protagonisti di domani. Il simposio offrirà l'opportunità di incontrare le figure più autorevoli del settore e di scoprire nuove tecnologie e processi produttivi che possono aiutare a scalare il mercato. Per i piccoli produttori, la possibilità di collaborare con i grandi brand o diventare i "sarti" del settore rappresenta una grande occasione.

**Che tipo di pubblico si aspetta?**
Per questa prima edizione ci aspettiamo un pubblico prevalentemente italiano, con rappresentanti di altre nazioni europee. L'obiettivo a lungo termine è trasformare The Vicenza Symposium in un appuntamento globale, ampliandone la portata e il prestigio, così da consolidarne il ruolo come riferimento internazionale per l'industria della gioielleria e degli accessori moda.

Damiano Zito, President of the Scientific Committee and Ceo of Progold.

***What did the Santa Fe Symposium mean for the jewelry industry?***
*For more than ten years, the Santa Fe Symposium was the global reference point for innovation in the jewelry industry, a unique event. Founded in Santa Fe in 1987 and later transferring to Albuquerque, New Mexico, it hosted 34 editions averaging between 150 and 200 participants every year and presenting about 25 scientific papers at each edition. Desired and supported by Eddie Bell, the symposium was based on an extraordinary vision: to create a collaborative and non-commercial community to promote the sharing of experiences, research and ideas. Bell, who was the technical manager of Rio Grande Jewelers Supply at the time, firmly believed that the jewelry industry could gain enormous benefits from an event dedicated to dialogue and innovation. The Bell family, which owned Rio Grande, sponsored the event for decades, acting as the catalyst for the sector's technological and scientific progress.*

***Why did the Santa Fe Symposium cease operations?***
*The Santa Fe Symposium was always closely linked to the figure of Eddie Bell. After the sale of Rio Grande to Berkshire Hathaway, Bell decided to retire and the Symposium ended with him. However, during a meeting with Marco Carniello, Chief Business Officer at Italian Exhibition Group, we reflected on the importance of keeping the tradition alive. Our aim is to attract young people to the industry, stimulate networking and provide a platform at which to discuss innovation and research.*

***What was Progold's contribution and how did the partnership with IEG come about?***
*Progold has been an official speaker for 20 editions and has contributed with a considerable number of scientific studies and papers. This experience has defined our approach even for The Vicenza Symposium, which will be a purely technical event with no commercial influence whatsoever. The partnership with Italian Exhibition Group is the natural fulfilment of a journey that already includes TGold and Vicenzaoro, consolidating Vicenza as the global center of technology applied to jewelry. Moreover, collaboration with Massimo Poliero, CEO of Legor, guarantees authority and credibility, making the symposium a socially important event for the entire community.*

***What is current fact among the studies presented in the past?***
*Many of the papers produced at the Santa Fe Symposium are extraordinarily current. Some of the topics discussed years ago, such as alloy metallurgy, additive manufacturing processes and traceability technologies, are still key pillars for the industry today. However, much of this work has not been fully capitalized on. Our aim is to ensure that these studies become practical tools for companies, whether large or small.*

***What does The Vicenza Symposium have in store?***
*The symposium will focus on key topics such as 3D printing, artificial intelligence and additive manufacturing. The latter in particular represents a veritable revolution since it optimizes the weight and consumption of precious materials regardless of the jewelry item's shape and design. The conference will explore two main areas: precious jewelry and fashion accessories made of non-precious metal. About 25% of the papers will regard fashion jewelry, while precious metals will be explored more from the point of view of production techniques, thus ensuring a balanced and innovative focus.*

***What can small companies expect from the Symposium?***
*More than anything, networking. Small companies today could become the big players of tomorrow. The symposium will provide an opportunity to meet the industry's most influential figures and discover new technologies and production processes that can help scale the market. For small manufacturers, the chance to collaborate with big brands or become the sector's "tailors" is a great opportunity.*

***What kind of audience are you expecting?***
*For this first edition, we are expecting a predominantly Italian audience with representatives from other European countries. The long-term objective is to transform The Vicenza Symposium into a global event by expanding its scope and prestige so as to consolidate its role as an international reference for the jewelry and fashion accessories industry.*

***Federica Frosini***

## THE VICENZA SYMPOSIUM

Durante Vicenzaoro ci saranno due momenti importanti nel corso dei quali sarà presentato The Vicenza Symposium:

- Domani, domenica 19 gennaio, in apertura del Jewelry Technology Forum, alle ore 10 presso l'Educational Hub VO, hall 8.0
- Lunedì 20 gennaio, nel corso della riunione associati A.F.E.M.O., alle ore 17.30 presso il Bar T.Gold

*During Vicenzaoro there will be two important moments during which The Vicenza Symposium will be presented:*

- *Tomorrow, on Sunday 19 January, at the opening of the Jewelry Technology Forum, at 10 am at the Educational Hub VO, hall 8.0*
- *On Monday 20 January, during the A.F.E.M.O. associates meeting, at 5:30 pm at the T.Gold Bar*

HALL 7 - BOOTH 582

nanis.it

# Mocha mousse

**Il Pantone 17-1230 Mocha Mousse, colore dell'anno per il 2025, è una tonalità di marrone calda e vellutata, ispirata al cacao, al caffè e al legno pregiato, che evoca un senso di calore, eleganza e una connessione profonda con la natura. Una sfumatura che crea un ponte tra l'essenzialità della terra e la raffinatezza del design. In gioielleria emerge come un'ispirazione sofisticata per creazioni che combinano fascino senza tempo e una freschezza modernissima, grazie al lavoro di jeweler che scelgono materiali e gemme – topazi, zaffiri e morganite, diamanti e quarzi – rigorosamente in questa calda nuance.**

***Feature by Antonella Reina***

Sopra /*above*
**Bea Bongiasca**

A destra/*right*
**Alejandra Alonso Rojas S/S 2025**

*Pantone 17-1230 Mocha Mousse, the 2025 Color of the Year, is a warm, velvety shade of brown inspired by cocoa, coffee, and fine woods, evoking a sense of warmth, elegance, and a profound connection to nature. This hue bridges the essentiality of the earth with the sophistication of design. In jewelry, it emerges as a refined inspiration, informing creations that blend timeless allure with a fresh modernity. Jewelers elevate this tone through their choice of materials and gemstones – topaz, sapphires, morganite, diamonds, and quartz – all meticulously aligned with this warm, inviting palette.*

**Jachie Aiche**

**Levy's Fine Jewelry**

SEEN ON VO+
## NAMES TO KNOW

### Leen Heyne

Nel suo studio a Tilburg, situato nella provincia olandese del Brabante, Leen Heyne dà vita a pezzi one-of-a-kind frutto di un affascinante tecnica personale, in cui il designer coinvolge artigianalità, natura e innovazione. Il principio di creazione è strettamente connesso alle forze naturali intrinseche dei materiali preziosi che utilizza. Nelle mani di Heyne, l'oro e il platino vengono piegati, forzati e contorti per dar vita a linee "libere", sottilissime e sinuose, che conservano tutto il potere originale dei metalli.

*In his studio in Tilburg, in the Dutch province of Brabant, Leen Heyne generates one-of-a- kind pieces that are the result of a fascinating personal technique in which the designer involves craftsmanship, nature and innovation. His creation principle is closely linked to the inherent natural forces of the precious materials he uses. In Heyne's hands, gold and platinum are bent, forced and twisted to create "free", super fine and sinuous lines that retain all the original power of the metals.*

Marina B
Established by Marina Bulgari in 1978
marinab.com
Hall 7 - Booth 300
Triangolini Collection

INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

Visit our Minilab
and receive your report
on the spot!

Find us at
Hall 3.0 Booth 128

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

igi.org

RF
ROMA
FINE JEWELS
FOREVER
LOVE YOU
ICONIC MOTION COLLECTION - STAND 660 PAVILION 7

# 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, nel nord del Paese asiatico, 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 attraversi 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, elettro placcatura, 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, electro plating, 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*

# Fish

— ENTERPRISES —

Vitreous Enamel Specialists

## JCK Jewelers' Choice Awards

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

Hall 4 Stand 423

# 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!

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**

# 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!

Able Jewelry Mfg. Ltd.
Hall 3.1 #102

Camex Jewellery Limited
Hall 3.1 #106

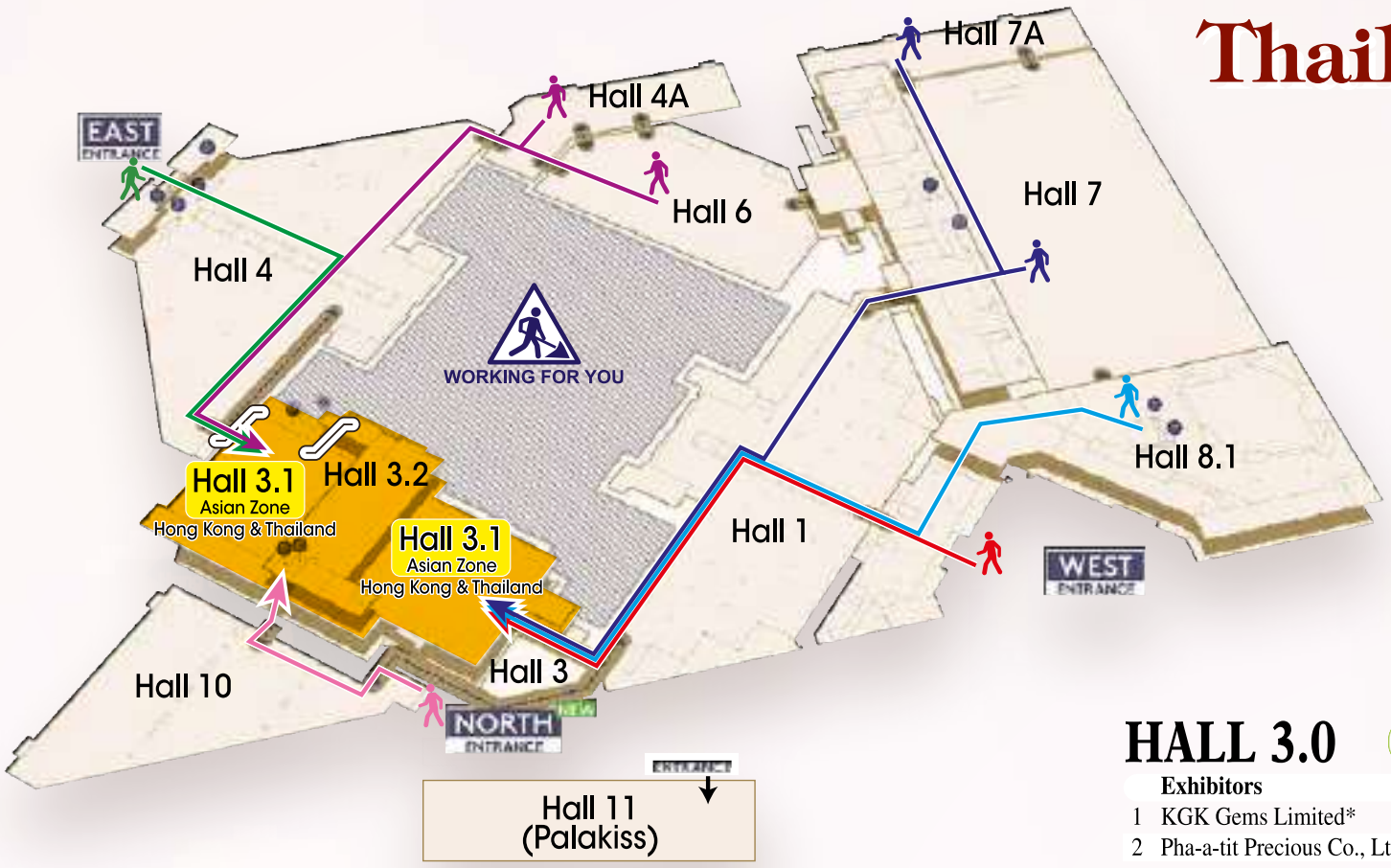
Chase Jewellery Manufactory Limited
Hall 3.1 #140

Sunlight Gems
Hall 3.1 #250

Timax Jewelry Limited
Hall 3.1 #143

Highend Collections Ltd.
Hall 3.1 #132

# Thailand Exhibitors




Route to Asian Zone
- From West Entrance & Hall 1
- From East Entrance & Hall 4
- From Hall 4A & Hall 6
- From Hall 7 & Hall 7A
- From Hall 8.1
- From North Entrance & Hall 10

## HALL 3.1 — 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 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 |

## 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 |

# Creazioni in azione

Le morbide maglie in oro di Crivelli, simbolo di desiderio e inclusività, e la nuova collana Intrigo di FerriFirenze che celebra la flessibilità

*The soft gold chains by Crivelli, symbols of desire and inclusivity, and the new Intrigo necklace by FerriFirenze, celebrating flexibility*

**CRIVELLI.** L'anno di Crivelli si apre all'insegna di una serie di nuove collezioni. Brave promuove la saggezza e il coraggio femminili attraverso geometrie pure, superfici nette e forme taglienti di gioielli con pavé di brillanti. Clutch (nella foto, a destra) celebra il desiderio di tenere accanto a sé ciò che si ha di più prezioso: ogni monile a maglie morbide è caratterizzato da un moschettone con diamanti. Join (nella foto a sinistra) incarna l'eleganza attraverso il concetto di unione: ogni pezzo in oro rosa è caratterizzato da una placca centrale con pavé di brillanti. Pillar, come il pilastro a sezione esagonale delle architetture medievali la cui forma geometrica si ritrova all'estremità dei gioielli. Infine Sailor, il cui spirito marinaro è condensato nell'elemento in pavé di diamanti.

*Crivelli's year opens with a series of new collections. Brave promotes feminine wisdom and courage through pure geometries, clean surfaces and sharp shapes of jewels with pavé diamonds. Clutch (above right) celebrates the desire to keep what is most precious close to you: each piece with soft links is characterized by a lobster clasp with diamonds. Join (above left) embodies elegance through the concept of union: each piece in rose gold is characterized by a central plate with pavé diamonds. Pillar, like the hexagonal pillar of medieval architecture whose geometric shape is found at the end of the jewels. Finally Sailor, whose seafaring spirit is condensed in the pavé diamond element.*

**FERRIFIRENZE.** La nuova collana Intrigo in oro bianco e diamanti è caratterizzata da un'armonia estetica frutto di una intuizione stilistica dai tratti artigianali che la rendono unica. Come la sua flessibilità, dovuta alla lavorazione a rete, che consente di "ripiegarla" in una mano. Oltre che su questo speciale gioiello FerriFirenze vuole indirizzare l'attenzione sui pop-up immersivi che organizza in tutto il mondo, da Londra a Hong Kong, da Cipro a Bangkok, che permettono alla maison di offrire un servizio su misura per ogni occasione e, soprattutto, di esporre le ultime novità a ogni evento. Infatti, FerriFirenze lancia otto collezioni all'anno, quattro in ogni stagione.

*The new Intrigo necklace in white gold and diamonds is characterized by an aesthetic harmony that is the result of a stylistic intuition with artisanal traits that make it unique: thanks to its flexibility, due to the mesh workmanship, it can be "folded" in one hand. In addition to this special jewel, FerriFirenze wants to direct attention to the immersive pop-ups that it organizes all over the world, from London to Hong Kong, from Cyprus to Bangkok, which allow the maison to offer a tailor-made service for every occasion and, above all, to exhibit the latest news at every event. In fact, FerriFirenze launches eight collections a year, four in each season.*

## GET THE LOOK

### EXOTIC OPULENCE

**SAINT LAURENT**

Lusso barocco e tocchi esotici si fondono in un look che unisce diverse ispirazioni, creando uno stile regale e contemporaneo davvero affascinante. A completarlo, i gioielli massimalisti arricchiti con macro beads dai colori naturali. Sulla passerella di Saint Laurent, per la collezione P/E 2025.

*Baroque luxury and exotic touches come together in a look that blends various inspirations, creating a truly captivating regal and contemporary style. Complementing it are maximalist jewelry pieces adorned with macro beads in natural hues. On the runway at Saint Laurent, for the S/S 2025 collection.*

# FULLORD

GENEVA

@fullordgeneva

**HALL 6 - BOOTH 110**

www.fullord.com

# Tra lusso e natura

Le forme romantiche di Rosato, il merletto veneziano di Dora International, la collezione Cortina firmata Antonini Milano

*The romantic shapes of Rosato, the Venetian lace by Dora International, and the Cortina collection by Antonini Milano*

**ROSATO.** Un legame con la natura forte, desiderabile, tangibile: è ciò che emerge dalla collezione Gaia di Rosato grazie alla quale tutti i sensi si risvegliano in una nuova primavera che regala giovani emozioni. Delicate creazioni si vestono di forme romantiche e nuance sofisticate. Ogni gioiello, in argento 925 e impreziosito da cubic zirconia scintillanti, cattura l'essenza della stagione. Fiori da interpretare a proprio piacere - margherite? - coprono con i loro petali variopinti collane, pendenti, bracciali, anelli e orecchìni in un sognante tourbillion cromatico.

*A strong, desirable, tangible bond with nature: this is what emerges from the Gaia collection by Rosato thanks to which all the senses awaken in a new spring that gives young emotions. Delicate creations are dressed in romantic shapes and sophisticated nuances. Each jewel, in 925 silver and embellished with sparkling cubic zirconia, captures the essence of the season. Flowers to interpret as you like - daisies? - cover with their colorful petals necklaces, pendants, bracelets, rings and earrings in a dreamy chromatic tourbillion.*

**DORA INTERNATIONAL.** Il riferimento al merletto veneziano dalla lavorazione ottenuta grazie alla maestria di abili artigiani è chiaro: infatti, ispirato da questa tradizione risalente al Rinascimento italiano, Dora Wedding Bands, brand di Dora International con focus sulle fedi nuziali, creò la collezione Venetian Lace, oggi riproposta con più vigore stilistico e l'introduzione di una nuova combinazione di tantalio e oro per le fedi maschili, mentre per le fedi femminili è sempre l'oro bianco o giallo, con o senza diamanti, a essere protagonista di un design calligrafico che, in qualsiasi caso, si fa notare per i sofisticati giochi di decori.

*The reference to Venetian lace from the workmanship obtained thanks to the mastery of skilled craftsmen is clear: in fact, inspired by this tradition dating back to the Italian Renaissance, Dora Wedding Bands, a Dora International brand with a focus on wedding rings, created the Venetian Lace collection, today re-proposed with more stylistic vigor and the introduction of a new combination of tantalum and gold for men's rings, while for women's rings it is always white or yellow gold, with or without diamonds, that is the protagonist of a calligraphic design that, in any case, stands out for its sophisticated play of decorations.*

**ANTONINI MILANO.** Antonini Milano celebra la magia delle Dolomiti con Cortina, una collezione che fonde natura, sport e design, i cui gioielli raccontano l'incanto delle cime innevate e il glamour dei Giochi Milano-Cortina 2026. Oro bianco e diamanti evocano la purezza della neve, mentre oro rosa e diamanti champagne riprendono i toni caldi del tramonto caratteristico dei "monti pallidi". Dettagli innovativi, come frange ispirate a cascate ghiacciate e linee che richiamano i cerchi olimpici, esprimono equilibrio e simbolismo, con gli anelli molto confortevoli, grazie al design che prevede una molla interna. La collezione Cortina rappresenta un viaggio tra natura e lusso, un omaggio alla bellezza senza tempo.

*Antonini Milano celebrates the magic of the Dolomites with Cortina, a jewelry collection that blends nature, sport, and design. Each piece tells the story of snow-covered peaks and the glamour of the Milano-Cortina 2026 Winter Games. White gold and diamonds evoke the purity of snow, while rose gold and champagne diamonds reflect the warm hues of sunsets over the "Pale Mountains." Innovative details, such as fringes inspired by frozen waterfalls and lines echoing the Olympic rings, embody balance and symbolism. The rings are remarkably comfortable, featuring an internal spring mechanism. The Cortina collection represents a journey between nature and luxury, paying tribute to timeless beauty.*

## GET THE LOOK

### DIVINE ELEGANCE

### SCHIAPARELLI

Un abito con bustino pensato per dee contemporanee. La purezza delle sue linee imperiali è esaltata da gioielli dal fascino surreale. Un equilibrio inatteso, per un look riservato a occasioni straordinarie, ma che tutti vorremmo indossare. Sulla passerella di Schiaparelli, per la collezione P/E 2025.

*A corset dress designed for contemporary goddesses. The purity of its imperial lines is enhanced by surreal jewelry. An unexpected balance, for a look reserved for extraordinary occasions, yet one that we would all love to wear. On the runway at Schiaparelli, for the S/S 2025 collection.*

TAVANTI

CONTEMPORARY PRECIOUS

Vicenza Oro
Hall 7 • Stand 880

# Eccellenza contemporanea

La maestria di Mattioli, il rebranding di Lenti 1963, il primo negozio a Berlino di Lizay

*The craftsmanship of Mattioli, the rebranding of Lenti 1963, and Lizay's first store in Berlin*

**MATTIOLI.** Con l'arrivo del 2025 la collezione best seller di Mattioli, Puzzle, diventa ancora più ricca, più luminosa. L'omaggio fatto all'arte dell'astrattismo e alle forme geometriche di maestri come Calder, Mondrian e Kandinsky con gli originari gioielli dalle madreperle e dalla pietre colorate intercambiabili, ora è reso dai gioielli in oro bianco e oro rosa, impreziositi da diamanti bianchi, pezzi che rappresentano la massima espressione di eccellenza artigiana e design contemporaneo. L'alta gioielleria di Puzzle Diamonds comprende bracciali rigidi e orecchini dalle forme geometriche inconfondibili.

*With the arrival of 2025, Mattioli's best-selling collection, Puzzle, becomes even richer, brighter. The homage paid to the art of abstraction and the geometric shapes of masters such as Calder, Mondrian and Kandinsky with the original jewels with mother-of-pearl and interchangeable colored stones, is now rendered by jewels in white gold and rose gold, embellished with white diamonds, pieces that represent the maximum expression of artisan excellence and contemporary design. The high jewelry of Puzzle Diamonds includes rigid bracelets and earrings with unmistakable geometric shapes.*

**LENTI 1963.** Agli habituè di lunga data di Vicenzaoro la storia di Lenti 1963 sembrerà familiare, perché questo storico brand di Valenza è presente su "piazza" da qualche decennio, ma con un significativo recente cambio di passo che merita un breve flashback. I primi a credere in un sogno furono nel 1963 Pietro Lenti e Osvaldo Villasco, soci nella fortunata avventura imprenditoriale di Lenti&Villasco, per lungo tempo presenza fissa in quei di Vicenza. Più di 60 anni dopo sono i figli di Pietro, Danilo e Giuliana Lenti e il nipote Federico Bellini a perpetrare quello stesso sogno giorno dopo giorno, portando avanti il mestiere di famiglia con lo stesso spirito di grande intraprendenza e la voglia di stupire, e un rebranding che parla chiaro, Lenti 1963.

*For long-time Vicenzaoro regulars, the story of Lenti 1963 will seem familiar, because this historic Valenza brand has been present on the "piazza" for a few decades, but with a significant recent change of pace that deserves a brief flashback. The first to believe in a dream in 1963 were Pietro Lenti and Osvaldo Villasco, partners in the successful entrepreneurial adventure of Lenti&Villasco, a long-time fixture in Vicenza. More than 60 years later, Pietro's children, Danilo and Giuliana Lenti, and their nephew Federico Bellini are perpetuating that same dream day after day, carrying on the family business with the same spirit of great enterprise and the desire to amaze, and a rebranding that speaks clearly, Lenti 1963.*

**LIZAY.** Leader nel settore della gioielleria, Lizay è riconosciuto per la qualità, il design innovativo e il valore dei suoi gioielli. Un successo, quello del brand turco, premiato con una espansione eccezionale, che dal 2018, ha visto moltiplicare i negozi da 18 a 80, diventando uno dei marchi a più rapida crescita in Patria. Ora Lizay si appresta a entrare in Europa, con l'apertura del suo primo negozio a Berlino, dove porterà l'alta qualità dell'artigianato turco e una eleganza contemporanea, che è un clin d'oeil a un pubblico globale.

*A leader in the jewelry industry, Lizay is recognized for the quality, innovative design and value of its jewelry. A success, that of the Turkish brand, rewarded with an exceptional expansion, which since 2018, has seen its stores multiply from 18 to 80, becoming one of the fastest growing brands in the country. Now Lizay is preparing to enter the European market, with the opening of its first store in Berlin, where it will bring the high quality of Turkish craftsmanship and a contemporary elegance, which is a clin d'oeil to a global audience.*

## GET THE LOOK

### ORNAMENTAL FREEDOM

**Valentino**

Il concetto di ornamento si apre a nuove possibilità di libertà estetica, attraverso piercing e decorazioni metalliche sul viso. Abbinati a una giacca a pois, il loro carattere si ammorbidisce senza perdere la sua forza. Sulla passerella di Valentino, per la collezione P/E 2025.

*The concept of ornamentation opens up new possibilities for aesthetic freedom, through piercings and metallic decorations on the face. Paired with a polka-dot jacket, their character softens without losing its strength. On the runway at Valentino, for the S/S 2025 collection.*

# Nivoda Online Marketplace

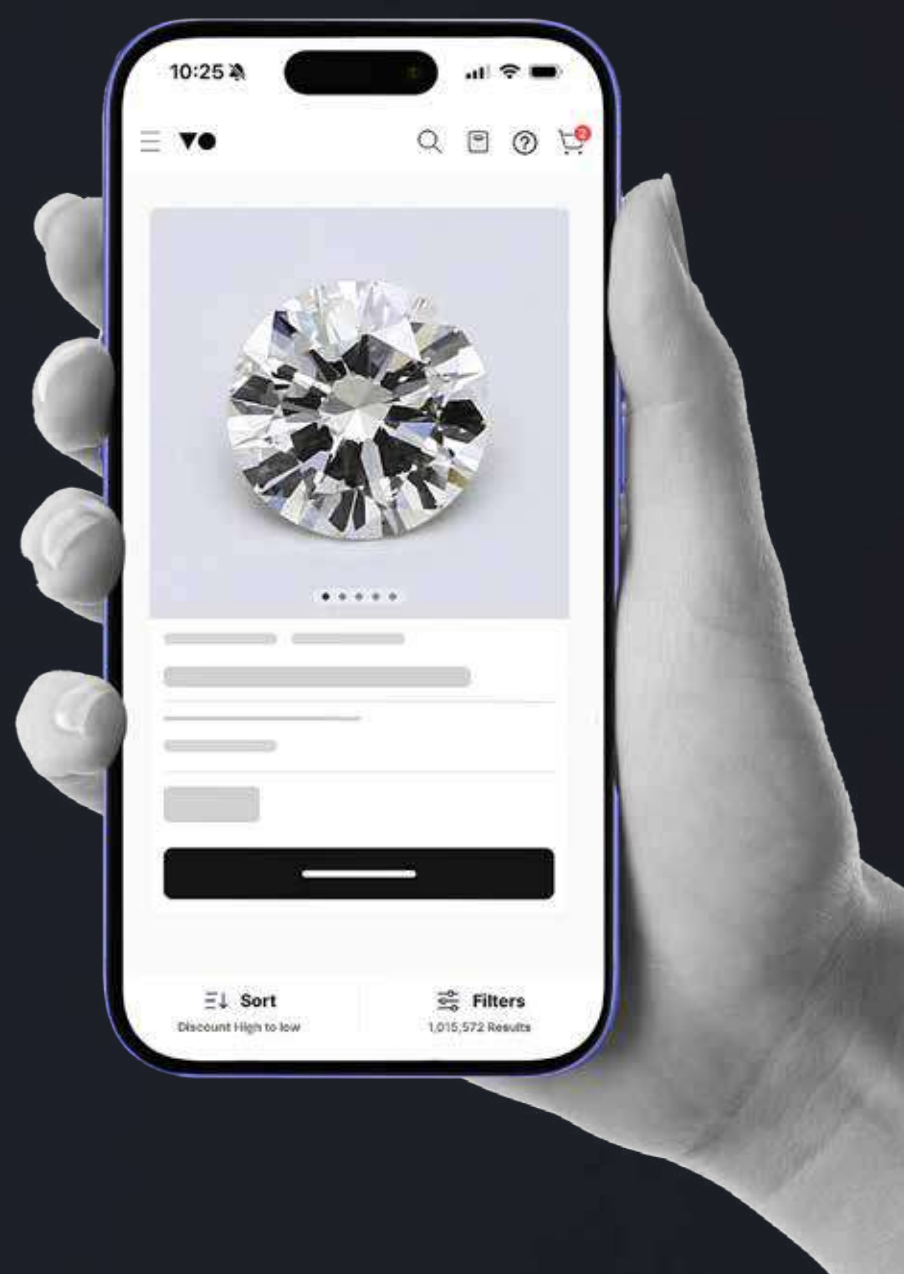
Soluzioni per **gioiellieri e orafi** per competere nel mondo dell'e-commerce

- **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.




NIVODA

**www.nivoda.com**

# L'evoluzione dell'high-tech

Le ultime innovazioni di Koras, i macchinari di Teknik Döküm, i nuovi modelli di Busch & Co.

*The latest innovations from Koras, the machinery by Teknik Döküm, and the new models from Busch & Co.*

**KORAS.** L'ultima generazione di macchine compatte di Koras offre una serie di caratteristiche che migliorano i processi nel campo dell'elettrolucidatura. La gamma di prodotti è stata ampliata lo scorso anno con una variante più grande, denominata Aquapol® 200: un dispositivo non più solo da tavolo, ma che è stato riprogettato per lavorare volumi elevati in breve tempo. A ciò si aggiunge l'ultima innovazione di Koras, che è rivolta alle aziende in cui la stampa 3D svolge un ruolo sempre più importante. Si tratta del distillatore EVA che pulisce il solvente usato in un processo completamente automatico, assicurando che tutte le sostanze contaminanti vengano separate. In questo modo, il solvente defluisce in un container e può essere immediatamente riusato, mentre le altre sostanze sono convogliate a parte e smaltite.

*The latest generation of compact machines from Koras offers a number of features that improve processes in the field of electropolishing. The product range was expanded last year with a larger variant, called Aquapol® 200: a device that is no longer just a tabletop device, but has been redesigned to process high volumes in a short time. Added to this is the latest innovation from Koras, which is aimed at companies where 3D printing plays an increasingly important role. This is the EVA distiller, which cleans the used solvent in a fully automatic process, ensuring that all contaminants are separated. In this way, the solvent flows into a container and can be immediately reused, while the other substances are conveyed separately and disposed of.*

**TEKNIK DÖKÜM.** L'Incorporatrice Automatica di Teknik Döküm, azienda turca fondata nel 1977 come laboratorio di fusione per gioiellieri, svolge il compito di setacciare la polvere di investimento, miscelarla e riempire le fiasche sotto vuoto e vibrazione. Un macchinario che dà i migliori risultati possibili, con un impasto omogeneo e una colata di qualità, grazie a un'incorporazione migliore e solida, che non contiene bolle d'aria. Inoltre il macchinario garantisce facilità di utilizzo, cicli di investimento molto brevi e facilità di pulizia.

*The Automatic Incorporator of Teknik Döküm, a Turkish company founded in 1977 as a casting laboratory for jewelers, performs the task of sifting the investment powder, mixing it and filling the flasks under vacuum and vibration. A machine that gives the best possible results, with a homogeneous mixture and a quality casting, thanks to a better and solid incorporation, which does not contain air bubbles. In addition, the machine guarantees ease of use, very short investment cycles and easy cleaning.*

**BUSCH & CO.** L'azienda tedesca lancia all'interno della serie speciale AU Gold Standard il nuovo modello 2K-AU realizzato in carburo di tungsteno a grana finissima. Quando si incastonano pietre preziose spigolose, come i diamanti taglio Princess, i bordi delle pietre e quelli delle montature sono aree critiche. Per evitare danni, è opportuno ottimizzare i bordi della montatura in base alla geometria delle pietre. 2K-AU con il suo lato anteriore non seghettato offre una soluzione ottimale: impedisce contatti di fresatura involontari sui bordi lucidi quando si lavora in direzione assiale. Inoltre, può essere utilizzato per tagliare o separare le singole griffe durante l'incastonatura e per rimuovere le barre tra pietre preziose vicine.

*The German company launches the new 2K-AU model made of very fine grain tungsten carbide within the AU Gold Standard special series. When setting angular gemstones, such as princess cut diamonds, the edges of the stones and the edges of the settings are critical areas. To avoid damage, it is advisable to optimize the edges of the setting based on the geometry of the stones. 2K-AU with its non-serrated front side offers an optimal solution: It prevents unintentional milling contacts on polished edges when working in the axial direction. Additionally, it can be used to cut or separate individual prongs during setting and to remove bars between neighboring gemstones.*

SEEN ON VO+
EDIT

## CDD Jewelry

Chernyshova Daryna, architetto, da sempre affascinata dal design parametrico, ha fondato il marchio CDD Jewelry, per tradurre la relazione profonda, che permea da sempre le ricerche scientifiche e artistiche, in gioielli dall'estetica tanto minimale quanto incisiva, sviluppati attraverso l'intelligenza artificiale, seguendo i principi dell'algoritmo Voronoi. I gioielli delle due prime collezioni, Linked e Web, esibiscono simmetrie e proporzioni che, partendo da tale origine scientifica, divagano fino a trasformarsi in una narrazione personale e umanistica.

*Chernyshova Daryna, an architect who has always been fascinated by parametric design, founded the CDD Jewelry brand to translate this profound relationship, an ever-present element of scientific and artistic research, into jewelry with a minimal and incisive aesthetic, developed through artificial intelligence, following the principles of the Voronoi algorithm. The jewelry in the first two collections, Linked and Web, display symmetries and proportions that, based on this scientific origin, digress into a personal and humanistic narrative.*

MARCELINE

PARIS

Hall 7 Booth 317

# Soluzioni rivoluzionarie

Opera, la novità proposta da Elettrolaser, i sistemi diversificati di Italfimet, e Zeus XD-P, il forno verticale a induzione di G.B. F.lli Bertoncello

*Opera, the latest innovation from Elettrolaser, the diversified systems by Italfimet, and Zeus XD-P, the vertical induction furnace by G.B. F.lli Bertoncello*

**ELETTROLASER.** Opera è la novità 2025 di Elettrolaser. È una macchina rivoluzionaria che va oltre la semplice marcatura e apre nuovi orizzonti creativi nel settore orafo. Una soluzione innovativa che combina fresatura CNC e sorgente laser, ed è progettata per rendere il lavoro in laboratorio più efficiente e versatile, consentendo incisioni, marcature, tagli effetto diamante e lucidature, per risultati originali. La sua ampia area d'appoggio (150mm x 200mm) permette di lavorare comodamente, ottimizzando tempi e spazi. Il software intuitivo Opera Easy Creator, permette di accedere a una libreria di design per creare oggetti unici.

*Opera is the 2025 novelty of Elettrolaser. It is a revolutionary machine that goes beyond simple marking and opens new creative horizons in the goldsmith sector. An innovative solution that combines CNC milling and laser source, and is designed to make laboratory work more efficient and versatile, allowing engravings, markings, diamond effect cuts and polishing, for original results. Its large support area (150mm x 200mm) allows you to work comfortably, optimizing time and space. The intuitive Opera Easy Creator software allows you to access a design library to create unique objects.*

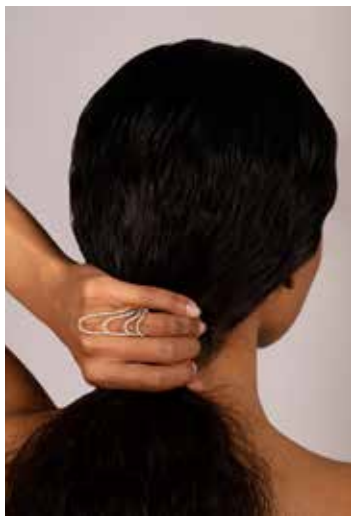
**ITALFIMET.** Oggi le diverse fasi di lavoro nella produzione di gioielli implicano una dispersione di polveri, liquidi, scarti metallici, sfridi: la sfida è di recuperarli e rimetterli in lavorazione per generare nuovo valore per il settore orafo. Italfimet presenta diversificati sistemi, anche custom made, per un completo recupero del metallo prezioso coinvolto nelle varie fasi produttive - pulimentatura, burattatura di finitura, lavorazioni meccaniche, lavaggio a ultrasuoni o galvanica di finitura - gettando le basi per procedere alla successiva affinazione. Inoltre, è possibile realizzare sali di metalli preziosi per favorire un nuovo utilizzo degli stessi metalli.

*Today the various work phases in jewelry production imply the dispersion of dust, liquids, metal scraps, and off-cuts: the challenge is to recover them and re-insert them into production to generate new value for the jewelry industry. Italfimet is therefore presenting diverse and custom-made systems for totally recovering the precious metal involved in the various production phases - cleaning, finishing tumbling, machining, ultrasonic washing or galvanic finishing - thus laying the foundations for subsequent refining. Moreover, precious metal salts can be made to promote a new use of those same metals.*

**G.B. F.LLI BERTONCELLO.** G.B. F.lli Bertoncello presenta Zeus XD-P, forno verticale a induzione. I forni Zeus sono progettati per la fusione in colata continua verticale, tutti forniti di doppio induttore con due generatori per il riscaldamento indipendente della filiera e del crogiolo, di raffreddamento addizionale a getto d'acqua con vasca in acciaio di recupero, di traino a 4 rulli motorizzati con chiusura a comando pneumatico. Tutte queste caratteristiche permettono alti standard qualitativi della colata con sezioni quali tubo, anodo anche a basse carature. Tramite il PLC installato ci sono un controllo costante dei parametri di lavoro, autodiagnosi ed eventuali allarmi video con richiamo sonoro.

*From G.B. F.lli Bertoncello, Zeus XD-P, a high-performance vertical induction furnace, with high-quality casting standards. with sections such as tube and anode, even at low weights. Zeus vertical induction furnaces are designed for continuous vertical casting and all equipped with a two-generator double inductor to independently heat the die and crucible, additional water jet cooling with a steel recovery tank and 4 motorized rollers with pneumatically controlled closure. The installed PLC provides constant control of the working parameters, self-diagnosis and video alarms with sound recall.*

SEEN ON VO+
EDIT



## Wave Stacking

Gli anelli della nuova collezione di Marie Mas sono progettati per fluttuare sulle dita come onde in movimento, incarnando perfettamente il concetto di dinamicità tanto caro alla designer Marie Cabirou. La founder del marchio parigino unisce eleganza, sorpresa e gioco in un set composto da ben quattro modelli, animati da file di diamanti, che possono essere indossati sullo stesso dito oppure separatamente. Ogni preziosa curva di luce è pronta a incarnare un momento speciale della vita, e al contempo, a trasformare ogni gesto in un momento di pura eleganza e charme.

*The rings in the new Marie Mas collection are designed to float on the fingers like moving waves, perfectly embodying the concept of dynamism so dear to designer Marie Cabirou. The Parisian brand's founder combines elegance, surprise and playfulness in a set of no less than four models, animated by rows of diamonds, which can be worn on the same finger or separately. Each precious curve of light is ready to immortalize a special moment in life, while simultaneously transforming every gesture into a moment of pure elegance and charm.*

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.

DiamondGroup GmbH · Dreckenacher Weg 1 · 56295 Lonnig · Germany · T +49 26 25 86 64 40 · info@diamondgroup.de · diamondgroup.de

# Varietà di stili

I profili unisex di Akillis, i bracciali elastici di Femar, i fili di perle di Oxygene

*The unisex designs by Akillis, the elastic bracelets by Femar, and the strands of pearls by Oxygene*

**AKILLIS.** Secondo la designer Caroline Gaspard che ha fondato Akillis quasi vent'anni fa, la collezione Capture me, della quale ha reinterpretato i bracciali con una estetica più ariosa e dinamica, incarna l'amore e la passione ardente. Una offerta unisex e trasversale dove ogni bracciale vuole essere una trappola d'amore, una seduzione a geometria variabile – i triangoli appuntiti di Capture me destrutturano le norme per evocare l'amore in un'altra forma – per amori unici e passionali. Allo stesso tempo offrono una esperienza d'uso incomparabile, grazie alla tecnica con cui sono realizzati. Nei bracciali aperti in titanio consiste nella ricerca della curva perfetta e, essendo il titanio un materiale molto denso, richiede di superare sfide tecniche, in particolare nella versione bi-materiale, di titanio e oro, che costituisce l'incontro tra due caratteri incompatibili, che richiede 92 ore di lavoro affinché il titanio abbracci l'oro.

*According to designer Caroline Gaspard, who founded Akillis almost twenty years ago, the Capture me collection, whose bracelets she has reinterpreted with a more airy and dynamic aesthetic, embodies love and burning passion. A unisex and transversal offer where each bracelet wants to be a love trap, a seduction with variable geometry - the pointed triangles of Capture me deconstruct the norms to evoke love in another form - for unique and passionate loves. At the same time, they offer an incomparable experience of use, thanks to the technique with which they are made. In the open titanium bracelets, it consists in the search for the perfect curve and, as titanium is a very dense material, it requires overcoming technical challenges, especially in the bi-material version, titanium and gold, which constitutes the meeting of two incompatible characters, which requires 92 hours of work for the titanium to embrace the gold.*

**FEMAR.** Uno dei classici di Femar, presenti da qualche anno nelle collezioni, sono i bracciali elastici realizzati in oro e in differenti versioni, con pietre, diamanti e zirconi in varie colorazioni galvaniche. Ad essi il brand aretino affianca la collezione Stone Paper con l'utilizzo di pietre, nello specifico malachite, che vengono utilizzate su chocker, bracciali e bracciali schiava. Tutti pezzi in cui sono apprezzabili immediatamente il taglio e la saldatura laser, caratteristiche precipue della produzione e della lavorazione di Femar, che avvengono interamente in Italia.

*One of Femar's classics, present in the collections for a few years, are the elastic bracelets made of gold and in different versions, with stones, diamonds and zircons in various galvanic colors. The Arezzo brand adds the Stone Paper collection with the use of stones, specifically malachite, which are used on chokers, bracelets and slave bracelets. All pieces in which the laser cutting and welding are immediately appreciable, main characteristics of Femar's production and processing, which take place entirely in Italy.*

**OXYGENE.** Una passione per le perle che si è trasformata nel corso degli anni in una vera e propria specializzazione, nata da competenze costruite "sul campo". Attraverso il brand dedicato Shinju, Oxygene propone una vasta collezione di fili di perle e di gioielli in grado di soddisfare ogni desiderio. Infatti, vengono selezionate le migliori perle Akoya, Australia, Tahiti e Fresh Water dalle forme regolari e non, declinate in un'incredibile varietà di colori e dimensioni. Piena di fascino è anche la collezione Shinju di perle sciolte, così diverse tra loro per varietà, forma, gradazione e dimensione.

*A passion for pearls that has transformed over the years into a real specialization, born from skills built "on the field". Through the dedicated brand Shinju, Oxygene offers a vast collection of pearl strands and jewelry capable of satisfying every desire. In fact, the best Akoya, Australian, Tahitian and Fresh Water pearls with regular and irregular shapes are selected, available in an incredible variety of colors and sizes. The Shinju collection of pearls is also full of charm, so different from each other in variety, shape, gradation and size.*

SEEN ON VO+
EDIT

## Brutalist Combinations

L'ispirazione, per Nayibe Warchausky, arriva dalla sua storia personale e dalla sua formazione eclettica, che include studi in architettura, gioielleria, design e scultura. Di origine venezuelana, con radici russe e libanesi e una formazione internazionale che spazia dall'Italia agli Stati Uniti, la designer ha plasmato uno stile unico che si riflette anche nell'anello Cubism della nuova collezione Beton Brut, tributo all'estetica del movimento brutalista. Una creazione dalle sfaccettature tridimensionali che sfida i limiti tra arte e design funzionale, catturando l'attenzione e stimolando la riflessione.

*For Nayibe Warchausky, inspiration comes from her personal life story and eclectic educational background, which includes studies in architecture, jewelry, design and sculpture. Of Venezuelan origin with Russian and Lebanese roots and an international training ranging from Italy to the United States, the designer has molded a unique style that is also reflected in the Cubism ring from the new Beton Brut collection, a tribute to the aesthetics of the Brutalist movement. A creation with three-dimensional faceting that challenges the boundaries between art and functional design, capturing attention and stimulating thought.*

OmegaArt
Escape the ordinary, unveil trends
omegaartjewels.com
Made in Italy

# Proiettati al futuro

I 70 anni di Milor e la nascita di Benoi, nuovissimo progetto che lega l'India e l'Italia

*The 70th anniversary of Milor and the launch of Benoi, a brand-new project connecting India and Italy*

**MILOR.** Milor celebra un traguardo straordinario: 70 anni di passione, tradizione e innovazione nel mondo della gioielleria. Proprio in occasione di quest'evento, l'azienda annuncia la collaborazione con David Markstein, designer di fama internazionale e appassionato del Made in Italy. Con oltre trent'anni di esperienza e una passione genuina per l'artigianato italiano, Markstein comprende profondamente cosa significhi trasformare un'idea in un oggetto prezioso. Basta guardare le sue creazioni più celebri, come il bracciale Rolo Rivisitato o il Tubogas. Tutti gioielli che raccontano storie, che ci ricordano quanto sia straordinario poter tenere tra le mani qualcosa che è, al contempo, antico e moderno, semplice e complesso.

*Milor is celebrating an extraordinary milestone: 70 years of passion, tradition and innovation in the jewelry world. To mark this extraordinary occasion, the company proudly announces a collaboration with internationally renowned designer and Made in Italy enthusiast, David Markstein. With over 30 years' experience and a genuine passion for Italian craftsmanship, Markstein deeply understands what it means to turn an idea into a precious object. His most iconic designs, such as the Rolo Rivisitato bracelet and the Tubogas, speak volumes. Items that tell stories, that remind us how extraordinary it is to be able to hold something in our hands that is ancient, modern, simple and complex all at the same time.*

**BENOI.** Si chiama Benoi ed è il nuovissimo progetto appena lanciato dagli imprenditori indiani Binoy e Makav Shah con Gino Di Luca, Ceo del neonato brand. Un viaggio ultra prezioso che lega l'India e l'Italia, portando con sé ricordi e memorie trasformati in pezzi unici di altissima gioielleria. Be Noi, Memory Merchants, già dal nome dichiara la sua anima: «Trasformiamo i ricordi in gioielli senza tempo, mettendo insieme le sfumature più vibranti dell'India, all'eleganza sofisticata dell'Italia. Per questo la qualità dei nostri gioielli è senza limiti, così come le infinite possibilità di design», racconta Gino Di Luca. Aggiunge Binoy Shah: «L'Italia per me è un luogo speciale. È la terra dove è nato Be Noi e che ha alimentato la mia passione. Viaggiando ho capito il mio obiettivo per avere il miglior team: mettere insieme la capacità di visione e l'hard work tipici dell'India con lo charme e l'artigianato italiano». La prima collezione di alta gioielleria Be Noi è realizzata con pietre di altissima qualità, come la collana Onde della Vita (foto), con 30 carati di diamanti, 30 di zaffiri blu e 140 di tanzaniti.

*The latest project just launched by Indian entrepreneurs Binoy and Makav Shah with Gino Di Luca, CEO of the newborn brand, is called Benoi. An ultra-precious journey that links India and Italy, bringing with it experiences and memories transformed into unique pieces of fine jewelry. The very name, Be Noi, Memory Merchants, already describes its soul: «We transform memories into timeless jewelry by merging the most vibrant shades of India with the sophisticated elegance of Italy. That is why the quality of our jewelry is limitless, as are the infinite design possibilities,» says Gino Di Luca. Binoy Shah adds: «Italy is a special place for me. It is the land where Be Noi was born and which fueled my passion. As I travelled, I understood my aim to have the best team: to combine the vision and hard work typical of India with Italian charm and craftsmanship.» Be Noi's first high jewelry collection is made of the highest quality stones, as in the Onde della Vita necklace (photo), which boasts 30ct of diamonds, 30ct of blue sapphires and 140ct of tanzanites.*

SEEN ON VO+
EDIT

## Double Spiral Design

Nigora Tokhtabayeva, founder del marchio Tabayer, continua a ridefinire i confini dell'alta gioielleria, trovando nuove forme di espressione e rappresentazione dell'amuleto tradizionale. Il suo linguaggio estetico, divenuto famoso per un pattern asimmetrico, ispirato all'antico nodo di Inanna, si evolve, ora, attraverso un design a doppia spirale. Negli anelli della nuova collezione Oera Edition 04, la pietra dura scolpita a mano e l'oro Fairmined 18 carati si curvano delicatamente insieme per manifestare l'essenza della dualità che è al centro dell'etica del brand.

*Nigora Tokhtabayeva, founder of the Tabayer brand, continues to redefine the boundaries of high jewelry by finding new forms of expression and representation of the traditional amulet. Her aesthetic language, which became famous for an asymmetrical pattern inspired by the ancient Inanna's knot, now evolves through a double spiral design. In the rings from the new Oera Edition 04 collection, hand-carved gemstone and Fairmined, 18-carat gold delicately curve together to express the essence of duality that is at the heart of the brand's ethos.*

# Leading Technology

# Refining Units

## for Gold, Silver, Platinum, Palladium, Rhodium

KORAS®
PRECIOUS METAL RECYCLING

MADE IN GERMANY

20 ANNIVERSARY KORAS

Pad 9; Booth 041

www.koras-pmr.de

sisma

PAV. 9_ T.GOLD
STAND 161 /190

JEWELLERY & FASHION

Laser Marking

# CSP PICO

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

+ Marking and Engraving on finished jewels
+ Compact dimensions for easy positioning
+ Simple and powerful software SLC3 dedicate to jewelry and watchmaking
+ Burst version available for Titanium and Steel

**SISMA S.p.A.** Via dell'Industria, 1 | 36013 Piovene Rocchette | Vicenza - Italia | Tel. +39 0445 595511 | info@sisma.com - www.sisma.com

# Getting Around

EDITOR-IN-CHIEF
FEDERICA FROSINI

ART DIRECTOR
ELENA PAPAGEORGHIOU

SENIOR EDITORS
LORENZA SCALISI
ANTONELLA REINA

GROUP PUBLISHER
LAURA CAPPELLETTI

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

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

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

SALES
MONICA LANDI

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

CASATO
MAUREEN MEDINE COLLECTION
HALL 7 - BOOTH 690
CASATOGIOIELLI.COM