

FABERGÉ
A LIFE IN COLOUR

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
SEPTEMBER

FABERGÉ
A LIFE IN COLOUR

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.169

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

ISSUE 3. Domenica, 8 Settembre 2024

Un Nuovo Paradigma Culturale

Le opportunità di business del settore arrivano anche dalle istituzioni dei principali distretti orafi del Made in Italy, da Intelligenza Artificiale e sostenibilità. Vicenzaoro come place to be per aggiornamento e formazione >p.2

The sector's business opportunities also come from the institutions of Made in Italy's main gold districts, Artificial Intelligence and sustainability. Vicenzaoro as a place to be for updating and training >p.2

IN EVIDENZA

DOMENICA 8 SETTEMBRE 2024

INTERVIEW

Luca Iacomucci

L'atto creativo per l'archivio di domani nel mondo high jewelry.
The creative act for tomorrow's heritage in the world of high jewelry.

>p.12



TREND

Phoenix radiance

La magnificenza della mitica creatura illumina creazione dal carattere esplosivo.
The magnificence of the mythical creature illuminates creation with an explosive character.

>p.18



EVENTS

Trendbook 2026

Sarà presentato al nuovo appuntamento Trends for Breakfast di Paola De Luca.
Will be presented at Paola De Luca's new Trends for Breakfast event.

>p.6

FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

Hall 7 Booth 384
FABERGE.COM



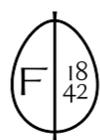


FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

Hall 7 Booth 384

FABERGE.COM





FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plusjewelry

Un Nuovo Paradigma Culturale

Le opportunità di business del settore arrivano anche dalle istituzioni dei principali distretti orafi del Made in Italy, da Intelligenza Artificiale e sostenibilità. Vicenzaoro come place to be per aggiornamento e formazione >p.2

The sector's business opportunities also come from the institutions of Made in Italy's main gold districts, Artificial Intelligence and sustainability. Vicenzaoro as a place to be for updating and training >p.2



EDITORIAL

MATTEO FARSURA
GLOBAL EXHIBITION MANAGER
JEWELLERY & FASHION DI IEG

Con 1200 espositori rappresentanti tutti i segmenti della filiera dell'oro, del gioiello e dell'orologio, e buyers da tutto il mondo, Vicenzaoro September 2024 ha aperto sotto i migliori auspici. Un'altra edizione al completo che è un momento di incontro unico per il settore, e sono lieto di viverla da una nuova prospettiva come global exhibition manager. Sin dal mio ingresso nel 2017 in Italian Exhibition Group, che ha dato un decisivo impulso alla crescita del Jewellery Boutique Show, ho capito che è più di una fiera: è il centro di gravità di una community vivace e resiliente, fondata su relazioni forti, consolidate nel tempo, capace restare competitiva evolvendo in un contesto di continui cambiamenti geopolitici, economici e sociali. Come la sua fiera, Vicenzaoro. L'appuntamento più longevo del settore testimonia la capacità di anticipare lo spirito del tempo per rispondere alle esigenze di un mercato sempre più dinamico. Una visione proiettata al futuro che ci spinge a proseguire su un cammino di crescita al servizio di una community forte e coesa, pronta a scrivere nuovi capitoli della sua lunga e gloriosa storia.

(segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

DOMENICA

8 SETTEMBRE 2024

INTERVIEW

Luca Iacomucci

L'atto creativo per l'archivio di domani nel mondo high jewelry.
The creative act for tomorrow's heritage in the world of high jewelry.

>p.12



TREND

Phoenix radiance

La magnificenza della mitica creatura illumina creazione dal carattere esplosivo.
The magnificence of the mythical creature illuminates creation with an explosive character.

>p.18



EVENTS

Trendbook 2026

Sarà presentato al nuovo appuntamento Trends for Breakfast di Paola De Luca.
Will be presented at Paola De Luca's new Trends for Breakfast event.

>p.6

Nasce il Distretto Orafo Campano

D.OR.Campania. Occasione straordinaria di sviluppo, è il titolo del talk che si tiene oggi dalle 12 alle 13 presso l'Educational Hub: un momento di confronto per presentare il Distretto Orafo Campano

Già nel nome c'è tutto: D.OR. Campania è il Distretto Orafo che, anche grazie al sostegno concesso dalla Regione Campania, si è costituito

in rete d'impresie il 23 aprile 2024 per dare unità e slancio internazionale alla millenaria tradizione dell'oreficeria campana. Quale miglior piazza, se non quella di Vicenzaoro, per presentarlo attraverso una serie di iniziative ad hoc, compresa la tavola rotonda di domenica 8 settembre? La sfida, vinta, è stata quella di mettere a sistema, per la prima volta, l'intera filiera orafa regionale evidenziando le attività già presenti nei tre poli produttivi di Napoli, Marcianise e Torre del Greco con l'obiettivo

di valorizzare il comparto. Come spiega il presidente di D.OR. Campania Vincenzo Giannotti: «Siamo riusciti a mettere insieme, intorno a un tavolo comune, Il Tarì S.C.P.A., Oromare Promogest, Torre del Greco, Consorzio Antico Borgo Orefici e tutta la rete del dettaglio tradizionale». Mentre grazie a un protocollo d'intesa condiviso sono nel gruppo di lavoro anche Confindustria Caserta, Federpreziosi Campania - Confcommercio e Assocoral. «Ciascuno porta la (segue a pagina 4)

Oro riciclato, tracciabilità, biodiversità e diamanti naturali vs lab grown

Oggi al Teatro Palladio, i quattro seminari organizzati da Cibjo, prtner di IEG nel proporre interessanti approfondimenti con i massimi esperti del settore

Si prospetta una domenica intensa a Vicenzaoro, grazie al ricco programma di incontri fra esperti organizzato da Cibjo che porteranno al centro della discussione tutte le novità inerenti i principali mainstream del settore.

Il primo dei quattro panel da un'ora ciascuno che animeranno il Teatro Palladio all'interno del quartiere fieristico inizierà alle 10 e sarà quello dedicato alle prospettive sull'uso dell'oro riciclato: moderato da John Mulligan, Direttore delle relazioni di mercato e responsabile dei cambiamenti climatici presso il World Gold Council, nonché Presidente della Commissione per lo sviluppo sostenibile di Cibjo, vedrà come relatori Jonathan Jodry, Direttore dello (segue a pagina 4)



the center of gravity for a lively and resilient community, founded on strong relationships and consolidated over time, that is able to remain competitive by evolving in a context of continuous geopolitical, economic and social changes. Just like its trade show, Vicenzaoro. The sector's longest-running event proves its ability to anticipate the spirit of the times in order to meet the needs of an increasingly dynamic market. A vision projected towards the future that drives us to continue along a path of growth at the service of a strong and cohesive community, ready to write new chapters of its long and glorious history.

MATTEO FARSURA
GLOBAL EXHIBITION MANAGER JEWELRY & FASHION AT IEG

With 1,200 exhibitors representing every segment of the gold, jewelry and watch industry and buyers from all over the world, Vicenzaoro September 2024 opened in the best possible way. Another sold-out edition that offers a unique meeting point for the industry and I am delighted to experience it from a new perspective as global exhibition manager. Ever since I joined Italian Exhibition Group in 2017, which gave a decisive boost to the growth of the Jewelry Boutique Show, I have seen that it is more than a trade show: it is

Un Nuovo Paradigma Culturale

(segue dalla prima)

La recente adesione dell'Italia alla Convenzione di Vienna sulla marcatura dei metalli preziosi è stato il tema del talk tenutosi ieri, nel corso della seconda giornata di Vicenzaoro September 2024, presso l'Educational Hub. Gianluca Pozza, responsabile del laboratorio metalli preziosi di Made in Vicenza, e Scott Walter, presidente di Hallmarking Convention si sono focalizzati sulle numerose nuove opportunità per tutte le aziende italiane impegnate nel commercio transfrontaliero di articoli in metalli preziosi tra gli stati membri. Stessa location per il momento di confronto in calendario oggi per presentare il neonato D.OR., Distretto Orafo Campano, voluto fortemente dalla Regione Campania e concretizzato con la creazione di una rete d'impresie rappresentativa dell'intera filiera orafa. Durante il convegno saranno presentate le linee guida di D.OR. ma soprattutto le iniziative e i progetti che saranno messi in campo in accordo con il mondo associativo, i consorzi e le istituzioni. Vicenzaoro, dunque, come luogo di divulgazione, formazione e networking, ma anche hub ideale per cogliere le tendenze stilistiche globali, in primis grazie al consueto appuntamento con Paola De Luca, fondatrice e direttrice creativa di Trendvision Jewellery + Forecasting, che ieri mattina ha proposto un talk dal titolo "Wonderland, dove il futuro del lusso e della gioielleria è plasmato dall'innovazione e dalla collaborazione". Con lei sul palco del Teatro Palladio, Carlo Pignataro, consulente e sales coach per l'industria del lusso, Lorraine West, fondatrice, designer gioielliere di Lorraine West Jewelry, e Gabriele Moschin, artista AI, che hanno delineato le visioni rivoluzionarie e narrato l'evoluzione dell'espressione di sé e dei cambiamenti sociali. Inoltre, a partire da questa edizione di settembre, Tren-

division raddoppia offrendo anche oggi (alle ore 10:30 presso l'Educational Hub) un momento di dialogo su mode e mainstream, portando la discussione sui temi della decostruzione delle realtà esistenti e della co-creazione di nuove culture. Concetti forse ancora poco noti, ma che grazie a questo appuntamento hanno occasione per essere approcciati. Tracciabilità e sostenibilità sono temi da governare con cognizione di causa per restare al passo coi tempi. I seminari organizzati da CIBJO per la giornata di oggi vedranno la partecipazione di esperti di calibro internazionale. A moderare gli incontri saranno Edward Johnson, corporate responsibility director di Gemfields Group, e Iris Van der Veken, executive director di Watch & Jewellery Initiative 2030. Per chi non fosse in sala o collegato via streaming sulla piattaforma IEG The Golden Jewellery Cloud, gli incontri saranno disponibili su YouTube.

Italy's recent adhesion to the Vienna Convention on the Marking of Precious Metals was the topic of yesterday's talk in the Educational Hub during the second day of Vicenzaoro September 2024. Gianluca Pozza, Head of Made in Vicenza's Precious Metals Laboratory, and Scott Walter, President of Hallmarking Convention, focused on the many new opportunities for all Italian companies engaged in the cross-border trade of precious metal items between member states. The same location for the moment of debate scheduled today

"Vicenzaoro come luogo di divulgazione, formazione e networking, ma anche hub ideale per cogliere le tendenze stilistiche globali"

"Vicenzaoro as a place for dissemination, training and networking, as well as ideal hub in which to discover global style trends"

to present the newly formed D.OR., Distretto Orafo Campano, strongly desired by the Campania Region and formalized with the creation of a network of companies representing the entire jewelry supply chain. The conference will include a presentation of the D.OR. guidelines, but will mainly outline the initiatives and projects that will be put in place in agreement with the associations, consortia and institutions. Vicenzaoro, therefore, as a place for dissemination, training and networking, as well as ideal hub in which to discover global style trends, first and foremost through the usual appointment with Paola De Luca, founder and creative director of Trendvision Jewellery + Forecasting, who yesterday morning proposed a talk with the meaningful title, "Wonderland, where the future of luxury and jewelry is shaped by innovation and collaboration". Accompanying her

on stage at the Palladio Theater were Carlo Pignataro, consultant and sales coach for the luxury industry, Lorraine West, founder and designer of Lorraine West Jewelry, and Gabriele Moschin, AI artist, who outlined the revolutionary visions and evolving narrative of self-expression and social change. Moreover, as of this September edition, Trendvision is doubling up by providing a further moment of debate today on fashions and the mainstream (10.30 am in the Educational Hub), taking the discussion onto themes regarding the deconstruction of existing realities and the co-creation of new cultures. Concepts that are still little known although this event will provide the chance to approach them. Traceability and sustainability are topics that need to be governed with knowledge in order to keep pace with the times. Today's seminars organized by CIBJO will see the participation of

experts of international caliber. The meetings will be moderated by Edward Johnson, Corporate Responsibility Director at Gemfields Group, and Iris Van der Veken, Executive Director, Watch & Jewellery Initiative 2030. For those not in attendance or connected via streaming on IEG's The Golden Jewellery Cloud platform, the seminars will be available on youtube..

Lorenza Scalisi



UNOAERRE



unoaerre.it

Nasce il Distretto Orafo Campano

(segue dalla prima)



sua specifica identità e un bagaglio di esperienze a servizio della filiera», sottolinea Vincenzo Giannotti. «Insieme rappresentiamo un passato che ci inorgoglisce, ma abbiamo chiaro il nostro obiettivo: portare innovazione, organizzazione, formazione e visione al nostro mondo. In poche parole, introdurre la parola “futuro” nella nostra storia». Ecco perché il focus è anche sul settore professionale giovanile. «Oggi TADS-Tari Design School, La Bulla di Borgo Orefici e lo storico Istituto Degni di Torre del Greco rappresentano i punti di riferimento per la formazione orafa per tutta Italia e preparano le nuove generazioni di artigiani che l'Europa ci invidia». In conclusione, centrali e strategici per il Distretto saranno i macrotemi della sostenibilità e dell'economia circolare, dalla gestione della supply chain all'innovazione dei cicli di produzione. E, non ultima, l'internazionalizzazione. Per celebrare l'evento, un brindisi presso il VIP Restaurant, hall 7.1, dalle 18.

D.OR.Campania – An Extraordinary Occasion for Development is the title of the talk to be held today from 12 noon to 1 pm in the Educational Hub: a moment of discussion to present the Campania Gold District

The name says it all: D.OR.Campania is the Gold District that, also due to the support of the Campania Region, was set up as a network of companies on 23 April 2024 to give unity and international impetus to the age-old tradition of Campania goldsmithing. What better place than Vicenzaoro to present itself through a series of ad hoc initiatives, including the round table scheduled for Sunday 8th September? The already overcome challenge was to systematize, for the first time, the entire regional jewelry supply chain by promoting the activities already present in the three production poles of Naples, Marcianise and Torre del Greco with the aim of enhancing the sector. As D.OR.Cam-

pania president, Vincenzo Giannotti, explained, «We have managed to bring together Il Tari S.C.P.A., Oromare Promogest, Torre del Greco, Consorzio Antico Borgo Orefici and the entire traditional retail network around a common table.» Thanks to a shared memorandum of understanding, Confindustria Caserta, Federpreziosi Campania - Confcommercio and Assocoral are also part of the working group. «Each one places its specific identity and a wealth of experience at the service of the supply chain.» Vincenzo Giannotti emphasised. «Together we represent a past of which we are proud, but we have a clear objective: to bring innovation, organization, training and vision to our world. In short, to introduce the word “future” into our history.» This is why the focus is also on the younger generation of professionals. «The TADS-Tari Design School, Borgo Orefici's La Bulla and the historic Degni Institute in Torre del Greco are now the reference points for goldsmith training for the whole of Italy and are preparing new gener-

ations of artisans that are the envy of Europe.» Lastly, the macro-themes of sustainability and circular economy, from supply chain management to innovation in production cycles, will be the District's central and strategic macro-themes. Not to mention, internationalization of course. To celebrate the event, a drink at the VIP Restaurant, hall 7.1, from 6 pm.



DESIGN ROOM

Miseno Jewelry

Espressione della rinomata artigianalità campana, Miseno Jewelry trae ispirazione dal romanticismo del Mediterraneo. Ogni creazione è un omaggio alla mitologia e alla storia della città di Miseno, con il logo Arco Felice che simboleggia l'antica porta d'accesso alla città, promettendo amore e felicità a chi varca il suo ingresso.



Miseno Jewelry represents the pinnacle of Campanian craftsmanship, drawing inspiration from the lush romance of the Mediterranean. Each piece pays homage to the mythology and history of Miseno, with the Arco Felice logo symbolizing the ancient city gate that, according to Roman belief, welcomed love and happiness.

Oro riciclato, tracciabilità, biodiversità e diamanti naturali vs lab grown

(segue dalla prima)

sviluppo aziendale di gruppo presso Metalor Technologies SA in Svizzera, Alice Vanni, Direttore CSR presso Italtrepreziosi SPA, e Sakhila Mirza, Vice Ceo e Consulente generale presso la London Bullion Market Association (LBMA). Seguirà poi quello sulla tracciabilità, con un focus sulla responsabilità aziendale moderato dalla Gemfields Group, leader mondiale nell'estrazione delle pietre preziose colorate. Il team di relatori riunirà realtà di spicco quali il DMCC di Dubai, Platinum Guild International, il Natural Diamond Council e il gruppo Kering. "Perché la natura è importante per la tua strategia aziendale: uno sguardo al ruolo dell'industria della gioielleria nella protezione della biodiversità" è invece il titolo del terzo momento di approfondimento (dalle 12.30), orga-

nizzato in collaborazione con la Watch & Jewellery Initiative 2030 con la partecipazione di Italtrepreziosi, World Gold Council, Quantis e di nuovo Kering. A chiudere la giornata sarà il seminario dal titolo più che esplicativo: "La crescente separazione tra i mercati dei diamanti naturali e quelli creati in laboratorio", in cui Edahn Golan, Ceo di Edahn Golan Diamond Research & Data Ltd., modererà esponenti di Initiatives in Art and Culture, DMCC di Dubai e Natural Diamond Council. Per chi non potesse essere presente in sala, c'è come sempre la diretta streaming sulla piattaforma IEG The Jewellery Golden Cloud.

Today, in the Palladio Theatre, four seminars organized by Cibjo, which, as always, offers interesting insights with leading experts in the field

Sunday at Vicenzaoro promises to be intense due to a full program of meetings between experts organized by Cibjo that will put all the latest news concerning the sector's mainstream issues up for discussion. The first of the four hour-long panel talks that will enliven the Palladio Theatre inside the Expo Center will start at 10 am and focus on the prospects of using recycled gold. Moderated by John Mulligan, Director of Market Relations and Head of Climate Change at the World Gold Council, as well as Chairman of Cibjo's Commission for Sustain-

able Development, the panel will include speakers Jonathan Jodry, Group Business Development Director at Metalor Technologies SA in Switzerland, Alice Vanni, CSR Director at Italtrepreziosi SPA, and Sakhila Mirza, Deputy Ceo and General Consultant at the London Bullion Market Association (LBMA). This will be followed by a meeting on traceability with a focus on corporate responsibility moderated by the Gemfields Group, a world leader in colored gemstone mining. The team of speakers will bring together prominent organizations such as the DMCC in Dubai, Platinum Guild International, the Natural Diamond Council and the Kering Group. "Why nature is important for your business strategy: a look at the jewelry industry's role in protecting biodiversity" is the title of the third in-depth discussion (from 12.30 pm), organized in

collaboration with the Watch & Jewellery Initiative 2030 with the participation of Italtrepreziosi, World Gold Council, Quantis and Kering. To close the day, a seminar with the more than explanatory title: "The growing gap between natural and lab-grown diamond markets", at which Edahn Golan, CEO of Edahn Golan Diamond Research & Data Ltd., will be moderating representatives from Initiatives in Art and Culture, DMCC in Dubai and the Natural Diamond Council. For those who cannot attend, the meetings will, as always, be live streamed on IEG's The Jewellery Golden Cloud platform.



NANIS
ITALIAN JEWELS



FABBRICA
DEL LUSO
ITALIANO
CONTEMPORANEO

www.nanis.it

Hall 7 - Stand 582

Appuntamento con il futuro della gioielleria

"Trends for Breakfast" è l'evento di lancio del Trendbook 2026+. Giunta alla sua 22° edizione, la pubblicazione si conferma una risorsa fondamentale per conoscere previsioni e tendenze di settore. Oggi, alle 10.30 all'Educational Hub

"Trends for Breakfast" is the launch event for Trendbook 2026+. Now in its 22nd edition, the international publication is a key resource for learning about forecasts and trends for 2026. Today, at 10.30 am in the Educational Hub



"Trends for Breakfast" è l'evento con cui Paola De Luca, Founder & Creative Director del Trendvision Jewellery + Forecasting presenta il nuovo Trendbook 2026+ (oggi, dalle 10.30, presso l'Educational Hub). Il titolo evoca un'immagine semplice ma potente: le tendenze come qualcosa di quotidiano, da consumare all'inizio di ogni nuova giornata, un po' come il caffè che ci tiene svegli. Quasi a suggerire che essere al passo con il mondo che cambia è una necessità inevitabile, un esercizio che può creare connessioni elettive nel mondo della gioielleria. Le novità, le mode, le idee che definiscono il no-

stro tempo sono pane quotidiano, qualcosa di fresco e indispensabile, che occorre consumare per rimanere pertinenti. «Siamo entusiasti di presentare questa nuova edizione, che non solo risponde alle esigenze attuali del mercato, ma anticipa anche le tendenze future, garantendo alle aziende gli strumenti necessari per affrontare con successo le sfide di un panorama in continua evoluzione», afferma De Luca. Arrivato alla sua ventiduesima edizione, il Trendbook è un vero e proprio vademecum che offre contenuti imperdibili per la creazione di nuove collezioni e per orientare le prossime strategie di

marketing. Quest'anno, si reinventa in un formato rinnovato, suddiviso in tre sezioni fondamentali: la cultura del consumatore, le evoluzioni e opportunità del settore della gioielleria, e il Forecast 2026 che anticipa i cinque temi principali che domineranno la scena: Sleek Elegance; Opulent Extravaganza; Street Coolness; Digital Nouveau; Wonderland. Ogni capitolo svela le tendenze stilistiche, le ispirazioni e le atmosfere che plasmeranno i gioielli. Sulla direzione del 2026, i mondi della moda e della gioielleria si preparano a vivere una trasformazione radicale, frutto di cambiamenti globali e tensioni geopolitiche che hanno stravolto gli equilibri sociali. Questo cambiamento riflette un più ampio movimento verso l'accettazione delle esperienze uniche e l'impegno per la responsabilità ambientale, con un occhio attento alla conservazione del patrimonio. Il Trendbook si erge come un osservatorio privilegiato, offrendo una chiave di lettura per interpretare e navigare le onde di un'evoluzione che è, al contempo, inevitabile e affascinante.

"Trends for Breakfast" is the event with which Paola De Luca, Founder & Creative Director of Trendvision Jewellery + Forecasting, will be presenting the new Trendbook 2026+ (today, from 10.30 am, in the Educational Hub). The title evokes a simple but powerful image: trends as an everyday thing, to be consumed at the start of each new day, a bit like the coffee that keeps us awake. As if to suggest that keeping pace with the changing world is an inevitable need, an exercise that can

create elective connections in the jewelry world. The new entries, fashions and ideas that define our times are our daily bread, something fresh and indispensable that we need to consume in order to be appropriate. «We are excited to present this new edition, which not only responds to current market requirements but also anticipates future trends, ensuring that companies have the tools they need to successfully meet the challenges of an ever-changing panorama,» says De Luca. Now in its 22nd edition, the Trendbook is a veritable manual that offers must-have content for creating new collections and guiding future marketing strategies. This year, it comes in a new revamped format, divided into three basic sections: consumer culture, jewelry industry evolutions and opportunities, and Forecast 2026, which anticipates the five main themes that will dominate the scene: Sleek Elegance, Opulent Extravaganza, Street Coolness, Digital Nouveau and Wonderland. Each chapter reveals the style trends, inspirations and atmospheres that will shape jewelry. Going towards 2026, the worlds of fashion and jewelry are getting ready to experience a radical transformation, the result of global changes and geopolitical tensions that have disrupted social balances. This change reflects a broader movement toward acceptance of unique experiences and a commitment to environmental responsibility with an attentive eye on preserving heritage. The Trendbook is a privileged observatory, offering a key to interpreting and navigating the waves of an evolution that is both inevitable and fascinating.

Antonella Reina

Elisabetta Gregoraci a Vicenzaoro

Davite & Delucchi porta la nota showgirl a Vicenzaoro, in un evento che celebra l'eccellenza del gioiello italiano

Davite & Delucchi is bringing the famous showgirl to Vicenzaoro for an event to celebrate the excellence of Italian jewelry



Elisabetta Gregoraci sarà presente a Vicenzaoro, oggi, presso lo stand Davite & Delucchi, nella Hall 7, Booth 360, per celebrare il lancio delle nuove collezioni di gioielli. Volto di Davite & Delucchi da diversi anni, Elisabetta ha saputo rappresentarne l'essenza, con la sua bellezza e la sua personalità catalizzante, attirando l'attenzione su alcune linee di gioielli, caratterizzate da un'estrema raffinatezza e un design sempre esclusivo. Fausto Delucchi, jewelry designer del marchio - che ha fondato il brand assieme a Renato Davite nel lontano 1973 - parla di un legame elettivo tra la qualità del gioiello italiano e la figura di Gregoraci: «Il gioiello italiano è riconosciuto nel mondo per bellezza,

qualità della manifattura e creatività. Valori che appartengono alla nostra azienda da sempre e che trovano in Elisabetta Gregoraci una musa ispiratrice. La celebre presentatrice con la sua naturale eleganza e la sua energia contagiosa è la donna ideale per interpretare la nostra filosofia e la nostra creatività». Con una solida reputazione nel settore, Davite & Delucchi continua a creare gioielli made in Italy dall'estetica unica, in cui tradizione e innovazione trovano un equilibrio ideale. Durante l'evento, Elisabetta Gregoraci indosserà alcune delle nuove creazioni, che promettono di confermare ancora una volta, l'impegno del marchio nel valorizzare l'artigianato italiano.

Elisabetta Gregoraci will be present at Vicenzaoro today at the Davite & Delucchi stand in Hall 7, Booth 360, to celebrate the launch of the company's new jewelry collections. The face of Davite & Delucchi for several years, Elisabetta has successfully represented its essence with her beauty and catalyzing personality, drawing attention to several jewelry lines with their extreme sophistication and ever-exclusive design. Fausto Delucchi, the brand's jewelry designer - who founded the brand together with Renato Davite back in 1973 - speaks of an elective link between the quality of Italian jewelry and the figure of Gregoraci: «Italian jewelry is recognized the world over for its beauty, quality of workmanship and creativity. Values that have always been part of

APERITIVO TO BE PACKING

Festeggiare un quarto di secolo

Diffondere il made in Italy attraverso "la cultura della vetrina": da 25 anni To Be Packing, azienda bergamasca con showroom a Milano e a New York, affina le competenze necessarie per far fronte alle richieste provenienti dal settore della gioielleria, ma anche da tutte quelle realtà che cercano packaging e soluzioni espositive personalizzate. Vicenzaoro è, dunque, il luogo ideale per festeggiare questo quarto di secolo di successi con un aperitivo celebrativo domenica 8 settembre, dalle 17.30 alle 20.00, nell'ingresso della hall 8.0. Un'occasione per brindare con amici, clienti e addetti ai lavori durante un evento conviviale ricco di sorprese.



Celebrating a quarter of a century

Promoting made-in-Italy products through "the culture of showcasing": for 25 years, To Be Packing, a Bergamo-based company with showrooms in Milan and New York, has been refining the skills needed to meet the demands not only of the jewelry sector, but also of all those companies looking for customized packaging and display solutions. Vicenzaoro is therefore the ideal place to mark this successful quarter of a century with a celebratory aperitif on Sunday 8th September, from 5.30 to 8 pm, at the hall 8 entrance. An opportunity to toast with friends, customers and insiders during a convivial event full of surprises.

our company and that find an inspiring muse in Elisabetta Gregoraci. With her natural elegance and contagious energy, the famous presenter is the ideal person to interpret our philosophy and creativity.» With a solid reputation in the industry, Davite & Delucchi continues to create made-in-Italy jewelry with a unique look in which tradition and innovation find an ideal balance. During the event, Elisabetta Gregoraci will wear some of the new creations, which promise to re-confirm the brand's commitment to enhancing Italian craftsmanship.



OXYGÈNE

VICENZAORO / 06-10 SEPTEMBER 2024 / HALL 3 BOOTH 145
WWW.OXYGENE.SM / INFO@OXYGENE.SM



Misani Milano fra i protagonisti della Design Room

Artigianalità e valorizzazione del Made in Italy, i capisaldi raccontati dal Ceo Pietro Bartolomei

Made in Italy craftsmanship and enhancement. These are Ceo Pietro Bartolomei's cornerstones



«I gioielli Misani sono una declinazione al presente della tradizione italiana, da sempre sinonimo di qualità e preziosità. Riteniamo il nostro heritage, la nostra storia, fondamenta e futuro dell'azienda. Ci caratterizza una forte connessione con la nostra città di origine, Milano, dove ancora oggi si svolge ogni fase della produzione eseguita interamente a mano attraverso le tecniche di lavorazione più antiche. I nostri gioielli non passano mai inosservati: forme, materiali, colori, ogni elemento è un'esplici-

ta dichiarazione di indipendenza e originalità. Le nostre collezioni parlano più lingue: le linee più eccentriche e colorate ci aprono le porte dell'Europa e della nostra clientela italiana, quelle più classiche e iconiche in oro 18kt e diamanti vengono invece predilette negli Stati Uniti, Canada e Sud America. In seguito alla riapertura del mercato asiatico, stiamo consolidando nuovi ed entusiasmanti rapporti con la Cina e Hong Kong. Vicenzaoro rimane l'appuntamento annuale per eccellenza: raccontare un gioiello nel Paese in cui viene prodotto ne fortifica il valore, l'impegno e la passione che mettiamo in ciò che facciamo. Fra le novità, portiamo una delle collezioni cult, Aurora - in oro 18kt, cuoio toscano, perle e diamanti - arricchita con perle di diversa origine e provenienza. Abbiamo sempre guardato ai nostri gioielli per quello che sono: il frutto di un processo artistico. L'osservazione della realtà, l'ispirazione tratta da culture differenti e l'inserimento di contenuti scultorei e culturali ci fanno sentire certi che il valore delle nostre collezioni vada oltre quello del peso delle materie impiegate.»

«*Misani jewelry is a contemporary declination of Italian tradition, which has always been synonymous with quality and preciousness. We consider our heritage, our history, the foundation and future of the company. We have a strong connection with Milan, our city of origin, where every stage of production is still carried out entirely by hand using the most ancient manufacturing techniques. Our jewelry never goes unnoticed: shapes, materials, colors, each element is an explicit declaration of independence and originality. Our collections speak several languages: the more eccentric and colorful lines open the doors to Europe and our Italian clientele, while the more classic and iconic ones in 18kt gold and diamonds are favored in the United States, Canada and South America. Following the re-opening of the Asian market, we are consolidating new and exciting relations with China and Hong Kong. Vicenzaoro is still the quintessential annual appointment: telling the story of a piece of jewelry in the country where it is produced reinforces the value, commitment and passion that we put into what we do. Among our new entries, we are presenting one of our cult collections, Aurora -*



in 18kt gold, Tuscan leather, pearls and diamonds - enriched with pearls of different origins and provenance. We have always looked at our jewelry for what it is: the result of an artistic process. By observing reality, drawing inspiration from different cultures and including sculptural and cultural content we feel confident that the value of our collections goes beyond that of the weight of the materials used.»

Le prossime sfide di Beppe Ambrosini

Il nuovo socio e Senior Advisor di Wyler Vetta, oggi protagonista di un talk di VO' Clock, anticipa qui le novità presenti in fiera, fra cui il restyling della collezione Jumbostar

Wyler Vetta's new partner and Senior Advisor, the protagonist of one of today's VO' Clock talks, reveals the latest new entries at the show, including the restyling of the Jumbostar collection



«La mia intera carriera si è svolta nell'ambito dell'orologeria di prestigio. Diventare socio di Wyler Vetta è stata una sfida ghiotta alla quale non ho potuto rinunciare. Si tratta di un marchio con una storia incredibile costellata di innovazioni in diversi ambiti: oltre agli 11 brevetti registrati, Wyler Vetta evoca un orologio che è stato al polso dei più famosi attori e sportivi dei nostri tempi. Il brand propone modelli iconici distintivi ed estre-

mamente riconoscibili, e contiene tutti gli ingredienti che mi hanno persuaso a intraprendere questa nuova avventura. Se dovessi definire lo spirito che anima Wyler Vetta, gli aggettivi sarebbero intrigante, come il modello Tribute to Ermetico, competitivo, come l'orologio Heritage, e indossabile, come Jumbostar. E riguardo quest'ultimo modello, la nostra partecipazione a VO' Clock (il talk è oggi alle ore 11, ndr) è giustappunto l'occasione per-

fetta per presentare in anteprima le novità di questa collezione, oggetto di un completo restyling. Da un lato il design rispetta le linee del modello lanciato nel 1968, mentre a livello tecnico abbiamo implementato le dotazioni tecniche degli orologi, equipaggiandoli di nuovi calibri che ci hanno permesso di migliorarne le performance e di operare un intervento interessante sulla riduzione dello spessore delle casse, al fine di ottimizzarne la vestibilità. Per chi vuole qualche dettaglio in più, i nuovi cronografi Jumbostar con cassa di 40 mm di diametro e 12,9 di spessore sono dotati del calibro automatico ETA 2894. In mostra a Vicenza abbiamo anche i nuovi Jumbostar solotempo con cassa di 40 mm di diametro equipaggiati con il movimento La Joux-Perret calibro automatico G100. Nella mia indole che guarda sempre avanti c'è però già la prossima sfida: creare orologi economicamente accessibili dalle nuove generazioni con il giusto rapporto qualità/prezzo, proponendo ottime dotazioni tecniche affiancate ad un design particolarmente distintivo.»

«*My entire career has been in the field of prestige watchmaking. Becoming a partner of Wyler Vetta was an exciting challenge that I could not miss out on. This is a brand with an incredible history studded with innovations in various fields: in addition to 11 registered patents, Wyler Vetta calls to mind a watch that has been on the wrists of the most famous actors and sportsmen of our time. The brand offers distinctive and highly recognizable iconic models and contains all the ingredients that persuaded me to embark on this new adventure. If I had to define the spirit that energizes Wyler Vetta, the adjectives would be intriguing, like the Tribute to Hermetic model, competitive, like the Heritage watch, and wearable, like Jumbostar. And in regard to the latter model, our participation at VO' Clock (the talk is scheduled for today at 11 am, ed.) is just the perfect moment to present a preview of the latest introductions to this collection, which has been totally restyled. On the one hand, the design respects the lines of the model launched in 1968, while on the technical level, we have applied technical features to the watches, equipping them with new calibers that have enabled us to improve their per-*

GEM TALK

Tornano gli affascinanti aggiornamenti sulle gemme organizzati in collaborazione con IGI - Istituto Gemmologico Italiano, per scoprire le novità di un settore complesso e in perenne evoluzione. Nel primo appuntamento di oggi, dalle 14.30 alle 15.30 presso l'Educational Hub, si parla di sfide ambiziose nel controllo della qualità dei diamanti e dei conici d'ombra della gemmologia. Loredana Prosperi, Director di IGI Milano, modererà l'evento, cui interverranno Thomas Hainschwang - ricercatore scientifico, direttore e fondatore GGTL Liechtensteine, e Andrea Zullino, collaboratore Analisi Avanzate di Laboratorio Istituto Gemmologico Italiano

Evento in streaming su The Jewellery Golden Cloud con traduzione simultanea.

The fascinating gemstone updates organized in collaboration with IGI - Italian Gemological Institute are back to deliver the latest innovations within a complex and ever-evolving sector. In today's first appointment, from 2.30 to 3.30 pm in the Educational Hub, the talk will regard the ambitious challenges in diamond quality and shadow cone control in gemology. Loredana Prosperi, Director of IGI Milan, will moderate the event, which will feature Thomas Hainschwang - scientific researcher, director and founder of GGTL Liechtensteine, and Andrea Zullino, Advanced Laboratory Analysis collaborator at the Italian Gemological Institute.

Event streamed on The Jewellery Golden Cloud with simultaneous translation.

formance and carry out an interesting intervention to reduce the thickness of the cases and thus optimize their wearability. For those who want a little more detail, the new Jumbostar chronographs with 40 mm diameter and 12.9 thick cases are equipped with the automatic ETA 2894 caliber. Also on show in Vicenza are the new Jumbostar Only Time with a 40 mm diameter case and a La Joux-Perret automatic G100 caliber movement. In my forward-looking nature, however, the next challenge is already looming: to create watches with the right quality/price ratio, offering excellent technical features and a particularly distinctive design, that the new generations will be able to afford.»

Lorenza Scalisi



MARCELINE

PARIS



Leica, pionieri dal 1870

Henrik Ekdahl, Managing Director della divisione orologi della storica azienda tedesca, illustra come dal successo nel settore fotografico oggi Leica punta a rivoluzionare l'orologeria

Henrik Ekdahl, Managing Director of the historic German company's watch division, explains how, from success in the photographic industry, Leica is now aiming to revolutionize watchmaking



Leica ha da sempre uno spirito «pionieristico. Con la prima fotocamera da 35 mm, ha rivoluzionato la fotografia, e con la recente espansione nell'orologeria potrebbe sorprendere. È un'evoluzione naturale dell'impegno del marchio in termini di precisione e artigianalità, che riflette la sua leggendaria storia di innovazione. In origine si chiamava Leitz ed è stata fondata da Ernst Leitz nel 1870. "Leica" deriva dalle prime tre lettere di "Leitz" e dalle prime due lettere di "camera", riflettendo il profondo legame dell'azienda con la produzione di fotocamere. Nel 1914, quando Oskar Barnack, un ingegnere dell'azienda tedesca Leitz, sviluppò il primo prototipo di macchina fotografica da 35 mm, la Ur-Leica, consentì ai fotografi di portare con sé una macchina fotografica compatta e leggera, in netto contrasto con l'ingombrante attrezzatura dell'epoca. Nel 1925, la Leica I fu ufficialmente presentata, segnando la nascita della fotografia moderna. Espandendo la sua influenza oltre la fotografia, Leica si è anche avventurata nel mondo degli orologi di lusso, introducendo una prima linea nel 2021 che rispecchia la precisione, l'artigianalità e il design senza tempo per cui da sempre è nota. La collezione Leica ZM11, annunciata nell'ottobre 2023, rappresenta l'ultima innovazione nella linea di orologi in espansione di Leica. Ha tre modelli distinti, ognuno dei quali offre un'interpretazione unica di lusso e design: ZM11 Titanium Launch Edition, di soli 250 pezzi, con quadrante a doppio strato dal nero al rosso, che cambia colore a seconda dell'angolazione di visione. ZM11 Titanium Coffee Black è invece caratterizzato da un quadrante nero caldo che trasuda eleganza. E ZM11

Steel Midnight Blue, disponibile in una cassa in acciaio inossidabile con un accattivante quadrante blu e nero. Tutti i modelli sono alimentati dal Leica Calibre LA-3001, un movimento automatico sviluppato in collaborazione con Chronode, che offre una precisione di $-4/+6$ secondi al giorno e una riserva di carica di 60 ore».

«Leica has always had a pioneering spirit. With its first 35mm camera, it revolutionized photography, and with its recent expansion into watchmaking, it may yet surprise. It is a natural evolution of the brand's commitment to precision and craftsmanship, reflecting its legendary history of innovation. Originally called Leitz, the company was founded by Ernst Leitz in 1870. "Leica" comes from the first three letters of "Leitz" and the first two letters of "camera", illustrating the

company's deep connection to camera manufacturing. In 1914, when Oskar Barnack, one of the German engineers at Leitz, developed the first prototype of the 35mm camera, the Ur-Leica, it enabled photographers to carry a compact, lightweight camera in stark contrast to the bulky equipment of the time. In 1925, the Leica I was officially unveiled, marking the birth of modern photography. Expanding its influence beyond photography, Leica has also ventured into the world of luxury watches, introducing its first line in 2021 that reflects the precision, craftsmanship and timeless design for which it has always been known. The Leica ZM11 collection, announced in October 2023, is the latest innovation in Leica's expanding watch line. It consists of three distinct models, each offering a unique interpretation of luxury and design: ZM11 Titanium Launch Edition, made in only 250 pieces, boasts a double-layered, black-to-red dial that changes color depending on the viewing angle. ZM11 Titanium Coffee Black, on the other hand, features a warm black dial that exudes elegance. ZM11 Steel Midnight Blue comes in a stainless-steel case with an eye-catching blue and black dial. Every model is powered by the Leica Calibre LA-3001, an automatic movement developed in collaboration with Chronode, which offers an accuracy of $-4/+6$ seconds per day and a 60-hour power reserve».

company's deep connection to camera manufacturing. In 1914, when Oskar Barnack, one of the German engineers at Leitz, developed the first prototype of the 35mm camera, the Ur-Leica, it enabled photographers to carry a compact, lightweight camera in stark contrast to the bulky equipment of the time. In 1925, the Leica I was officially unveiled, marking the birth of modern photography. Expanding its influence beyond photography, Leica has also ventured into the world of luxury watches, introducing its first line in 2021 that reflects the precision, craftsmanship and timeless design for which it has always been known. The Leica ZM11 collection, announced in October 2023, is the latest innovation in Leica's expanding watch line. It consists of three distinct models, each offering a unique interpretation of luxury and design: ZM11 Titanium Launch Edition, made in only 250 pieces, boasts a double-layered, black-to-red dial that changes color depending on the viewing angle. ZM11 Titanium Coffee Black, on the other hand, features a warm black dial that exudes elegance. ZM11 Steel Midnight Blue comes in a stainless-steel case with an eye-catching blue and black dial. Every model is powered by the Leica Calibre LA-3001, an automatic movement developed in collaboration with Chronode, which offers an accuracy of $-4/+6$ seconds per day and a 60-hour power reserve».

Lorenza Scalisi

DESIGN ROOM

Busatti Milano

Busatti Milano rappresenta l'incontro tra savoir-faire tradizionale e ricerca sperimentale. Le collezioni, come Domina e Poligoni, sono ispirate alla cultura milanese e celebrano la storia con creazioni dall'architettura distintiva. Altre linee, come Géa, si ispirano ai viaggi e alla scoperta culturale, riflettendo sogni e visioni di mete esotiche attraverso gioielli di alta gamma.



Busatti Milano epitomizes the fusion of traditional savoir-faire with experimental exploration. Collections like Domina and Poligoni draw inspiration from Milanese culture, celebrating history through distinctive architectural designs. Other lines, such as Géa, reflect the inspiration of travel and cultural discovery, bringing to life dreams of exotic destinations through high jewelry creations.

Il valore dell'unicità

Appuntamento oggi dalle 14 alle 14.45 presso VOC, Spazio Esperienze 8.1 di VO' Clock Privé, per scoprire la rivoluzione di Norqain, il primo configuratore di orologeria di lusso

Today, from 2 to 2.45 pm in VOC Experience Space 8.1 at VO' Clock Privé, an event to discover the Norqain revolution, the first configurator of luxury watches



Left: Patrizia Aste, Ceo Norqain. Right: Valeria Verga, Verga Orologi.

La promessa è ambiziosa, ma soprattutto mantenuta: il Wild One of 1, orologio meccanico sportivo ultra-robusto e ultra-leggero del marchio indipendente di orologeria svizzera Norqain, offre ben 3,5 milioni di possibili configurazioni. Come viene spiegato nel talk moderato da Dody Giussani, direttore de L'Orologio, con la partecipazione di Patrizia Aste, Ceo di Norqain Italy, e Valeria Verga di Verga Oro-

logi, un configuratore 3D all'avanguardia, basato sull'iconico modello Wild One, permette di creare un modello unico con consegna entro tre mesi. Un risultato rivoluzionario per il mercato mondiale degli orologi che la Maison a conduzione familiare, fondata nel 2018 nel cuore delle Alpi svizzere, ha raggiunto in collaborazione con la sua rete di partner premium grazie a un intenso lavoro durato due anni. Il

processo di personalizzazione prevede numerosi passaggi: dalla scelta della platina di oro rosso o bianco che formà la parte esterna della cassa, alla selezione del movimento fra quelli disponibili, tutti certificati cronometro; dall'elemento di design più distintivo del Wild One, la cassa in gomma shock absorber in 12 colori che protegge il movimento custodito in un container di titanio, ai dettagli: sei opzioni di quadranti scheletrati e dodici di quadranti chiusi, sette diversi tipi di lancette, cinturino di caucciù 100% animal cruelty-free in 12 colori con l'abbinamento della fibbia di chiusura alla placchetta laterale NORQAIN in oro o in materiale NORTEQ® colorato. Infine, una chicca: la possibilità di stampare un'immagine personale, un logo o un testo sul fondello di zaffiro. Dopo la presentazione, si passa dalle parole ai fatti con la progettazione di un modello personalizzato per Valeria Verga.

An ambitious, but above all, kept promise: the Wild One of 1, an ultra-robust and ultra-light mechanical sports watch by the independent Swiss watchmaking brand Norqain, offers no less than 3.5 million possible configurations. As explained in the Talk moderated by Dody Giussani, editor-in-chief of L'Orologio, with the participation of Patrizia Aste, CEO of Norqain Italy, and Valeria Verga of Verga Orologi, by means of a state-of-the-art 3D configurator based on the iconic Wild One model, a unique watch can be created and delivered within three months. A revolutionary result for the global watch market that the family-run company, founded in 2018 in the heart of the Swiss Alps, has achieved in collaboration with its network of premium partners after two years of intensive work. The customization process involves numerous steps: from the choice of the red or white gold plate that forms the outer part of the case, to the selection of the movement from those available, all chronometer-certified; from the most distinctive Wild One design ele-

ment, the shock-absorbing rubber case in 12 colors that protects the movement housed in a titanium container, to the details: six skeleton and twelve closed dial options, seven different types of hands, a 100% animal cruelty-free rubber strap in 12 colors with buckle matching the NORQAIN side plaque in gold or colored NORTEQ® material. Lastly, a real treat: the possibility to print a personal image, logo or text on the back of the sapphire case. After the presentation, words will become deeds with the design of a customized model for Valeria Verga.

Maristella Campi



**INTERNATIONAL
GEMOLOGICAL
INSTITUTE**

Learn Today, Lead Tomorrow



**To know more visit us
at VicenzaOro**

Pavilion 3.0 Booth 128

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

igi.org

L'atto creativo per l'archivio di domani

High jewelry designer per Louis Vuitton, Luca Iacomucci a Vicenzaoro ci conduce nel suo mondo creativo, tra un tempo sospeso e un tempo reale

High jewelry designer for Louis Vuitton, at Vicenzaoro Luca Iacomucci introduces us to his creative world between suspended and real time



Cosa è il tuo tempo sospeso nel processo creativo?

Spiegare la creatività con la logica non si può. È un momento irrazionale, è puro istinto fatto di primi segni sul foglio. È una magia ed è il suo bello che porta a fare cose meravigliose. Ma prima del segno c'è il metodo. Nel mio lavoro quotidiano il tempo sospeso è tutta quella fase di gestazione che inizia dalla ricerca. È un momento in cui vivono e convivono tante emozioni, in un tempo fatto di ansie, paure, eccitazione, ispirazione. Poi il tempo sospeso si interrompe e inizia il tempo reale, con la paura del foglio bianco e il primo tratto della matita che va.

Cuore, business, pietre, materiali, heritage, mercato. Come influiscono sul tuo lavoro?

Ci sono elementi sempre presenti nel tempo sospeso. Sono i codici della maison che entrano in gioco nella prima fase di pensiero e ricerca. Poi ovviamente ci sono le leggi di mercato, c'è il metodo e c'è l'esperienza che contraddistingue ciascuno di noi. L'alta gioielleria nasce con le pietre di eccezione; si parte con un processo creativo, ma le pietre hanno sempre un ruolo primario. L'obiettivo è quello di esaltarle con il disegno, la creatività, la manifattura, dare risalto a quello che la natura ha creato in

miliardi di anni. Tutti questi elementi vanno fatti incastrare, bisogna renderli magici con la creatività.

Cosa contraddistingue il tuo tratto artistico?

Creare vuol dire fare qualcosa che prima non c'era. Qualsiasi cosa io faccia, la guardo sempre con rispetto e responsabilità, perché creare significa anche prendersi dei rischi. Le maison hanno archivi con i quali non puoi non confrontarti, ma devi avere il coraggio di fare sempre qualcosa in più. Devi azzardare per creare l'archivio di domani e questo è un aspetto imprescindibile. In generale, da un punto di vista estetico per me vale sempre il concetto del "less is more". Si cerca sempre di arrivare all'essenziale, a un'estetica di purezza e di equilibrio che nell'alta gioielleria è fondamentale. Quando un pezzo è pensato bene, è equilibrato in tutte le sue parti, mi emoziona immediatamente, lo sento dentro, perché so quello che c'è dietro. Mi arriva qualcosa di molto forte.

Come si è evoluta l'alta gioielleria negli ultimi anni?

Il termine alta gioielleria in realtà non esiste. Sono pezzi complessi, importanti, unici, opere d'arte. È un concetto estremo di gioielleria in cui tutto è eccezionale, dalle pietre alla manifat-

tura, alla creatività. Oggi l'intervento di più player sul mercato ha reso tutto stimolante e competitivo perché sono subentrate creatività forti.

Parliamo di sperimentazione. Fin dove ci si può spingere? È concesso tutto?

Da un punto di vista creativo la sperimentazione non dovrebbe avere limiti. È una responsabilità del creativo che deve alzare l'asticella sempre più in alto. Ma nel mondo reale la sperimentazione va di pari passo con il committente ossia con la maison, con il Ceo, con la sua visione. Il tema delle sperimentazioni può anche essere legato a un micro dettaglio che non vedi di primo acchito, magari una cerniera, quello che non vedi ma c'è. Nell'alta gioielleria è il dettaglio più invisibile, la micro tecnica che rende innovativo quel pezzo. Per esempio, il taglio Monogram di Louis Vuitton è stato estremamente innovativo, anni e anni di lavoro per arrivare al diamante con quella forma e lucentezza.

What is your suspended time in the creative process?

Creativity cannot be explained with logic. It is an irrational moment; it is pure instinct made up of the first markings on the paper. It is magic and its beauty leads to doing magical things. But method comes before the markings. In my daily work, suspended time is all that gestation period that begins with research. It is a time in which many emotions live and coexist, a time made up of anxieties, fears, excitement, inspiration. Then the suspended time stops and real time begins with the fear of a blank sheet of paper and the first stroke of a moving pencil.

Heart, business, stones, materials, heritage, market. How do they influence in your work?

There are elements that are always present in suspended time. Company's codes that come into play in the first phase of thought and research. Then of course, there are the laws of the market, the method and the experience that characterizes each of us. High jewelry starts with a creative process, but stones always play a primary role. High jewelry is born with exceptional stones. The aim is to enhance them with design, creativity and craftsmanship, to highlight what nature has created over billions of years. All these elements must be made to fit together, they have to become magical with creativity.

What distinguishes your artistic trait?

Creating means making something that didn't exist before. Whatever I make, I always look at it with respect and responsibility, because creating also means taking risks. Companies keep archives that you have to consult, but you must find the courage to always go one step further. You have to take risks in order to create the archives of tomorrow and that is an essential aspect. In general, from an aesthetic point of view, I believe the concept of "less is more" always applies. I always strive for the essential, for an aesthetic of purity and balance, which in high jewelry, is fundamental. When a piece is well thought out and balanced in all its parts, it immediately evokes my emotions. I feel it inside because I know what lies behind it. It's a very strong feeling.

How has high jewelry evolved in recent years?

The term high jewelry does not really exist. These items are complex, important and unique pieces: works of art. It is an extreme concept of jewelry in which everything is exceptional, from the stones to the workmanship and the creativity. Nowadays, the intervention of multiple players in the market has made everything stimulating and competitive because great creativity has taken over.

Let's talk about experimentation. How far can one go? Is everything allowed?

From a creative point of view, experimentation should have no limits. It is

DESIGN ROOM

Marina B.

Guy Bedarida, ex direttore creativo di John Hardy, reinterpretava il marchio Marina B., recentemente acquisito, con una visione contemporanea. Fondato da Marina Bulgari nel 1978, il brand italiano si rinnova attraverso la riscoperta di oltre 12.000 schizzi e disegni archiviati, portando avanti una tradizione di eccellenza con un tocco di modernità e innovazione.



Guy Bedarida, former creative director of John Hardy, reinterprets the Marina B. brand, recently acquired, with a contemporary vision. Established by Marina Bulgari in 1978, this Italian brand is rejuvenated through the rediscovery of over 12,000 sketches and designs, bringing a modern touch to a legacy of excellence and innovation.

the responsibility of the creative artist to raise the bar higher and higher. But in the real world, experimentation goes hand in hand with the client, in other words, with the company, with the CEO, with his vision. The theme of experimentation can also be linked to a micro detail that you cannot see at first glance, perhaps a hinge. Something you can't see but is there. In high jewelry, it is the most invisible detail, the micro technique, that makes that piece innovative. For example, Louis Vuitton's Monogram cut was extremely innovative. It took years and years of work to arrive at a diamond with that shape and shine.

Federica Frosini

DIAMONDGROUP

GERMANY



HONG KONG

FINE JEWELRY



VISIT US
HALL 6 | BOOTH 210



Produzione e dettaglio a confronto

Domani è oggi? Presente e futuro del mercato orafino nazionale tra analisi e strategie di sviluppo. Se ne parla oggi dalle 13.15 alle 13.45 presso l'Educational Hub con Maria Cristina Squarzialupi e Stefano Andreis

Is tomorrow today? The present and future of the domestic jewelry market between analysis and development strategies. Today's topic from 1.15 to 1.45 pm in the Educational Hub with Maria Cristina Squarzialupi and Stefano Andreis



sto deve essere percepito come portatore di una pluralità di valori, non solo commerciali. Fondamentali, quindi, la preparazione e la sensibilità del dettagliante nel raccontare anche quello che c'è dietro un gioiello, nell'aver la capacità di trasmettere al cliente finale gli sforzi dell'azienda per esempio in tema di sostenibilità o di innovazione, oltre quel feeling che fa da fil rouge a tutto il percorso. Lo sforzo comune è quello di diffondere una "cultura dell'acquisto", di "professionalizzare" il mondo del dettaglio che deve essere pronto a recepire senza paura, diffidenza o incertezza il nuovo che avanza, sotto qualunque forma si manifesti.

A mutual commitment between the sector's main institutions - Federpreziosi Confcommercio and Club degli Orafi Italia, represented by their respective presidents, Stefano Andreis and Maria Cristina Squarzialupi - will be the focus of the round table moderated by Federica Frosini, editor-in-chief of VO+ Jewels & Luxury Magazine. Discussion between the sector's various categories is needed to lay the foundations for a constructive dialogue that would bring together two important parts of the supply chain: production and retail. On the one

hand, an attempt is being made to understand the critical issues retailers face today, how they can interact not only professionally, but also empathetically with an increasingly attentive and informed end consumer. On the other, the magnifying glass is on the work of companies, on their efforts to contribute to improving this relationship. Today more than ever, jewelry must be seen not so much as an object to be sold, but as the bearer of a plurality of values, not just something commercial. Therefore, the retailer's preparation and sensitivity are fundamental for telling the story behind a piece of jewelry, for having the ability to convey to the end consumer the company's efforts in the field of sustainability or innovation, for example, as well as that feeling that runs through the whole procedure. The common effort is to spread a "purchasing culture", to "professionalize" the retail world, which must be ready to accept, without fear, mistrust or uncertainty, the new that is coming, in whatever form it may show itself.

Un impegno condiviso tra le principali istituzioni del settore - Federpreziosi Confcommercio e Club degli Orafi Italia, rappresentate dai rispettivi presidenti, Stefano Andreis e Maria Cristina Squarzialupi - è al centro della tavola rotonda moderata da Federica Frosini, direttore responsabile di VO+ Jewels & Luxury Magazine. Il confronto tra le varie categorie del settore si rende necessario per gettare le basi affinché nasca un dialogo costruttivo per avvicinare due parti importanti del-

la filiera, quella della produzione e quella del dettaglio. Da un lato si cerca di capire quali sono le criticità che oggi il dettagliante deve affrontare, come può interagire in maniera professionale, ma anche empatica, con un consumatore finale sempre più attento e informato. Dall'altro lato, la lente d'ingrandimento è sull'operato delle aziende, sui loro sforzi per contribuire al miglioramento di questo rapporto. Oggi più che mai il gioiello deve essere visto non solo e non tanto come un oggetto da vendere, piutto-

DESIGN ROOM

Alessio Boschi

Alessio Boschi si distingue per la sua capacità di amalgamare citazioni artistiche con materiali contemporanei in un'estetica barocca unica. Designer e artista dell'alta gioielleria, Boschi esplora un vasto repertorio storico e culturale italiano, radicando la sua creatività mediterranea nel cuore di Bangkok. Il risultato è una collezione di pezzi unici che combinano tecniche e influenze dell'Estremo Oriente con il lusso dell'arte orafa.



Alessio Boschi distinguishes himself by blending artistic references with contemporary materials in a unique baroque style. As a designer and high jewelry artist, Boschi draws from Italy's rich historical and cultural legacy, embedding his Mediterranean creativity in the heart of Bangkok. The result is a collection of one-of-a-kind pieces that marry Eastern techniques and extravagance with the opulence of Italian craftsmanship.

I diamanti con proporzioni divine

Ispirate alla Sezione Aurea di Leonardo Da Vinci, le gemme della collezione svelata da Ernest Jones promettono brillantezza e sostenibilità

Inspired by Leonardo Da Vinci's Golden Ratio, the gems in the collection unveiled by Ernest Jones promise sparkle and sustainability



Bobak Moghadam Nasrollahi, Ceo Amin Luxury, and the artist Angie Crabtree

Ernest Jones, rivenditore di Signet, ha recentemente lanciato una nuova e affascinante collezione di diamanti: la Leonardo Da Vinci

Cut. Collezione che, come si evince dal nome, è stata ispirata dal lavoro di Leonardo Da Vinci sulla Sezione Aurea, attraverso l'utilizzo di

un taglio di diamante unico creato dall'imprenditore Bobak Moghadam Nasrollahi, Ceo Amin Luxury. Il taglio presenta ben 57 sfaccettature che disegnano un pentagono distinto e tre stelle brillanti visibili a occhio nudo - secondo Ernest Jones permette a ogni gemma di apparire più grande del 20% grazie alla sua brillantezza e luminosità. La collezione comprende 28 pezzi, tra cui solitari classici, anelli con uno o due cerchi di diamanti, bande di diamanti, trilogie, orecchini e pendenti, tutti realizzati a mano in platino riciclato e oro giallo 18 carati, utilizzando energia rinnovabile. Gemma Balm, responsabile dei prodotti e della formazione di Signet UK, ha spiegato: «Siamo così entusiasti di portare questo taglio di diamante unico e molto speciale nel Regno Unito. Il taglio Leonardo Da Vinci è un taglio di diamante squisito, che utilizza le stesse "proporzioni auree" e le equazioni matematiche della Proporzioni Divine che Leonardo ha utilizzato nel suo Uomo Vitruviano. Siamo incredibilmente

orgogliosi di questa collezione e speriamo che i nostri clienti non solo si innamorino della straordinaria brillantezza di questi diamanti, ma che trovino anche conforto nel sapere che i diamanti taglio Leonardo Da Vinci sono privi di conflitti, di provenienza responsabile e provengono da miniere che investono nel benessere dei loro minatori e dell'ambiente».

Signet retailer Ernest Jones has recently launched a fascinating new diamond collection: the Leonardo Da Vinci Cut. A collection that, as the name suggests, was inspired by Leonardo Da Vinci's work on the "Golden Ratio" by using a unique diamond cut created by Amin Luxury Ceo, Bobak Moghadam Nasrollahi. The cut has as many as 57 facets that draw a distinct pentagon and three shining stars visible to the naked eye. According to Ernest Jones, it allows each gemstone to appear 20% larger because of its sparkle and luminosity. The collection comprises 28 pieces, including classic solitaires, rings with one or two diamond circles, diamond

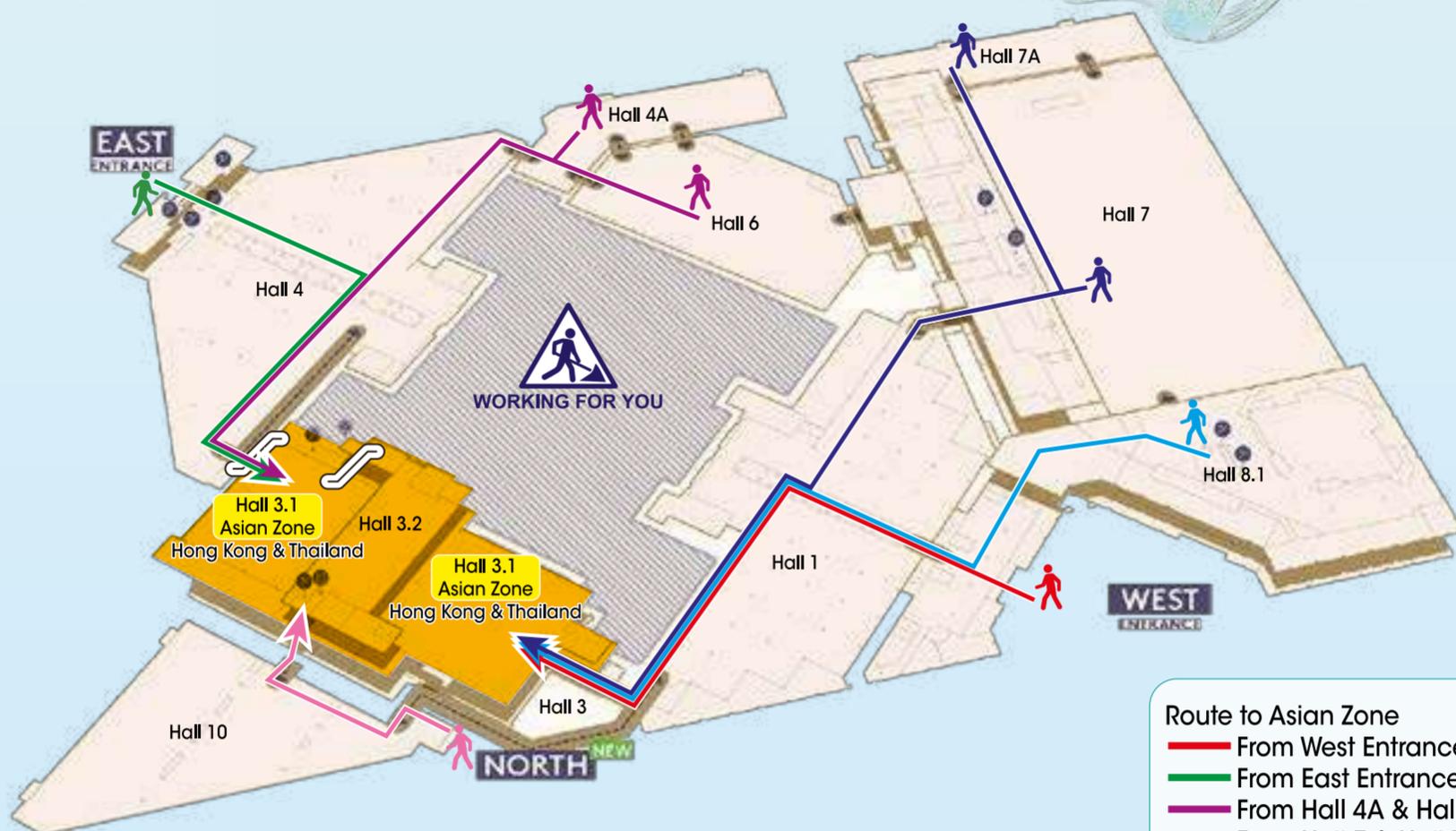
bands, trilogies, earrings and pendants, all handmade in recycled platinum and 18-carat yellow gold using renewable energy. Gemma Balm, Signet UK's product and training manager, explained: «We are so excited about bringing this unique and very special diamond cut to the United Kingdom. The Leonardo Da Vinci cut is an exquisite diamond cut that utilizes the same "golden proportions" and mathematical equations as the Divine Proportion that Leonardo used for his Vitruvian Man. We are incredibly proud of this collection and hope that our customers will not only fall in love with the extraordinary shine of these diamonds, but also find comfort in knowing that Leonardo Da Vinci cut diamonds are conflict-free, responsibly sourced and come from mines that invest in the well-being of their miners and the environment.»

VICENZAORO SEPTEMBER

6 - 10 / 9 / 2024



ASIAN ZONE CHINA, HONG KONG & THAILAND HALL 3.0, 3.1, 3.2 & 10



- 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

Asian Zone Organised by:

Hong Kong Jewellery & Jade Manufacturers Association

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

THAILAND EXHIBITORS

HALL 3.1 **FINE JEWELLERY**

Exhibitors	Booth No.
1 Advance Manufacturers Co., Ltd.	248
2 Alahmar Co., Ltd.	247
3 Allure Jewellery Mfg. Co., Ltd.	100
4 Antika Co., Ltd.	104
5 Art Event Co., Ltd.	147
6 Bella Jewelry (Factory) Co., Ltd.	246
7 Chai Thai Silp Export Ltd., Part.	244
8 Chokas Jewelry Co., Ltd.	166
9 Evershiny Jewelry Creation Co., Ltd	165
10 Highend Collections Ltd.	154
11 HV Jewels Co., Ltd.	133
12 Jewelcraft Co., Ltd.	142
13 KAA Creations Co., Ltd.	131
14 Precious Products Jewelry Co., Ltd.	158
15 RCAN Jewellery Co., Limited	168
16 Viva Collection Co., Ltd.	156
17 White Stars Jewellery Co., Ltd.	134



Highend Collections Ltd.
Hall 3.1 #154



PHOTO TIME!

Fancy about Asian culture? Here, we have Chinese Opera costume and Thai traditional costume on display at the connection between Hall 4 & Hall 3.1. Stop by for a snap!

Vuoi conoscere di piu sulla cultura asiatica? Nella galleria che collega il padiglione 4 al padiglione 3.1 sono in mostra i costumi dell'opera cinese. Fermati per uno scatto!

HALL 3.1 **FINE JEWELLERY**

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
1 5C Hong Kong Limited	125
2 A-1 Jewelry Manufactory Limited	110
3 AAB Co. Limited*	242
4 Able Jewelry Mfg. Ltd.	102
5 Advan Jewelry Limited	146b
6 Athos (HK) Limited	150
7 Camex Jewellery Limited	106
8 Chase Jewellery Manufactory Limited	140
9 Cheng & Cheung Co (HK) Ltd.	122
10 Christelle Limited	120
11 Collective Jewelers	151
12 Continental Jewellery (Mfg) Limited	240
13 Crossfor HK Limited	111
14 Curve Jewellery Manufactory Company	118
15 Donovans Limited	141
16 East Arts Jewelry Manufactory Limited	152
17 EJI	113
18 Eternity Manufacturing Limited	130
19 Front Top Jewelry Manufacturer Limited	108
20 Goldmart Jewelry Limited	101
21 Jewel Arts Ltd.	164
22 Jewelio Design Limited	128
23 K E Group Limited	132
24 KB Jewels Ltd.*	124
25 King's View Jewellery Limited	115
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 JEWELLERY**

Hong Kong Exhibitors	Booth No.
30 Lorenzo Jewelry Ltd.	144
31 Lucky Silver Mfr 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	153
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 Times Treasures Trading Limited*	243
53 Unicorn Jewelry Design Co Ltd.	127
54 Universe Gems & Jewellery Company	105
55 V V Jewellery Limited	159
56 Vista Jewelry Limited	121
57 Wing Wo Hing Jewelry Group Ltd.	163



Able Jewelry Mfg. Ltd.
Hall 3.1 #102

HALL 3.1 **GEMSTONE**

Exhibitors	Booth No.
1 Fine Green Gems HK Ltd.	295
2 Star Lanka	254
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**

Exhibitor	Booth No.
1 Pack One Manufacturer Limited*	233

* Non-Members of HKJJA / TGJTA / TSEA

ASIAN ZONE CHINA, HONG KONG & THAILAND HALL 3.0, 3.1, 3.2 & 10



Myer Jewelry Manufacturer Ltd.
Hall 3.1 #139



Timax Jewelry Limited
Hall 3.1 #143



Chase Jewellery Manufactory Limited
Hall 3.1 #140



Continental Jewellery (Mfg) Limited
Hall 3.1 #240



Camex Jewellery Limited
Hall 3.1 #106



Sunlight Gems
Hall 3.1 #250

HONG KONG EXHIBITORS



Enjoy **FREE REFRESHMENTS**
at our Jade Club Lounge(Hall 3.1 #103A)!
Fai una pausa al nostro lounge.
Sei nostro gradito ospite (Padiglione 3.1 #103A)



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!



FREE GIFT

Mark your visit at the Asian Zone by taking a figurine of a Chinese Opera character home!
Receive it before entering Hall 3.1.

Un regalo per te! Ricorda la tua visita al padiglione asiatico portando a casa una statua dell'opera cinese.
Ritirala prima di entrare nel padiglione 3.1

Phoenix radiance

La forza e la luminosità della fenice invade l'immaginario creativo della gioielleria, per illuminare nuove creazioni dal carattere "esplosivo". I gioielli catturano il potere e la magnificenza della mitica creatura, simbolo di rinascita e forza, attraverso design che evocano fiamme e piume stilizzate. La scelta cromatica, creata con gemme dai colori intensi, include toni di rosso vigoroso, arancione vibrante e oro luminoso, che ricordano il fuoco e la sua energia vitale.

Feature by Antonella Reina



A sinistra/left
Alexia Connellan

A destra/right
Naeem Khan F/W 2024



SEEN ON VO+
NAMES TO KNOW



Harsha Ambady

Harsha Ambady è originaria di Thrissur (Kerala, India), una regione rinomata per la sua ricca eredità culturale e la storica architettura templare. Dopo aver iniziato la sua carriera come architetto, ha deciso di dedicarsi alla progettazione di gioielli, lanciando, nel 2023, il suo omonimo marchio, teso a custodire una sensibilità estetica naturalmente ispirata alla geometria, all'architettura e alla scultura del proprio Paese. Il design moderno, sofisticato e singolare dei suoi gioielli riflette l'intenzione di una donna che ha voglia di condividere la propria visione.

The strength and brilliance of the phoenix inspire the creative imagination in jewelry, illuminating new designs with an "explosive" character. The pieces capture the power and magnificence of the mythical creature, a symbol of rebirth and strength, through designs that evoke flames and stylized feathers. The color palette, featuring intensely hued gems, includes vibrant reds, fiery oranges, and radiant golds, all reminiscent of fire and its vital energy.



Henn of London



886 by The Royal Mint

Harsha Ambady was born in Thrissur (Kerala, India), a region renowned for its rich cultural heritage and historic temple architecture. After starting her career as an architect, she decided to devote herself to jewelry design, launching her eponymous brand in 2023 with the aim of englobing an aesthetic sensitivity naturally inspired by her country's geometry, architecture and sculpture. The modern, sophisticated and unique design of her jewelry reflects the intention of a woman who wants to share her vision.



Marina B

Established by Marina Bulgari in 1978
marinab.com
Hall 7 - Booth 843

Trisolina Collection

Efficienza e creatività

L'innovazione e il desiderio di migliorare il prodotto finale e l'esperienza del cliente caratterizzano le proposte di Brosway, Uniglo, Italo Bottene

Innovation and the desire to enhance the final product and customer experience define the offerings of Brosway, Uniglo, and Italo Bottene



BROSWAY. Può essere considerata, ormai, una collezione "storica", un punto fermo nello sviluppo creativo di Brosway: per questo Fancy, con i suoi gioielli realizzati in argento e illuminati da cubic zirconia, viene arricchita senza soluzione di continuità per mantenere sempre alto il suo originario appeal. Disponibile in dieci diverse cromie, anche grazie all'inserimento di nuovi pezzi, Fancy trasforma il colore in una fonte di energia capace di trasmettere sensazioni e stati d'animo. Tutti i gioielli possono essere protagonisti di un gioco di mix and match, consentendo di

creare, personalizzare e illuminare ogni look con una tonalità diversa, intensa o delicata: dal life green al freedom blue, dal passion ruby al magic purple. D'altronde Fancy è stata studiata per esprimere il concetto di "make-up jewelry": ovvero, i gioielli possono essere combinati tra di loro come si fa con rossetto e ombretto, coordinati con l'outfit, ma anche con il proprio umore.

Considered a "historical" collection, a milestone in Brosway's creative development, Fancy, with its jewels made in silver illuminated by cubic zirconia, has now been seamlessly enriched to maintain its original appeal. Available in ten different colors, also thanks to the addition of new pieces, Fancy transforms color into a source of energy capable of transmitting sensations and moods. Every jewel can be the star of a mix and match game, so that any look can be created, personalized and illuminated with a different intense or delicate shade: from life green

to freedom blue, from passion ruby to magic purple. On the other hand, Fancy was designed to express the concept of "make-up jewelry", or rather, jewelry that can be inter-combined, just like lipstick and eye shadow, to coordinate not only with an outfit, but also with the wearer's mood.

UNIGLO. Sin dalla sua fondazione nel 2001, la Uniglo di Anversa si è specializzata nel commercio globale di diamanti, e ora giunge in Italia per presentare la propria collezione di diamanti naturali e certificati da IGI e GIA. L'azienda, che oggi ha una forza lavoro di 2.000 persone e diverse filiali in tutto il mondo, garantisce consegne in giornata o nell'arco di 24 ore ed è in grado di acquistare stock in eccesso di diamanti certificati o non certificati. L'impegno per la trasparenza è evidente già dal sito web, che ospita un ampio inventario di 7mila pietre certificate disponibili in pronto consegna per l'acquisto.

Since its foundation in 2001, Antwerp-based Uniglo has specialized in the global diamond trade and has now come to Italy to present its collection of natural and IGI and GIA certified diamonds. The company, which currently has a workforce of 2,000 people and several branches around the world, guarantees same-day or 24-hour delivery and is able to purchase surplus stocks of certified or non-certified diamonds. Its commitment to transparency is already evident on the website, which hosts an extensive inventory of 7,000 certified stones available for purchase and immediate delivery.



ITALO BOTTENE. Nel cuore del distretto orafico di Vicenza, si racconta attraverso quattro linee in oro, Petra, IB Rock, Essentia e IB Noir. Il vertice dell'eccellenza viene raggiunto proprio con i sautoir, i collier, gli anelli, gli orecchini e i bracciali di quest'ultima collezione, la cui peculiarità consiste in un particolare brevetto di Italo Bottene, frutto di una innovativa ricerca tecnologica: i diamanti neri vengono montati con precisione all'interno del corindone stesso, creando così un nero assoluto unico nel suo genere in elegante contrasto con le calde note dell'oro rosé.

In the heart of the Vicenza gold district, Italo Bottene tells its story through four gold jewelry lines: Petra, IB Rock, Essentia and IB Noir. The pinnacle of excellence is reached with the sautoirs, necklaces, rings, earrings and bracelets of this latest collection, whose peculiarity lies in a special patent by Italo Bottene, the result of innovative technological research: the black diamonds are mounted with precision inside the corundum itself, thus creating a unique absolute black in elegant contrast with the warm hues of pink gold.



TRIBUTE TO THE PEARL

MILAMORE JEWELRY

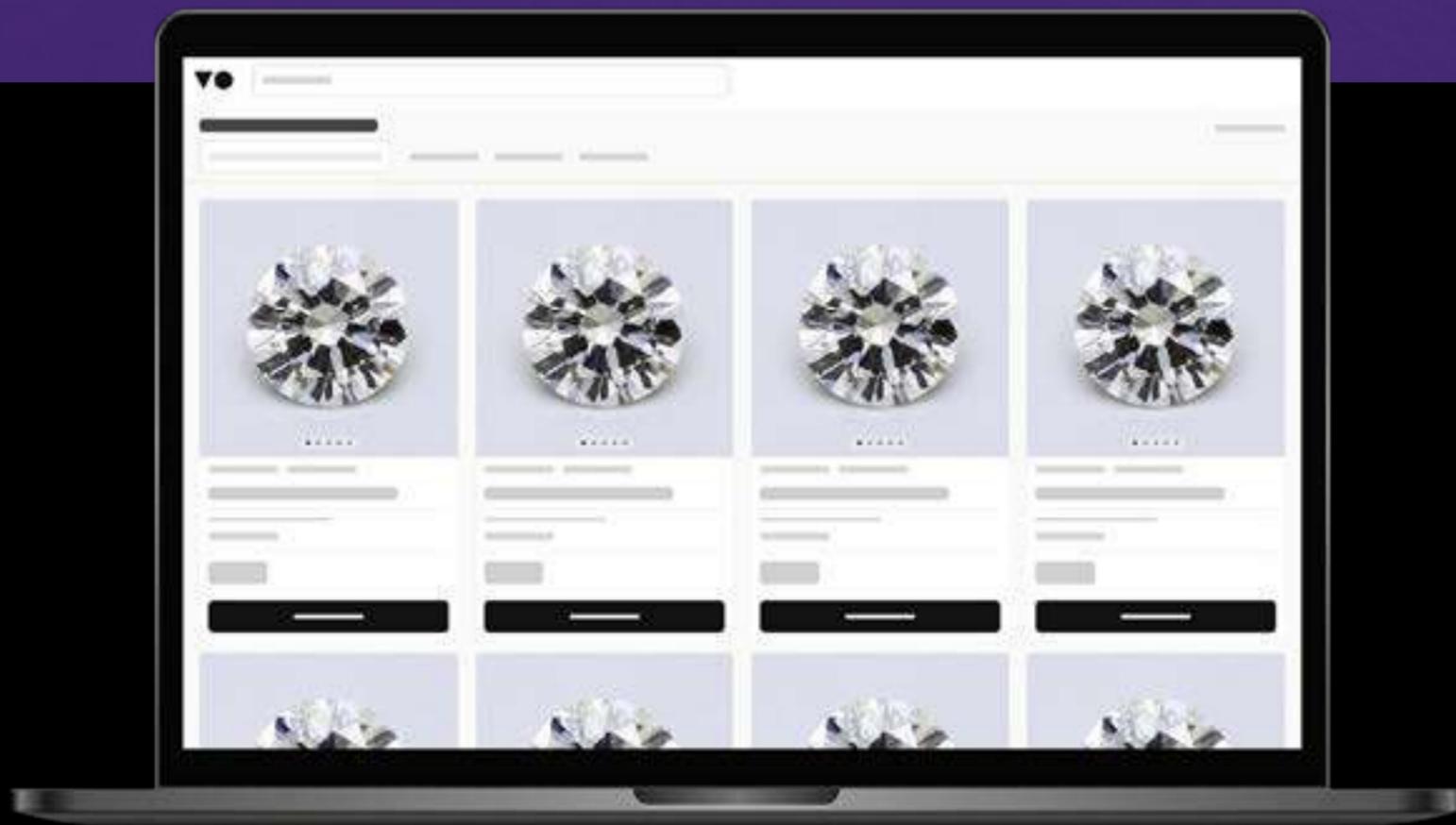


«Le perle sono il massimo della raffinatezza. Considerate tradizionalmente come un gioiello formale, relegato a occasioni come matrimoni o funerali, l'approccio odierno è divenuto più moderno e un numero crescente di persone le indossa in contesti quotidiani. Credo che lo stile delle mie creazioni ispiri i miei clienti e contribuisca a questa tendenza in evoluzione. Siamo, però, di fronte a una crisi nel settore. La domanda e l'offerta non coincidono. Il team del mio atelier, in Giappone, sta lavorando sodo per reperire le perle entro i limiti di prezzi ragionevoli, perché ora sono arrivati alle stelle, simili a quelli dell'oro».

«In my opinion, pearls are the utmost in sophistication. Traditionally considered as a formal piece of jewelry only worn on occasions such as weddings or funerals, today's approach has become more modern and an increasing number of people wear them in everyday contexts. I believe that the style of my creations inspires my customers and contributes to this evolving trend. We are, however, facing a crisis in the sector. Supply and demand do not coincide. The team at my atelier in Japan is working hard to source pearls with reasonable prices which are now skyrocketing, similar to those of gold.»

- George Inaki Root, Ceo and Creative Director

Instantly increase margins & conversions with Nivoda



Express Delivery
Options



Free 30
Day Credit *



35 Day Returns
Policy **



1.6m Diamonds
and Gemstones

Pavilion 10, Stand 232

VO
vicenzaoro

NIVODA

* Subject to approval ** Subject to terms and conditions

Book a free demo



www.nivoda.com

Virtuosismi tecnologici

Combinare abilità antiche con approcci moderni: ecco il segreto per le offerte contemporanee di Nivoda, Colpo & Zilio, Maxioro

Combining ancient skills with modern approaches: this is the secret behind the contemporary offerings from Nivoda, Colpo & Zilio, and Maxioro



NIVODA. Il marketplace online di Nivoda consente ai gioiellieri di attingere da una fonte di oltre 1,6 milioni di diamanti naturali e coltivati in laboratorio, pietre preziose e melèe, e questo sempre ai migliori prezzi e da migliaia di fornitori in tutto il mondo. In soli due anni, si può dire che Nivoda abbia trasformato l'industria della gioielleria italiana, guadagnando la fiducia di centinaia di gioiellieri e migliorando l'efficienza dei processi e l'approvvigionamento di diamanti. Ha anche introdotto sul mercato i diamanti coltivati in laboratorio, offrendo un'alternativa

etica e sostenibile ai diamanti naturali ma con la stessa qualità e bellezza, permettendo ai gioiellieri di accedere a questo tipo di pietre e ampliando la loro selezione. Risultati che rendono il team di Nivoda orgoglioso di dimostrare il proprio impegno nel migliorare il settore, riuscendo a superare barriere tecnologiche e culturali. A Vicenza sono presenti al booth 232 della Hall 10.

Nivoda's online marketplace allows jewelers to tap into a source of over 1.6 million natural and lab-grown diamonds, gemstones and melee, always at the best prices and from thousands of suppliers worldwide. In just two years, Nivoda can be said to have transformed the Italian jewelry industry, gaining the trust of hundreds of jewelers and improving process efficiency and diamond sourcing. It has also introduced lab-grown diamonds to the market, offering an ethical and sustainable alternative to natural diamonds but with the same quality and beauty, giving jewelers ac-

cess to this type of stone and expanding their selection. Achievements that make the Nivoda team proud to demonstrate their commitment to improving the industry by overcoming technological and cultural barriers. They are attending Vicenzaoro at booth 232 in Hall 10.

COLPO & ZILIO. Una vera e propria evoluzione-rivoluzione nel segno dell'ecosostenibilità e dell'integrazione tra intelligenza umana e artificiale quella dell'azienda orafa vicentina che in autunno fa esordire i primi gioielli ideati dalla sinergia tra skill tecnico-artigianali e software generativi di Intelligenza Artificiale. Una novità strettamente collegata al trasferimento in un nuovo stabilimento completamente pensato in ottica green. Due sfide fondamentali dell'era contemporanea: rendere virtuosa l'interazione tra le attività produttive e l'ecosistema, e sfruttare l'enorme potenziale dell'integrazione tra le competenze artigianali e l'intelligenza artificiale.

The Vicenza-based jewelry company, which this Fall will debut its first jewels conceived from the synergy between techno-artisan skills and generative Artificial Intelligence software, is a veritable evolution-revolution in the name of eco-sustainability and integration between human and artificial intelligence. An innovation closely due to its relocation to a new factory completely designed with a green perspective. Two fundamental challenges of the contemporary era: to enable interaction between production activities and the ecosystem and to exploit the enormous potential of integration between artisan skills and artificial intelligence.



MAXIORO. Non mancano mai le novità per Maxioro che presenta nuovi gioielli declinati al maschile realizzati a mano nei quali la sapienza del lavoro artigianale dei maestri orafi viene esaltata dal design dai tratti geometrici, ma soprattutto dalla scelta creativa di originali gemme di un intenso colore verde. Il pendente a croce e il bracciale non sono solo ornamenti originali, ma anche e soprattutto pezzi speciali che, proprio attraverso il colore delle pietre, esprimono valori profondi e significativi legati alla natura e alla crescita interiore.

There is no shortage of new entries for Maxioro, which is presenting new, handmade jewelry for men in which the craftsmanship of master goldsmiths is not only enhanced by the geometric design, but above all, by the creative choice of original gems in an intense color green. The cross pendant and bracelet are not only original ornaments, but also special pieces that, precisely due to the color of the stones, express deep and meaningful values linked to nature and inner growth.

TRIBUTE TO THE PEARL

HIROTAKA



«Le perle, oggi, sono espressioni versatili di stile personale, lontane dal loro ruolo storico di simboli di status sociale. Il design di Hirotaka vuole promuovere un senso di libertà, per questo ci concentriamo spesso sul layering e su un'estetica asimmetrica. L'intenzione è unire valori contrastanti, infondendo uno spirito disinvolto alle creazioni, per renderle distinte. Ci discostiamo dalla visione tradizionale, evitando un'eleganza eccessiva e connotazioni troppo romantiche spesso associate alle perle e ai diamanti, per creare pezzi che si integrino perfettamente nella vita di tutti i giorni, che trascendano l'esclusività storica delle perle».

«Pearls are now versatile expressions of personal style, far from their historical role as symbols of social status. Hirotaka's design aims to promote a sense of freedom, which is why we often focus on layering and an asymmetrical aesthetic. The intention is to unite contrasting values, infusing a casual spirit into the creations to make them stand out. We deviate from the traditional vision, avoiding excessive elegance and overly romantic connotations often associated to pearls and diamonds, to create pieces that fit seamlessly into everyday life, transcending the historical exclusivity of pearls.»

- Hirotaka Inoue, Founder and Creative Director





A★M★E★N

L'AMORE È UNA SCELTA

Materiali di lusso

Oro, perle e diamanti sono i protagonisti assoluti nelle proposte creative di Yana Nesper, Omega Art e S'Agapō

Gold, pearls, and diamonds are the absolute stars in the creative offerings from Yana Nesper, Omega Art, and S'Agapō



YANA NESPER. La sua inconfondibile firma sono le perle: Yana Nesper le considera una inesauribile fonte di creatività, un punto fermo attorno al quale far "girare" i gioielli, che proprio grazie alle perle diventano sorgente di luce. È nata con questi presupposti poco prima di Natale la collezione Balthasar, nome di uno dei tre Re Magi. E di magico anelli, orecchini, collier e bracciali hanno la luminosa armonia, sapientemente realizzata e abilmente equilibrata, di scin-

tillanti perle dei Mari del Sud alternate a catene o posate su montature scultoree di oro giallo. Oggi, la collezione viene arricchita con due nuovi pezzi, sempre di oro giallo. Un collier, in parte rigido e con ventidue perle Akoya bianche, la cui novità sta nell'originale struttura architettonica che offre la possibilità di essere trasformata con un semplice gesto: infatti, la sequenza di perle e la catena a maglie possono essere staccate dal collier per essere indossate come un bracciale.

E un bracciale rigido con sette perle Akoya bianche è il secondo pezzo che va a completamento della collezione originaria. Un esercizio di stile che rende omaggio al pensiero estetico di Yana Nesper, basato anche su uno studio della funzionalità del gioiello.

Her unmistakable signature are pearls: Yana Nesper sees them as an inexhaustible source of creativity, a fixed point around which to make jewelry "rotate". Jewelry that, due precisely to pearls, then becomes a source of light. It was with these assumptions that, just prior to Christmas, the Balthasar collection, named after one of the three Magi, was created. And, as if by magic, rings, earrings, necklaces and bracelets flaunt the masterfully crafted and skillfully balanced luminous harmony of sparkling South Sea pearls alternating with chains or mounted on sculptural yellow gold. The collection has now been further enriched with two new pieces, again in yellow gold. A partly rigid necklace with twenty-two white Akoya pearls, whose novelty lies in the original architectural structure that can be transformed with a simple gesture: in fact, the sequence of pearls and the link chain can be detached from the necklace and worn as a bracelet. The second piece, a rigid bracelet with seven white Akoya pearls, completes the original collection. An exercise in style that pays homage to Yana Nesper's aesthetic idea, based also on a study of the functionality of jewelry.

OMEGA ART. Una nuova collezione composta da collier, orecchini a cerchio, bangle e anello a fascia racchiude l'esperienza creativa e produttiva di Omega Art: si chiama Amazing e, grazie a una sapiente lavorazione targata made in Italy, riesce a trasmettere tutta l'abilità del brand nel lavorare il metallo esaltandone la brillantezza per farlo diventare veicolo materico di luce. Basandosi su una continua innovazione del design e un costante aggiornamento delle diverse tecniche di esecuzione, l'azienda di Anghiari, attiva nel distretto dell'oro di Arezzo, riesce a rispondere alle esigenze sempre in evoluzione della propria clientela con gioielli capaci di emozionare chi li indossa.

A new collection of necklaces, hoop earrings, bangles and a band ring encapsulates Omega Art's creative and productive experience. Entitled Amazing, thanks to masterful, made-in-Italy workmanship, it manages to convey all the brand's skill in working metal, enhancing its brilliance to turn it into a material light transmitter. Based on continuous design innovation and constant updating of the various processing techniques, the Anghiari-based company, operative in the Arezzo gold district, responds positively to the ever-evolving needs of its customers with jewelry able to arouse the wearer's emotions.



S'AGAPŌ. Due collezioni che rispecchiano in pieno lo spirito contemporaneo del brand. Dazzly celebra l'eleganza e la bellezza attraverso una selezione di gioielli – collana con catena, girocollo rigido, orecchini, anello – illuminati da zirconi bianchi a forma di cuore o di croce, due elementi simbolici dal grande impatto evocativo. Ripple, invece, risveglia il piacere dell'ornamento al maschile, minimalista, essenziale, discreto, ma ricco di personalità, affidandosi alla forza dell'acciaio per creare originali lavorazioni che ricordano l'increspatura delle onde del mare.

Two collections that fully reflect the brand's contemporary spirit. Dazzly celebrates elegance and beauty through a selection of jewelry - necklace with chain, rigid choker, earrings, ring - illuminated by white zircons in the shape of a heart or a cross, two symbolic elements with enormous evocative impact. Ripple, on the other hand, reawakens the pleasure of male adornment. Minimalist, essential and discreet but full of personality, it relies on the strength of steel to create original workmanship reminiscent of the rippling of ocean waves.



TRIBUTE TO THE PEARL

GRACE LEE



«Un semplice paio di orecchini di perle vince la prova del tempo. Sebbene la percezione delle perle si sia evoluta, penso che rimangano un must di classicità. In passato potevano essere uno status symbol e indossate solo in occasioni speciali, ma le numerose iterazioni moderne di oggi consentono di incorporare le perle nell'abbigliamento quotidiano. Oramai si vedono utilizzate negli accessori per capelli, nelle borse e persino sui vestiti, quindi oggi sembrano non incarnare più un determinato status symbol. Essendo una gemma classica, le perle continuano a trasmettere il valore della storia e dei giorni passati, nonché un'idea di atemporalità».

«A simple pair of pearl earrings will last the test of time and trends. While the perception of pearls has evolved over time, I think pearls remain a classic and timeless must. In the past, pearls were more of a status symbol and only worn on special occasions but today's many modern iterations see them incorporated into everyday wear. They can now be seen in hair accessories, on handbags and even on clothing so pearls no longer appear as a status symbol. As a classic and timeless gem, pearls continue to convey the value of history, days gone by and timelessness.»

- Grace Lee, Founder and Creative Director

A woman with dark hair pulled back, wearing a black blazer, is seated on a black leather chair. She is wearing several pieces of jewelry: a necklace with dark beads, a matching bracelet, and a ring with dark beads. The background is a textured, light-colored wall.

ITALO BOTTENE
HANDMADE IN VICENZA

Un simbolismo seducente

Ornare con stile e singolarità è il must delle nuove collezioni di Pianegonda, Coscia Gioielli e Piano Jewellery

Ornamenting with style and uniqueness is the must-have of the new collections from Pianegonda, Coscia Gioielli, and Piano Jewellery



PIANEGONDA. Un nome latino, Cuspis (tradotto: punta, vertice, estremità di una freccia), è stato scelto per identificare la nuova collezione firmata da Pianegonda. Ispirati alla spina intesa come oggetto acuminato, simbolo riconosciuto di forza e di protezione, i gioielli esprimono una voluta contraddizione di elementi. Infatti, l'argento viene lavorato per interpretare la morbidezza di forme geometriche circolari od ovali che, però, quasi all'improvviso finiscono con slanci appuntiti. In questo modo attraverso il metallo plasmato si vogliono trasmettere fermezza e

determinazione, mentre l'inserimento di una o più perle bianche o nere aggiunge un tocco di colore discreto ed elegante. Questa antitesi stilistica crea un'interazione dinamica tra rigore e morbidezza, dando vita ad anelli, collier, bracciali e orecchini che, da soli o in parure, raccontano un'essenza innovativa attingendo dalla bellezza della natura e dall'arte.

A Latin word, Cuspis (translated: point, vertex, end of an arrow), was chosen to identify the new collection by Pianegonda. Inspired by the thorn seen as a sharp object, a recognized symbol of strength and protection, the jewelry expresses a deliberate contradiction of elements. In fact, silver is worked to interpret the softness of circular or oval geometric shapes that quite suddenly end in sharp outbursts. In this way, the molded metal is intended to convey firmness and determination, while the insertion of one or more white or black pearls adds a

discreet and elegant touch of color. This stylistic antithesis creates a dynamic interaction between rigor and softness, generating rings, necklaces, bracelets and earrings that, either alone or in sets, express an innovative essence by drawing from the beauty of nature and art.

COSCIA GIOIELLI. La nuova collezione Baby Pearl, sviluppata in orecchini, anelli e collane in oro impreziosito da diamanti e da perle di acqua dolce di piccole dimensioni scelte nelle varianti bianche e pink naturali, interpreta la perfetta fusione tra l'eleganza senza tempo delle perle e un design contemporaneo il cui obiettivo è quello di dialogare con le giovani generazioni attraverso un'offerta di acquisto più accessibile. Come spiega Giancarlo Coscia, titolare del brand, «Coscia Gioielli ha una storia centenaria nella realizzazione di gioielli con le perle, e con Baby Pearl vogliamo proprio dimostrare che la tradizione può essere innovativa».

The new Baby Pearl collection, made up of earrings, rings and necklaces in gold embellished with diamonds and small, freshwater pearls in natural white and pink variants, interprets the perfect fusion between the timeless elegance of pearls and a contemporary design whose aim is to dialogue with the younger generations through a more accessible purchase offer. As brand-owner Giancarlo Coscia explains, «Coscia Gioielli has been making jewelry with pearls for a hundred years. With Baby Pearl, we really want to demonstrate that tradition can be innovative.»

PIANO JEWELLERY. La collezione Piano Piercing di Piano Jewellery trae ispirazione dalla storia. I primi orecchini e tatuaggi sono quelli ritrovati su Ötzi, la mummia di 5300 anni fa rinvenuta sulle Dolomiti. Ma i piercing erano d'uso anche nelle società primitive, che credevano che potessero tener lontani i demoni dal corpo, così come tra i marinai, che li portavano all'orecchio per migliorare la loro vista a lunga distanza. Nel mondo moderno si sono liberati di tali significati per diventare una decorazione e una forma di espressione del sé, come avviene nel caso di questa nuova collezione, appunto Piano Piercing, portata in fiera dall'azienda turca.

The Piano Piercing collection by Piano Jewellery draws inspiration from history. The first earrings and tattoos are those found on Ötzi, the 5,300-year-old mummy discovered in the Dolomites. But piercings were also in use in primitive societies, who believed they could keep demons away from the body, as well as among sailors, who wore them on their ears to improve their long-distance vision. In the modern world, these meanings have been shed to become a decoration and a form of self-expression, as is the case of this new collection, Piano Piercing, brought to the fair by the Turkish company.



TRIBUTE TO THE PEARL

STUDIO RENN



«Grazie alla loro allure senza tempo, sono sinonimo di sobria eleganza. Tuttavia, negli ultimi anni, questa percezione è stata messa in discussione dai designer contemporanei, che hanno iniziato a utilizzarle in modi non convenzionali e antitetici. Sono quasi diventate un simbolo di ribellione, spingendo le persone a mettere in discussione preconcetti secolari. Le perle hanno una morbidezza, uno splendore e una luminescenza femminili, che mi piace giustapporre a qualcosa di inaspettato: un grigio freddo, completamente opaco».

«Thanks to their timeless air, pearls have been synonymous of reserved elegance. However, in recent years, this perception has been challenged by contemporary designers who have started using them in unconventional and antithetical ways. They have almost become a symbol of rebellion - making people question centuries-old preconceptions. Pearls have a softness about them, a feminine radiance and luminescence, which I like to combine with something unexpected - a cold, stark, matt grey.»

- Rahul Jhaveri, Co-founder and Creative Director





Ω

OmegaArt

Escape the ordinary, unveil trends

Simboli eterni

I concetti universali di amore e felicità nelle interpretazioni preziose di Maison J'OR, Miseno e Femar

The universal concepts of love and happiness in the precious interpretations of Maison J'OR, Miseno, and Femar



MAISON J'OR. Una vera e propria dichiarazione d'amore, un'esplosione unica di energia creativa: è il cuore – in senso metaforico, certo, ma in questo caso anche e soprattutto inteso come ornamento – di Maison J'OR che, moltiplicato in una scia d'oro, parla di felicità, serenità, allegria contagiante da condividere con chi si ama. La collezione Reverso racchiude uno slancio poetico che si concretizza nella lunga teoria di cuori allineati, in un disegno monocromo o con alternanza di colori, sugli anelli che diventano messaggeri di un sofisticato stile di vita, declinazione di

un sentimento puro da portare sempre con sé. Le fedi Reverso non hanno solo un'anima romantica, ma anche un côté prezioso dettato dalla lunga esperienza del brand romana nella creazioni di gioielli unici e originali: in oro rosa con diamanti, diamanti blu, zaffiri arancio, ritaglio di madreperla e madreperla grigia, tsavoriti oppure con diamanti, ritaglio di malachite, madreperla bianca, turchese e onice esprimono tutta la filosofia estetica di Maison J'OR.

A veritable declaration of love, a unique explosion of creative energy: the heart – metaphorically speaking, of course, but in the case of Maison J'OR, also, and above all, an ornament – which, multiplied in a trail of gold, speaks of happiness, serenity and contagious joy to be shared with those we love. The Reverso collection encompasses a poetic impetus that is embodied in the long theory of aligned hearts, in a monochrome or alternating color design, on rings that become messengers of a sophisticated lifestyle, an expression of pure sentiment to

be worn at all times. The Reverso rings not only have a romantic soul, but also a precious side dictated by the Roman company's lengthy experience in creating unique and original jewelry: whether in pink gold with diamonds, blue diamonds, orange sapphires, mother-of-pearl chips, grey mother-of-pearl and tsavorites or with diamonds, malachite chips, white mother-of-pearl, turquoise and onyx, they express all the aesthetic philosophy of Maison J'OR.



MISENO. Marchio fondato da Antonio Cardamuro rendendo omaggio alla bellezza dei gioielli e all'omonima località vicino a Napoli, a breve festeggerà il decimo anniversario. Un traguardo importante non solo per la crescita esponenziale avuta in questi anni ma anche in vista della nuova Collezione, il cui motivo principale è l'Arco Felice, fonte di ispirazione e simbolo del logo stesso. L'Arco Felice riproduce la porta di accesso alla città portuale di Miseno, il cui passaggio, secondo i Romani, era propizio per trovare amore e felicità. A esso si affianca anche un libro con tutti i successi ottenuti in questi due lustri. Accanto a questa new entry, a Vicenzaoro fanno bella mostra di sé tutte le varianti delle iconiche collezioni Baia Sommersa e Ischia.

A brand founded by Antonio Cardamuro as a tribute to the beauty of jewelry and the eponymous locality near Naples, will soon be celebrating its tenth anniversary. An important milestone, not only for the exponential growth it has enjoyed in recent years, but also in view of the new Collection, whose main feature is the Arco Felice, the source of inspiration and symbol of the logo itself. Arco Felice reproduces the gateway to the port city of Miseno. According to the Romans, passing through it brought luck in finding love and happiness. The collection is accompanied by a book with all the successes achieved over the past ten years. Alongside this new entry, all the variants of the iconic Baia Sommersa and Ischia collections are also on display at Vicenzaoro.



FEMAR. Fa parte della collezione Insieme, il bracciale morbido presentato da Femar in occasione del contest Premier dell'ultima edizione di Oroarezzo, dal titolo Amore e Bellezza, e che sarà visibile a Vicenzaoro. È un gioiello in oro, dalla struttura morbida, realizzato con 49 elementi montati a fiore, completamente realizzato a mano, e che esternamente si presenta con una texture a specchio. Ricorda lo sbocciare di una peonia, un fiore scelto per il suo profondo significato nella cultura cinese, che l'azienda ha sentito particolarmente attuale per il contesto storico, ovvero "vivere insieme in armonia". Un messaggio importante, che desidera trasmettere attraverso il proprio lavoro.

Part of the Insieme collection, and on show at Vicenzaoro, Amore e Bellezza (Love and Beauty) is the soft bracelet that Femar presented at the Premier contest at the last edition of Oroarezzo. A gold jewel with a soft structure, it boasts 49, entirely handmade, flower-mounted elements with an external mirror-like texture. It is reminiscent of the blossoming of a peony, a flower chosen for its deep meaning in Chinese culture, which the company felt was particularly relevant to the historical context, namely "living together in harmony". An important message, which it wishes to convey through its work.

TRIBUTE TO THE PEARL

MOUSHE DESIGNS



«Con la loro bellezza luminosa e delicata, possiedono la qualità unica di infondere una forte essenza femminile. La sola presenza delle perle tende a valorizzare qualsiasi outfit, spaziando da quello elegante da grand soirée al più casual. Se un tempo erano indossate per lo più da persone adulte, le giovani generazioni le hanno scelte come parte del loro stile quotidiano, mixandole con monili diversi in un brillante gioco di sovrapposizioni. Il loro fascino risiede nella capacità di evocare un senso di raffinatezza classica, trascendendo le tendenze passeggera».

«With their lustrous and delicate beauty, pearls possess the unique quality of instilling considerable feminine essence. The mere presence of pearls tends to enhance any outfit, from an elegant look to evening wear and the most casual attire. Once predominantly worn by older individuals, the younger generations have now embraced pearls as part of their everyday style, superimposing them brilliantly with different jewelry. Their appeal lies in their ability to evoke a sense of classic refinement, transcending passing trends.»

- Nabiha Sabzvari, Founder and Creative Director





LUXCHAIN

The Luxury Blockchain



VICENZAORO HALL H3.2 | STAND 132



SOFTWARE & APP

La suite completa per il mondo del gioiello

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



GRAFICA & WEB

La Brand Identity offline e online

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



MARKETING & SOCIAL

La strategia integrata di marketing digitale

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



BLOCKCHAIN

Autenticità di prodotto e lotta alla contraffazione

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



FOTO & VIDEO

Il visual completo per la comunicazione

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



CONSULENZA & ASSISTENZA

Un Team specializzato per strategie e supporto

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

Disegni iconici

Lavorazioni texturizzate e motivi geometrici definiscono con originalità i gioielli firmati Unoaerre, Rosato e Shiva

Textured finishes and geometric patterns define the unique jewelry creations from Unoaerre, Rosato, and Shiva



UNOAERRE. Chicco è una collezione che ha contribuito, grazie al suo design originale facilmente riconoscibile, a (ri)scrivere la storia di Unoaerre, tanto da meritarsi il titolo di "collezione iconica" tra le più rappresentative dell'universo del brand. Realizzata in argento 925, si caratterizza per la singolare lavorazione in maglia dalla forma di piccoli chicchi di riso ai quali vengono affiancati elementi ornamentali a contrasto, come possono essere le pietre naturali, gli zirconi e le perle, coprotagonisti di gioielli minimal chic. Il segreto del successo di Chicco

sta nella capacità dei designer di rinnovare, aggiornare e arricchire la già vasta gamma di gioielli. Per esempio, per l'inverno alle porte, fanno l'esordio nuovi collier e anelli tubolari, nuovi orecchini a bottoncino anche con profili di zirconi, tutti sempre caratterizzati dall'inconfondibile lavorazione e declinati in versione dorata e argentata.

Chicco is a collection that, thanks to its easily recognizable original design, has contributed to (re)writing Unoaerre's history, so much so as to deserve the title of "iconic collection" among the most representative of the brand's universe. Made in 925 silver, it stands out for its unique links in the shape of small grains of rice to which contrasting ornamental elements are added, such as natural stones, zircons and pearls, co-protagonists of minimal chic jewelry. The secret of Chicco's success lies in the designers' ability to renew, modernize and enrich the already vast

range of jewelry. For example, for the upcoming winter season, new necklaces and tubular rings will be making their debut, as well as new button earrings also with cubic zirconia profiles, all featuring unmistakable workmanship and available in gold- and silver-plated versions.

ROSATO. Audacia nel design geometrico che vive grazie a un elaborato susseguirsi di pieni e di vuoti. Una sensuale luminosità che emerge dalle originali sfaccettature delle pietre. Ecco Vittoria, la nuova collezione di Rosato. Realizzata in argento con un intricato gioco di forme triangolari e piramidi, è radiosa perché propone un uso "invertito" delle pietre rispetto alla loro tradizionale montatura, capaci così di catturare la luce e sprigionare bagliori in modo inaspettato. Una collezione dai tratti moderni che interpreta attraverso il suo sofisticato design le molteplici sfaccettature della personalità femminile.



Audacity in geometric design that exists due to an elaborate succession of solids and voids. A sensual luminosity emerging from the original facets of the stones. This is Vittoria, the new collection by Rosato. Crafted in silver with an intricate interplay of triangular shapes and pyramids, it is radiant because it proposes an "inverted" use of stones with respect to their traditional setting. They are thus able to capture light and release sparkle in an unexpected way. A collection with modern features that, through its sophisticated design, interprets the many facets of the female personality.



SHIVA. "La magia di un design unico", è questo il claim di Shiva per la nuova collezione White Dream. Ogni perla viene selezionata meticolosamente e combinata con i disegni originali del brand turco. Le perle, infatti, sono montate su gioielli realizzati in oro 18 carati e diamanti, seguendo le forme geometriche distinte della maison turca, dal carattere impeccabile e accattivante.

"The magic of unique design", this is Shiva's claim for the new White Dream collection. Each pearl is meticulously selected and combined with the original designs of the Turkish brand. The pearls, in fact, are mounted on 18-carat gold and diamond jewelry following the distinctive geometric shapes of the Turkish company with an impeccable and captivating character.



GET THE LOOK

OLYMPIAN GODDESS



Thom Browne

Un'elegante fusione di stile athleisure e artigianalità si manifesta in questo look regale, completato da un copricapo gioiello che celebra i Giochi Olimpici di Parigi 2024 e l'importanza del fairplay. Sulla passerella di Thom Browne, per la collezione F/W 2024-25.

An elegant fusion of athleisure and craftsmanship manifests in this regal look, completed by a jewel headpiece celebrating the Paris 2024 Olympic Games and the importance of fairplay. Featured on the Thom Browne runway, for the F/W 2024-25 collection.



**ILLUMINA
LA TUA PROFESSIONE**

*Scopri i vantaggi
della collaborazione con Careisgold*



L'ECCELLENZA NEL MONDO
DELL'ORO PURO DA INVESTIMENTO.
TEL. 045 2457421 | CAREISGOLD.IT



In occasione di

VICENZAORO

DOMENICA 8 SETTEMBRE

ALFA FIERA HOTEL

raggiungibile da pad 4 est



ISCRIVITI ORA
ULTIMI POSTI DISPONIBILI

Discover The Jewelry World On VO+ Magazine



VO+



Getting Around

Per orientarsi al meglio durante la visita di Vicenzaoro September 2024, ogni giorno troverete la mappa del quartiere fieristico e il QR Code per scaricare la nuova pianta interattiva con tutte le informazioni necessarie alla visita.

To better orient yourself during your visit to Vicenzaoro September 2024, everyday you will find the map of the exhibition center and the QR Code to download the new interactive map with all the information necessary for the visit.

HALL T1
Delivery at Palatino

DISTRICT
Renewal Project

vicenzaoro

FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

Hall 7 Booth 384
FABERGE.COM



FABERGÉ

A LIFE IN COLOUR

Hall 7 Booth 384

FABERGE.COM

