

L'Edizione delle Larghe Intese

Si conclude oggi Vicenzaoro September. Cinque giorni organizzati da IEG Italian Exhibition Group che hanno visto svolgersi incontri e firmare accordi strategici per la promozione e lo sviluppo del comparto. >p.2

Vicenzaoro September is closing today. The five days organized by IEG Italian Exhibition Group saw meetings carried out and strategic agreements signed to promote and develop the industry. >p.2

IN EVIDENZA

MERCOLEDÌ

11 SETTEMBRE 2019

PROFILI

Sicis

Presenta le nuovissime collezioni, alla Design Room.
Presents its newest collections at the Design Room.

>p.8



TREND

Point of View

Tre voci autorevoli per un commento sulle macro direzioni del gioiello.
The most influential voices to get an insight of the macro directions of jewelry.

>p.10



INTERVISTA

Dominic Hill

Fondatore di Atelier Technology, strumento digitale per avere successo nel mondo della gioielleria.
Founder of Atelier Technology, digital tool which helps to succeed in the jewelry world.

>p.6



FIRMAMENTO COLLECTION

CRIERI
VESTIAMO DIAMANTI



PAV 1
STAND 110

FIRMAMENTO
COLLECTION



FOLLOW US ON FACEBOOK
VO+ Jewellery Lifestyle Magazine

VO+ Daily

VO
vicenzaoro
the jewellery
boutique show
SEPTEMBER



FOLLOW US ON INSTAGRAM
instagram.com/vo_plus

Supplemento di VO+ VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine n.150

ITALIAN EXHIBITION GROUP

ISSUE 5, Mercoledì, 11 Settembre 2019

L'Edizione delle Larghe Intese

Si conclude oggi Vicenzaoro September. Cinque giorni organizzati da IEG Italian Exhibition Group che hanno visto svolgersi incontri e firmare accordi strategici per la promozione e lo sviluppo del comparto. >p.2
Vicenzaoro September is closing today. The five days organized by IEG Italian Exhibition Group saw meetings carried out and strategic agreements signed to promote and develop the industry. >p.2



EDITORIAL

FEDERICA FROSINI
EDITOR IN CHIEF VO+ MAGAZINE

Roots. Radici. Chiudo questo ultimo giorno del nostro VO+ Daily con un omaggio alle nostre radici, alla tradizione italiana che è da sempre il traino di questo comparto. Perché ciò che abbiamo avuto modo di ammirare in questi cinque giorni di manifestazione, parte sempre da lì. Dalla capacità e dall'abilità tutte italiane nel tradurre in capolavori di piccole dimensioni, quel sapere, quell'abilità, quell'amore per l'arte e per il senso del bello, di cui abbiamo già parlato nei primi editoriali di questo newspaper. Come avrete avuto modo di leggere nell'ultimo numero di VO+ September, nell'arco dei secoli ogni regione italiana ha trovato una propria modalità di espressione nell'arte orafa, sviluppando gusto e tecniche così peculiari da ispirare ancora oggi le mani di abili artigiani. Da Leonardo da Vinci a Salvador Dalí, fino ai designer di ultima generazione e alle aziende più consolidate, il concetto di tramandare un mestiere non è mai stato alterato. Ed è proprio questo uno degli elementi più "caldi" e sensibili emersi in questi giorni, e che in un certo senso crea una sorta di fil rouge tra i vari asset di questa filiera - pietre, metalli, macchinari. La voglia, ma soprattutto la necessità, di trovare soluzioni per tramandare questo mestiere, per (segue a pagina 3)

IN EVIDENZA

MERCOLEDÌ

11 SETTEMBRE 2019

PROFILI

Sicis

Presenta le nuovissime collezioni, alla Design Room.
Presents its newest collections at the Design Room.

>p.8



TREND

Point of View

Tre voci autorevoli per un commento sulle macro direzioni del gioiello.
The most influential voices to get an insight of the macro directions of jewelry.

>p.10



INTERVISTA

Dominic Hill

Fondatore di Atelier Technology, strumento digitale per avere successo nel mondo della gioielleria.
Founder of Atelier Technology, digital tool which helps to succeed in the jewelry world.

>p.6

Le Capsule del Tempo

L'ultimo appuntamento con i Gem Talks per approfondire la conoscenza dello zirconio, una pietra affascinante vittima di equivoci ricorrenti

«Gli zirconio sono vere e proprie capsule del tempo», ha affermato Lucia Gori, insegnante all'Istituto Gemmologico Italiano (IGI), durante l'ultimo appuntamento dei Gem Talks che si è tenuto ieri, come

sempre presso la Gem Square (Hall 3.1). Il seminario "Zirconio: la cenerentola delle gemme" è stato organizzato per fare chiarezza su una delle gemme più affascinanti e curiose a noi note, il cui nome e aspetto continuano a dar luogo a equivoci ricorrenti. «Sulla varietà incolore, così simile nell'aspetto al diamante, sono sorti i malintesi peggiori, soprattutto con l'arrivo sul mercato nel 1976 della zirconia cubica, ancora oggi la più diffusa imitazione del diamante. Benché

siano due materiali con proprietà chimico-fisiche molto diverse, l'assonanza dei nomi ha finito per gettarli entrambi nell'unico calderone dei "falsi". Mentre la zirconia cubica è una pietra sintetica, creata in laboratorio, lo zirconio è una gemma naturale che si presenta in un'ampia palette di colore: dal rosso bruno, al giallo dorato, al più ricercato blu fino all'incolore. Grazie alla sua particolare struttura può ospitare nel (segue a pagina 4)

Sperimentazione Inhouse

Agire sul rapporto col cliente o nel backstage, con risorse interne o consulenti. Queste le dicotomie per intraprendere un percorso di trasformazione digitale. Ecco la strategia consigliata da Alceo Rapagna, nel convegno del Club degli Orafi Italia

Si sente parlare molto di startup tecnologiche, ma ben poche di queste prendono vita sul serio o di-

ventano case history di successo. Lo sa bene Alceo Rapagna - Ceo Italy & Global Strategy Officer in Startup-bootcamp, Innoleaps e The Talent Institute - che qui a Vicenzaoro ha affrontato questa importante tematica applicata al jewelry world durante il convegno "Driving digital and technology innovation in the jewelry business" di domenica organizzato dal Club degli Orafi Italia. «Per capire quanto poco è diffusa la presenza di figure professionali (segue a pagina 4)



(segue dalla prima)



Federica Frosini, Editor in Chief VO+ Magazine

L'Edizione delle Larghe Intese

(segue dalla prima)

Due mani che si incontrano. L'immagine scelta per la prima pagina di questo ultimo Daily - che ritrae una delle opere di Salvador Dalí esposte in esclusiva a Vicenzaoro - sembra racchiudere in sé il senso di questa edizione di settembre. Perché di mani che si sono incontrate e strette ce ne sono state molte. Ci riferiamo a quelle che hanno suggerito alcuni dei momenti più importanti della manifestazione, come per esempio l'accordo firmato in questi giorni dai Presidenti di IEG, Lorenzo Cagnoni e di Assocoral Vincenzo Aucella, in cui le parti si sono poste l'obiettivo di promuovere le eccellenze della produzione legata al mondo orafa-gioielliere di Torre del Greco, attraverso iniziative di sistema da attivare sulla "piattaforma IEG". Come per esempio una serie di manifestazioni fieristiche ed eventi di carattere internazionale, da pensare e ottimizzare insieme. Altro accordo strategico che ha visto la luce nella giornata di

domenica è stato quello fra IEG e il Presidente di A.F.E.M.O. Gianluigi Barettoni, che ha portato l'attenzione sull'importanza che le macchine per l'oreficeria hanno avuto per lo sviluppo del settore: IEG si è quindi impegnata a sostenere e riconoscere il ruolo dell'associazione come punto di riferimento della filiera, oltre a garantire un ulteriore rafforzamento delle già esistenti "piattaforme" dell'high-tech di T.Gold e T-Evolution, appuntamenti fissi rispettivamente di Vicenzaoro January e September. Allo stesso modo, con questa intesa l'associazione ha riconosciuto IEG come partner primario, impegnandosi a promuovere Vicenzaoro come leader nel settore, sottolineando il ruolo di Italian Exhibition Group come riferimento per tutti gli eventi fieristici nel panorama italiano ed internazionale in relazione al mondo del gioiello, dell'oreficeria e della gemmologia. «I macchinari sono parte determinante nella produzione dei gioielli ed elementi fondanti il successo

dell'immagine del Made in Italy nel comparto al livello internazionale». Una mission, quella di intercettare nuovi talenti, perseguita anche da Fondazione Mani Intelligenti, altra realtà valenzana che ad oggi conta 43 big player dell'industry, finalmente insieme per ripensare al modello e ai meccanismi di formazione al fine di sostenere la crescita esponenziale di mercato registrata dal Made in Italy. Fra i tanti talk tenuti in questi giorni in fiera, di grande risalto il panel organizzato dal Club degli Orafi Italia, che ha visto affrontare tematiche come l'intelligenza immateriale e le startup tecnologiche, sempre più strategiche anche nel mondo ricco di tradizione e di manualità della gioielleria. E chissà che nel prossimo appuntamento di Vicenzaoro, a Gennaio 2020, non si possano già toccare con mano, si fa per dire, i campionari virtuali di chi fa artigiano a Vicenza come a Torre del Greco, creando bellezza da esportare nel mondo per ben l'85% del suo totale.

avanti attingere nuova linfa creativa. Una mission, quella di intercettare nuovi talenti, perseguita anche da Fondazione Mani Intelligenti, altra realtà valenzana che ad oggi conta 43 big player dell'industry, finalmente insieme per ripensare al modello e ai meccanismi di formazione al fine di sostenere la crescita esponenziale di mercato registrata dal Made in Italy. Fra i tanti talk tenuti in questi giorni in fiera, di grande risalto il panel organizzato dal Club degli Orafi Italia, che ha visto affrontare tematiche come l'intelligenza immateriale e le startup tecnologiche, sempre più strategiche anche nel mondo ricco di tradizione e di manualità della gioielleria. E chissà che nel prossimo appuntamento di Vicenzaoro, a Gennaio 2020, non si possano già toccare con mano, si fa per dire, i campionari virtuali di chi fa artigiano a Vicenza come a Torre del Greco, creando bellezza da esportare nel mondo per ben l'85% del suo totale.

Two hands meeting. The image chosen for the first page of this last Daily - which depicts one of Salvador Dalí's works exhibited exclusively at Vicenzaoro - seems to hold the meaning of this edition of Vicenzaoro September. Because there have been many meetings and handshakes. We are referring to those that marked some of the most important moments of the event, such as when the agreement signed by IEG President Lorenzo Cagnoni and Assocoral President Vincenzo Aucella, in which the parties made a goal to promote the excellence of gold and jewelry production in Torre del Greco through a series of initiatives to be activated on the "IEG platform." Like for example, a series of international fairs and events to be planned and optimized together. Another strategic agreement was made on Sunday between IEG and the President of A.F.E.M.O. Gianluigi Barettoni, who brought attention to how important jewelry-making machines were in the development of the sector: IEG was thus committed to supporting and re-

cognizing the role of the association as a reference point in the supply chain, as well as ensuring further strengthening of the already existing high-tech "platforms" of T. Gold and T-Evolution, established appointments respectively of Vicenzaoro January and September. In the same way, with this agreement, the association recognized IEG as a primary partner, committing itself to promoting Vicenzaoro as a leader in the sector, underlining the role of the Italian Exhibition Group as a reference for all the national and international fairs for jewelry, goldsmithery and gemology. «Machinery is a key part of jewelry production and a founding element of the success of Italian jewelry manufacture.» stated Gianluigi Barettoni, President of A.F.E.M.O. «This agreement will contribute to the valorization of our companies' skill.» As for fruitful meetings and exchanges and harbingers of new prospects for the sector, we can certainly include the conference held on Saturday about the "Evolution of digital manufacturing production 4.0," which among others,

saw a discussion with Massimo Barbadoro, president of the InValenza Center for Innovation. His task was to illustrate the new dynamics of partnerships between institutions, schools and companies in Valenza that were conceived thanks to the association he oversees. But he was also to call to the stage the 16 European institutes that won the Sant'Eligio Contest. The people who handed out the awards were none other than the mayors of Valenza and Vicenza, mayors of two important gold districts. The mission to find new talent, also sought by the Fondazione Mani Intelligenti, another Valenza-based association that today counts 43 important players in the industry, was discussed as they were finally able to meet and talk about training models and mechanisms, with the aim of supporting the exponential market growth of Italian manufacture. At the many talks held over the course of Vicenzaoro, a highpoint was the panel organized by the Club degli Orafi Italia, which discussed topics such as immaterial intelligence and technology startups,

which are increasingly strategic even in a world rich in jewelry tradition and craftsmanship. And who knows, perhaps we'll be able to touch with our hands, as it were, the virtual samples of artisans from Vicenza to Torre del Greco, who create beauties to be exported all over the world for 85% of the total at the January 2020 edition of Vicenzaoro.

Lorenza Scalisi

renderlo sempre più accattivante e stimolante agli occhi dei giovani. Un lavoro sinonimo di sapere non può e non deve scomparire. Di cosa c'è bisogno dunque? In primis, ripensare al modello e ai meccanismi di formazione, promuovendo cultura e innovazione, e riportando il concetto di manualità nelle scuole, affinché ne escano dei veri e propri "produttori di cultura". Se partiamo dai numeri, come dichiarato dal direttore generale della Fondazione Mani Intelligenti Gianluca Cravera, nella sola Valenza ci sono più artigiani orafi che in tutta la Francia: 8.000 contro 5.000. Numeri rassicuranti? Solo in apparenza. La realtà è purtroppo ancora lontana da un modello ideale che possa rassicurare e assicurare un ricambio generazionale formato e competente. Basta guardare ai numeri di 70 grandi aziende valenzane del settore orafa, che registrano una presenza di under 30 inferiore al 7%. Un alert questo, che vogliamo condividere come monito per il nostro lavoro, affinché il concetto di scouting, di ricerca di nuovi talenti, non dimentichiamo di farlo passare soprattutto intercettando le future "mani intelligenti".

Dear readers,

Roots. I'll end this last day of VO+ Daily with a tribute to our roots and to Italian traditions, which have always driven this industry. Because what we have had the chance to see over the past five days of the event, always starts there. From the capacity and ability of every Italian to translate that know-how, skill, love, art and sense of beauty we spoke about in the initial editorials of this magazine into tiny masterpieces. As you may have read in the last issue of VO+ September, over the centuries, each Italian region has found its own expression of goldsmith arts, developing such unique tastes and techniques that it still inspires skilled craftsmen. From Leonardo da Vinci to Salvador Dalí and all the way to the latest designers and the strongest

companies, the concept of passing the trade on has always remained. And this was one of the "hottest" and most sensitive topics that emerged over these past few days, creating a sort of common thread along the various assets of the production chain - stones, metals and machines. The desire, but especially the need, to find ways to pass down this trade, to make it more appealing and stimulating in the eyes of the youth. A job that is synonymous with knowledge can't and must never disappear. So what's needed? First of all, the training model and its mechanisms must be rethought, promoting culture and innovation and bringing the concept of manual skills back to schools, until true 'producers of culture' emerge. If we start with the numbers, as stated by the general manager of Fondazione Mani Intelligenti (the Intelligent Hands Foundation), Gianluca Cravera, there are more artisanal goldsmiths in just Valenza than all of France alone: 8,000 compared to 5,000. Reassuring numbers? Only in appearance. The reality is unfortunately still far from an ideal model that can reassure and ensure a skilled and qualified generational exchange. Just consider the numbers of 70 large Valenza-based jewelry companies, whose under-30 presence registers below 7%. This is a red flag and we want to share it with the industry, so the concept of scouting and the search for new talent isn't neglected, and we can find future "intelligent hands."

Federica Frosini
Editor in Chief VO+ Magazine

Le Capsule del Tempo

(segue dalla prima)

reticolo cristallino elementi come il torio e l'uranio, i cui isotopi radioattivi portano nel lungo periodo a un cambiamento della struttura dei cristalli ospitanti, modificandone il colore e alcune proprietà gemmologiche, senza costituire peraltro alcun pericolo per chi si trovi nelle vicinanze. Questo processo è così lungo da non poter essere osservabile alla scala della vita umana, ma oltre a produrre diverse tipologie di zircone, trova un'interessante applicazione nella datazione delle rocce. Studiando alcuni granuli di zircone trovati in Australia, nella regione di Jack Hills, si è potuto stabilire l'età delle più antiche rocce della crosta terrestre: ben 4,37 miliardi di anni!

The last appointment with Gem Talks examines the zircon, a fascinating stone, victim of constant misunderstandings

«Zircons are true time capsules!» explains Lucia Gori, teacher at the Italian Gemological Institute (IGI), during the last Gem Talk yesterday, held as always in Gem Square (Hall 3.1). The seminar entitled "Zircon: the Cinderella of Stones" was organized to clear things up about one of the most fascinating and curious stones we know about, whose name and appearance continue to give

rise to frequent misunderstandings. «The worst misunderstandings arose with the colorless variety because its appearance is so similar to that of diamonds and especially when cubic zirconia arrived on the market in 1976, that is still today the most widespread imitation of the diamond. Although these two materials have very different chemical and physical properties, the iteration of the names ended up throwing them both into the only cauldron of "fakes." While cubic zirconia is a synthetic stone, created in a laboratory, zircon is a natural stone with an ample color palette: from yellowish green to golden yellow, all the way through to brownish or orange red, and even from colorless to the most sought-after blue. Thanks to its particular structure, it can accommodate elements such as thorium and uranium in the crystal lattice, whose radioactive isotopes in the long run lead to a change in the structure of the host crystals, modifying their color and some gemological properties, without constituting any danger for those nearby. This process is so long that it cannot be seen during the life of humans, but in addition to producing different types of zircon stones, it, interestingly, can date rocks. In studying some zircon grains found in Australia, in the region of Jack Hills, it was possible to establish the age of the oldest rocks in the earth's crust: a good 4.37 billion years old!

Antonella Reina



Sperimentazione Inhouse

(segue dalla prima)



dedicate al settore del digital, basta andare su LinkedIn, e scorrere i profili dei manager di quelli che sono considerati benchmark del lusso: meno dell'1% ha una specifica "digital". Quindi, la prima domanda da porsi è se si è davvero compreso come e quanto può aiutare un buon uso delle nuove tecnologie, e questo sia che si tratti di realtà imprenditoriali piccole che di colossi dell'industry». Dopo questa provocazione, una domanda è d'obbligo: quale deve essere il primo passo per intraprendere un percorso di trasformazione digital? «Per prima cosa, bisogna capire in quale ambito aziendale è più necessario evolversi: se

nel backstage, ossia andando a incidere all'interno della struttura, o "front", nel rapporto con il cliente, come con i-commerce. Una dicotomia che impone una scelta fondamentale, ma che può portare alla creazione della strategia step by step più adatta. Per esempio, l'eliminazione dei campionari è uno degli argomenti più discussi nel mondo del fashion, perché equivale a un abbattimento dei costi decisamente importante. Il secondo quesito è a chi affidare questa rivoluzione, se a un esperto esterno o a una risorsa interna al team di lavoro. Qui a Vicenzaoro ci sono brand che sono già alla seconda o terza generazione, e sono sicuro che

in ciascuna di queste famiglie c'è un figlio o un nipote con una certa propensione alle nuove tecnologie. Il mio consiglio è: lasciateli sperimentare! Chi meglio di una persona nata e cresciuta in casa può intuire cosa è meglio per il vostro brand?».

Working on client relationships or behind the scenes with internal resources or consultants. These are the issues to be addressed when looking to make a digital transformation. Here are the strategies that Alceo Rapagna recommended during the Club degli Orafi Italia conference

There is a lot of talk about technological startups, but many don't take off or become successful case histories. Alceo Rapagna, Italy Ceo and Global Strategy Officer at Startupbootcamp, Innoleaps and The Talent Institute, knows this all too well. Here at Vicenzaoro, he took on this important topic with Sunday's "Driving digital and technology innovation in the jewelry business" conference organized by the Club degli Orafi Italia. «To understand how rare it is to find professional figures focused on digital, all you need to do is go on LinkedIn and look through the profiles of managers working for the big names in luxury:

fewer than 1% have a digital focus. So the first question to ask is whether you truly understand how helpful the right use of technology can be. This goes for small businesses as well as industry giants». This thought-provoking opening begs the next question, which is what is the first step to take in making a digital transformation? «Firstly, you need to understand what department needs to evolve. If it is behind the scenes, in other words, the internal structure or out in "front," relating to customers like with e-commerce. This dichotomy demands one make an important choice, but it could lead to the most suitable strategy step by step. For example, getting rid of samples is one of the most debated topics in fashion because it means greatly reducing costs. The second question is with whom to entrust this revolution - an outside expert or someone on the internal team? Here at Vicenzaoro, there are brands that are already in their second and third generations, and I'm sure that in each of these families, there is a son or granddaughter interested in these new technologies. My advice is to allow them to experiment with them! Who better than someone who grew up in the company to know what is best for the brand?».

Lorenza Scalisi

AROUND THE WORLD

PENCIL NOTES



Akillis

Collana/Necklace



Nadine Ghosn

Bracciale/Bracelet



Sally Sohn

Bracciale/Bracelet

ZYDO

ITALY



MILANO HEAD OFFICE & SHOW ROOM
Via Achille Papa, 30
Tel +39 02 87 23 69 50 • zydo@zydo.it

VALENZA OFFICE & FACTORY
Viale Dante, 10
Tel +39 01 31 92 40 93 • zydo@zydo.it

NEW YORK OFFICE
IJA 2 West, 46 Street, Suite 605 • NY 10036
Ph +1 212 421 2608 • ija@zydoamerica.com

WWW.ZYDO.IT

Innovate in a Cloud

Adattare le proprie offerte a un mercato sempre più diversificato: questa la mission di Atelier Technology, un nuovo strumento digitale per avere successo nel mondo della gioielleria

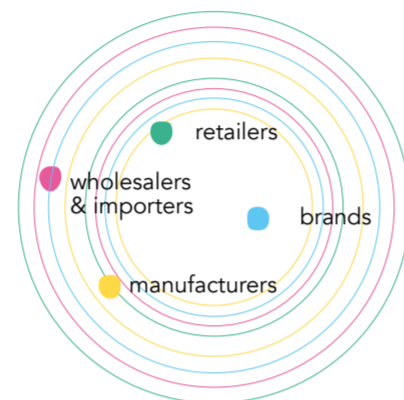
Adapting product lines to an increasingly diversified market. This is the context of Atelier Technology which helps to succeed in the jewelry world



Dominic Hill, Atelier Technology Founder

Per avere successo nel mercato della gioielleria oggi, retailer, brand e produttori devono essere in grado di adattare le proprie offerte a un mercato sempre più diversificato. Queste sono le pietre miliari su cui si fonda Atelier Technology. Il giovane e talentuoso fondatore, Dominic Hill, ha un'esperienza di oltre 12 anni nel settore, consolidata in ogni ambito della filiera. Atelier Technology è un software specifico per la gioielleria che consente a tutta la catena di fornitura di connettere i propri sistemi e condividere i dati in tempo reale, accelerando il "time to market" fino all'80%. L'azienda ha recentemente ottenuto un importante investimento da un consorzio di gioiellieri leader a livello mondiale, guidato da Swarovski e Chow Tai Fook. «Oggi lavoriamo con oltre 500 aziende in ogni continente e abbiamo produttori in tutto il mondo, comprese le principali realtà italiane», afferma Hill.

In order to succeed in today's market jewelry retailers, brands and manufacturers all need to be able to adapt product lines to an increasingly diversified market. This is the context in which Atelier Technology was founded. The young and talented Founder, Dominic Hill, has been working in the jewelry market for over 12 years and gained a sound experience of every single step and process of this business. Atelier Technology is a jewelry specific software that allows an entire supply chain to connect their systems and share data in real time, accelerating time to market by up to 80%. The company has recently secured an important investment from a consortium of the world's leading jewelers, led by Swarovski and Chow Tai Fook. «We are operational with more than 500 companies in every continent and have manufacturers all over the world including all the major Italian clusters.» says Hill.



Illustrations by James Clapham

Perché ha creato Atelier Technology? Avevo provato in prima persona la frustrazione dei grandi produttori italiani che dovevano mantenere un formato diverso e un software differente per ogni cliente. Ciò era sostenibile nell'era di pochi clienti a fronte di grandi ordini, ma con la rivoluzione che Internet e digitalizzazione di servizi hanno portato nel settore, la realtà che queste aziende si trovano a fronteggiare è composta da molti clienti e da ordini più ridotti. Questo significa molto più lavoro ma, soprattutto, minore profitto: il costo di portare un singolo

marchio sul mercato non è cambiato, ma il ritorno sull'investimento è una frazione di quello che era un tempo.

Come funziona la piattaforma digitale? Ogni player della catena di approvvigionamento ha un'interfaccia diversificata e targettizzata per soddisfare le sue esigenze specifiche. Ciò ci consente di riunire tutti gli stakeholder su un'unica piattaforma, sbloccando così il potenziale dei dati in tempo reale e molto altro ancora.

Quali sono i prossimi passi? Consideriamo il nostro servizio come uno

strumento per potenziare l'efficienza dell'intero settore. Se le aziende sono in grado di essere più efficienti, più agili e più reattive, la crescita arriverà. Nel XX secolo, le catene di approvvigionamento sono state ottimizzate seguendo la logica del costo, mentre nel XXI secolo hanno bisogno di essere ottimizzate assecondando la scelta, come richiede il consumatore.

In che modo la tecnologia ha sconvolto questo ecosistema? L'industria della gioielleria è sempre stata altamente tecnologica. Solo quest'anno posso dire di aver assistito a due piccole rivoluzioni: ho visto stampare una pietra in 3D e realizzare una microfusione robotica. Tuttavia, tradizionalmente, gli investimenti in tecnologia si svolgono in seno a una singola azienda. Ma negli ultimi due anni, grazie alla crescita di Atelier Technology, per la prima volta il settore ha visto un'opportunità senza precedenti: adottare la tecnologia cloud per soddisfare le complesse esigenze interne e sposare al tempo stesso i benefici dell'economia digitale.

Come vede il futuro della gioielleria da qui a 10 anni? Penso che stiamo già vedendo vacillare i giganti di ieri. E sappiamo già che non saranno sostituiti da nuovi giganti, ma piuttosto da un ampio gruppo frammentato di player più piccoli e diversificati, ma in grado di soddisfare l'appetito di "unicità" dei

consumatori moderni. Ciò richiede una trasformazione di tutta la catena: le regole del gioco sono cambiate e l'infrastruttura che ha assicurato il successo di ieri difficilmente potrà essere quella vincente per il futuro.

Why did you create Atelier Technology? I had experienced first hand the frustration of large Italian manufacturers who were having to maintain a different format, software for each client. This was sustainable in the era of few clients and large orders, but since the revolution brought into the market by the Internet the reality these companies face is many clients and smaller orders. This means much more work but, crucially, less profit: the cost of bringing a single style to market hasn't changed but the return on that investment is a fraction of what it used to be.

How does this digital platform work? Each player at every layer of the supply chain has a different interface to meet their specific needs. This enables us to bring all the stakeholders together onto a single platform which unlocks the potential of real time data and much more.

What are the next steps? We see our service as a major efficiency upgrade for the entire industry. We think that if companies can be more efficient, more elastic, more responsive then growth will follow. In the 20th century supply chains were opti-

mised for cost, whereas in the 21st century they need to be optimised for choice - the consumer is demanding it.

How has technology disrupted the jewelry ecosystem? The jewelry industry has always been highly technological. This year alone I have witnessed a stone being 3D printed, and robotic casting. However, traditionally this investment in technology has taken place inside the confines of each business and factory. With Atelier Technology's growth in over the last two years, for the first time enterprise jewelry supply chains have an unprecedented opportunity to adopt cloud technology, which critically meets the complex needs of this industry and helps in joining the benefit of digital economy.

How do you see the future of jewelry within the next 10 years? I think we are already seeing in the sector that the giants of yesterday are shrinking. And these will not be replaced by new giants, but rather by a large fragmented group of smaller, more diversified players who meet the modern consumers' appetite for individuality. This necessitates a transformation of the supply chain servicing them - the rules of the game have changed and the infrastructure that delivered success yesterday is unlikely to deliver success tomorrow.

Claudia La Via

SEEN ON VO+



COSCIA
LA VERA PERLA DAL 1919

LE LUNE
Glamour

VICENZAORO
7 - 11 Settembre 2019
Pav. 6 - Stand 114

HONG KONG
16 - 20 Settembre 2019
Hall 1P N34

TARÌ - MONDO PREZIOSO
11 - 14 Ottobre 2019
Mod.185

COSCIA srl
Showroom 185 c/o Il Tari
81025 Marcianise, ITALY
Ph. (+39) 0823513452
info@coscia.it



Tesori Quotidiani

Sicis, ormai una delle colonne portanti di The Design Room, presenta le nuovissime collezioni, piccoli capolavori di arte italiana

Sicis, now one of the cornerstones of The Design Room, is presenting its newest collections, small masterpieces of Italian art



Non è nuovo Sicis a Vicenzaoro. Anche in questa edizione tra i dodici designer nella Design Room, si distingue sempre di più per il tocco inconfondibile, che si traduce in creazioni in micromosaico, oro e pietre preziose. Minuscole tessere di speciali smalti, elaborate con la tecnica originale, che è stata riportata agli antichi lustri attraverso anni di ricerca e di studi. Tessere forgiate e segmentate con un processo a mano, grazie a veri e propri artisti che poi procedono all'incastonatura delle tessere, una ad una. Le novità che Sicis presenta in questa edizione di Vicenzaoro settembre sono come sempre sinonimo di una profonda cultura e ricerca, che

si cela dietro ogni capolavoro gioiello. Perché i gioielli di Sicis non possono che definirsi così. Opere da indossare tutti i giorni, perché la bellezza, quando c'è, va esibita con orgoglio e anche un pizzico di vanità. Con l'anello Aura Eos, di ispirazione Art Déco, Sicis dimostra di saper interpretare la tendenza del momento che guarda al passato e ne riprende i tratti più distintivi. Poi la parure Anemone Sea, un mondo marino impreziosito di infinite tessere nei colori del rosso, fino alle collezioni ready-to-wear come la Universe. Si parla di esclusività, perché per Sicis nessun pezzo è uguale all'altro.

Sicis is not new to Vicenzaoro. Even in this edition, Sicis stands out from the twelve designers of The Design Room for its unmistakable style, translated into micro-mosaic collections with gold and precious stones. Tiny tesserae of special enamel are made using an original technique, brought back from ancient times through years of research and study. These tesserae are forged and segmented by hand by true artists who then set them, one by one. The new innovations Sicis

is presenting at Vicenzaoro September show the profound culture and research hidden in each jeweled masterpiece. Because Sicis' jewels must be defined as such. Pieces to be worn every day because beauty, when it exists, must be worn with pride and just a bit of vanity. The Aura Eos ring, inspired by Art Deco, shows Sicis' ability to interpret current trends, which look to the past and pick up its most distinctive traits. Then there's the Anemone Sea parure, a marine world

embellished by an infinite number of red tesserae and the ready-to-wear collections, such as Universe. It's about exclusivity, because Sicis pieces are like no others.



Arredi Preziosi da Indossare

Si ispirano ad ardite linee architettoniche i gioielli firmati da Cleto Munari, maestro dell'industrial design Made in Italy

Jewelry by Cleto Munari, master of Italian industrial design, takes inspiration from bold architectural lines



Cleto Munari è uno dei designer di arredi e complementi che negli Anni '70 ha contribuito a creare il concept stesso dell'industrial Made in Italy. Alla lunga e proficua collaborazione iniziata nel 1973 con l'amico Carlo Scarpa, seguono quelle con alcuni dei maggiori architetti del Novecento, fra cui Gio Ponti, Angelo Mangiarotti, Michele De Lucchi ed Ettore Sottsass. E poi nel 1982 che Munari si dedica alla prima raccolta di Argenti, oggetti di lusso realizzati su disegno di Gae Aulenti, Mario Bellini, Vico Magistretti, Alessandro Mendini e molti altri artisti di fama internazionale. Da

li alla creazione di veri e propri preziosi il passo è breve, forse anche in virtù delle sue origini vicentine e alla cultura dell'arte orafa che qui si ritrova ovunque. Ed è a Vicenzaoro che abbiamo incontrato il Maestro, per farci illustrare la sua ricca collezione di gioielli, oggi raccontata per la prima volta nel volume "Cleto Munari Jewelry" (Treccani La Cultura Italiana). «Il libro raccoglie storie e immagini di 110 prototipi che ho disegnato fra il 2003 e il 2004, oltre a una sessantina di pezzi creati a quattro mani, fra gli altri, con Mimmo Paladino, Alessandro Chia ed Enzo Cucchi. Il primo anello che disegnai fu

per mia moglie: volevo che indossasse qualcosa di assolutamente unico, fatto a posta per lei. Ricordo che eravamo in un museo di New York, e d'un tratto mi accorsi che attorno a lei si era creato un capannello di persone. Pensai che forse si era sentita male, mi preoccupai. Invece, stavano tutti osservando il suo anello. Si chiama Origami, ed è appunto una sorta di origami stilizzato, in oro giallo, dalle dimensioni importanti, largo 4 cm e lungo 7. Uno dei pezzi che più rappresenta il mio modo di interpretare la gioielleria, ossia un'arte che mi permette di rendere indossabili i miei oggetti d'arredo, un po' come avviene con "Pearl", un anello a forma di cassettoni, in oro giallo con diamanti e rubino cabochon».

Cleto Munari is one of the furniture designers from the 1970s that helped create the actual concept of Italian industrial design. In addition to the long, fruitful collaboration with his friend Carlo Scarpa, which began back in 1973, he also worked with some of the great architects of the 20th Century, including Gio Ponti, Angelo Mangiarotti, Michele De Lucchi, and Ettore Sottsass. In 1982, Munari began working on the first silver collection, luxury items created using designs by Gae Aulenti, Mario Bellini, Vico Magistretti, Alessandro Mendini and many other in-

ternationally famous artists. From there, it wasn't long before he went on to create actual jewels, also thanks to the time spent in Vicenza and the jewelry culture that can be found throughout the city. We met up with the maestro at Vicenzaoro where he showed us his rich collection, which today is featured in the book "Cleto Munari Jewelry" (Treccani La Cultura Italiana). «The book has stories and images of 110 prototypes that I designed between 2003 and 2004, as well as about 60 pieces created with others, including Mimmo Paladino, Alessandro Chia, and Enzo Cucchi. The first ring I designed was for my wife. I wanted her to wear something truly unique, created just for her. I remember we were in a museum in New York, and suddenly she had a small crowd around her. I thought maybe she didn't feel well, and I got worried. But everyone was looking at her ring. It is called Origami, and it is exactly that, a sort of stylized large origami piece in yellow gold. It is 4 cm in size and 7 cm long. It is one of the pieces that most represents the way I interpret jewelry, or in other words, an art that allows me to make my decorative objects wearable, a bit like with "Pearl," which is a little drawer in yellow gold with diamonds and a cabochon-cut ruby».

Lorenza Scalisi

AROUND THE WORLD

PRECIOUS CLAWS



Gaelle Khouri

Pendente/Pendant



Swarovski

Orecchino/Earring

ROBERTO BRAVO

INSPIRING JEWELLERY



ROBERTOBRAVO.COM/ROBERTOBRAVOOFFICIAL / ROBERTOBRAVO@#bravomoments



BLACK ORCHID COLLECTION

GOLD • RUBY • TSAVORITE • ENAMEL • HANDMADE

More than just a flower
The orchid as source of inspiration

What's Trending

Katerina Perez, Sandrine Merle, Sebastian Kaufmann. Tre voci autorevoli per un commento sulle macro direzioni del gioiello
Katerina Perez, Sandrine Merle, Sebastian Kaufmann. They are the most influential voices to get an insight of the macro directions of jewelry

Il designer da non perdere di vista, la pietra più amata, il metallo più "in", lo stile, la tipologia, il design e, new entry per questa seconda edizione del What's Trending, l'hashtag che sintetizza la macro direzione della gioielleria. E ancora una volta, per un punto di vista autorevole su queste jewelry categories, abbiamo interpellato tre insider internazionali tra Londra, Parigi, New York. Macro orientamenti stilistici e spunti ispirazionali, che noi di VO+ abbiamo poi interpretato con una personale selezione di gioielli.

The designer to keep an eye on, the most beloved stone, the "It" metal, style, type, design and, a new entry for this second edition of the What's Trending project, the hashtag that summarizes the macro directions of the jewelry world. Once again, we asked three international insiders, in London, Paris, New York, for an authoritative point of view on these jewelry categories. Macro stylistic directions and inspirations which, we at VO+, then interpreted with a personal selection of jewelry.

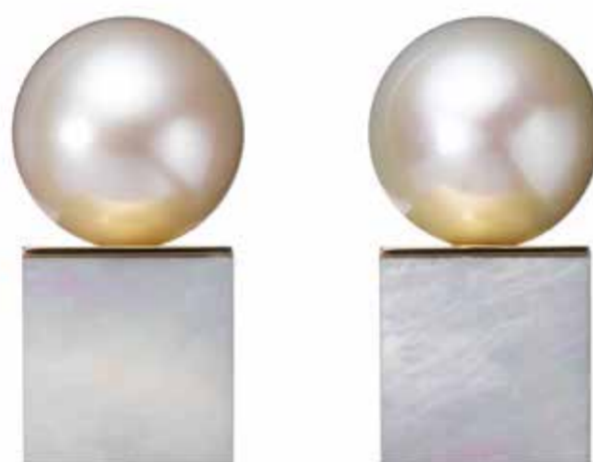
SEEN ON VO+



The VO+ picks inspired by the point of view of

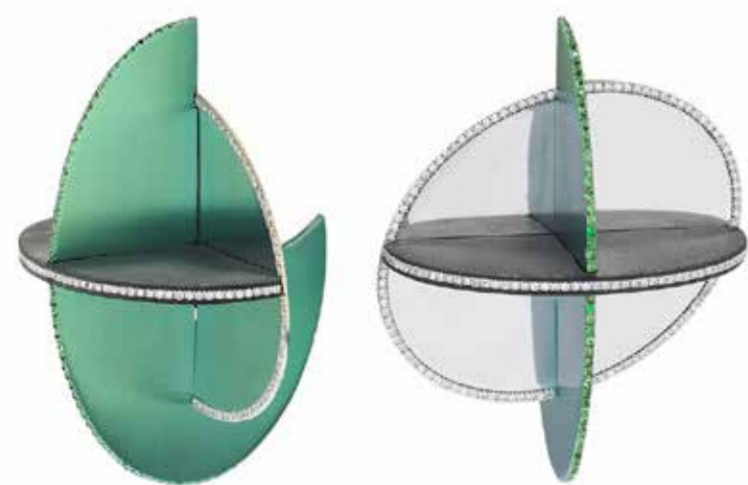
Katerina Perez
Founder of katerinaperez.com

The Stone
Pearl



Melanie Georgacopoulos

The Metal
Titanium



Fabio Salini

Jewelry Design
Go big or go home



Bulgari High Jewelry



The VO+ picks inspired by the point of view of

Sandrine Merle
Founder of The French Jewelry Post

The Stone
Jade



Master Ma

The Metal
Yellow gold



Ronco

Jewelry Design
Sculptural



Schaffrath



The VO+ picks inspired by the point of view of

Sebastian Kaufmann
High jewelry business and communication specialist

The Stone
Yellow diamonds



World Diamond Group

The Metal
Titanium



Vhernier

Jewelry Design
Convertible pieces



Chanel High Jewelry

Focus sulla Femminilità

Linee, colori e pietre preziose puntano a esaltare la personalità di ogni donna

Lines, colors and precious stones aim to highlight the personality of every woman



FALSINI ART. È un tuffo nell'oro e in un mondo leggero, dove i materiali preziosi e le lavorazioni più sofisticate incontrano l'estro del design, quello che propone Falsini Art, per presentare i pezzi che vanno ad arricchire la collezione Button, in oro 18 carati, e quella raffinatissima con la madreperla e oro 18 carati. L'azienda artigiana toscana, che ha da poco celebrato il 40° anniversario, è tipicamente familiare, e tramanda la tradizione orafa di generazione in generazione, realizzando anche pezzi tailor-made e puntando sempre a standard di qualità più elevati, anche grazie alle innovazioni tecnologiche portate in azienda.

This brand offers up pieces that are like taking a leap into a carefree world of gold where precious materials and the most sophisticated techniques meet creative design. Falsini Art is including new pieces to round out the Button collection, in 18-carat gold, or the ultra-sophisticated line with mother-of-pearl and 18-carat gold. This Tuscan company known for its craftsmanship has recently celebrated its 40th anniversary. It is a traditional family-run business that has been passing its traditions down from generation to generation, creating custom pieces as well and aiming for the highest standards of quality – this thanks also to the technological innovations that have been brought into the company.



FACET. Per chi vuol conoscere l'origine e tracciabilità del diamante, DiamondByway è il progetto pionieristico sviluppato da Facet ed Everledger, nato allo scopo di seguire la storia che porta il diamante dalla miniera al cliente. Un obiettivo che si raggiunge registrando tutti i dati nell'innovativo sistema blockchain e dando un numero identificativo. Con l'aiuto della tecnologia blockchain, vengono seguite tutte le parti coinvolte e ciascuno dei processi che costituiscono la catena del valore del diamante, promuovendo la piena trasparenza, nonché autentican-

do l'origine e provenienza dei diamanti. DiamondByway è quindi anche in grado di garantire che il diamante sia stato soggetto a pratiche sostenibili ed etiche.

For those who want to learn more about the origin and traceability of diamonds, DiamondByway is a pioneering project developed by Facet and Everledger, created with the aim of tracing a diamond from the mine to customer. This objective has been achieved thanks to an innovative blockchain system that holds all of the information about the diamond, assigning it an identification number. With the help of blockchain technologies, it is possible to keep track of all involved parties and each of the processes in the value chain of a diamond, promoting absolute transparency and authenticating where a diamond comes from. DiamondByway is therefore able to guarantee that the diamond is the result of sustainable, ethical practices.



SANKET. I nuovi classici di Sanket sono semplici ma alla moda, perfetti da indossare ogni giorno, ma non passano di certo inosservati. L'azienda belga, nata ad Anversa all'inizio degli anni Novanta, ha i suoi punti di forza nelle materie prime di altissima qualità, nel design e nella lavorazione accurata. Come dimostrano gli anelli Eternity, ma anche i bracciali tennis e le collane con solitari. Linee che mettono in risalto la femminilità di chi le indossa, in modo apparentemente easy-going ma capace di farsi notare.

Sanket's new classics are simple but fashionable, perfect to wear every day, but to stand out. The Belgian company, conceived in Antwerp in the early 1990s shows strength in high-quality raw materials, design and precise manufacture. As demonstrated by the Eternity rings, tennis bracelets and solitaire necklaces. Lines that bring out the wearer's femininity, in a deceptively easy-going way that still shines.



EVANUEVA. Nato per esaltare il gusto e lo stile del Made in Italy nel mondo, il brand campano Evanueva, continua a proporre preziosi oggetti realizzati a mano, con cammei, perle, coralli abbinati a pietre preziose e diamanti. Fra le collezioni 2019, ad esempio, la linea Emerald Green, esalta onice e agata, anche abbinati con tormalina e quarzo rosa, giada e perle; ancora perle per Grey Chic dove sono unite a diamanti, turchesi e topazi. Warm Vibes è il nome dei gioielli al quarzo grigio e oro e Gothic Chic in spinello nero e corallo. Infine, Rust Shade è un tripudio di rubini, topazi rosa e agata.

Founded to enhance the taste and style of Made in Italy around the world, the Campania-based brand, Evanueva, continues to propose hand-made jewelry in materials such as cameos, pearls and corals accompanied by precious stones and diamonds. In the 2019 collections, for example, the Emerald Green line enhances onyx and agate combined with tourmaline and rose quartz, jade and pearls. Grey Chic also features pearls united with diamonds, turquoise and topaz. Warm Vibes is the name of the jewelry in grey quartz and gold and Gothic Chic features black spinel and coral. Lastly, Rust Shade is an explosion of rubies, pink topaz and agate.

JEWELS OF THE DAY

THE WATCH ROOM

Cosa vogliamo da un orologio? Su tutto, performance e tecnologia. Con casse in titanio o carbonio, e massima resistenza. Visionari nelle loro ispirazioni, vincono i timepiece dai marcati tratti sportivi.

What do we want from a watch? Above all, performance and technology. With titanium or carbon cases and maximum resistance. Visionary in their inspiration, timepieces with prominent sport features, come out on top.



Corum



Victorinox



SCHAFFRATH

UNIQUE SINCE 1923



RING CALLA

HALL 7 / STAND #302

SCHAFFRATH1923.COM

Disegni per l'Autunno

La prossima stagione si arricchisce di nuove proposte preziose: tra fantasie, superfici e lavorazioni inedite
Next season is full of all new precious offerings, featuring unique patterns, surfaces and working



VITTORIO CENZI. Volumi e leggerezza caratterizzano i gioielli di Vittorio Cenzi, il cui processo creativo trae ispirazione dalla natura. Lo studio delle forme organiche si trasforma, infatti, con l'oro, in precise geometrie, giocate su dimensioni e colori. Il risultato è una collezione di collane, bracciali, anelli e orecchini, nei quali la semplicità delle linee acquista un twist inaspettato, con l'abbinamento di pietre ed elementi in oro colorato. Finiture diamantate, lucidature e satinature arricchiscono le superfici di riflessi ed effetti luminosi speciali. Espressione di autentico Made in Italy, si caratterizzano per l'ineccepibile perfezione e la fantasia dei disegni, e sono perfetti da indossare con un outfit casual o più formale.

Volumes and lightness characterize Vittorio Cenzi jewelry, a company that draws inspiration from nature for its creative process. In fact, its study of organic shapes is transformed into precise, gold geometries that play on dimensions and colors. The result is a collection of necklaces, bracelets, rings and earrings where the simplicity of the lines acquires an unexpected twist by combining stones and elements in finely colored gold. Diamond, polished and satin finishings enrich the surfaces with reflections and give special shine effects. The expression of authentic Made in Italy, these impeccably perfect items with their imaginative designs are perfect to be worn with a casual or more formal outfit.

NOVECENTONOVANTANOVE. Da 25 anni, l'azienda fiorentina realizza gioielli in "tubogas", in modo completamente manuale, dal disegno all'ultima fase di produzione. "Tubogas" è il prodotto di punta, caratterizzato da grande elasticità e resistenza e aggiornato costantemente dal team creativo. Novecentonovantanove è infatti sempre alla ricerca di nuove soluzioni tecniche ed estetiche, come quelle della collezione "Square", con bracciale e anello in maglia "tubogas" semirigida in oro rosa con decori in oro bianco e brillanti. Tra le caratteristiche di questa speciale maglia, in oro 18 carati, quella di poter essere realizzata in forma quadrata, tonda e triangolare, e di essere di facile indossabilità, in anelli, bracciali, orecchini e ciondoli coordinati.

For 25 years, the Florentine company has been producing "tubogas" jewelry entirely by hand, from the design to the very last production phase. "Tubogas" is the company's flagship product with its enormous elasticity and resistance, constantly upgraded by the creative team. Novecentonovantanove is, in fact, always in search of new technical and aesthetic solutions, like those in the "Square" collection, with bracelet and ring in semi-rigid, pink gold "tubogas" chain with white gold and diamond decorations. One of the characteristics of this special 18-carat gold chain is that it can be produced in square, round and triangular shapes and the rings, bracelets, earrings and coordinated pendants are extremely easy to wear.



CAORO. La novità in mostra a Vicenza è la nuova collezione Precious by Caoro. Una linea dove la zirconia diventa un elemento distintivo, unico, prezioso; come nel bracciale e anello in oro giallo 18 carati dove diventa un fiore, impreziosita da un filo diamantato. L'appuntamento autunnale, per Caoro, è sempre una tappa fondamentale, perché rappresenta la possibilità di incontrare, dopo la pausa estiva, i principali clienti da tutto il mondo, che coprono il 95% del mercato. Una percentuale che è anche sintomo della costante crescita dell'azienda, che nella sua strategia commerciale punta anche su web e social, con il sito caoro.it, la pagina facebook @caorojewelry e il profilo instagram @caorojewelry.

A new entry on display at Vicenza is the Precious collection by Caoro. A line where zirconia becomes a distinctive, unique and valuable element, as in the 18-carat, yellow gold bracelet and ring, where it becomes a flower embellished by a diamond-studded thread. For Caoro, the autumn event is always an essential destination because, after the summer break, it offers the chance to meet leading customers from all over the world which make up 95% of the market. A percentage that is also an indication of the company's continual growth, a firm whose commercial strategy also aims at the internet and social networks with its website caoro.it, Facebook page @caorojewelry and Instagram profile @caorojewelry.

SCHOFER. Il colore è di moda, anche sulle catene gioiello, di cui Schofer è leader nel mondo, con oltre mille referenze. Le nuance dell'autunno sono Tomato ed Eden, ma grazie al perfezionamento della tecnica della laccatura, anche su collane da 1,2 mm, è possibile oggi avere praticamente qualsiasi colore della scala Pantone. E i test sull'usura confermano la tenuta della lacca, anche con simulazioni di uno scivolamento ripetuto 20mila volte. E confermano, oltre all'eleganza, la durata delle catene gioiello Schofer.

Color is in fashion, and that goes for jewelry chains as well – and Schofer is a worldwide leader in this area with more than 1,000 products. The top colors for fall are "tomato" and "eden," and thanks to how the lacquering technique has been perfected, allowing for chains from 1.2 mm and up to take on any Pantone hue. Abrasion-resistance tests with pendants (20,000 cycles) confirm excellent durability. This also goes to show that Schofer's jewelry chains are as long-lasting as they are elegant.

JEWELS OF THE DAY

THE WATCH ROOM

È un po' come indossare l'orologio del nonno. Il fascino retrò che emana non ha valore. Al di là dei materiali, le complicazioni, i tecnicismi, quando l'orologio si veste di fascino vintage non teme alcuna rivalità.

It is a bit like wearing your grandfather's watch. The retro fashion that it evokes is priceless. Besides the materials, complications and technicalities, when a watch has vintage charm, it knows no rivals.



Meister Singer



Orient



INTERNATIONAL GEMOLOGICAL INSTITUTE

The IGI Melee Screening Service

- Loose Diamonds
- Jewelry



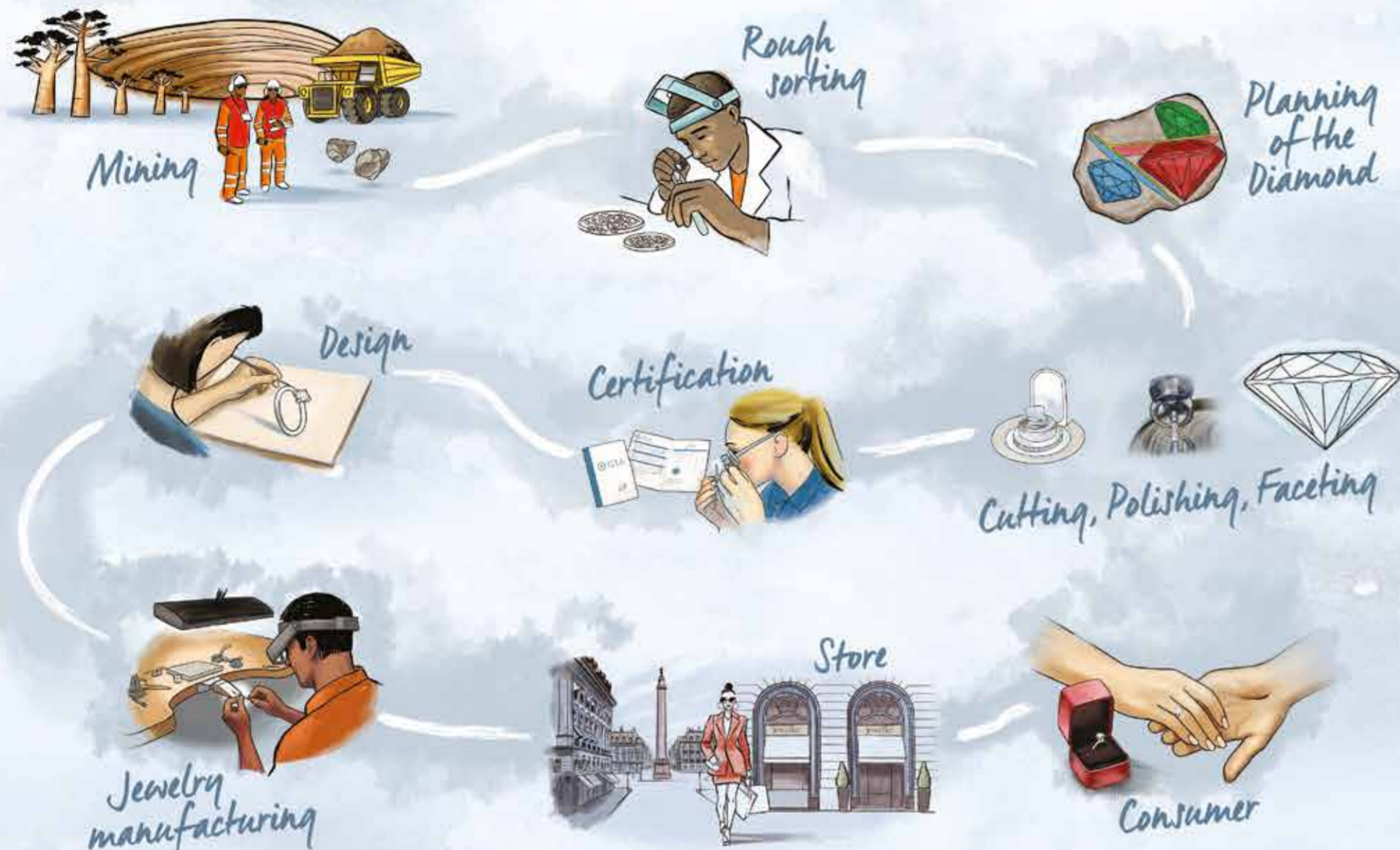
ANTWERP • NEW YORK • HONG KONG • MUMBAI • TOKYO • DUBAI • TEL AVIV
LOS ANGELES • ITALY • BANGKOK • SHANGHAI • KOLKATA • NEW DELHI
SURAT • JAIPUR • CHENNAI • THRISSUR • AHMEDABAD • HYDERABAD • BENGALURU

www.igi.org



DIAMOND *ByWay*®

Know your diamond's true story



ORIGIN - TRANSPARENCY
AUTHENTICITY - SUSTAINABILITY

Visit us hall 7, booth 580

FACET

www.diamondbyway.com



discover the journey



Masthead

EDITOR-IN-CHIEF
Federica Frosini

ART DIRECTOR
Elena Papageorghiou

EDITORIAL TEAM
Lorenza Scalisi - Senior Editor
Antonella Reina - Editor
Silvia Frau - Texts
Maria Chiara Moro - Graphic Designer
Rossella Bevivino - Secretary

TRANSLATIONS
Amber Faith Cassese
Diane Lutkin
Michelle Schoenung

GROUP PUBLISHER
Laura Cappelletti

ADVERTISING TEAM
Sabrina Sangermani

- Sales Director
sabrina.sangermani@vo-plus.com
Augusta Ascolese - Sales Manager - IT
augusta.ascolese@vo-plus.com
Giselle Biasin - Sales Manager - Intl
giselle.biasin@vo-plus.com

ADVERTISING AND EDITORIAL OFFICE
Studio Editoriale S.r.l.
Via Garofalo, 31
20133 Milan

PUBLISHED IN ITALY BY
Italian Exhibition Group Spa
Via Emilia, 155
47921 Rimini, Italy

PRESIDENT ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA
Lorenzo Cagnoni

Printed by
Graficart Arti Grafiche Srl.
Via Boscalto, 27
31023 Resana, TV

VO+ Daily is a supplement of
VO+ Jewels & Luxury Magazine.
Registrazione del Tribunale di Vicenza n. 492
del 28/11/84. Issn 2532-101

©2019, tutti i diritti riservati. Nessuna parte della pubblicazione può essere riprodotta in qualsiasi forma rielaborata con l'uso di sistemi elettronici senza l'autorizzazione dell'editore. Testi, fotografie e disegni: riproduzione vietata © Tutti i diritti di riproduzione in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, che non siano espressamente per fini personali o di studio, sono riservati. Per qualsiasi altro genere di utilizzo è necessaria l'autorizzazione da parte di Italian Exhibition Group Spa. Qualsiasi tipo di materiale inviato in redazione, anche se non pubblicato, non verrà in alcun modo restituito. I dati personali trasmessi a mezzo cartolina o questionari presenti nella rivista, potranno venire utilizzati per indagini di mercato, proposte commerciali, o per l'invio di altri prodotti editoriali a scopo di saggio, ai sensi del D. Lgs 196/2003.



CRIERI
VESTIAMO DIAMANTI

PAV 1
STAND 110

FIRMAMENTO
COLLECTION



CRIERI

VESTIAMO DIAMANTI

#nonvogliountennisvogliounCRIERI



crieri@crieri.com | crieri.com
SHOWROOM Via Monte Napoleone 19, Milano