

ANNO 2022

VALENZA *il gioiello*

Passato,
presente
e futuro
del distretto
orafo

Gemme,
gioielleria
e oreficeria

Valenza
e il 'Cellini'

Moda
e gioiello,
connubio
ricco di storia



MODERNA, CLASSICA, CONTEMPORANEA

Pucci dà importanza alla sostanza e anche alla forma, garantisce la funzionalità ed è attenta all'estetica, con le cassette favorisce la perfetta igiene e con le placche impreziosisce il design del bagno, qualunque sia il suo stile. Oltre 70 anni di esperienze, attenzione al presente e sguardo aperto al futuro... questa è Pucci.



gamma placche eco 280x180 mm

solo 4,7 mm di spessore



SOMMARIO



Magazine Il Gioiello
numero 1/2022
supplemento
del 27 dicembre 2022

3 INTRODUZIONE

Brillare di luce propria pensando a rinnovarsi e con la forza delle radici

4 DISTRETTO DI VALENZA

La capitale del gioiello, città unica con i piccoli laboratori e le grandi firme

10 ISTITUTO CELLINI

Quando anche lo scià incoraggiava a frequentare quella scuola di Valenza

20 STORIE E RIFLESSIONI

La nascita della gemmologia italiana Valenza e Speranza Cavenago

27 GEMMOLOGIA A VALENZA

I laboratori per conoscere la qualità di diamanti e pietre

31 ANTIQUARIATO

Pietre preziose e incise
Il gioiello fantasia tra storia, moda e design

46 VALENZA OGGI

Dopo grande depressione e covid la solita capacità di ripartire

48 IERI, OGGI E DOMANI

La storia delle aziende è una banca dati dal valore straordinario

54 IL PROGETTO

Fragile bellezza: la freschezza e la creatività, carte da giocare per la crescita dei prossimi anni

66 COSTUME

Disegnare il corpo, raccontare le emozioni

Redazione
via Parnisetti 10
Alessandria
T 0131315200
F 013143324

Direttore editoriale
Gruppo So.G.Ed.
Alberto Marello

Testi
Roberto Gilardengo
Luciano Orsini
Ileana Spriano
Milva Caldo

Grafica e impaginazione
Nunzia Santomauro
Cristina Pignoni
Mauro Risciglione

In collaborazione con
Medial Pubblicità
via Parnisetti 10
Alessandria
T 013156364

Stampa
Italgrafica
via Verbano 146
Veveri (No)

Il Piccolo
Reg. Trib. di Alessandria
n. 5 17/5/1950

Il Novese
Reg. Trib. di Alessandria
n. 149 27/8/1963

L'Ovadese
Reg. Trib. di Alessandria
n. 485 9/10/1997



Spiritualità contemporanea

Arte e Oreficeria nelle Collezioni private



A cura di Lia Lenti e Rino Tacchella

16 dicembre 2022 | 18 febbraio 2023

PALAZZO VALENTINO - Centro Comunale di Cultura

Piazza XXXI Martiri 1 - Valenza

Orari di apertura:

lunedì, martedì e giovedì: 9.00-12.30 e 15.00-18.00 | mercoledì: 9.00-14.00 | venerdì e sabato: 9.00-12.00

Per informazioni: 0131.949286
biblioteca@comune.valenza.al.it
www.comune.valenza.al.it



BRILLARE DI LUCE PROPRIA PENSANDO A RINNOVARSI E CON LA FORZA DELLE RADICI

Per raccontare la storia di Valenza capitale mondiale della gioielleria ci vorrebbe molto di più di un supplemento, che con il taglio e la foliazione di un magazine cerca di trattarne passato, presente e futuro. Proveremo a farlo addentrandoci nelle pieghe di un mondo affascinante. C'è il settore della gemmologia, che qui è nata, come testimonia una immagine in bianco e nero che risale agli anni Sessanta del secolo scorso. È la classica foto di gruppo, ma di esperti giunti a Valenza da diverse nazioni. E poi ci sono i legami tra moda e gioiello, c'è l'antiquariato. Ci sono soprattutto le mostre e i progetti, come 'Fragile bellezza', che vogliono dare spazio ai giovani e alla creatività perché «la tecnologia serve al prodotto seriale e questo in qualche modo è deprimente. Servono invece freschezza, leggerezza, proposte». Lo sottolinea una studiosa come Lia Lenti, che rispetto alla storia della gioielleria ha un approccio scientifico, da esperta.

Il distretto orafa valenzano ha radici profonde ma non profondissime, visto che in due secoli scarsi ha saputo ritagliarsi un ruolo di assoluto rilievo. È una realtà forse unica al mondo per il suo reticolo di piccoli e medi laboratori che convivono con i grandi marchi del settore e nasce infatti a fine Ottocento. Tra il 1872 e il 1878 si contavano in città dodici manifatture orafe, nel 1887 erano diciannove e impiegavano complessivamente 304 operai. Nel 1911 il loro numero era salito a 43, con 613 lavoranti. È però il ventesimo secolo il momento storico di massimo splendore per il gioiello Made in Valenza, con la città che diventa una 'one company town' al contrario, cioè senza uno stabilimento in cui si possa identificare (e lavorarci), ma con questa galassia di laboratori che, messi insieme, finiscono per essere un unicum. E così, negli anni Settanta del Novecento le attività di questi piccoli imprenditori che realizzano splendidi oggetti sono 3.500.

I numeri del 2022 spiegano, con la loro freddezza ma anche con la loro chiarezza, l'importanza di questo distretto. Oggi, le imprese orafe valenzane sono 756 e gli operatori 4.500. Qui si lavorano 30mila chili di oro all'anno, il 90% delle pietre preziose importate in Italia e i più grandi brand mondiali vi realizzano i loro gioielli. Valenza, che ha gli anticorpi per superare qualunque genere di crisi, da quella della grande depressione post 2008 all'altra, provocata dalla pandemia, già dallo scorso anno ha imboccato la strada della ripresa. Con ordini in aumento e fatturati delle imprese in crescita che ne sono la logica conseguenza.

Valenza vuol anche dire 'Cellini', e facendo riferimento al

tema del lavoro che nasce al banco non si può non ricordare come dall'Istituto professionale per l'oreficeria siano transitati giovani che sarebbero diventati bravissimi orafi, gemmologi, docenti. Molti di loro arrivavano dall'estero, dalla Persia (oggi Iran), dal Giappone. Riportando nel paese d'origine il know-how che avrebbe consentito di far comprendere, anche a migliaia di chilometri di distanza, l'importanza di un distretto che non ha eguali al mondo. E non è casuale che questa storia si intrecci con la crescita del mondo orafa valenzano, proprio per l'unicità che accomuna istituto e città.

Il 'Cellini' è stato per decenni l'unico in Italia a puntare sulla specializzazione, con corsi pratici di oreficeria, cesello, incisione e gemmologia e con l'ambizione di garantire, con manodopera qualificata, la continuità e lo sviluppo del settore. La riforma Gelmini, del 2010 ha di fatto posto fine alla scuola che preparava 'solo' orafi. Finisce dunque un mondo ma ne inizia un altro. Nasce un plesso che ha quattro indirizzi, con quello artistico che - forza della tradizione - ha sempre un numero significativo di iscritti, e con l'innovazione che è rimasta quasi naturalmente la sua caratteristica principale. Anche nel terzo millennio. Esempio: nel 2018 diventa polo nell'ambito del Piano nazionale scuola digitale introducendo metodologie didattiche, come sempre, innovative. Un plauso da Alessandria e dal Fai: sul sito internet dell'istituto compare il logo del Fondo per l'ambiente, per ricordare l'adesione alla campagna per i 'Luoghi del Cuore' e il conseguente sostegno a San Maria di Castello, simbolo della storia urbana del capoluogo. Anche Valenza orafa, in forza della genialità che ne contraddistingue la produzione, ha sempre cercato di non sottovalutare le novità, di guardare avanti.

Magari con una certa ritrosia nel mostrare i propri segreti, ma con la consapevolezza di essere un brand. La novità del terzo millennio si chiama e-commerce, la vendita su internet che ha affiancato quella tradizionale dei negozi. C'è la startup che consente al cliente di dare indicazioni al gioielliere sul manufatto che vorrebbe. Un'altra dà la possibilità ai piccoli artigiani di vendere negli Stati Uniti, ma anche di prenotare pacchetti viaggio esclusivi e di lusso nelle località in cui vengono prodotti gli articoli. All'origine di tutto ci sono e ci saranno sempre la bravura, la creatività e l'estro di chi li realizza. Caratteristiche che sembra sappiano un po' di antico perché hanno a che vedere con la manualità, e che si possono riassumere in una parola sola: Valenza. La città dell'oro, che brilla come un gioiello.

LA CAPITALE DEL GIOIELLO, CITTÀ UNICA CON I PICCOLI LABORATORI E LE GRANDI FIRME

*Valenza è il centro di un distretto che si è conquistato il ruolo e la fama che tutti conoscono dopo circa due secoli di lavoro. Da poche botteghe a centinaia di laboratori. Poi diverse migliaia. Poi le grandi firme che la scelgono.
La storia e i numeri del suo successo*



DISTRETTO DI VALENZA

La gioielleria di Valenza si è conquistata un posto di assoluto rilievo nei mercati internazionali. Il distretto orafa, a inizio Novecento, era già una realtà



Valenza città unica. La capitale mondiale del gioiello, al centro di un distretto che si è conquistato il ruolo e la fama che tutti conoscono dopo circa due secoli di lavoro. Da poche botteghe a centinaia di laboratori. Poi diverse migliaia. Poi le grandi firme che la scelgono perché a Valenza bisogna esserci. Perché il suo brand ha seguito il percorso opposto a quello di Giuseppe Borsalino – nato a Pecetto, quindi a pochi chilometri di distanza – che ha fatto crescere un colosso che era il centro esatto del suo impero, mentre invece «l'intuizione valenzana è stata un'altra: quella di creare un impero fatto di piccoli satelliti che hanno fatto nascere un astro». Lo sottolinea Luciano Orsini, responsabile dei Beni culturali della Diocesi di Alessandria, già insegnante nelle scuole superiori di

Analisi gemmologiche e professore a contratto del Politecnico di Torino. Nominato, nel 1996, da papa Giovanni Paolo II, consultore della Pontificia Commissione per i Beni culturali della Chiesa e poi confermato da Benedetto XVI. Soprattutto, memoria storica di questo mondo, almeno dalla metà del secolo scorso a oggi e gemmologo di altissimo livello. Anch'egli, per una curiosa ma magari non casuale coincidenza, di Pecetto.

Ma cerchiamo intanto di capire quanto siano profonde queste radici. Dall'inizio degli anni Cinquanta del ventesimo secolo, è vero, la gioielleria di Valenza si è conquistata un posto di assoluto rilievo nei mercati internazionali, ma «se la spinta decisa all'affermazione interviene dopo la seconda guerra mondiale, il distretto orafa al-

l'inizio del Novecento era però già una realtà», come scrive Lia Lenti su 'Arte e territorio in mostra a Parigi', supplemento al 'Piccolo' del 5 febbraio 2010. Infatti «nel penultimo quarto del XIX secolo, a seguito dell'Unificazione d'Italia, inizia la formazione di quel ceto imprenditoriale e di quelle maestranze speciali che trasformeranno l'economia della città di Valenza da agricola a manifatturiera di lusso».

I numeri. Tra il 1872 e il 1878 si contavano in città dodici manifatture orafe, nel 1887 erano diciannove e impiegavano complessivamente 304 operai. Nel 1911 il loro numero era salito a 43, con 613 lavoratori.

Il professor Orsini lega questa crescita, che a sua volta dipende dalla dall'aumento della clientela, addirittura all'enciclica Rerum Novarum di Leone



XIII, con la quale, per la prima volta, la Chiesa prende posizione in ordine alle questioni sociali. Affermando sostanzialmente che il lavoro degli operai, ai quale deve essere riconosciuta una giusta paga, è quello che forma la ricchezza nazionale. In sostanza significa che a questa categoria «viene data la possibilità di comprare terreni o mettere da parte del denaro che consentiva l'acquisto di qualche ninnolo», visto anche come bene rifugio. La diffusione della gioielleria con granati, confermerebbe l'allargamento della clientela nei primi decenni del secolo scorso. Un punto di partenza verso numeri sempre più interessanti.

Nel trentennio che va dalla fine della seconda guerra mondiale alla metà degli anni Sessanta, il percorso che conduce il gioiello Made in Valenza «da prodotto di stile ancora derivato – soprattutto dalla Francia – a elaborato autonomo, divenendo parte costituente del Made in Italy, è costellato – scrive la Lenti - da una successione di passaggi rapidi, tra i quali quello cruciale è l'approdo ai mercati internazionali. Tra i risultati stilistici finali vi è la traduzione del gioiello in pietre preziose nel genere 'di fantasia'. La formula si regge su alcune semplici coordinate: qualità esecutiva, variabilità creativa, ricerca tecnologica, le quali benché già presenti, ma in forma disomogenea, nel contesto di Valenza anteguerra, sono ora condotte a sistema, così da inserire l'ornamento prezioso nel concetto del prodotto pret-a-porter».

In sostanza, si fa avanti un nuovo modo di pensare e di fare gioielleria, accolto o scaturito dalle esigenze im-

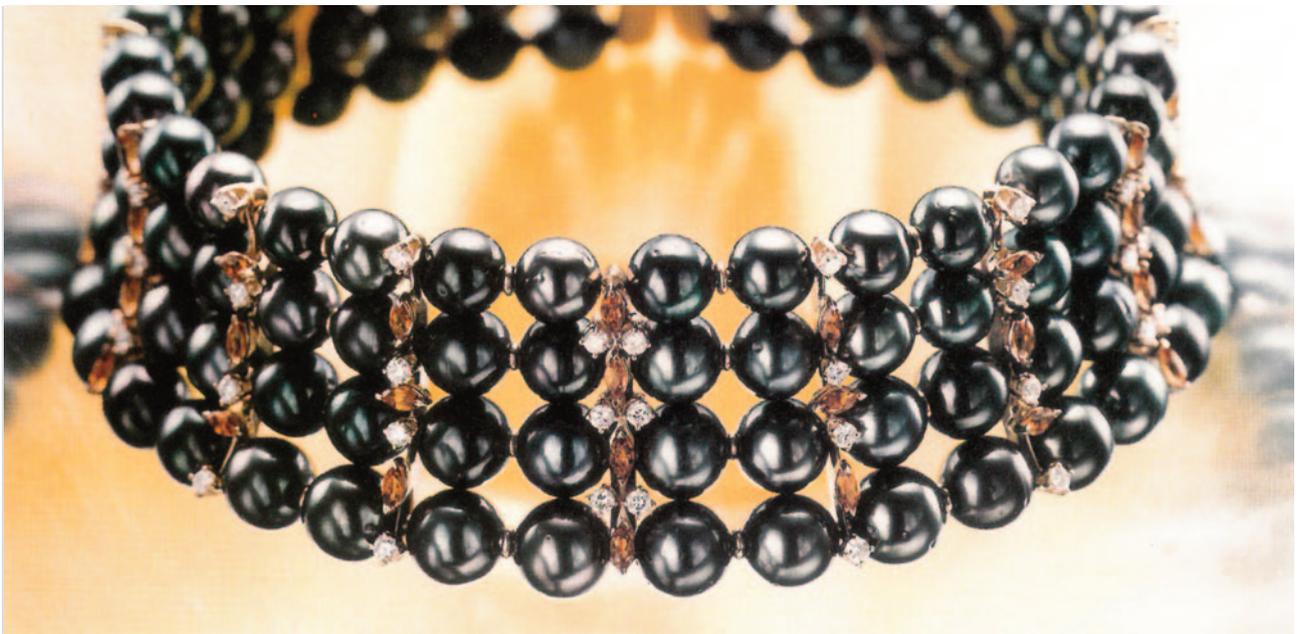


C'è l'esigenza di accedere a mercati internazionali fino ad allora inaccessibili, come quello statunitense, punto di forza dell'export francese, per proporre generi nuovi. Del resto gli acquirenti statunitensi sono alla ricerca di uno che sostituisca quello francese, diventato troppo costoso

*Variabilità creativa,
ricerca tecnologica, fantasia.
I gioielli di Valenza
risentono di queste
caratteristiche.
Ovviamente in positivo*

prenditoriali di orafi provenienti o allevati da oppure in fabbriche-scuola di alta gioielleria attive a Valenza tra le due guerre. C'è l'esigenza di accedere a mercati internazionali fino ad allora inaccessibili, come quello statunitense, punto di forza dell'export francese, per proporre generi nuovi. Del resto gli acquirenti statunitensi, che conoscono il Made in Italy, sono alla ricerca di uno che sostituisca quello francese, diventato troppo costoso. E l'oreficeria di fantasia è questo nuovo genere. Succede così che un grosso centro di fabbriche calzaturiere si trasformi e, con il passare dei decenni, cambi deci-

samente indirizzo per diventare la città dell'oro in cui convivono i piccoli laboratori e i grandi marchi come Bulgari e Cartier, quest'ultimo un nuovo fiore all'occhiello nella Valenza del lusso. Con lo stabilimento che sorgerà in zona Coinor, a poca distanza da un'altra griffe prestigiosa come quella di Pasquale Bruni. A proposito di Bulgari, è significativo il fatto che la maison abbia deciso di costruire il suo grande stabilimento (che dà lavoro a centinaia di contoterzisti) sull'area che era la residenza di campagna di uno dei primi orafi valenzani e per questo conosciuta come 'La cascina dell'orefice'.



ONE COMPANY TOWN AL CONTRARIO

**È IL VENTESIMO SECOLO IL MOMENTO STORICO
DI MASSIMO SPLENDORE PER IL GIOIELLO
MADE IN VALENZA, CON LA CITTÀ
CARATTERIZZATA DA UNA GALASSIA DI PICCOLI
E MEDI LABORATORI CHE, MESSI INSIEME,
FINISCONO PER ESSERE UN UNICUM**

È il ventesimo secolo il momento storico di massimo splendore per il gioiello Made in Valenza, con la città che diventa una 'one company town' al contrario, cioè senza uno stabilimento in cui si possa identificare (e lavorarci), ma con una galassia di piccoli e medi laboratori che, messi insieme, finiscono per essere un unicum. Anche se, sia chiaro, ognuno con le proprie caratteristiche e con la tipica ritrosia dei proprietari nel far conoscere ai vicini di fabbrica le novità della produzione.

Negli anni Settanta del secolo scorso le attività di questi piccoli imprenditori che realizzano splendidi oggetti sono 3.500. Partendo da inizio Novecento, si può tranquillamente dire che «tutti i migliori gioielli del mondo sono stati

prodotti a Valenza – sottolinea il professor Orsini – anche se magari non risulta. I maggiori fornitori dei personaggi più importanti del pianeta si rivolgevano qui per le loro richieste». Per decenni, comunque, la caratteristica che accomuna tutti gli operatori del settore è quella – come si direbbe oggi – della filiera. Nel senso che i gioielli si progettano, si realizzano e si cerca anche il cliente a cui venderli. Poi, dopo la seconda guerra mondiale, nasce l'Associazione orafa e Valenza comincia a essere presente, sempre di più, alle principali esposizioni, con una massiccia partecipazione alla Fiera di Milano. E si guarda all'estero. Il contatto diretto con il mercato americano inizia a dare risultati tra fine anni Cinquanta e inizio

Sessanta del Novecento: «Si comincia a capire che la strada da seguire è quella di esportare Valenza – spiega Orsini – e così il distretto comincia ad acquisire notorietà in tutto il mondo. Una notorietà imbattibile perché la produzione valenzana si distingue dall'ovvietà. È esclusiva, si è sempre differenziata dagli altri per fantasia ed estro, che neanche i periodi di crisi sono riusciti a mortificare. Insomma, è superiore a quella di tutti gli altri competitor. Ed è da quel periodo che diventa importante anche il ruolo della scuola, con l'istituto professionale di oreficeria 'Benvenuto Cellini' che diventa l'unico di quel settore presente in Italia. Accoglie studenti da tutto il mondo. Nel decennio tra il Sessanta e il Settanta, la Persia vi manda i migliori a frequentare i corsi di oreficeria, cesello, incisione e gemmologia. Quindi è la volta dei giapponesi. Essendo aspiranti gioiellieri avrebbero potuto far apprezzare in patria il nome e

la qualità che soltanto questa città può offrire. È stato così fino agli anni Ottanta-Novanta poi l'Istituto d'arte concepito con queste caratteristiche e queste potenzialità si è sostanzialmente autodistrutto dal suo interno, perché non è stato capace di difendere l'artigianalità specialistica che sapeva offrire». Basterebbe ricordare il corso di Gemmologia tenuto dalla professoressa Speranza Cavenago Bignami Moneta, autentica fondatrice della scienza gemmologica in Italia, avviato nel 1952.

Viene spiegata una tecnologia che, come sottolinea un esperto come il professor Orsini, «è come il mondo dell'informatica, cioè in continua evoluzione perché le gemme vengono continuamente sottoposte a miglioramenti estetici». Mettersi al passo con i cambiamenti, del resto, non spaventa gli orafi valenzani, che sono sempre riusciti a mettere a profitto ogni forma di innovazione, insita appunto nello spirito del 'Cellini', per creare preziosi di qualità sempre più elevata e sempre più competitivi.

Un alto quoziente d'inventiva e un'attenzione al particolare che non teme confronti con gli altri due centri orafi italiani, Vicenza e Arezzo, dove la produzione è di tutt'altro tipo.

A Valenza, spesso, gli oggetti che escono dai laboratori sono autentiche opere d'arte. Qualche esempio. Sul versante dell'alta gioielleria, da segnalare i premi vinti dai suoi gioiellieri al 'Diamonds International Award', concorso internazionale patrocinato da De Beers dal 1954 al 2000 che aveva lo scopo di anticipare le tendenze del gusto internazionale attraverso il lavoro di giovani creativi, designer già affermati e firme di produzione: dal 1968 al 1998 sono stati trentatré, risultato che ha consentito a questi orafi di balzare in testa alla classifica italiana. Uno dei tanti riconoscimenti che spiega perché la città che si raggiunge superando la 'Colla' sia – corriamo pure il rischio di ripeterci – davvero unica al mondo.



*A Valenza, spesso, gli oggetti
che escono dai laboratori
sono autentiche opere d'arte.
Non temono confronti
con quelli di altri distretti*

ISTITUTO CELLINI



*Cinque allievi del 'Cellini'
al lavoro nel laboratorio di sbalzo
e cesello. Siamo all'inizio degli
anni Cinquanta del secolo scorso.
Accanto, la sede dal 1950 al '73*

QUANDO ANCHE LO SCIÀ INCORAGGIAVA A FREQUENTARE QUELLA SCUOLA DI VALENZA

Non è casuale che la storia del 'Cellini' si intrecci con quella della città e viceversa. Giovani da tutto il mondo a imparare l'arte orafa. Tunisini, libici, libanesi e israeliani che studiano insieme.

I docenti, i laboratori e i corsi di eccellenza di un istituto che è sempre stato un passo avanti



Valenza vuol dire anche 'Cellini'. E viceversa. Dall'Istituto professionale per l'oreficeria sono transitati giovani che sarebbero diventati bravissimi orafi, gemmologi, docenti. Molti di loro arrivavano dall'estero, dalla Persia (oggi Iran), dal Giappone. Riportando nel paese d'origine il know-how che avrebbe consentito di far comprendere, anche a migliaia di chilometri di distanza, l'importanza di un distretto che non ha eguali al mondo.

E non è casuale che anche la storia della scuola si intrecci con quella della crescita del mondo orafa valenzano, proprio per l'unicità che accomuna entrambi. E così, come fin dai primi anni del XIX secolo sorgono e si sviluppano i primi laboratori orafi, frutto dell'intraprendenza di pochi, ma capaci e geniali artigiani, già nel 1852 viene costituito, per iniziativa della locale Società di mutuo soccorso operai e artisti, il primo corso di disegno. Viene affiancato, nel 1872, da un altro, analogo ma serale, finanziato dall'amministrazione comunale. Lo scopo dell'iniziativa è chiaro: fornire una cultura artistica di base, ai giovani, e al tempo stesso riqualificare le maestranze.

La scuola serale, che già da allora prende in nome di Benve-



nuto Cellini, ha un grande successo e i corsi di insegnamento, complessivamente cinque, proseguono per decenni e vengono affiancati, nel 1940, da quella di avviamento professionale: ha sostanzialmente il compito, dopo la scuola dell'obbligo (allora la quinta elementare), di preparare i giovani che avrebbero poi proseguito in azienda la loro formazione. Intanto, in città, dopo la fine della seconda guerra mondiale,

ERA STATO LUIGI ILLARIO, IL SECONDO PRESIDENTE DELL'AOV, COME RICORDA IL PROFESSOR LUCIANO ORSINI, «A TROVARE LA STRADA GIUSTA PER FAR PARTIRE UN ISTITUTO DI STATO» I CUI PRIMISSIMI ALLIEVI PROVENGONO DAL CIRCONDARIO

nasce l'Associazione orafa valenzana. Ed è proprio il sindacato di categoria a sottolineare, già dal 1947, l'esigenza di far nascere una scuola governativa di oreficeria. Una spinta che porta alla nascita, nel 1950, dell'Istituto professionale di oreficeria Benvenuto Cellini. È l'unico in Italia e punta sulla specializzazione, con corsi pratici di oreficeria, cesello, incisione e gemmologia e con l'ambizione di garantire, con

manodopera qualificata, la continuità e lo sviluppo del settore. E di promuovere Valenza come città all'avanguardia. In Italia e nel mondo.

Era stato Luigi Illario, il secondo presidente dell'Aov, come ricorda il professor Luciano Orsini, «a trovare la strada giusta per far partire un istituto di Stato» i cui primissimi allievi provengono dai piccoli centri del circondario e soltanto uno

da Valenza. Sono 14 in tutto, sei frequentano il corso da orafo, otto quello da incassatore. Sono ragazzi coraggiosi e anche ambiziosi. Nel senso che rinunciano allo stipendio dell'azienda dalla quale provengono per frequentarli e avere un titolo.

Il gradimento del nuovo istituto fa aumentare gli studenti e già nell'anno scolastico 1951-'52, vista l'iscrizione di 40

allievi, vengono attivate due prime classi e si deve potenziare l'organico degli insegnanti. Entrano così a fare parte della scuola autentici artisti come i professori Alessandro Grossi, insegnante di oreficeria, considerato un maestro del traforo, e Luigi Stanchi, inventore della 'stilizzazione'. Si tratta della traduzione, in disegno di oreficeria, di un particolare della natura dal quale si traggono gli elementi stilistici per la com-



Nella foto su due pagine, gli strumenti del laboratorio di gemmologia; a fianco, gli allievi della prima classe del 1950 con il professor Luigi Stanchi; al centro, un certificato gemmologico di Stato

posizione di un gioiello. Con loro, il professor Luigi Visconti, che introduce la modellazione dalla plastilina, partendo da un disegno precedentemente studiato e superando, in sostanza, la tradizionale partenza da un elemento piatto e bi-dimensionale come la lastra.

L'anno successivo prendono l'avvio altri corsi. Quello serale di disegno per giovani (dai 14 anni in su) che lavoravano già in azienda e un altro, di preparazione, per accedere agli insegnamenti della scuola professionale. Soprattutto, partono le lezioni di gemmologia tenute dalla professoressa Speranza Cavenago Bignami Moneta, autentica fondatrice della scienza gemmologica in Italia.

Gli anni Cinquanta sono il momento di massimo splendore del 'Cellini'. Dapprima (1954-'55) viene attivato un nuovo corso biennale, per una sola classe, dal numero massimo di 16 studenti, che rilascia il diploma di Maestro d'arte. Quindi, (marzo 1957) viene inaugurato, all'interno dell'istituto, il Laboratorio gemmologico di analisi di perle e pietre preziose della Camera di Commercio di Alessandria. Si può tranquillamente parlare di vere eccellenze a livello internazionale e molti allievi, provenienti da diverse parti del mondo, sono incaricati di insegnare nel loro terra d'origine: Guinea, Senegal, Canada.

A fine anni Sessanta gli iscritti sono 220 e il numero è indi-



cativo. Spiega il livello di gradimento dell'offerta formativa anche – e forse soprattutto – al di fuori dei confini nazionali. Ci sono studenti del decennio successivo che diventeranno docenti all'interno del 'Cellini', come i professori Paolo Mazzucco, Pierluigi Caligaris e Claudio Deangelis, tutti e tre a iniziare il loro percorso di preparazione in una classe composta per il 50% da stranieri. Sono francesi, tedeschi e libici. Ma, come ricorda il sottolinea il professor Orsini, «lo Scia Reza Pahlavi incoraggiava i migliori orafi di Persia a recarsi a Valenza per frequentare questa scuola, perché li faceva crescere professionalmente».

Del resto il livello dei corsi è una garanzia. Si insegnano (e siamo negli anni Settanta) l'arte dei metalli dell'oreficeria e delle pietre dure e quella delle gemme: il secondo l'unico al mondo (ancora una volta) che consente di imparare, come tagliatore, come eseguire la sfaccettatura.

Intanto la realtà socio-economica valenzana è cambiata. È in costante sviluppo ma al suo interno emergono anche difficoltà e contraddizioni e lo stesso istituto professionale orafo non soddisfa più le esigenze della comunità locale. Del resto, mentre accorrono studenti da tutto il mondo, quelli

Nelle tre foto piccole, visita di autorità al 'Cellini'. In alto, il presidente Gronchi riceve un presente da parte di Luigi Illario; al centro, Aldo Moro in visita ai laboratori; nell'immagine a colori, l'arrivo del presidente Pertini alla scuola di Valenza. A sinistra, una lezione del professor Luigi Visconti e un lavoro del 1966

di Valenza sono sempre di meno e così, in un verbale del consiglio di amministrazione dell'Ipo, si sottolinea la necessità, per i valenzani, «di avere qualcosa di più di una semplice qualifica di incisore e cesellatore, cioè anche il titolo di studio di scuola superiore che gli Istituti d'arte possono dare, ma che non rilasciano gli Istituti professionali».

Questa esigenza porta alla nascita dell'Istituto statale d'arte, quello articolato nei due indirizzi che riguardano metalli e pietre dure, ma anche quello che consente, dopo il diploma di Maestro del triennio inferiore, di ottenerne un secondo, al termine del biennio successivo, che permette di avere ac-



cesso a tutte le facoltà universitarie. Lo studente Mazzucco, tanto per citare un esempio, diventa architetto e anche docente di Progettazione nella scuola che ha frequentato da giovane e che ricorda, riferendosi alla sua classe, per una caratteristica: l'inclusione. Spiegando come «un giovane israeliano avesse rapporti cordiali con tunisini, libici e libanesi. E poi uno di Creta. Persone che avevano 18-19 anni e conoscevano l'italiano». E che sapevano già tagliare i diamanti, ma volevano perfezionarsi.

Quindi al mattino a scuola e al pomeriggio in fabbrica, a lavorare. Del resto dal Medio Oriente, dalla Grecia, dal Giappone, chi aveva interessi nel settore ne aveva altrettanti per spingere questi giovani promettenti, e già capaci, a migliorare a loro tecnica.

Questa la storia prima della Riforma Gelmini, che nel 2010 ha di fatto posto fine all'Istituto che preparava 'solo' orafi. Ma il percorso è tuttavia preceduto dalla crescita della scuola, che passa alla attuale sede di strada Pontecurone, inaugurata nel 1974, e dal 1978 ospita anche il Liceo scientifico, sorto in città nel 1969 su sollecitazione di una consistente parte di valenzani che ambiva a una solida preparazione in vista dell'Università.

Inizialmente il liceo 'Alberti', collocato in via Michelangelo, era una sezione staccata del 'Galilei' di Alessandria, ma visto il forte aumento degli iscritti nell'anno scolastico 1977-'78 diventa autonomo e, in quello successivo, apre alla sperimentazione linguistica.

In seguito all'introduzione (siamo a fine anni Novanta) della legge sul dimensionamento scolastico, i tre istituti superiori presenti sul territorio di Valenza vengono riuniti in uno solo: il suo nome sarà, quasi naturalmente, 'Benvenuto Cellini'. Poi, nel 2005, prende il via il corso sperimentale quadriennale del Liceo artistico intitolato a Carlo Carrà. Si arriva così alla 'Gelmini', che fa nascere il Liceo artistico quinquennale articolato nel corso di arti figurative e di design. Finisce un'epoca, ne inizia un'altra.

A sinistra la consegna di un riconoscimento. Qui sopra, gli studenti che hanno frequentato il corso sulla plastica. Erano i primi studenti dell'Istituto, che poi avrebbe aumentato il numero degli iscritti. Con molti che arrivavano dall'estero

Si arriva così alla 'Gelmini', che fa nascere il Liceo artistico quinquennale articolato nel corso di arti figurative e di design. Finisce un'epoca, ne inizia un'altra



Scientifico Alberti

Artistico Carrà

Linguistico Alberti

Tecnico Noé



*Il Cellini è
Accedi al tuo futuro*

Istituto di Istruzione Superiore

“BENVENUTO CELLINI”

Strada Pontecurone, 17 - Valenza (Al)

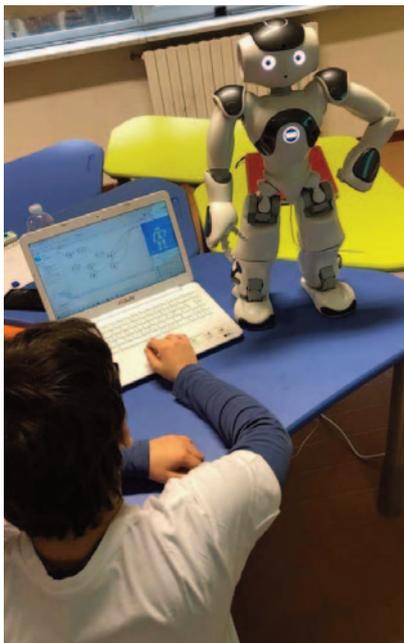
0131 945855 - www.iiscellini.it

Per informazioni: 351 6270546 - info@iiscellini.it

www.iiscellini.it



INNOVAZIONE E APERTURA ALLE SFIDE TRA DIGITALE E CLASSE 'RIBALTATA'

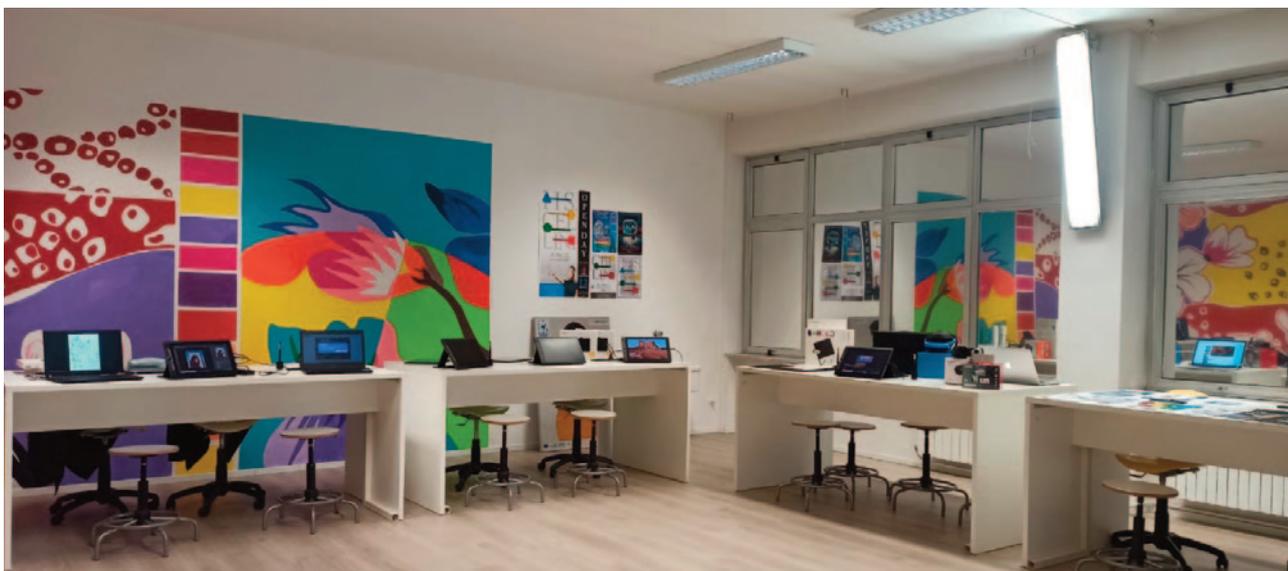


Lo spirito innovativo e l'apertura alla sfida e al cambiamento sono nel dna del 'Cellini'. Non si sono esauriti nel corso degli anni, ma in un certo senso si sono rafforzati

Lo spirito innovativo e l'apertura alla sfida e al cambiamento sono nel dna del 'Cellini'. Non si sono esauriti nel corso degli anni, ma in un certo senso si sono rafforzati. Qualche esempio. Nel 2018 l'istituto è diventato il polo nell'ambito del Piano nazionale scuola digitale introducendo metodologie didattiche – appunto – innovative come la flipped classroom: sostanzialmente, si tratta di un approccio metodologico che ribalta il tradizionale ciclo di apprendimento fatto di lezione frontale, studio individuale a casa e verifiche in classe. Ha istituito nuovi laboratori di Robotica e di Realtà aumentata a fianco di quello,

modernissimo, di Scienze naturali e Fisica. Oggi gli studenti sono oltre mille e il plesso è diviso tra quattro indirizzi: scientifico, artistico, linguistico e Istituto tecnico economico. L'Istituto d'arte ha ancora un ruolo importante, visto che è suddiviso in due indirizzi, Design e Arti figurative, per un totale di 300 ragazzi. Negli anni, intanto, sono diminuiti gli stranieri ma è rimasta molto forte l'affluenza dall'Italia. Almeno fino al 2005, quando per la crisi del settore la richiesta è calata.

Oggi, però, chi completa al 'Cellini' il ciclo di studi superiori guarda con più attenzione all'università e meno al





Una serie di immagini che documentano il nuovo corso della scuola, con la Robotica che tiene banco. Il 'Cellini' è all'avanguardia

mondo orafa. Anche perché la sua caratteristica di partenza è cambiata e Valenza non ha voluto seguito l'esempio di altre città che hanno mantenuto scuole specializzate che, come nel caso di Faenza, insegnano l'arte della ceramica e, in quello di Cantù, a diventare bravi mobiliari. Anche se qui c'erano

attrezzature per il taglio delle gemme e almeno una decina di laboratori all'avanguardia. Simili a quelli di cui oggi dispone un colosso come Bulgari, ma che nel caso della scuola risalgono a decenni precedenti.

Si diceva dell'innovazione, nel segno della continuità, di una struttura «che

OROSÌ
SRL
GIOIELLI VALENZA

Valenza (AL)
Via L. Ariosto, 18 • 0131 920022
info@orosisrl.it • www.orosisrl.it



*Come si legge sul sito istituzionale della scuola
«il polo scolastico ‘Benvenuto Cellini’
offre scelte formative ampie e differenti»*

**UNA NOVITÀ È RAPPRESENTATA
DAL CORSO QUADRIENNALE,
DELLO SCIENTIFICO,
DI SPERIMENTAZIONE
BIO-SANITARIA CHE AFFIANCA
QUELLO TRADIZIONALE
E SCIENZE APPLICATE**

*L'indirizzo artistico dell'istituto
è ancora importante, anche
nel terzo millennio. Gli studenti
iscritti sono numerosi*

funzionava bene ma che era ferma agli anni Settanta», come sottolinea il professor Mario Degiovanni, docente di Filosofia e Storia e coordinatore del Liceo Scientifico. Si diceva anche della classe 'ribaltata', della formidabile innovazione digitale (con laboratori di informatica e di robotica in tutte le classi).

Una novità è rappresentata dal corso quadriennale, dello Scientifico, di sperimentazione bio-sanitaria, frutto di una convenzione con la Facoltà di Scienze dell'Università del Piemonte Orientale che permette ai ragazzi di frequentare la sede dell'Upò al quartiere Orti di Alessandria. Come si legge sul sito isti-

tuzionale della scuola «il polo scolastico 'Benvenuto Cellini' offre scelte formative ampie e differenti, destinate non solo al territorio del comprensorio valenzano». La sua specificità «consiste soprattutto nel clima dinamico, ma accogliente e sicuro, che lo caratterizza. Clima proprio di una cittadina aperta al mondo, in grado di offrire tutti i servizi necessari agli studenti, ma in un contesto in cui è facile sentirsi a casa».

Il professor Alberto Raffo, l'attuale dirigente scolastico, sta lavorando alla scuola del terzo millennio, che ha delle radici profonde ma che deve stare al passo con i tempi e considerare le esigenze di una città, Valenza, che anche nel lavoro che la caratterizza sta sempre più appoggiandosi alla tecnologia. Pur nella consapevolezza che creatività e manualità contano ancora.

STORIE E RIFLESSIONI



*Esperti da tutto il mondo
per il convegno mondiale
di gemmologia che si è svolto
a Valenza nel 1960. Al centro,
la professoressa Cavenago*



LA NASCITA DELLA GEMMOLOGIA ITALIANA

VALENZA E SPERANZA CAVENAGO

Autodidatta con una grande esperienza gemmologica in ragione del lavoro che era chiamata a svolgere in Milano, per la professoressa Cavenago la gemmologia era lavoro e passione insieme. E questo lo si notava soprattutto nelle sue lezioni sempre affascinanti, coinvolgenti e mai banali

LASERVALENZA

Qualità al servizio della qualità



Laservalenza, precisione e qualità su ogni superficie

Per i grandi marchi della gioielleria internazionale fino all'oreficeria di quartiere, Laservalenza è il centro di incisioni laser nato nel distretto valenzano dell'oro per una esigenza specifica su tagli e incisioni di precisione del metallo. Oggi è una realtà molto conosciuta nel settore e ricercata dai grandi produttori, proprio per la professionalità dimostrata in tutti questi anni. Laservalenza rende semplici lavorazioni artigianali che a monte necessitano di competenza, esperienza e tecnologia. Per saperne di più parliamo con **Alessio Panelli**, titolare e fondatore di Laservalenza.

Come è nata questa avventura?

Ero già nel settore delle macchine laser e nel 2001 decisi di aprire il primo centro di incisioni perché avevo notato una mancanza di qualificazione nella produzione orafa. Abbiamo portato questa tecnologia ai massimi livelli di qualità nell'oreficeria, aprendo a un nuovo mercato.

Quali sono i vostri servizi?

Realizziamo microtagli e microforature su qualsiasi metallo e lega, prezioso e non, fino a 2 millimetri. L'alta tecnologia di cui disponiamo - sempre all'avanguardia - ci permette di soddisfare ogni esigenza e qualsiasi tipo di incisione: loghi, codici e persino foto e disegni. Lavoriamo anche legno, pelle, materie plastiche e vetro. Insomma, su qualunque superficie, piana o curva che sia.

Brand e aziende vi scelgono perché...

Per la velocità di esecuzione e precisione degli ordinativi, piccoli e grandi. Per aver dimostrato grande professionalità nel servizio e nella riservatezza dei modelli coperti da copyright e segreto industriale. Le incisioni sono così accurate che codici a barre o Qr Code vengono letti dagli scanner senza problemi. Le aziende ci cercano perché sanno di poter affidare i servizi di incisioni senza avere sorprese.

Che volumi riuscite a raggiungere?

4 mila incisioni al giorno: lo staff è composto da otto persone che quotidianamente garantisce efficienza e soddisfazione dei lavori. È continuamente formato ed aggiornato per avere le competenze necessarie richieste dal mercato e proporre soluzioni nuove.

Laservalenza è anche sponsor di alcune associazioni sportive e benefiche. Quanto è importante il territorio per voi?

Molto. Viviamo ed abbiamo sede a Valenza, abbiamo un'organizzazione snella e sappiamo dialogare sia con il negozio sia con il luxury brand. Il territorio valenzano ci ha dato tanto e per questo ci sembra doveroso restituire parte di questa fiducia riposta in noi. Contribuiamo alle spese dell'Avis cittadina e agli eventi della Pro Loco, ma sponsorizziamo anche l'atletica, il triathlon, squadre di calcio e di basket. È il nostro particolare 'grazie' a Valenza.



VALENZA (AL) - Via Circonvallazione Ovest, 22
Tel. **0131 972090** - Cellulare- **345 5325165**
www.laservalenza.com - laservalenza@laservalenza.com



L'articolo di Luciano Orsini è certamente datato, nel senso letterale del termine, perché è stato pubblicato su una rivista del settore diversi anni fa. Ma è ancora di grande interesse oggi, visto che è in grado di ricostruire un momento storico fondamentale per Valenza. Quando si parla di gemmologia, non si può dimenticare che nacque proprio nella città dell'oro (e delle pietre preziose), come Orsini ricorda riportando alla luce fatti e personaggi che ne hanno scritto la storia. In particolare quella della gemmologia e di quella straordinaria insegnante che fu Speranza Cavenago Bignami Moneta.



Gli anni che hanno improntato tutto il successivo sviluppo di Valenza orafa fino ai giorni nostri sono riconducibili al quinquennio 1955-1960. La ricostruzione italiana finito l'immediato dopoguerra ebbe i suoi riflessi anche nella nostra città con la presenza di alcuni uomini di grande valore, primo fra tutti il Cavaliere del Lavoro Luigi Illario.

La loro attività fu caratterizzata da una scelta ben coordinata delle cose da fare e queste furono realizzate in tempi che ancora oggi stupiscono per la loro celerità. Ci riferiamo alla istituzione della Mostra permanente dell'oreficeria, all'Export Orafi, all'acquisto della nuova sede dove anche attualmente vi è la direzione della Associazione Orafa, alla rivista L'Orafo Valenzano (l'attuale Valenza Gioielli), la partecipazione alla Fiera di New York e a quella di Milano.

La realizzazione di queste attività economiche non solo diedero grande impulso all'economia Valenzana, ma ne elevarono grandemente il prestigio sia in ambito locale che gradualmente in quello nazionale e internazionale.

All'intelligenza organizzativa di quel gruppo di uomini e, soprattutto, del presidente Luigi Illario non poteva sfuggire l'importanza di operare anche sul piano culturale e tecnico. Con il duplice scopo di garantire sia la continuità del settore attraverso la formazione delle giovani leve che il prestigio del medesimo in ambito nazionale sul piano della ricerca e dei servizi. A Valenza era già esistita fin dai primi anni del '900 una scuola serale di disegno e modellazione che ebbe valenti insegnanti e formò numerosi allievi. La tradizione di questa scuola fu poi proseguita dai corsi che si tenevano alla Scuola di avviamento professionale. Ma fin dal 1947, anno in cui Illario entrò con la carica di vice presidente nella direzione dell'Aov, questi manifestò il progetto di creare un Istituto professionale di oreficeria in Valenza. Nel 1950 questo progetto vedrà la luce con il nome di Scuola di oreficeria "Benvenuto Cellini", successivamente chiamato IPO (Istituto Professionale di Oreficeria). Questo istituto formerà numerosissime maestranze che occuperanno posti di rilievo nelle aziende sia come titolari che come modellisti fino al 1970, anno in cui avviene la trasformazione in Istituto Statale d'Arte "Benvenuto Cellini".

Gli insegnanti delle materie professionali erano selezionati at-

**L'ISTITUTO 'BENVENUTO CELLINI'
FORMERÀ NUMEROSISSIME
MAESTRANZE CHE OCCUPERANNO
POSTI DI RILIEVO NELLE AZIENDE
SIA COME TITOLARI SIA COME
MODELLISTI FINO AL 1970**

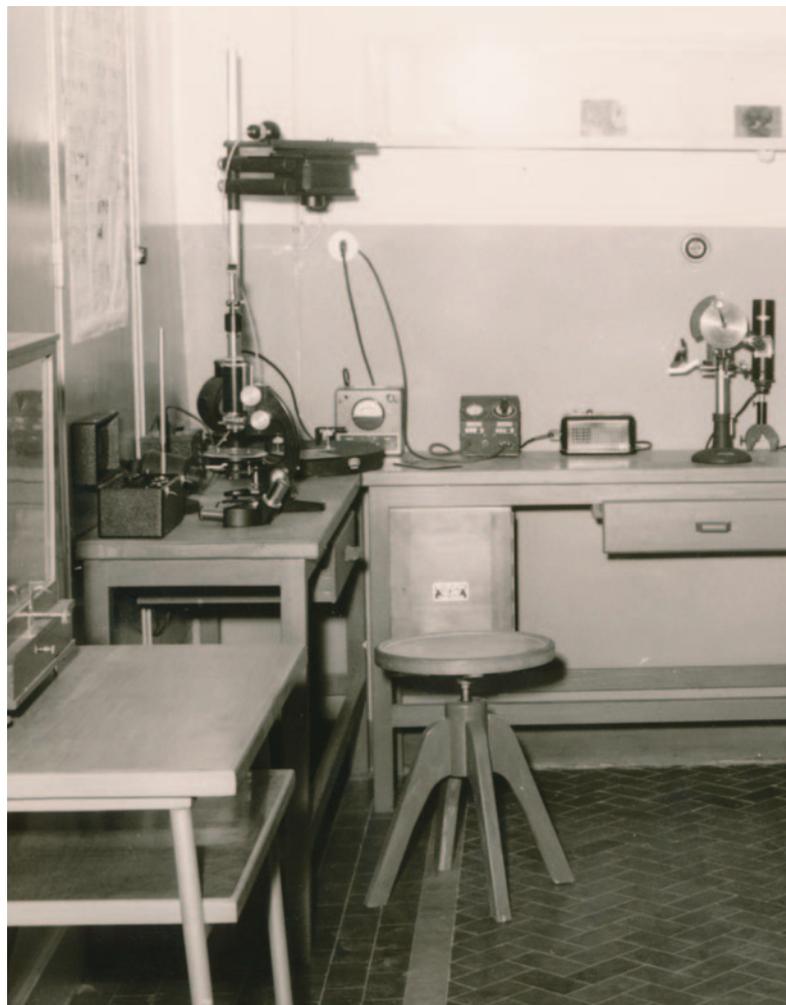
Autorità in visita ai laboratori del 'Cellini'. In piedi, con il camicie bianco, il professor Luciano Orsini

traverso un comitato di orafi. Ricordiamo, oltre a Luigi Illario, Dionigi Pessina, Piero Lunati, Pietro Camurati, Aldo Annaratone, Giovanni Bosco e altri.

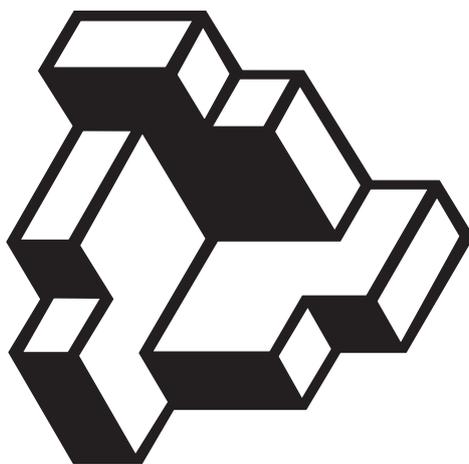
Nel 1952 il Comitato ritenne di ampliare i corsi di insegnamento di materie tecniche con l'introduzione di un corso di Gemmologia, in quanto si faceva interprete delle esigenze manifestate dal settore in un momento in cui, insieme con il maggior uso di pietre preziose per gioielleria di ogni tipo, aumentavano anche le sofisticazioni e la necessità di meglio conoscere le caratteristiche delle gemme usate in relazione al mercato. Fu chiamata l'insegnante Speranza Cavenago Bignami Moneta che era impiegata presso l'Istituto di Credito su Pegno di Milano. La professoressa Cavenago era un'auto-didatta con una grande esperienza gemmologica in ragione del lavoro che era chiamata a svolgere in Milano. Per Lei la gemmologia era lavoro e passione insieme e questo lo si notava soprattutto nelle sue lezioni sempre affascinanti, coinvolgenti e mai banali.

I corsi proseguirono nei successivi anni con l'acquisizione graduale degli strumenti più necessari per l'insegnamento di questa nuova materia che è figlia della mineralogia: "la gemmologia". La gemmologia italiana nasce quindi a Valenza come diretta conseguenza di una evoluzione non solo culturale ma legata al mercato delle gemme e direttamente collegata con la scuola di oreficeria.

Dalle prime lezioni fatte sia nel regolare piano di studi, che nei corsi serali frequentati soprattutto da gioiellieri appassionati dalla affascinante materia, si è passati a quello che sicur-

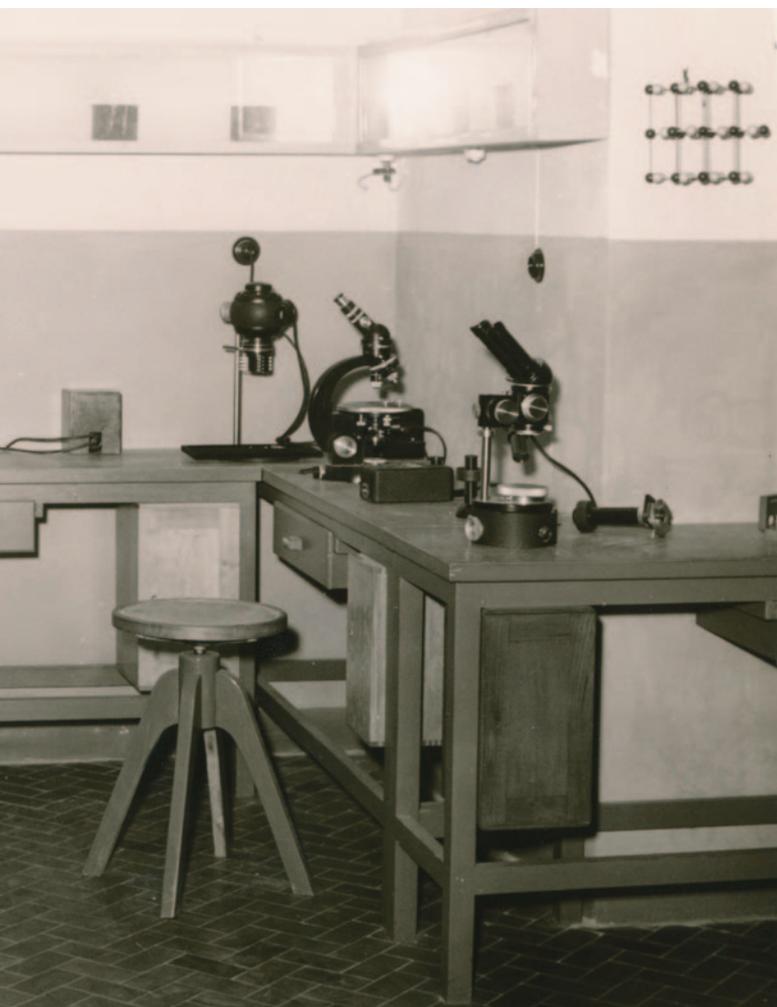


dal 1958 a Valenza



zulian

www.zulianimpresaedile.it • Instagram: @zulian_costruzioni



mente è il momento più importante della ancora breve storia della gemmologia in Italia, cioè all'inaugurazione, avvenuta il 15 febbraio 1957, del Laboratorio gemmologico di analisi delle perle e pietre preziose della Camera di Commercio di Alessandria direttamente presso la sede della scuola. Naturalmente a presiedere la direzione del laboratorio fu nominata la professoressa Cavenago, tutto questo grazie a Luigi Illario che nel frattempo era divenuto anche presidente della Camera di Commercio di Alessandria.

Questo laboratorio, che poté fruire della strumentazione della scuola e successivamente incrementando la sua dotazione incrementò anche quella dell'istituto, fu un esperimento pilota a livello nazionale, tanto è vero che in un successivo momento divenne una sua diretta emanazione il laboratorio della Camera di Commercio di Milano, l'attuale Cisgem.

Era questo il periodo in cui si stava sviluppando enormemente il commercio orafa valenzano e nazionale e soprattutto a Valenza, che ha sempre puntato sulla qualità del prodotto e sulla manifattura, si era sentita l'esigenza di un istituto che potesse certificare e garantire la naturalità e la qualità delle gemme. Grazie all'attività di docente e ricercatore la professoressa Cavenago divenne ben presto il personaggio più importante

nell'ambito della gemmologia italiana ed ebbe fama anche internazionale partecipando, unica portavoce per la nostra nazione, a numerosi convegni e tenendo stretti rapporti di collaborazione con gli allora nascenti laboratori di Analisi gemmologiche quali quelli di Parigi e Londra. E il suo prestigio, più volte conquistato "sul campo", fece da amplificatore, qualificandolo nel settore delle gemme a quello già consolidato di Valenza orafa.

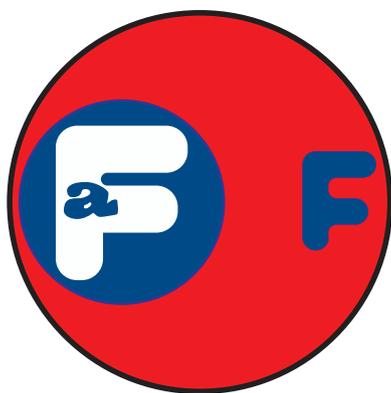
UN IMPERSCRUTABILE PROGETTO DEL DESTINO

Questi anni pionieristici posero le basi dello sviluppo della gemmologia italiana quasi come un imperscrutabile progetto del destino. Infatti mentre a Milano si fondava da parte di un gruppo di appassionati di gioiellieri lombardi l'Istituto gemmologico italiano, la professoressa Cavenago, per sopraggiunti limiti di età, il 31 dicembre del 1973 lasciava la direzione del laboratorio di analisi della Camera di Commercio di Alessandria e, di conseguenza, anche della succursale di Milano.

Se ufficialmente comunque aveva abbandonato sia la direzione dei due Laboratori sia l'insegnamento presso l'Istituto d'Arte "Cellini", sicuramente la professoressa Cavenago, ancora attiva ricercatrice e profonda amante della materia, continuò i suoi e le sue pubblicazioni e collaborò anche al laboratorio scientifico nazionale della Confedorafi fino al 1982, data in cui il laboratorio chiuse definitivamente.

Questa fu l'ultima attività ufficiale svolta nella sua operosissima vita che si concluse a Voghera il 14 gennaio del 1990.

È ancora davanti ai nostri occhi l'ultima sua apparizione ufficiale in Valenza, al Teatro Sociale, in occasione della settimana gemmologica organizzata dal Centro Comunale di Cultura. In quella serata il sottoscritto, suo allievo prediletto e attuale insegnante di gemmologia presso l'Istituto Statale d'Arte, aveva tenuto una significativa relazione dal titolo "Evoluzione della scienza gemmologica in Valenza" e la professoressa Cavenago, alla quale fu donata una targa, con semplici e commoventi parole ricordò ai valenzani che la gemmologia italiana è nata a Valenza e ringraziò la città che questa le aveva offerto di sviluppare il più grande amore della sua vita. Anche se l'affetto e la riconoscenza dei valenzani non è stato forse pari, soprattutto negli ultimi anni della sua vita, alla grandezza dell'apporto di prestigio dato alla nostra città, il suo ricordo è indelebile in tutti quelli che l'hanno conosciuta e segno tangibile di questo è stata la dedica dell'aula di Gemmologia dell'Istituto Statale d'Arte alla sua figura di insegnante, gemmologa e ricercatrice. Ricordata dalla posizione di una lapide commemorativa in quello che, moralmente, per oltre vent'anni la sua casa.



**MOBILI
FOSSATI** s.n.c.

Da oltre 50 anni...

FINANZIAMENTI 24 MESI A TASSO 0



Via Cassano, 17 • Serravalle Scrivia (AL)

tel. 0143 340320 fax 0143 608472

email: fossatimobili@gmail.com • www.fossatimobili.it



I LABORATORI PER CONOSCERE LA QUALITÀ DI DIAMANTI E PIETRE

*Paolo Orsini, esperto di analisi e consulenze gemmologiche:
«Il nostro lavoro consiste sostanzialmente nel dare corrette
informazioni sul materiale che verrà acquistato. Chi viene
da noi deve averle. Per sapere cosa si vende»*

Valenza e la gemmologia. Un rapporto stretto tra la città e quel ramo della mineralogia che studia le gemme. Con radici profonde, visto che – come si legge in questo magazine - la scienza gemmologica è di fatto nata a Valenza grazie a Speranza Cavenago, pioniera del settore e straordinaria professoressa al ‘Cellini’. Proprio all’Istituto statale d’arte ha funzionato, per molti anni, un laboratorio attrezzato e autorizzato a effettuare perizie e analisi poi certificate a livello statale.

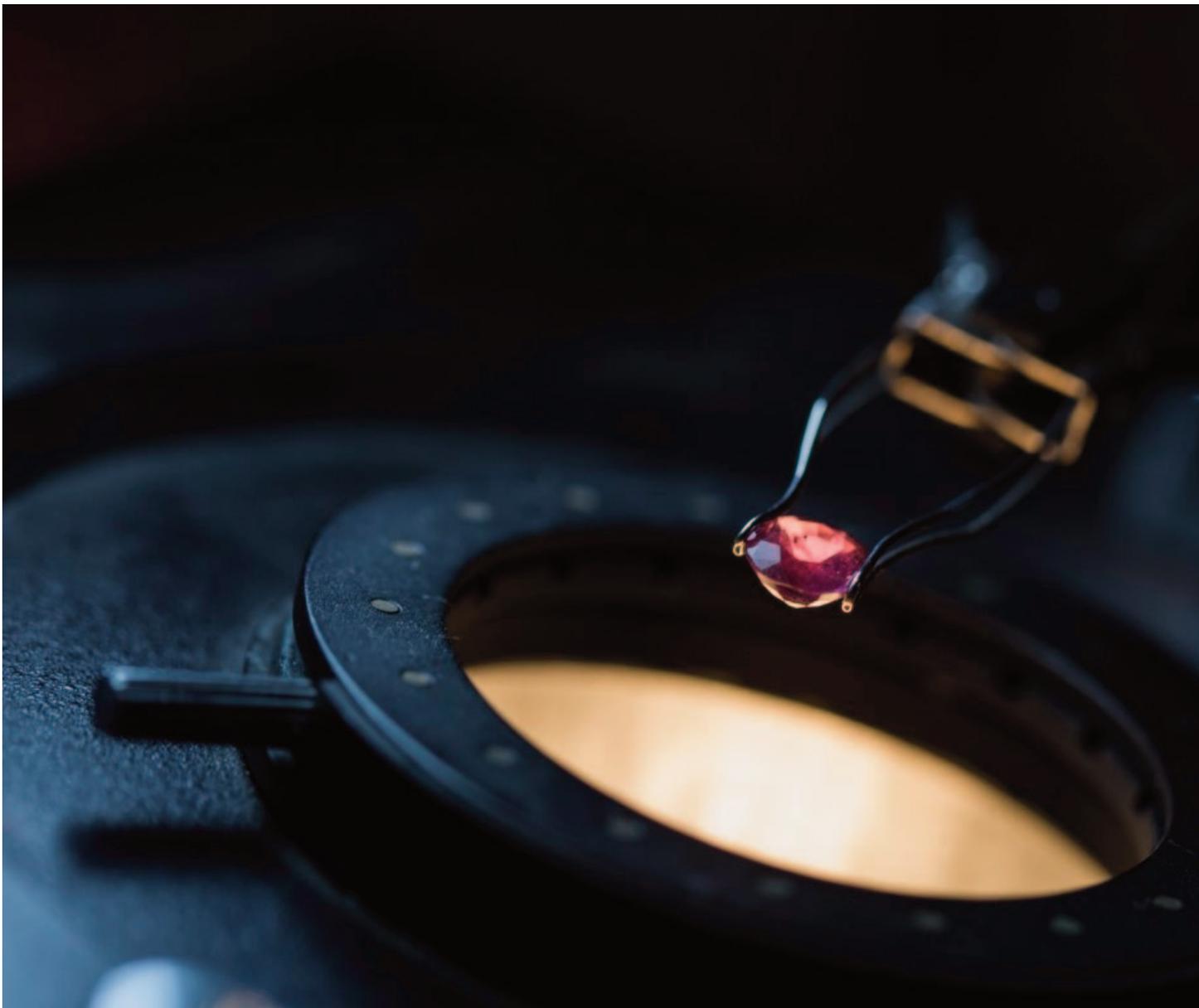
Ma la scuola che formava gli orafi del futuro e dove si tenevano corsi che ne garantivano la preparazione ha, nel suo secondo periodo di vita, cambiato volto pur mantenendo quel dna in cui prevale la caratteristica di essere innovativa e, di fatto, spesso davanti alle altre.

Oggi Valenza dispone di due laboratori

per queste analisi e perizie. Entrambi di alto livello, con clientela che arriva da tutta Italia. Sono quello di Analisi e consulenze gemmologiche (Acg) del dottor Paolo Orsini e il Centro analisi gemmologiche (Cag) del dottor Pio Visconti.

Il primo si può certamente definire un figlio d’arte perché il genitore di Paolo è Luciano Orsini, che con la Cavenago e con il ‘Cellini’ ha avuto la fortuna e la capacità, nell’ordine, di conoscere la storica professoressa della scuola e di insegnare nello stesso istituto.

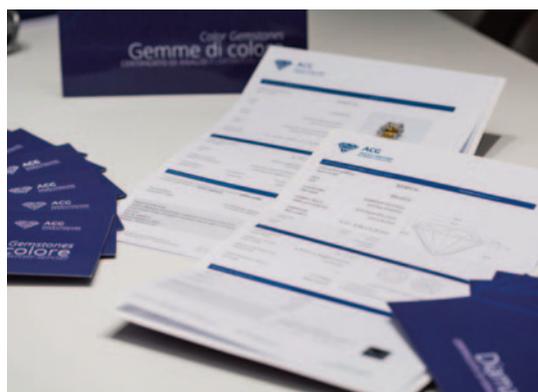
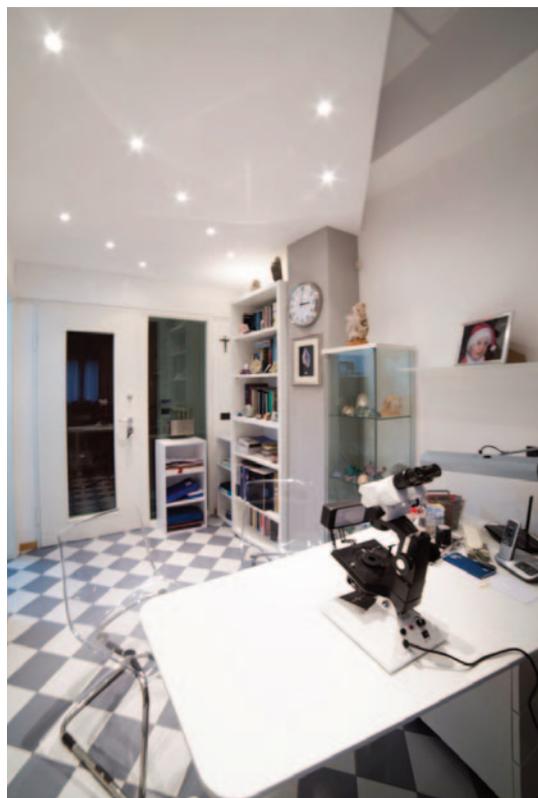
Paolo Orsini, classe 1980, nato ad Alessandria, pur seguendo la stessa strada del padre, ha decisamente camminato con le proprie gambe. Laurea in Giurisprudenza all’Università del Piemonte Orientale “Amedeo Avogadro”, sede di Alessandria, nel 2010 ottiene a Londra il diploma in gemmologia, conseguito



**LE ANALISI SUI DIAMANTI
HANNO COME OBIETTIVO
ACCERTARE SE SONO NATURALI,
LA PUREZZA E IL COLORE.
LA BILANCIA È FONDAMENTALE:
DICE QUAL È LA CARATURA**

con il massimo grado (Grade A with distinction), rilasciato dalla Gema (Gemmological Association of Great Britain). Grazie alle competenze acquisite, inizia a lavorare come analista gemmologo in un noto laboratorio valenzano, con particolare attitudine nella valutazione e classificazione dei diamanti e delle pietre di colore, nonché dei diversi tipi di materiale gemmologico in genere, com-

presi i grezzi e i materiali massivi (pietre dure). Sempre nel 2010, si iscrive al ruolo dei periti e degli esperti della Camera di Commercio di Alessandria, acquisendo competenze nella stima dei preziosi (gioielli, gemme, orologi, monetazione aurea, oggetti d'arte antichi e moderni) e degli oggetti ornamentali. Dal 2015 è iscritto nell'elenco dei consulenti tecnici del giudice del Tribunale di Alessandria in qualità di perito estimatore di gioielli, gemme e beni preziosi in generale. Da diversi anni è titolare di frequentati corsi di gemmologia e di analisi e identificazione del materiale lapideo



L'interno del laboratorio di Paolo Orsini, dove vengono effettuate analisi gemmologiche. È nel centro di Valenza

nella fascia dei Beni culturali patrocinati da una nota Fondazione bancaria, per i quali ha ottenuto riconoscimenti e successi per l'elevata preparazione professionale, ampiamente dimostrata per le competenze acquisite nel tempo. Dal giugno 2016 ha aperto il suo laboratorio, nella centralissima via Mazzini.

«Le analisi sui diamanti – spiega Paolo Orsini – hanno come obiettivo accertare se sono naturali, la purezza e il colore. La bilancia è fondamentale: dice qual è la caratura. Poi è molto importante il taglio». Come sottolineava anche uno che di queste pietre se ne intende, come

Marco Borsalino, adesso «è difficile trovare diamanti tagliati male. Per quanto riguarda invece le pietre di colore, è essenziale stabilire se sono naturali, sintetiche o trattate». Si parla di rubini, zaffiri e smeraldi: «I primi due – ricorda Orsini – sono varietà della stessa specie gemmologica. In questo caso il trattamento termico va segnalato, anche se non inficia il valore della pietra. Per capirci, quelle non riscaldate valgono di più, ma sono poche. E poi conta soprattutto la qualità: è quella che incide sul prezzo». Altra richiesta, la provenienza. Esempio, molto quotati i rubini thailandesi, gli

zaffiri dello Sri Lanka, gli smeraldi che arrivano dalla Colombia (sono i migliori), oppure da Zambia e Brasile. Ci sono trattamenti che nel cambiano il valore, «come ad esempio quelli col vetro al piombo per i rubini. Li rende trasparenti e traslucidi ma si possono, comunque, utilizzare in gioielleria».

L'obiettivo principale di un esperto di questo settore è così sintetizzato da Orsini: «Il nostro lavoro consiste sostanzialmente nel dare corrette informazioni sul materiale che verrà acquistato. Chi viene da noi deve averle. Per sapere cosa si vende».

AG POOL SRLS

PISCINE PER PASSIONE
POOLS FOR PASSION

COSTRUZIONE PISCINE • BAGNO TURCO • VASCHE • SPA



La tua
NUOVA
piscina





PIETRE PREZIOSE E INCISE

L'età geologica delle pietre non fornisce informazioni per la loro datazione, mentre elementi di valutazione possono essere formulati dalla forma del taglio e dalla montatura

Tutte le pietre si sono formate durante il raffreddamento della terra, perciò la loro età geologica non fornisce nessun indizio per la datazione. Elementi di valutazione possono essere formulati dalla forma del taglio e dalla montatura, tenendo presente che tagli e montature di stile antico vengono eseguiti tuttora. Anche l'usura e le influenze atmosferiche lasciano pochi segni sulle pietre, perché le più preziose appartengono ai materiali più duri e resistenti. Il diamante con la sua durezza 10 viene utilizzato per le unità di durezza: "duro come un diamante". Lo stesso dicasi per i corindoni ai quali appartengono zaffiri, rubini, smeraldi, topazi e altre pietre preziose con grado di durezza 9/8. La durezza relativa dei minerali viene determinata dalla scala di Mohs, che prende il nome dal mineralogista Friedrich Mohs, che la ideò nel 1812.

PIETRE COMPOSITE. Uno dei trend più diffusi è quello di sovrapporre

pietre con materiali diversi: si compone così una specie di *sandwich* di pietre diverse, con quella più pregiata sopra e quella che serve a creare spessore sotto, con l'obiettivo di far apparire più grandi le pietre utilizzate in superficie. Questo sistema è utilizzato perlopiù per le pietre opache, come opali e turchesi; con le pietre trasparenti per ottenere sfumature facendole sembrare una pietra sola.

PIETRE DI FANTASIA. È possibile cambiare il nome delle pietre. Ecco alcuni esempi: quando si parla di "smeraldo orientale" s'intende uno zaffiro verde meno pregiato; il "rubino americano" è in realtà un granato di minore valore; la "giada australiana" è un semplice quarzo trattato. In conclusione, quando si vedono nomi esotici attribuiti alle pietre preziose è consigliabile documentarsi in modo più approfondito.

PIETRE RICOSTITuite. La stabilizzazione consiste nel sottoporre la pietra a una pressione per renderla più

COME RICONOSCERE LE PIETRE FALSE

compatta ed eliminare la consistenza gessosa. Spesso accade con il turchese e con altre pietre morbide che vengono ricostituite mescolando polvere con un elemento legante a cui è possibile aggiungere del colorante per rendere più vivida la colorazione.

Non è sempre facile riconoscere questi artifici. Il prezzo basso è un primo indizio; la certificazione, per le pietre molto costose, consente di evitare l'acquisto di falsi, insieme al parere di un gioielliere che garantisce l'autenticità del gioiello, anche se la sicurezza maggiore la può assicurare solo un gemmologo esperto. Ciò detto, la possibilità di mettersi al sicuro contro false indicazioni di età per i gioielli antichi, può essere fornita da una precisa e credibile documentazione sulla storia dell'oggetto.

GIADA. La giada, la cui durezza si colloca tra 6,5/7, è la pietra preferita dai

segatura: gli spigoli risulteranno arrotondati, ma la superficie sarà ruvida, uniforme e grigia. Con il nome di giada s'intendono due minerali distinti, la giadeite e la nefrite. La giadeite è una pietra piuttosto dura e molto rara la cui tinta naturale può variare dal bianco al verde intenso, al violaceo. La varietà più pregiata, detta giada imperiale, si presenta in una sfumatura verde brillante e può raggiungere quotazioni piuttosto alte se priva di venature scure e di discromie. La nefrite ha una durezza inferiore, un indice di rifrazione della luce più basso e un colore che può variare dal verde al bianco. Inoltre, esiste un terzo minerale, finora reperibile solo in Birmania, costituito da giadeite mista ad altri elementi, caratterizzato da una colorazione verde scuro venata di bianco.

L'industria e il commercio di gioielli utilizzano due diverse basi per la definizione e la descrizione delle pietre: una mineralogica e l'altra commerciale.

DIAMANTE. I colori delle pietre possono essere manipolati o cambiati radicalmente. Il metodo più diffuso è quello del riscaldamento, già conosciuto nell'anti-

LE PIETRE NATURALI SONO PESANTI, CON CARATTERISTICHE VENATURE ASSENTI IN QUELLE FALSE. SI DEGRADANO DIFFICILMENTE E SI DISTINGUONO ANCHE PER LA TEMPERATURA: LE PIETRE FINTE SONO PIÙ CALDE RISPETTO A QUELLE VERE

popoli asiatici, da sempre considerata da conoscitori e produttori di oggetti d'arte come la più preziosa di tutte le pietre. Un esperto può valutare l'età della giada sulla base della sua superficie, in quanto il contatto delle mani rende gli angoli più morbidi e sfumati. Un oggetto di giada si può "antichizzare" in poche ore facendolo girare in un mulino a sfera e

chità: un topazio giallo riscaldato a 460 gradi può diventare un rubino e, a temperature più elevate, un diamante. Il diamante può essere prodotto anche industrialmente. Esso è carbonio purissimo e può essere riprodotto in laboratorio, anche se tale processo non viene ancora sfruttato per non danneggiare le miniere diamantifere che controllano il mercato.



In alto, ambra cinese falsa; al centro, ambra falsa; sotto, ambra domenicana. Nella pagina precedente, 'Rainbow Tiara' realizzata per celebrare i cento anni della gioielleria Harry Winston

Sono trentotto le miniere di diamanti note in tutto il mondo e le dieci più grandi tra loro contengono una ricchezza enorme: più di un miliardo di carati di pietre preziose. I diamanti grezzi estratti dalle compagnie minerarie vengono ordinati e classificati in base alle diverse qualità e, in seguito, venduti o messi all'asta per produttori, tagliatori e gioiellieri. La Russia è il paese principale nell'estrazione di diamanti, patria di metà dei più grandi depositi del mondo, seguita dal paese africano del Botswana. Solo una piccola parte dei diamanti estratti giunge ai gioiellieri; più del 50% va all'industria e viene utilizzato soprattutto per lavori di levigazione; metà della pietra va persa nella sgrezzatura e nella lavorazione.

INCISIONE SU PIETRA. La pietra è un materiale pesante, perciò oggetti grandi e complessi venivano fatti in pezzi diversi e poi messi insieme. Un particolare utile a dare informazioni sull'età può essere dato dalla forma dei fori necessari per infilare le pietre in cordicelle, fili metallici e catenine e comporre collane, orecchini e pendenti. In passato i fori venivano praticati con un piccolo trapano: la punta usata fino al XVII secolo era conica, contrariamente a quella cilindrica dell'era industriale. Antiche pietre sottili hanno perciò un foro conico; su pietre più grandi il foro doveva essere praticato da entrambi i lati, con un centro di convergenza più stretto. Questo può essere l'unico elemento per una sicura valutazione.

CAMMEO. L'arte di intaglio del cammeo si basa sul fatto che alcuni tipi di pietra e di conchiglia presentano strati di diversi colori, che vengono portati in superficie praticando incisioni più o meno profonde. Questa tecnica è conosciuta dal periodo ellenistico e le scene rappresentate anche in epoche seguenti prediligono soggetti greci. La lavorazione del cammeo richiede grande abilità ed esperienza unite a notevole pazienza. Per questo motivo i cammei

realizzati in questo secolo, si riconoscono visibilmente per la loro esecuzione piuttosto rozza. Inoltre, il cammeo autentico dà sempre una sensazione di freddo, è più lucido al centro e resta intatto alla prova del fiammifero.

Si ricorda, inoltre, che la conchiglia non è un minerale inorganico ma cresce con il mollusco e contiene materiali inorganici in decomposizione: ci dovrà essere una fitta rete di forellini creata da vermi visibile con una lente. La maggior parte dei cammei antichi mostrano una figura voltata a destra e presenta sul retro la classica "chiusura a C".

AMBRA. L'ambra, una delle prime pietre incise dall'uomo, non è una pietra fossile bensì una resina fossile fuoriuscita da conifere, soprattutto in Scandinavia, e poi trasportata da fiumi e ghiacciai verso sud per raccogliersi in grandi quantità nel mar Baltico, sulle cui sponde viene ancor oggi trovata. Oltre all'ambra del mar Baltico, è famosa quella della Repubblica Dominicana che viene trovata nel sottosuolo in luoghi simili a miniere. Nessun pezzo d'ambra è uguale all'altro: l'aspetto può avere una vasta gamma di colori e inclusioni di granelli di sabbia, corteccia o insetti. Sul mercato si trovano più che altro resine sintetiche. La prova migliore è quella della fiamma: l'ambra profuma d'incenso e di rami di pino, mentre la resina sintetica sviluppa un fumo acre e irritante. L'ambra presa tra le mani si riscalda subito ed è elettrostatica; il suo peso è molto leggero e nell'acqua salata galleggia.



In alto, due esemplari autentici di ottima fattura. In basso a sinistra, un esempio di lavorazione falsa; a destra, un altro pezzo autentico



L'IMPIEGO DELLE GEMME NELLA CHIESA

L'uso delle gemme nella Chiesa è stato dapprima come ornamento nella suppellettile sacra. Successivamente le pietre preziose sono state utilizzate dalle gerarchie ecclesiastiche in funzione della loro distinzione



Dall'alto, calice con coralli, al centro, cammeo su base di corniola riprodotte il papa Adriano IV, San Giorgio in avorio

Proponiamo alcuni esempi di varietà gemmologiche implicate nel contesto del simbolismo sacro.

CORALLO. La natura del corallo e la sua misteriosa formazione, hanno tenuto celato per molti secoli il fascino naturale di questo prodotto del mare. Dalla notte dei tempi, sino al 1706, il corallo era considerato una pianta di struttura magica, molle nell'acqua e solidificata all'aria. In realtà è formato dallo scheletro di minuti organismi animali marini ed ha la forma di un alberello con ramificazioni. Le fantastiche colonie di coralli sono meglio note con il termine di banchi corallini che trovano collocazione su fondali marini a profondità variabili dai pochi metri sino ad alcune centinaia. Le aree di raccolta sono nei mari interni al Mediterraneo: Sardegna, Sicilia e Golfo di Napoli; oppure nel Mar Rosso, Arcipelago Malese, Giappone. La colorazione passa dal rosa pallido al rosso vivo, può anche essere nero ma il più pregiato è il cosiddetto "pelle d'angelo" di colore rosa carne. In passato è stato usato per decorazioni e oggetti sacri, oggi viene impiegato per realizzare croci pettorali, pastorali e parti della base di calici ed ostensori.

CORNIOLA. Non il solito greco che normalmente origina l'etimo delle gemme ma il latino, dal quale si traduce "cornium" – corniola, una pianta che presenta frutti di colore rosso vivo, rosso carne. I giacimenti sono situati in Brasile India, Arabia, Germania. Il colore è rosso sangue variabile in sfumature e non sempre distribuito con uniformità. Gli antichi romani importavano la corniola dall'India, dalla Persia e dall'Arabia; ne facevano largo uso sia per ornare gioielli che per realizzare oggetti domestici e rituali. I primi cristiani usarono il prodotto minerale sin dal tempo delle catacombe ed in seguito mantennero l'abitudine nel culto pubblico; i primi vasi sacri erano realizzati parzialmente in corniola ed anche negli anelli apparvero le prime gemme a significare la nobiltà della Chiesa e la regalità di Cristo. Ugualmente le croci, che all'epoca paleocristiana erano indossate anche da laici, erano abbellite da corniole.

AVORIO. Nelle litanie Maria Santissima è cantata come "Turris Eburnea" cioè torre d'Avorio, questo testimonia come il valore di questo prodotto rivesti ampio e prezioso interesse nella prima fase dell'evoluzione cristiana. È un prodotto di origine organica e si ricava dalle zanne di elefante; allo stesso scopo vengono utilizzati i denti di ippopotamo, le zanne del tricheco, i denti canini del facocero e del cinghiale. La colorazione è bianco, bianco latte. Ebbe vasto impiego per realizzare monili ed oggetti sacri ed ancor oggi concorre alla produzione d'ornamenti molto raffinati.

MODERNA, CLASSICA, CONTEMPORANEA

Pucci dà importanza alla sostanza e anche alla forma, garantisce la funzionalità ed è attenta all'estetica, con le cassette favorisce la perfetta igiene e con le placche impreziosisce il design del bagno, qualunque sia il suo stile. Oltre 70 anni di esperienze, attenzione al presente e sguardo aperto al futuro... questa è Pucci.



gamma placche eco in acrilico

280x180 mm solo 4,7 mm di spessore



IL CUORE PREZIOSO

La prima cassetta a incasso fu una Pucci, tanto tempo fa. Quel prodotto rivoluzionario nacque da una pallina, l'idea semplice e perfetta. Anche oggi, nella cassetta Pucci



DELLA PUCCI



CASSETTE

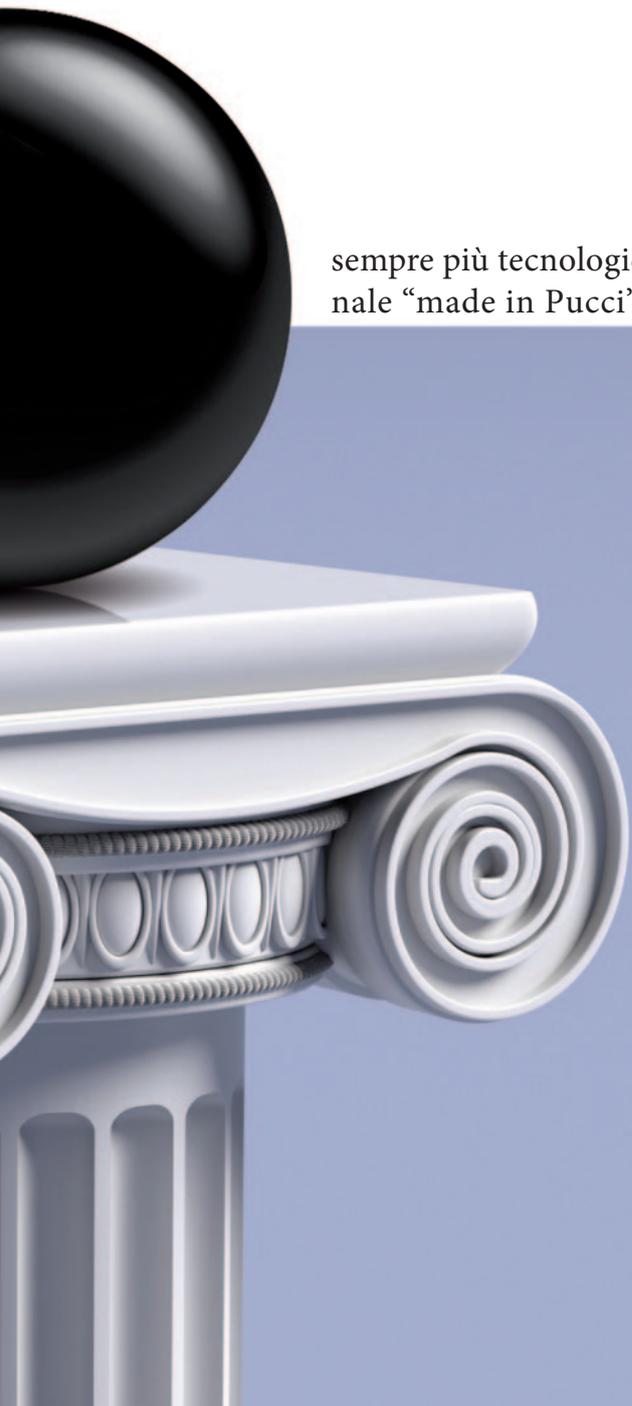
PUCCI [®]



stile e tecnologia italiani

www.pucciplast.it

sempre più tecnologica c'è una pallina. È il cuore prezioso della creatività funzionale "made in Pucci", punto d'equilibrio ottimale tra innovazione e tradizione.



MODERNA, CLASSICA, CONTEMPORANEA

Pucci dà importanza alla sostanza e anche alla forma, garantisce la funzionalità ed è attenta all'estetica, con le cassette favorisce la perfetta igiene e con le placche impreziosisce il design del bagno, qualunque sia il suo stile. Oltre 70 anni di esperienze, attenzione al presente e sguardo aperto al futuro... questa è Pucci.



placche eco personalizzabili in acrilico

o con disegno laser 280x180 mm



MUSEI

GLI SPAZI DEDICATI AL GIOIELLO NEL MONDO

FIRENZE

MUSEO DEGLI ARGENTI

Il Museo degli Argenti di Firenze si trova al piano terra di Palazzo Pitti. Il museo conserva i tesori appartenuti ai granduchi di Toscana, tra cui i gioielli di Anna Maria Luisa de' Medici, gli oggetti preziosi dei principi-vescovi di Salisburgo e Wurzburg, le gemme, gli avori e i vasi in pietre dure, tra cui quelli appartenenti a Lorenzo il Magnifico.

VICENZA

MUSEO DEL GIOIELLO

È uno dei pochi musei al mondo dedicato esclusivamente al gioiello, in una delle capitali europee dell'arte orafa. Collocato all'interno della Basilica Palladiana di Vicenza, si sviluppa in un percorso su più livelli e offre un interessante programma di mostre temporanee e attività didattiche.

AMSTERDAM

MUSEO DEI DIAMANTI

Il Museo dei Diamanti di Amsterdam propone la scoperta delle tecniche artigianali per la lavorazione dei diamanti e la creazione di gioielli, ripercorrendo tre miliardi di anni di storia naturale. Ogni singola pietra propone un racconto, narrato attraverso un'interessante mostra. Sono esposti anche gioielli molto preziosi, tra cui la collezione di diamanti e gioielli della Casa Reale.

ATENE

MUSEO DEL GIOIELLO

Il museo di Atene, inaugurato nel 1994, ospita le creazioni del famoso gioielliere Elias Lalaounis, ispirate a diversi eventi storici, e altre collezioni private. I tremila pezzi esposti permettono di seguire l'evoluzione dell'oreficeria greca. Il museo presenta anche video sulla fabbricazione dei gioielli.

BADEN-BADEN

MUSEO FABERGÉ

Aperto nel 2009 dal collezionista d'arte Alexander Ivanov, questo museo si trova nella città tedesca di Baden Baden ed è dedicato a Fabergé, gioielliere ufficiale alla corte degli zar di Russia alla fine del XIX secolo. Il museo raccoglie settecento creazioni di gioielleria, tra cui gli oggetti della collezione Ivanov.

WINGEN-SUR-MODER

MUSEO LALIQUE

Ambientato in una ex vetreria a Wingen-sur-Moder, il museo valorizza l'opera di René Lalique. All'interno di un originale allestimento, sono presentati disegni, gioielli, flaconi, tavole, lampade e vasi, con un percorso espositivo completato da documenti e contenuti multimediali per approfondire il contesto storico, artistico e tecnico della produzione di Lalique.

ALESSANDRIA D'EGITTO

MUSEO DEI GIOIELLI REALI

Il Museo dei Gioielli Reali ad Alessandria d'Egitto, aperto al pubblico nel 1986, si trova in un palazzo edificato nel 1919. Nelle sale sono stati collocati oggetti appartenuti ad Ali Pascia, i diamanti della regina Nazli, i gioielli della principessa Fawzia prima moglie dello scia di Persia Reza Pahlavi, una scachiera con pedoni e cavalli in oro e diamanti e molti altri tesori.

Sono pochi gli spazi museali dedicati interamente al gioiello. Proponiamo un itinerario in Italia e nel mondo nei luoghi che valorizzano i gioielli e gli oggetti antichi e preziosi così legati alla storia dell'uomo



Dall'alto, Museo degli argenti di Firenze, tesoro dei Granduchi, al centro, Museo dei diamanti di Amsterdam, collezione della Casa Reale, in basso, Museo Fabergé di Baden-Baden, opera di Fabergé

IL GIOIELLO FANTASIA TRA STORIA, MODA E DESIGN

«I gioielli sono come la mela di Eva, roba pericolosa. Hanno un significato seduttivo quando la donna li indossa, adornano parti del corpo da mettere in luce. Hanno un significato di legame quando ti vengono lasciati in eredità o quando un uomo te li regala: il famoso ‘valore affettivo’ che, come si usa dire, è quello che conta, al di là del valore reale dell’oggetto»
(Paul Morand)



La differenza principale tra un oggetto di gioielleria e uno di bigiotteria è il materiale: i gioielli sono realizzati con oro, argento o platino, impreziositi da pietre e nobilitati da materiali come legno pregiato, perle, corallo; con il termine bigiotteria s'intendono gli accessori prodotti con metallo, vetro, plastica, ceramica, conchiglie, tessuto. La bigiotteria, intesa come gioielli non preziosi o gioielli fantasia, nasce in Europa nel Settecento con l'Illuminismo e con gli ideali di uguaglianza che avvicinano le classi meno abbienti a oggetti di lusso destinati fino ad allora ai ceti più alti. Inizia così la diffusione di gioielli realizzati con materiali alternativi ai preziosi, anche sotto forma di copie dei gioielli autentici. Verso la metà del Settecento, con le scoperte archeologiche di Ercolano e Pompei, si diffonde la passione per il classicismo e in città come Roma, Firenze e Venezia si avvia la produzione di gioielli-souvenir realizzati con tessere in vetro e pietre semipreziose (gioielli a micromosaico) che riproducono i temi tipici dell'arte classica greca e romana.

All'inizio dell'Ottocento la tendenza al ritorno all'antico, con lo stile impero, continua a influenzare la moda del gioiello; per tutto il secolo si ricercano nuovi materiali per imitare pietre e metalli preziosi e produrre oggetti in serie a basso costo, spesso ispirati alla storia e realizzati in stile neoclassico, neogotico, neorinasci-

In questa pagina, immagini pubblicitarie degli anni Cinquanta realizzate dai più importanti produttori americani di bigiotteria



In questa pagina: a sinistra una parure di Monet; a destra una parure firmata Trifari

mentale, fino al Liberty. All'inizio del Novecento il movimento dell'Art Nouveau si propone di contrastare la produzione industriale con la realizzazione di oggetti dalle forme sinuose prodotti artigianalmente. In questo periodo nasce la figura del designer e predomina l'idea che il valore del manufatto non è determinato dal materiale bensì dal suo creatore. Il gioiello acquista così importanza in quanto oggetto d'arte e la bigiotteria si stacca dalla produzione della gioielleria assumendo una propria identità. La Prima guerra mondiale è un punto di svolta nella storia del gioiello: l'oro è recuperato dai governi che partecipano allo sforzo bellico e la gioielleria viene realiz-

dalla grande depressione e negli anni Trenta domina lo stile "tutto bianco", con la produzione di gioielli di grandi dimensioni in metallo rodiato e un largo impiego di Swarovski incastonati a mano. In questo periodo le stiliste Elsa Schiaparelli e Coco Chanel incoraggiano le clienti a indossare i gioielli fantasia mescolati a quelli veri, sfidando ogni convenzione. S'inaugura così la produzione di oggetti non preziosi legati al mondo della moda e la bigiotteria diviene "costume jewelry", ovvero un accessorio pensato per essere abbinato a uno stile o a un abito indossato in occasioni particolari. Presto, però, la mancanza di cristalli Swarovski, dovuta a problemi nell'importazione dall'Europa, costringe i designer a puntare sempre più sul metallo e sulla fantasia delle creazioni. Si realizzano, pur in tempi di grande disagio economico e sociale, i gioielli fantasia più belli e interessanti di tutta la storia della bigiotteria e tutti i produttori cercano di rispondere all'esigenza di evasione dalla cupa realtà del secondo conflitto mondiale.

TRA I PROTAGONISTI DELLA 'RIVOLUZIONE DEL GIOIELLO' AVVENUTA NEL SETTECENTO, CHE SANCISCE LA NASCITA DEI GIOIELLI FANTASIA, TROVIAMO GEORGE FREDERIC STRASS, INVENTORE DELLO STRASS

zata in ferro, rame e alluminio. La guerra e il nuovo ruolo sociale delle donne influenzano la moda e la produzione del gioiello fantasia segue la tendenza artistica dell'Art Déco, con linee geometriche ispirate all'arte cubista. Lo sviluppo di nuovi materiali come la bachelite e il nichel e il riutilizzo di quelli vecchi come lo stagno danno un nuovo impulso, là dove i gioielli falsi non sono più tentativi d'imitazione ma hanno forme e colori propri. In questo periodo negli Stati Uniti nascono i più importanti produttori di gioielli a basso costo, come Eiseberg, Coro e Trifari. La fine degli anni Venti è segnata

Infatti, con la Seconda guerra mondiale il settore della gioielleria subisce un nuovo arresto: ritornano i gioielli semplici e vengono prodotti i cosiddetti "gioielli patriottici" con gli emblemi militari. Alla fine del conflitto, con il miglioramento del tenore di vita, i gioielli riprendono posto nella quotidianità e anche il gioiello fantasia si trasforma in oggetto di lusso che segue i dettami dello stile e dei creatori di moda come Christian Dior. La ditta Swarovski inventa dei cristalli dal colore cangiante (aurora boreale) palesemente falsi ma di grande effetto. Ma la vera epoca d'oro per la bigiotteria inizia a metà



del XX secolo: la nuova classe media vuole dei bei gioielli a prezzi accessibili e questa domanda coincide con lo sviluppo della tecnologia industriale, che rende possibili accurate riproduzioni. In America cambia la struttura sociale e così pure la ricchezza reale, quindi ogni donna può possedere almeno un pezzo di bigiotteria, economico e alla moda. Fondamentale nella divulgazione dei gioielli fantasia è il ruolo di Hollywood, quando le star degli anni Quaranta e Cinquanta indossano nei film e nella vita pezzi firmati dai principali designer e dive come Vivien Leigh, Elizabeth Taylor e Jane Russell appaiono nelle pubblicità di gioielli poi disponibili in commercio. Sono marchi e designer come Crown Trifari, Dior, Chanel, Schiaparelli, Haskell, Monet, Corocraft a rendere popolare la produzione della bigiotteria. Nei primi anni Sessanta, accanto alla ribellione giovanile, si diffonde la nuova immagine dello stile spaziale e della Optical Art, con proposte di gioielli innovativi, realizzati in materie plastiche che possono essere tagliate e colorate. Alla frenesia del consumismo si contrappone il movimento hippy “Flower Power”, teso alla diffusione di ideali basati su valori non mercantili. Tipici di questo periodo sono i ciondoli con il simbolo della pace, i gioielli con i segni zodiacali e le spille in latta smaltata a forma di fiore. Negli ultimi anni i collezionisti sono tornati a valorizzare la bigiotteria d’epoca e i monili di fascia alta sono diventati “da collezione”, acquistando valore nel tempo. Oggi esiste un mercato per i gioielli vintage che attira un numero sempre più nutrito di appassionati, alla ricerca di pezzi d’autore firmati oppure di accessori dal design originale e insolito.

Il fascino di un gioiello prezioso per i tuoi momenti speciali

GIOIELLERIA
ORALBA

Piazza Gramsci 19 • 0131.927022
VALENZA.

VENDITA DI LINGOTTI E MONETE DA INVESTIMENTO



Negli anni Venti stiliste come Elsa Schiaparelli e Coco Chanel, sfidando le convenzioni, incoraggiano le clienti a utilizzare gioielli fantasia dalle forme stravaganti, mescolando i gioielli veri con quelli falsi. La bigiotteria diventa 'costume jewelry', un accessorio pensato per essere abbinato a uno stile o a un abito e indossato per un'occasione particolare



Nella pagina a fianco, parure marchiata Dior by Kramer. In questa pagina, in alto parure di Hattie Carnegie, in basso da sinistra, bracciale di Hobe e spille di Coro, Pennino e Eisenberg

BIGIOTTERIA AMERICANA, PRODUTTORI E DESIGNER

CORO. Nel 1901 Emanuel Cohn e Gerard Rosenberg aprono un'attività di gioielli a New York, nota come Coro, che negli anni Venti diventa il più grande produttore di bigiotteria americano. La società, con oltre 80 marchi, realizza gioielli come le spille *duette*, con soggetti di animali, fiori, disegni geometrici, e i *figurali Jelly Belly* con pietra centrale lucida (nota come "pancia di gelatina" e ideata da Tri-fari). Coro nel 1979 cessa la produzione negli Stati Uniti ma resta attiva in Canada. I trembler smaltati, i disegni stravaganti di Adolph Katz e i gioielli in argento messicano sono molto ricercati dai collezionisti.

EISENBERG. Fondata nel 1914, la società Eisenberg in origine si occupa di abbigliamento e profumi. I primi gioielli completavano gli abiti e solo dopo il 1958 l'azienda produce gioielli di alta qualità e bigiotteria con cristalli Swarovski. Durante la sua attività, durata fino al 1993, la società ha usato diverse marcature. Oggi i gioielli di Eisenberg sono molto popolari tra gli amanti del vintage.

HATTIE CARNEGIE. Hattie Carnegie (Henrietta Kanengeister) nasce a Vienna nel 1889 ed emigra negli Stati Uniti dove, tra gli anni Venti e Cinquanta, diviene una famosa stilista. Nel 1909 con la sarta Rose Ruth Purchaser apre diversi negozi di abbigliamento a New York e in seguito fonda la Hattie Carnegie Inc. per produrre i gioielli da abbinare agli abiti. Le sue creazioni, originali e stravaganti, amate da star del ci-

nema come Joan Crawford, erano realizzate in perle, pietre, perline di plastica, strass e altri materiali, con smalti e metalli placcati in oro e argento. La sua produzione termina nel 1970 e include pezzi orientali, trembler o noddler e figurali, oggi altamente collezionabili.

HOBE. 1887 Hobe è il nome di un'azienda fondata a Parigi nel 1887 dal maestro orafo Jacques Hobe. Nel 1927 suo figlio William apre a New York la società Hobe Cie Ltd. N.Y, che all'inizio disegna costumi e gioielli per le Zigfield Follies. I gioielli Hobe sono realizzati con pietre di alta qualità che impreziosiscono la lavorazione di argento, platino e metallo placcato oro. Durante gli anni Cinquanta l'azienda produce gioielli per



L'EPOCA D'ORO DELLA BIGIOTTERIA INIZIA
NEL VENTESIMO SECOLO E COINCIDE CON
LO SVILUPPO DELLA TECNOLOGIA INDUSTRIALE.
L'USO DI NUOVI MATERIALI DÀ NUOVO IMPULSO
LÀ DOVE I GIOIELLI FALSI NON SONO PIÙ TENTATIVI
DI IMITAZIONE MA HANNO FORME PROPRIE

l'industria cinematografica di Hollywood e per le collezioni personali delle star del cinema, oggi molto ricercati dagli appassionati.

LISNER. La D. Lisner & Company è fondata a New York nei primi anni del Novecento. Negli anni Cinquanta la società produce una gamma di gioielli di alta qualità (linea Richelieu) con l'utilizzo di pietre e strass aurora boreali superiori, una linea di media qualità e una a basso costo simile ai gioielli Coro. I gioielli Lisner sono realizzati con strass colorati, plastica thermoset modellata e pietre di lucite e mostrano nel disegno l'influenza Art Déco. Nel 1978, la società cambia nome in Lisner-Richelieu Corporation, per poi cessare l'attività nel 1985.

MIRIAM HASKELL. La designer di gioielli Miriam Haskell inizia l'attività nel 1926 a New York ed è nota per la produzione di bigiotteria realizzata a mano in ottone e rame con materiali di qualità come perle, strass, turchese, conchiglie, bachelite e corallo, dai disegni eleganti di fiori e animali, che diventano nel tempo sempre più elaborati e colorati. I gioielli di Miriam Haskell sono altamente ricercati dai collezionisti.

MONET. Nel 1928 i fratelli, Michael e Jay Chernow fondano a Providence la Monocraft Products Company, che realizza monogrammi placcati in oro sulle borse. Intorno al 1937 l'azienda si espande e inizia a produrre gioielli con il marchio Monet. In seguito, negli anni Quaranta, Monet utilizza l'argento sterling e la placcatura in argento, oltre al placcato in

oro, per realizzare gioielli molto resistenti e duraturi. Nel 2000, dopo oltre 75 anni di produzione, la società viene acquistata da Liz Claiborne Inc. La gioielleria Monet ha sempre mantenuto un'alta qualità in grado di soddisfare il mercato, con stili e design sempre al passo coi tempi.

NAPIER. La società Napier nasce nel 1875 a Attleboro, città del Massachusetts, negli Stati Uniti, producendo l'orologio da uomo tascabile in argento denominato "Whitney and Rice". Nel 1882 la compagnia viene ribattezzata Carpenter and Bliss e la produzione si sposta in Connecticut. Nel 1922 diviene presidente James Napier, che inizia a produrre gioielli con marchio Napier. Va sottolineato che durante le due guerre mondiali, l'azienda non interrompe la lavorazione ma produce medaglie militari. Negli anni Cinquanta la first lady Mamie Eisenhower definisce il suo bracciale Napier, della collezione egiziana, il suo gioiello preferito, sancendo così il successo dell'azienda. La Napier Company cessa l'attività nel 1999, pochi mesi prima di compiere 125 anni.

PENNINO. Nel 1927 i tre fratelli Pennino, figli del gioielliere napoletano Pasquale Pennino, emigrato a New York, registrano la compagnia Pennino Brothers e aprono un laboratorio. Realizzati in cristallo di alta qualità, con bordi in oro o argento, dal design classico, i prodotti Pennino raggiungono il successo negli anni Trenta e Quaranta. Le decorazioni si distinguono per linee morbide, motivi floreali, piccoli strass tra-



Nella pagina a fianco, a sinistra spilla di Schiaparelli, a destra trio di spille di Eisenberg. In questa pagina, dall'alto due spille di Miriam Haskell e una spilla di Eisenberg

sparenti e grandi cabochon di colori vivaci. Grazie all'alta qualità, gli ornamenti Pennino sono molto ricercati.

REGENCY. La storia del marchio Regency inizia a New York dalla famiglia Polowitz, già proprietaria della Regina Novelty Company. In vent'anni di attività, dagli anni Cinquanta agli anni Settanta, lo stile dei gioielli di Regency è altamente riconoscibile, con i suoi tradizionali soggetti a tema di farfalla in vivaci tonalità e forme inaspettate oppure a foglia e floreali, con l'utilizzo di cristallo di rocca di alta qualità. Le creazioni con marchio Regency, specialmente quelle etichettate, sono molto ricercate dai collezionisti di bigiotteria.

SARAH COVENTRY. Viene aperta nel 1953 a Newark, New York, da Charles H. Stuart, già fondatore nel 1948 della Emmons Home Fashion Company. Entrambe le compagnie non progettano né producono gioielli, ma affidano il lavoro ad altre società manifatturiere.

I prodotti di Sarah Coventry, realizzati per uomo e donna, vengono indossati e venduti durante le sfilate di moda e in vendite private fino alla metà degli anni Ottanta, quando la società tenta la distribuzione nei negozi e nei centri commerciali, decretando però, subito dopo, il suo fallimento.

SCHIAPARELLI. Elsa Schiaparelli (1890-1973) nasce a Roma. Talentuosa designer di gioielli, la sua produzione trae ispirazione dall'arte surrealista, e negli anni Trenta stupisce pubblico e critica. Per Schiaparelli la bigiotteria è un'arte indipendente, parte integrante dell'abbigliamento. Gli accessori realizzati negli anni Venti e Trenta hanno forme inaspettate e temi fuori dal comune come il circo e l'astrologia; anche le forme naturali acquisiscono linee stilizzate e caratteri stravaganti propri del Surrealismo. Negli anni Cinquanta, Schiaparelli crea una serie di decorazioni con motivi astratti, floreali e animali, con l'uso di pietre e colori insoliti, ancora oggi molto popolari tra i collezionisti.

TRIFARI. Gustavo Trifari, emigrato dall'Italia, fonda la sua attività a New York nel 1910, dopo essere stato designer di gioielli e socio dello zio nella Trifari & Trifari. Il marchio Trifari è uno dei più noti, anche grazie al supporto del designer Alfred Philippe, che in precedenza aveva lavorato per le maison di alta gioielleria Cartier e Van Cleef & Arpels, che disegna i gioielli Trifari dal 1930 al 1968 caratterizzandoli con look distintivo e grande qualità. Le figurine in vermeil, i fiori retro e le "panche di gelatina" degli anni Trenta e Quaranta sono molto ricercate dai collezionisti.

WEISS. Albert Weiss, designer e produttore di gioielli, già dipendente dell'azienda Coro, nel 1942 fonda la Albert Weiss & Company Inc. Per i suoi gioielli Weiss utilizza strass chiari, colorati e aurora boreali, perle, pietre trasparenti e di vetro, con montature in metallo. La società cessa l'attività nel 1971. I pezzi più ricercati dai collezionisti sono i gioielli con strass tempestati di gemme che raffigurano farfalle e insetti.



DOPO GRANDE DEPRESSIONE E COVID LA SOLITA CAPACITÀ DI RIPARTIRE

Valenza ha saputo lasciarsi alle spalle non soltanto la grande depressione del 2008, è anche riuscita a limitare i danni di un'altra emergenza, quella legata alla crisi dei mercati a causa della pandemia. E i risultati adesso si vedono

Valenza oggi è una città che ha saputo ripartire. Che ha saputo lasciarsi alle spalle non soltanto la grande depressione del 2008 ed è anche riuscita a limitare i danni di un'altra emergenza, quella legata alla crisi dei mercati a causa della pandemia.

Il 2020, annus horribilis per tutti, ha imposto uno stop ai laboratori giusto per il periodo del lockdown, ma poi la produzione è ripresa e la risalita verso fatturati pre-covid è stata abbastanza veloce. Tanto che i dodici mesi successivi sono stati, a detta di molti operatori del settore, quasi irripetibili per il lavoro e il volume di affari che ne è stata la logica conseguenza. Una crescita del comparto che ha portato benefici anche all'economia provinciale, come emerge dai periodici rilevamenti di Confindustria Alessandria, quelli presentati nell'indagine congiunturale per trimestre. Quella che certifica una caratteristica delle imprese alessandrine, la vocazione all'export. Con il settore gioielleria,

però, a fare da traino, visto che nel distretto orafa - dove la patrimonializzazione è molto alta: 45,5% contro i 29,8 di Arezzo e i 34,5 di Vicenza - si concentra un terzo delle esportazioni.

Oggi, le imprese orafe valenzane sono 756 e gli operatori 4.500. Qui si lavorano 30mila chili di oro all'anno, il 90% delle pietre preziose importate in Italia e i più grandi brand mondiali vi realizzano i loro gioielli.

Si diceva dei brand. La presenza delle grandi firme (l'ultima aggiunta sarà Cartier) è la conferma di quanto valga la città. Che nel terzo millennio comincia a lasciare da parte quell'atteggiamento di ritrosia nel mostrare le produzioni di casa propria («ho paura che me le copino») e si apre alle novità. Ad esempio prendendo atto di quanto continuo, nel 2022, le certificazioni.

Alcune sono particolari e toccano l'aspetto etico, che sembra interessare gli operatori. L'esempio viene dall'affollato convegno organizzato in autunno



a Palazzo Pellizzari, sede del Comune. Aperto da un intervento del sindaco, Maurizio Oddone, che nel dichiararsi «orgoglioso che Valenza sia conosciuta in tutto il mondo», sottolinea come «iniziative come questa ne riconoscano il ruolo». Parlava dell'incontro, promosso da Confindustria e Agenzia delle accise, delle dogane e dei monopoli, per spiegare cosa sia Kimberley Process: uno strumento di tracciabilità che implementa uno schema di certificazione per l'import e l'export dei diamanti grezzi e che rappresenta il più importante impegno internazionale di responsabilità sulla fornitura di pietre preziose. Alessia Crivelli, la presidente del Gruppo aziende orafe valenzane di Confindustria Alessandria, aveva chiarito il senso di quel convegno: «Promuovere l'approccio sempre più sostenibile delle nostre aziende ai mercati internazionali, attraverso l'adozione di pratiche responsabili nell'approvvigionamento dei preziosi provenienti da zone ad alto rischio o interessate da conflitti. Ma anche per ridurre il finanziamento dei gruppi armati con i proventi dello sfruttamento dei minerali locali. Per il nostro settore – aveva aggiunto – la tracciabilità è un tema etico di estremo rilievo».

DALLA FONDAZIONE 'MANI INTELLIGENTI' UN PASSO AVANTI SULLA STRADA DELLA LOGISTICA DEL GIOIELLO

L'IMPORTANZA DELL'E-COMMERCE

Nel mondo che cambia, un aiuto a quello straordinario reticolo di piccoli (ma grandi) laboratori può arrivare dal web e dalle startup innovative come 'Gioielleria Italiana', che quest'anno era presente alla fiera di Vicenza.

Sede legale ad Albissola, operativa a Valenza, questa nuova impresa ha lanciato uno slogan accattivante che non è una trovata pubblicitaria ma ne sintetizza gli obiettivi: 'Il gioielliere sei tu'. In sostanza, il cliente potrà esaminare il catalogo digitale, scegliere il gioiello e dare indicazioni su come realizzarlo. Appena più 'anziana' è 'Doralia', una startup nata nel 2018 con lo scopo di internazionalizzare i piccoli artigiani dei più importanti distretti orafi, dando loro la possibilità di vendere, in questo caso, negli Stati Uniti, e anche di prenotare pacchetti

viaggio esclusivi e di lusso nelle località in cui vengono prodotti gli articoli. Tutto questo grazie all'e-commerce. Insomma, la vendita online ha da tempo affiancato quella tradizionale. Valenza, in realtà, ha un altro problema, rappresentato dalla logistica. Per dirla molto semplicemente, dai difficili collegamenti con le più importanti città del Nord, ma anche con quelle vicine, vista la particolare posizione della stazione ferroviaria.

Un passo in avanti sulla strada che dovrebbe portare a quella che viene definita la 'logistica del gioiello' è arrivato nei mesi scorsi, quando la Fondazione Slala è entrata a far parte di 'Mani Intelligenti', che a sua volta ha aderito a Slala.

In quest'ottica rientra anche l'adesione di 'Di Valenza' e il quadro, dunque, si completa.

IERI, OGGI E DOMANI

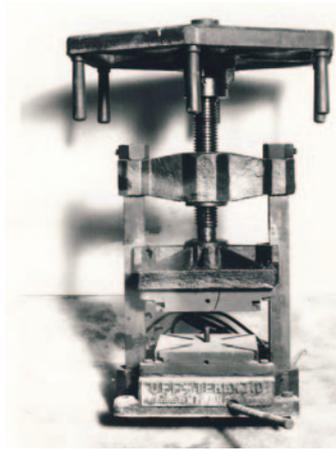


*La tecnologia oggi aiuta
il lavoro, ma la manualità
è ancora fondamentale
per le creazioni in laboratorio*

LA STORIA DELLE AZIENDE È UNA BANCA DATI DAL VALORE STRAORDINARIO

La radiografia completa delle aziende orafe è fissata sul portale 'archiviorafvalenza.it' realizzato dalla Biblioteca civica della città. Quella che si trova nel palazzo dove ha sede anche l'attivissimo Centro comunale di cultura. È il frutto di un lavoro iniziato nel 2016





Intanto la storia delle aziende orafe è fissata sul portale 'archiviorafivalenza.it' realizzato dalla Biblioteca civica della città. Quella che si trova nel palazzo dove ha sede anche l'attivissimo

passare del tempo, la banca dati delle aziende (conditio sine qua non: avere almeno quarant'anni di attività) si è sempre più arricchita e da anni, dunque, è a disposizione per chi volesse consultarla. E non soltanto per gli addetti ai lavori. Per giunta con una ricca bibliografia. Da segnalare, ovviamente, lo spazio dedicato al Museo dell'Oreficeria Diffuso (MOD), che racconta l'identità storica di Valenza «attraverso una narrazione affidata non a un singolo luogo ma a un insieme di luoghi: fisici e virtuali, uniti da un itinerario tematico». Ad

**IL MUSEO DELL'OREFICERIA DIFFUSO (MOD)
RACCONTA L'IDENTITÀ STORICA DI VALENZA
ATTRAVERSO UNA NARRAZIONE AFFIDATA NON
A UN SINGOLO LUOGO MA A UN INSIEME
DI LUOGHI: FISICI E VIRTUALI**

Centro comunale di cultura. È il frutto di un lavoro iniziato nel 2016, dapprima con la difficoltà di convincere le imprese che si trattava di una operazione archivistica e che il Fisco – tanto per parlar chiaro – non c'entrava per nulla. Ma con il

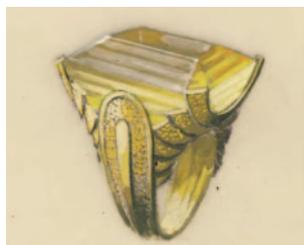
esempio, presso l'antico complesso di San Domenico è ospitata la ricostruzione di un laboratorio orafa dei primi del Novecento, con attrezzi, macchinari e oggetti che appartengono alla preziosa collezione che, negli anni, gli Amici del Museo



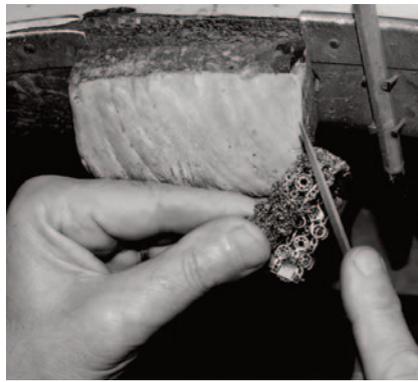
Il Museo Diffuso ha ricostruito un laboratorio dei primi del Novecento, con attrezzi, macchinari e oggetti conservati dagli Amici del Museo dell'Arte Orafa

dell'Arte Orafa di Valenza hanno conservato e ordinato. Le altre due sedi del MOD sono il Centro comunale di cultura e la rotonda di largo Costituzione, dove sono visibili antichi macchinari per la lavorazione dell'oro.

«È stato faticoso – confessa Riccardo Massola, il direttore della biblioteca valenzana oggi fresco di pensione – : c'era molto materiale su cui muoversi, ma mentre alcune aziende avevano già un loro archivio, consultabile e pronto per il lavoro che dovevamo fare, per altre non era così». Ma anche in questo caso è emersa l'unicità tutta valenzana che è anche segno di genialità ed estro. Esempio: gli schizzi, realizzati negli anni Cinquanta del secolo scorso, dal titolare di una storica azienda, sulla pubblicità di un albergo di Lucca. Raffigurano una tartaruga e la cantante Joséphine Baker e queste tracce, portate a casa, saranno il punto di partenza per la creazione di importanti gioielli.



La genialità e l'estro degli orafi è testimoniata anche dagli schizzi. Preziosi e conservati dal MOD



Le fasi di lavorazione del gioiello sono documentate nelle immagini. E con il fascino del bianco e nero

Il fascino della storia valenzana è raccontato da cinque interviste video. Sono le storie di un imprenditore come Giovanni Bosco; di una pulitrice, Giovanna Sacchi; dell'incassatore Severino Masteghin; dell'imprenditore e viaggiatore Enrico Terzano; di Severino Michielon, che - classe 1931 - era l'orefice più anziano d'Italia. Orefice anche durante il servizio militare («venivano tutti a chiedermi l'oggettino, dai caporali fino agli ufficiali»). Uno che di notte aveva sognato come realizzare il cavallo alato per De Crescenzo Jewels, che poi di giorno era stato disegnato e quindi portato a termine.

La banca dati delle aziende è cresciuta con il passare degli anni. Si è arricchita e la conferma della sua autorevolezza sta nella richiesta di esserci che adesso arriva anche da parte di quelle aziende che, contattate anni addietro per essere inserite, non avevano preso in grande considerazione l'invito.

Consultando il sito si possono trovare la storia della città dell'oro e il dizionario del dialetto valenzano legato al mondo orafa. È il risultato è un lavoro che parte dal passato ma guarda al futuro.

«Non credevano di riuscire a fare una cosa del genere - spiega Massola -. Questo è un luogo che raccoglie tutto e che è frequentato anche dai non orafi e dagli studenti». Dunque, che intende avere anche una funzione formativa, ma che intanto raccoglie cinquant'anni di pubblicità del settore gioielli. Come sempre accade quando si portano a termine opere di questo livello, non è secondario - anzi - il sostegno degli sponsor. Nella fattispecie, Comune di Valenza, Museo dell'Oreficeria Diffuso, Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria e Regione Piemonte. Con Massola, ha lavorato, in questi sei anni di raccolta dati e progetti, la dottoressa Francesca Rusconi, punto fermo della Biblioteca.

DOTT. GIANPAOLO PIANA

Consulente Finanziario e Previdenziale

Piazzetta Stura, 5 · **OVADA**

Via Marengo, 16 · **ALESSANDRIA**

gianpaolo.piana@zurichbank.it
www.gianpaolopiana.it

Tel. 0143 417862 • cell. 333 6712602





«La linea che ha avuto un grande successo e che mi ha consentito di aprire anche in Germania, a Roma e Firenze è quella di spille al girasole che avevo inventato...»

GIOVANNI BOSCO
IMPRENDITORE

<https://youtu.be/N4UyAxjsyek>



«Il mestiere dell'incassatore non si finisce mai di imparare. Io insegnavo facendo vedere il lavoro ... li mettevo subito a "sferruzzare" come si diceva...»

SEVERINO MASTEGHIN
INCASSATORE

<https://youtu.be/ht09Tj4Zs1Y>



«Ho iniziato a fare le griffe a mano e poi si faceva il contorno e si metteva su la cera e poi si saldava, si toglieva dalla scagliola e si imbottiva per far rialzare le griffe...»

SEVERINO MICHIELON
OREFICE

<https://youtu.be/haf1ziK7V7c>



«Ci davano un filo d'oro da mettere in una specie di morsa, poi a ogni intreccio si saldava ma la paga era bassa e un giorno siamo andati alla Camera del Lavoro...»

GIOVANNA SACCHI
PULITRICE E SINDACALISTA

<https://youtu.be/xAtq0oCzXy4>



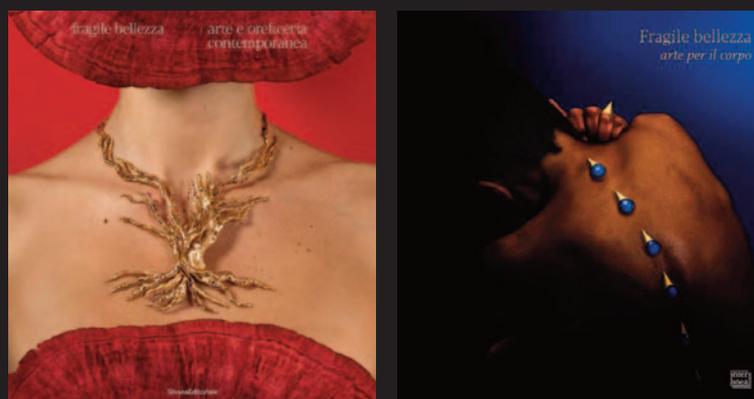
«Ho cominciato come "garzoncino" e si viveva parlando di oreficeria, non c'erano le scuole dove imparare, abbiamo iniziato a vendere ai "viaggiatori di Valenza"...»

ENRICO TERZANO
IMPRENDITORE E VIAGGIATORE

https://youtu.be/LICU_jj9HHM

www.archiviorafivalenza.it

FRAGILE BELLEZZA: LA FRESCHEZZA E LA CREATIVITÀ, CARTE DA GIOCARE PER LA CRESCITA DEI PROSSIMI ANNI



Una piattaforma dedicata all'incontro tra artisti e aziende orafe, per rinnovare una lunga tradizione di scambi, frequentazioni e collaborazioni. Una tradizione molto valenzana, che risale agli anni Cinquanta, quando aveva visto la partecipazione anche di Renato Guttuso e Aligi Sassu

*Le formula – abbinare gli artisti
alle aziende – è la stessa
adottata a metà del Novecento.
Una tradizione valenzana*



Tra i nuovi progetti c'è 'Fragile bellezza'. Si tratta di una piattaforma dedicata all'incontro tra artisti e aziende orafe, per rinnovare una lunga tradizione di scambi, frequentazioni e collaborazioni. Una tradizione molto valenzana, che risale agli anni Cinquanta, quando aveva visto la partecipazione anche di Renato Guttuso e Aligi Sassu, e che oggi viene rinnovata sperimentando nuovi contenuti e creatività. A cura di Lia Lenti e Domenico Maria Papa, da tre anni è un omaggio alla storia di un distretto produttivo, alla sua sapiente manualità, al suo territorio e, insieme, una testimonianza di costante innovazione estetica.

Complessivamente le opere sono 16. 'Brambles', una collana a maglie ovali in titanio disegnata da Elisa Bertaglia, è abbinata all'azienda Margherita Burgener. 'Genesis', un ciondolo con patina in platino e in oro rosa di Emilia Faro, a Monile-Jewels of Italy. 'Fiorecchino', dell'acquerellista Angelo Maisto, ha trovato il gradimento di Angry.

'Infinito Eclisse', di Ernesto Morales, quello di Gioj, che ha anche realizzato 'Disumano' della poliedrica Viola Pantano e 'Anti-social car/jewel' della stessa artista. Il collier 'La fragilità degli abbracci' nasce da un'idea dell'argentina Elizabeth Aro,

da molti anni residente in Europa, prima in Spagna e poi in Italia. 'Home' è una clip per capelli che nasce dall'estro e dalle performance di Guler Ates e che ha come partner Crivelli Srl. Anche 'Achillea', oggetto in oro rosa, argento e plastica riciclata pensato da Enrica Borghi, è prodotto da Margherita Burgener. Gli anelli 'Lights and shadows of woman', di Antonio De Luca, sono stati affidati a Ofir Srl. La semisfera 'Alt', dello scultore Paolo Delle Monache, ha incontrato la collaborazione di Villa Pedemonte Atelier Srl.

'Stetoscopio sentimentale' dell'alessandrino Mario Fallini, è stato prodotto da Leo Pizzo Spa. La sottile collana 'Nello spazio e nel tempo/Raffaello Sanzio', del giapponese Fukushi Ito, l'ha realizzata Il Diamante Snc. 'Nemesis/At Least For Now', di Carlo Galfione, è il frutto del lavoro della Scuola orafa For.Al 'Vincenzo Melchiorre'. Il vinile 'Embrace', creato dal duo Project-TO (Riccardo Mazza e Laura Pol), è ancora di Gioj Srl. La realizzazione del ciondolo 'Gold Horse&Interjection', di Alice Zanin, è di Ceva Gioielli Srl.

La formula è quella già adottata a metà Novecento. L'opera viene prodotta in due copie: una resta all'artista, l'altra all'azienda. Durante il periodo critico della pandemia, le realiz-

zazioni, esposte a San Bartolomeo, erano state riprese da un drone. Adesso, le due nuove che rientrano nell'edizione del 2022 sono state ospitate, il 16 dicembre scorso, all'interno della mostra 'Spiritualità contemporanea. Arte e oreficeria nelle collezioni private', curata dalla stessa Lenti e da Rino Tacchella. Sono di Garbolino Rù e di Sabrina Milazzo e affrontano lo stesso tema dell'esposizione.

I gioielli sono nati dalla collaborazione sinergica con le aziende Gioj e Orsini. La sede è Palazzo Valentino e l'iniziativa, promossa dal Comune di Valenza per i 400 anni dalla Fondazione del Duomo di Santa Maria Maggiore, presenta una selezione di dipinti, sculture e opere di oreficeria prodotti tra il XX e il XXI secolo. Sono opere di Elizabeth Aro, Felice Atzori, Dina Bellotti, Leonardo Bistolfi, Matteo Bonafede, Pasquale Bruni, Mario Buccellati, Alberto Caffassi, Bruno Cassinari, Saverio Cavalli, Sandro Cherchi, Guillaume Corneille, Annibale Cusi, Damiani, Chiara Dynys, Agenore Fabbri, Giorgio Facchini, Enrico Goretti, Emilio Isgro, Misha Kahn, Emanuele Luzzati, Angelo Camillo Maine, Giacomo Manzù, Arturo Martini, Umberto Mastroianni, Pietro Melandri, Aldo Mondino, Pietro Morando, Mario Ornati, Eugenio Pieraccini, Angelico Pistarino, Arnaldo Pomodoro, Egle Pozzi Biginelli, Umberto Recalcati, Laura Rivalta, Piero Ruggeri, Vittorio Rullo, Antonio Sabatelli, Paolo Spalla, Adriano Tuninetto, Barbara Uderzo, Luigi Visconti.

La mostra sarà fruibile anche nel metaverso. Palazzo Valentino è stato perfettamente ricostruito da Francesco Cioccolo, esperto di social media marketing, in team con la giovane designer Jasmine Celon. Un'iniziativa virtuale che consentirà di uscire dai confini nazionali.

«La tecnologia serve al prodotto seriale e questo in qualche modo è deprimente. Servono invece freschezza, leggerezza, proposte. E il talento trova soluzioni. Come attirarlo? Questa è la strada di 'Fragile bellezza', in cui artista e aziende hanno collaborato per trovare alchimie e soluzioni giuste per farsi traduttrici di questo percorso.

Tutte le imprese orafe che sono state contattate erano entusiaste, hanno lavorato con divertimento. Ci sono, certo, delle regole: niente obbligo di utilizzare materiale prezioso, produrre due pezzi e le opere non devono avere carattere commerciale. Ma c'è molto spazio per aiutare i giovani a emergere».

Le parole di Lia Lenti fotografano il senso del progetto, «un

esperimento che guarda al futuro. Del resto gli artisti, guardando al futuro, hanno sempre qualcosa da dire. Per gli orafi è una sfida, si tratta di ragionare su come si raggiunge la bellezza. E questo tipo di comunicazione va oltre la dimensione del distretto. E come tutti i progetti fragili, anche questo va sostenuto».

Una studiosa come Lia Lenti, che ha un approccio scientifico alla storia del gioiello, non può non raccontare cosa è stato e che cos'è il distretto delle 756 imprese: «È un caso unico di continuità nel fare gioielleria – spiega –, perché se a Parigi ci sono anche moda, arte e lusso e se i francesi sono maestri del savoir faire, bisogna dire che Valenza ha dato tantissimo a questo mondo. Non solo dal punto di vista della creatività, ma anche per la capacità di fare impresa e per come implementare la tecnologia. Il banco orafico, così com'è oggi, nasce a Valenza a fine Ottocento e si tratta di una migrazione che fa crescere il livello del lavoro, la qualità, l'applicazione. Prendiamo l'incassatura. Si esprime attraverso un apporto tecnico-artistico notevole, tanto che in molti casi si riconosce la mano del maestro. Ecco, 'Fragile bellezza' è un modo diverso per arrivare al savoir faire».

Che i tempi cambino si è già detto: «Oggi la modellazione – sottolinea la professoressa Lenti – avviene anche attraverso il digitale, dove però ci vuole la qualità per portare a termine la tridimensionalità. Ma non ci sono soltanto gli strumenti. Se andiamo a monte scopriamo che c'è un'idea creativa, che ci vogliono persone».

Valenza, dunque, è sempre protagonista, è stata «elemento fondamentale per la nascita del Made in Italy, lo è per la lavorazione delle pietre preziose, che non sono soltanto diamanti. Qui ci sono maestrie. E poi il gioiello è uno dei prodotti più consumati a livello individuale e, a livello globale, la sua richiesta crescerà proprio perché viviamo in una società fortemente individualistica. Il gioiello è crossmediale, ha molti significati. Oggi non necessariamente è riconosciuto come un oggetto realizzato con materiale prezioso, ma si identifica con i concetti di stile e qualità della vita, con il raggiungimento di un sogno. La prima spinta verso la crescita dell'economia cittadina si è avuta nel periodo dell'Unità d'Italia, con la borghesia, che aveva sostenuto il Risorgimento, prima consumatrice. La seconda si è avuta con la nascita dell'Aov. Valenza, in ogni caso, ha gli anticorpi per superare le crisi, li ha sempre trovati».



LIA LENTI

STORICA DELL'ARTE
ESPERTA E STUDIOSA DEL GIOIELLO

È attiva nel settore del gioiello dal 1995. Autrice di numerosi saggi specialistici e di monografie tra cui Dizionario del gioiello italiano e Gioielli e gioiellieri di Valenza (ambidue editi da Umberto Allemandi), cura e collabora a mostre e rassegne dedicate al gioiello in Italia e all'estero. Membro di prestigiosi comitati scientifici ha coordinato convegni di studio, come Gioielli in Italia, rivolti all'approfondimento e alla divulgazione della storia della gioielleria; in qualità di esperto ha partecipato attivamente a commissioni di studio impegnate nella conservazione e nell'implementazione della qualità della produzione orafa. Attualmente, oltre all'attività di docenza universitaria e peritale presso IED/Torino e CorsiArte/Milano, è curatrice del progetto Fragile bellezza volto alla valorizzazione della creatività nel mondo del gioiello. *Foto di Giacomo Artale*

www.lialenti.it

LE OPERE DI FRAGILE BELLEZZA

BRAMBLES

2021



Collana a maglie ovali in titanio con pendente ovale anch'esso in titanio inciso a bulino. L'oggetto è stato realizzato completamente a mano, 6 centimetri (pendente) pendente e catena 43,5 cm

ARTISTA ELISA BERTAGLIA

Con le sue opere indaga temi legati alla formazione dell'identità, all'inconscio, alla memoria, al rapporto uomo-Natura e lo fa utilizzando un vocabolario che afferisce al mondo dei simboli e del sogno. Il disegno diventa per lei strumento di indagine dei recessi più intimi e le ambientazioni risultano surreali e fiabesche con un effetto straniante.

AZIENDA MARGHERITA BURGNER

La linea di gioielli Margherita Burgener è stata creata nel 2002 e la sua vicenda si collega a quella di una storica azienda di Valenza fondata da Carlo Lombardi e Renzo Camurati nel 1966 e che oggi è la Lombardi Massimo Srl con marchio identificativo 2003 AL. Margherita Burgener ha una produzione di alta gioielleria e di pezzi unici presentati principalmente attraverso le case d'asta internazionali come gioiello di design contemporaneo.

GENESIS

2021



Sviluppo del disegno originale mediante CAD. Fusione a cera persa, finitura a mano, trattamento di superficie in parte lucido in parte martellato, patina in platino e in oro rosa applicata con procedura galvanica. Argento, oro, platino, n. 1 diamante ct. 0,10. Ciondolo 15 cm, con catena totale 65 cm

ARTISTA EMILA FARO

Propone una produzione intensa che si carica di elementi derivati dal suo vissuto uniti a quanto invece riguarda più in generale la condizione umana. L'uomo contemporaneo è concepito in rapporto con l'ambiente, la Natura (materna e complice), l'eterno ritorno e l'infinito. Gli istinti primari, così come il piacere e il dolore, Eros e Thanatos, che appartengono alla vita di tutte le creature, sono rappresentati nella loro ambivalenza e nella loro evoluzione. Elementi vegetali, forme, statue e modelli inanimati, creati dalla Faro, si caricano di valenze mitiche, sciamaniche e terapeutiche. Gli aspetti autobiografici presenti nei suoi lavori si elevano a dimensione universale coinvolgendo in modo diretto lo spettatore.

AZIENDA MONILE – JEWELS OF ITALY

La ditta Arata Fratelli viene costituita nel 1966. Il fondatore dell'azienda è Aldo Arata, formato presso il laboratorio dell'orafo Carlo Barberis. Durante il suo apprendistato Arata impara varie tecniche e lavorazioni tra cui quella del platino. È così che nel 1977 nasce il marchio Monile per la lavorazione specifica di questo metallo. Da questo momento il platino diventa il materiale maggiormente utilizzato dall'azienda e il marchio Monile risulta identificativo della sua lavorazione. Nel 1990 le due aziende Arata Fratelli e Monile sanciscono la fine della loro collaborazione e risultano due entità distinte.

FIORECCHINO

2021

Assemblaggio, cnc prototyping, colorazione della ghirlanda del fiore realizzata con metodo E.Cotting, oro 750, argento 925, rubini naturali ct. 1,09, zaffiri gialli naturali ct. 0,92, plastica, piombo e ferro, 8 x 3 cm

ARTISTA ANGELO MAISTO

Angelo Maisto è acquerellista, autore di sculture assemblate e ideatore di una nuova storia naturale che il critico d'arte Valerio Dehò ha definito Codex Maisti. Attraverso le sue opere propone la creazione di un mondo popolato oltre che da uccelli, insetti, piante e fiori, che sembrano provenire da un erbario cinquecentesco, anche da creature che nascono dall'assemblaggio e dalla fusione di oggetti e di elementi che afferiscono a differenti ambiti e contesti. Nel suo lavoro emerge così l'interesse verso oggetti rari e insoliti che assemblati lo portano a sperimentare nuove forme dal significato simbolico, mettendo in evidenza come naturale e artificiale siano separati solo da una linea sottilissima.

AZIENDA ANGRY

L'azienda rappresenta, con la sua attività produttiva, un esempio di sistema integrato flessibile di realizzazione a mano del gioiello che copre dal design, alla prototipazione, dall'engineering, alla manifattura fino al controllo della qualità. Caratteristica precipua dell'azienda è quindi quello di disporre di un know-how sia artigianale sia tecnologico che garantisce un'elevata capacità di innovazione nell'ambito della produzione orafa. All'interno dell'azienda è presente un centro di prototipazione per lo sviluppo di tecniche e di design e, per tutelare i propri metodi produttivi, l'azienda ricorre all'utilizzo di brevetti. Angry è una delle aziende aderenti al Consorzio del Marchio Orafo DiValenza.



INFINITO ECLISSE

2021



Argento 925, diamanti e smalto, profusione, lavorazione canna, incassatura, smaltatura, 12,7 x 13,6 cm

ARTISTA ERNESTO MORALES

Presenta una produzione pittorica che si contraddistingue per una dimensione fortemente concettuale e contemplativa, celata sotto l'apparenza della rappresentazione figurativa. Nelle sue opere indaga tematiche quali la memoria, la distanza, l'impermanenza, l'evoluzione e la metamorfosi attraverso dipinti dalla forte dimensione metafisica in cui il senso dell'attesa e della sospensione sono dominanti. Che si tratti delle nubi (Clouds), delle foreste (Forests), delle città (Places) o delle costellazioni (Cosmo) la dimensione figurativa non sfugge al simbolo e alla trasfigurazione.

AZIENDA GIOJ

La manifattura (marchio identificativo 2465 AL) è stata fondata nel 1982 da Giovanni Mattacheo e Sauro Beneventi. Inizialmente venivano realizzate sia collezioni proprie, disegnate e prodotte nei laboratori interni, sia collezioni su richiesta di alcuni clienti con cui l'azienda lavorava in esclusiva. Il 2001 ha segnato la svolta per l'attività dell'azienda che da questo momento decide di dedicarsi esclusivamente alla creazione di linee realizzate per conto terzi. Ancora oggi però come avveniva in origine, la produzione della manifattura comprende anche la creazione di pezzi sartoriali, gioielli realizzati in un solo esemplare. L'azienda affianca all'attività artigianale la più moderna tecnologia impiegata nel settore orafa per un continuo sviluppo delle tipologie di prodotto. Gioj è uno dei soci fondatori della Fondazione Mani Intelligenti.

DISUMANO

2021

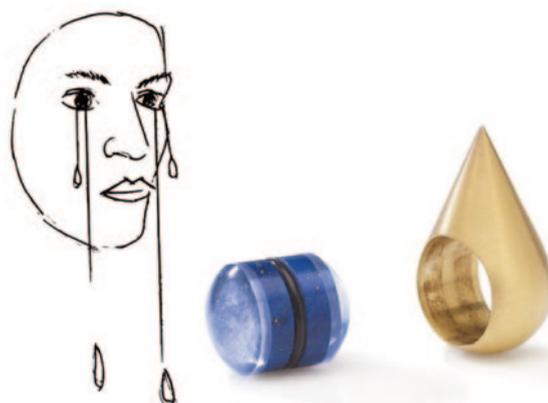
Argento 925, dorato, cristallo di rocca, lapislazzuli, profusione, taglio a misura delle gemme, 3,6 x 2,2 cm

ARTISTA VIOLA PANTANO

È artista poliedrica. La sua produzione spazia dall'installazione alla fotografia, dal video alla performance, dall'assemblaggio digitale alla danza. Dal 2010 collabora con il collettivo artistico [Ritmi Sotterranei] diretto da Alessia Gatta. Nel suo lavoro la ricerca e la forte sperimentazione la portano a superare i confini del reale, dello spazio e del tempo per dare vita a situazioni che nascono nella sua mente e ne riflettono la sua visione. Il mezzo artistico diventa lo strumento per rendere visibile questo racconto. Un racconto in cui la realtà è origine per l'immaginazione e dove tutto è descritto con precisione e lucidità. L'artista dà vita così a mondi paralleli generati dalla sua capacità di sognare. Opere dall'alto valore concettuale dove la sperimentazione e l'immaginazione non hanno limiti.

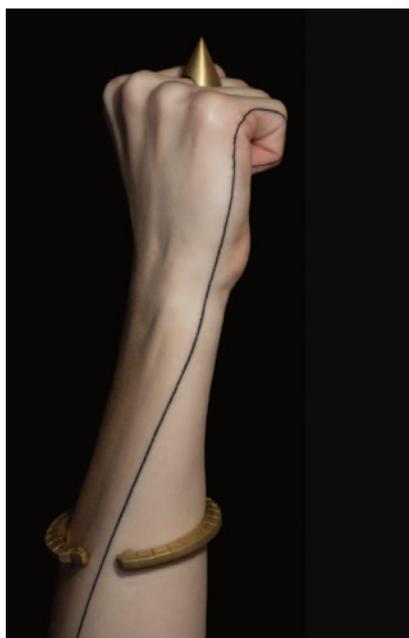
AZIENDA GIOJ

(scheda a fianco)



ANTI – SOCIAL CAR JEWEL

2021



*Argento 925 dorato, titanio, protofusione, 5,8 cm (diametro interno)
7,2 cm (diametro esterno)*

ARTISTA VIOLA PANTANO
(scheda a pagina 59)

AZIENDA GIOJ
(scheda a pagina 59)

LA FRAGILITÀ DEGLI ABBRACCI

2020

*Bronzo colore naturale non trattato, disegno CAD, prototipazione con stampante 3D, protofusione a cera persa, ramage lavorato, assemblato e snodato a mano, realizzazione chiusa a cassetta, superfici martellate a mano alternate ad aree lucide e ad aree incise 24 x 15 cm
Courtesy dell'artista e dell'azienda, ph. Studio Due*

ARTISTA ELIZABETH ARO

Artista argentina, da molti anni residente in Europa, prima in Spagna e poi in Italia, fa suo un linguaggio che allude da un lato a elementi naturali, come alberi, radici, foglie, e dall'altro a un lavoro paziente e reiterato come quello della tessitura. Le opere di Aro sono opere realizzate attraverso la ripetuta declinazione di gesti minimi, come quelli delle produzioni tradizionali.

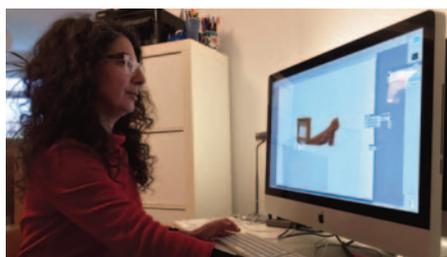
AZIENDA VENDORAFA LOMBARDI SRL

Nel 1951 Mario Lombardi fonda in società con il fratello Renzo l'azienda Lombardi Mario e F.ilo (marchio identificativo 419 AL). Nel 1955, al fine di internazionalizzare la produzione orafa, Mario Lombardi dà vita al brand Vendorafa con la collaborazione di alcune ditte che restano associate al marchio fino agli anni Ottanta. Dagli anni Ottanta nell'azienda coesistono due realtà produttive: Vendorafa che è il marchio con cui l'azienda crea e produce proprie collezioni di gioielli dal design contemporaneo e Lombardi che progetta e realizza linee esclusive per marchi internazionali di alta gioielleria. L'azienda è guidata da Daniela Lombardi con il marito Augusto Ungarelli, amministratore unico, e da Raffaella Lombardi che è a capo dell'area amministrativa e finanziaria.



HOME

2020



(hairclip rendering), 2 x 4,5 cm
Courtesy dell'artista e dell'azienda

ARTISTA GÜLER ATES

Residente a Londra, di origine turca, ambienta le sue performance in luoghi significativi per la storia e l'arte di popoli diversi. Ha tratto le sue opere da viaggi in India, Medio Oriente, Sud America, Nord Europa, Italia, ogni volta producendo installazioni site-responsive.

AZIENDA CRIVELLI SRL

L'azienda Crivelli (marchio identificativo 3130 AL) è stata fondata negli anni Settanta del XX secolo da Bruno Crivelli. Dalla prima collezione attraverso una crescita imprenditoriale di mezzo secolo, l'azienda ha raggiunto da oltre quindici anni la dimensione di brand. Alla base dello stile aziendale vi è un gusto classico, sofisticato, rielaborato secondo proporzioni e accostamenti contemporanei per l'esecuzione di pezzi unici o prodotti in serie limitata.

ACHILLEA

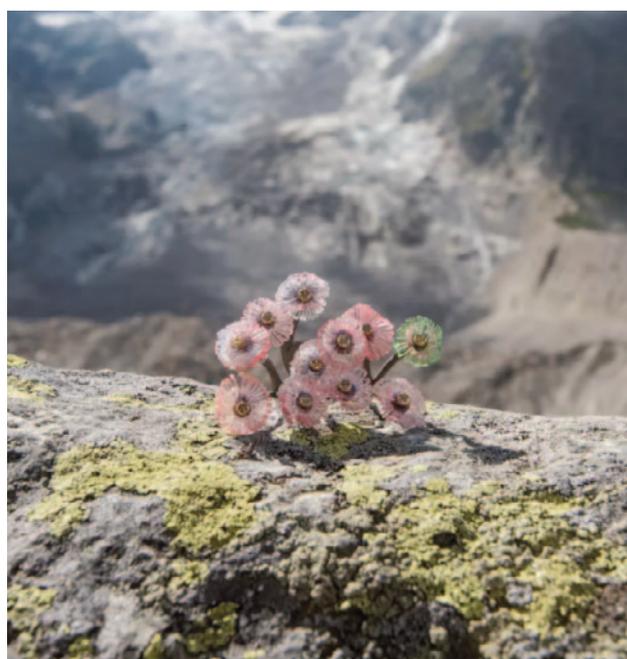
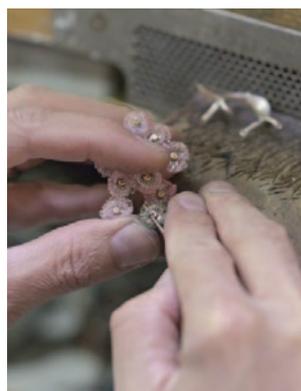
2020

Oro rosa, argento, plastica riciclata. Fusione a cera persa per l'argento, modellazione a mano e a fiamma per l'oro, saldatura a laser, incisione a bulino, smerigliatura, palladiatura, rodiatura 3 x 5,50 x 5,50 cm
Courtesy dell'artista e dell'azienda, ph. Francesco Lillo

ARTISTA ENRICA BORGHI

Lavora sull'impiego e il riutilizzo di materiali poveri o di scarto, ottenendone oggetti di grande suggestione e raffinata fattura. Il contrasto tra povertà delle plastiche e preziosità dei materiali nobili, induce nello spettatore uno spiazzamento visivo e gli impone una riflessione sul valore della produzione artistica che è appunto nel recupero, nella lavorazione, nel progetto, ancor più che nel materiale scelto.

AZIENDA MARGHERITA BURGNER
(scheda a pagina 57)



LIGHTS AND SHADOWS OF A WOMAN

2020



*Bronzo, ceramica smaltata bianca. Argento, ceramica smaltata
nera, gambo e scialle dell'anello da fusione a cera persa,
lavorazione manuale del busto in ceramica 4,95 x 3,02 x 1,49 cm
Courtesy dell'artista e dell'azienda
ph. Mattia & Daniele Sangiorgi*

ARTISTA ANTONIO DE LUCA

Nel suo lavoro conduce un'indagine sulle forme e la poesia del quotidiano. La sua è una pittura intima ed essenziale, ma produce anche sculture e oggetti preziosi nella lavorazione e nelle tematiche figurative adottate, evocando temi e suggestioni naturali.

AZIENDA OFIR SRL

È un'azienda fondata da Manuel Vaccari nel solco di una tradizione orafa familiare iniziata dal padre Alberto. Orefice-modellista, dopo una formazione avvenuta a Valenza, si trasferisce a Parigi per aggiornare le sue competenze.

Tornato a Valenza apre la ditta Alberto Vaccari & C. A sua volta Manuel Vaccari nel 1989 ha dato vita ad Ofir (marchio identificativo 3218AL). I gioielli prodotti mostrano il connubio tra l'omaggio alla tradizione e le moderne linee di design.



SOLUZIONI PER L'UFFICIO

Noleggio, vendita e assistenza

multifunzione, p.c., stampanti e plotter

Alessandria
Via dell'Automobile 32, Zona D3
Tel./Fax 0131 617455
info@spufficio.com • www.spufficio.com

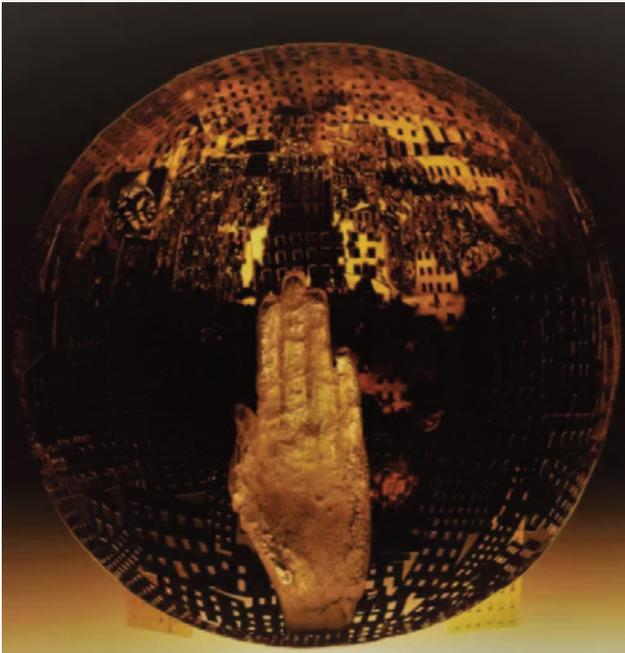


Rivenditore in esclusiva
per la provincia di Alessandria del marchio

TA Triumph-Adler
The Document Business
CONSULTING REALISATION EFFICIENCY

ALT

2020



*Argento, ottone, oro. Mano in argento fusione a cera persa, laminazione delle lastre in ottone, taglio laser delle architetture e loro saldatura manuale al laser; pulitura manuale interna ed esterna della semisfera e doratura 23 x 23 x 15 cm
Courtesy dell'artista
ph. Walter Zollino*

ARTISTA PAOLO DELLE MONACHE

È scultore di solido impianto: le sue radici artistiche affondano nella scultura del Novecento italiano, ricorrendo spesso a materiali nobili come il bronzo. La finalità della sua scultura è spesso monumentale. La ricerca, per questa occasione, di una forma vicina a quella del gioiello, si indirizza piuttosto a una dimensione domestica e antimonumentale, e mette in luce la versatilità della sua produzione.

AZIENDA

VILLA PEDEMONTE ATELIER (VPA) SRL

L'azienda è stata fondata nel 1982 con il nome di Orobel ed è solo agli inizi del 2000 che ha cambiato denominazione in Villa Pedemonte Atelier (VPA), con marchio identificativo 2747 AL.

Nell'atelier convivono due anime: la grande tradizione artigianale orafa del distretto storico di Valenza e la tecnologia più avanzata. VPA dagli anni Ottanta lavora in esclusiva per i più grandi marchi della gioielleria internazionale. Negli anni l'impresa ha investito nella struttura manifatturiera, nella ricerca e nell'innovazione.

STETOSCOPIO SENTIMENTALE

2020

Oro, diamanti naturali taglio brillante, tecnica mista su cartoncino. Lastra modellata a mano, incastonatura manuale dei diamanti 25 x 50 cm

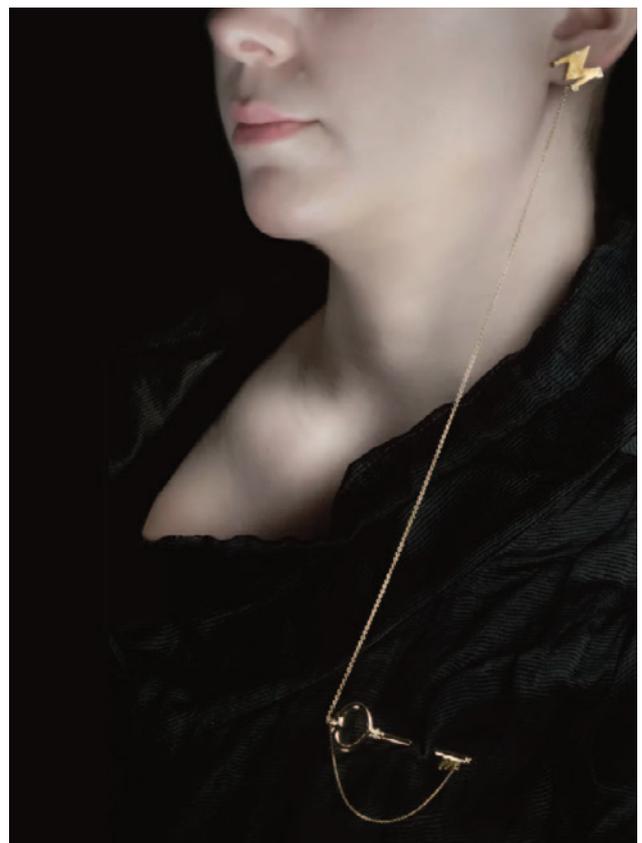
Courtesy dell'artista e dell'azienda, ph. Walter Zollino

ARTISTA MARIO FALLINI

È in grado di giocare con i riferimenti più alti della nostra tradizione culturale. Artista sapiente, guarda alla letteratura e alla parola come a un'inesauribile fonte di ispirazione, nella convinzione che tra l'espressione verbale e la creazione orafa ci sia un analogo momento ideativo al quale segue sempre un paziente lavoro di fine cesellatura.

AZIENDA LEO PIZZO SPA

L'azienda Leo Pizzo, il cui marchio identificativo è 2041AL, è stata fondata nel 1971 da Leonzio Pizzo. A identificare la produzione aziendale, che fonda le sue radici nella solida tradizione artigianale di Valenza, sono le linee dal design elegante e femminile, espressione di uno stile classico riletto in chiave contemporanea. Il "saper fare" artigiano si unisce alle lavorazioni più avanzate, mostrando la capacità di innovare però rimanendo nel solco della tradizione.



NELLO SPAZIO E NEL TEMPO RAFFAELLO SANZIO

2020



Oro giallo, oro rosa, diamanti naturali, catena veneziana.
Oro trafilato a mano quadro cannavuota e girato a cerchio,
scritta RAFF e data tagliate a laser, fili intrecciati e saldati a laser,
diamanti naturali incastonati. Diametro 4,8 cm
Courtesy dell'artista e dell'azienda, ph. Andrea Martone

ARTISTA FUKUSHI ITO

Artista giapponese da anni impegnata sul tema dell'immagine tra tradizione e riproducibilità, rilegge il nostro patrimonio artistico alla luce di uno sguardo straniante e sempre mutevole.

AZIENDA IL DIAMANTE SNC

L'azienda è stata fondata nel 1995 da Roberta Bardon e Maurizio Martone (marchio identificativo 4038 AL). Da quel momento Il Diamante è diventata una realtà produttiva innovativa, capace di rispondere alle esigenze e alle richieste dei marchi di alta gioielleria con cui collabora in esclusiva. Oggi la ditta realizza e commercializza anche una sua linea di gioielleria. Lavorazioni uniche e non riproducibili, tutelate da brevetti di lavorazione come la "personalizzazione", sono il frutto del costante aggiornamento tecnico-strumentale a cui si associa la tradizione artigianale valenzana del "saper fare".

NEMESIS AT LEAST FOR NOW

2020

NEMESIS. Acquerello su carta da parati 5,5 x 3,5 cm

Pendente: ottone, cammeo di conchiglia, vetro ottico. Lastra modellata a mano, cesello, lapidatura, brunitura, intaglio su conchiglia 6,2 x 4,2 x 1,7 cm

Courtesy Scuola orafa For.AL 'Vincenzo Melchiorre', ph. Walter Zollino

AT LEAST FOR NOW. Guazzo su carta da parati 4,5 x 4,4 cm

Pendente: Similor, smalto, vetro ottico. Progettazione e prototipazione (CAD/CAM), fusione a cera persa, assemblaggio manuale, smaltatura a freddo, brunitura. Diametro 4,8 x 1,3 cm

Courtesy dell'artista, ph. Walter Zollino

ARTISTA CARLO GALFIONE

Elabora composizioni che recuperano un immaginario popolare, rintracciabile nelle riproduzioni popolari d'uso comune, come nelle carte da parati o nelle decorazioni delle ceramiche recuperate nei mercatini dell'usato. Conduce una ricerca sul frammento moltiplicato o sezionato, evidenziando come l'intero nostro attuale panorama culturale si muova tra ripetizione ridondante e rimanenza decontestualizzata.

AZIENDA

SCUOLA ORAFA FOR.AL 'VINCENZO MELCHIORRE'

La scuola orafa For.AL 'Vincenzo Melchiorre' è stata fondata nel 1972 con l'intento di preparare i futuri orafi attraverso l'insegnamento di maestri-docenti altamente qualificati. La scuola prepara gli allievi facendo crescere nuovi talenti e tramandando in loro la tradizionale manualità tipica del secolare distretto valenzano. La scuola dimostra, con la sua proposta formativa, di porre costante attenzione alle esigenze che il distretto orafa manifesta.



EMBRACE

2020



Vinile, bronzo dorato, pietre sintetiche. Progettazione e prototipazione (CAD/CAM), fusione e assemblaggio manuale. Diametro 30 cm. Courtesy Projec-TO feat Gioj

ARTISTI PROJEC-TO

Duo composto da Riccardo Mazza e Laura Pol, nel quale l'uno è maggiormente dedito alla sperimentazione sonora, l'altra a quella visiva, raccoglie molteplici sollecitazioni percettive per realizzare opere e interventi live legati a un luogo o un contesto dato, come quello di un'azienda di produzione orafa, nel caso di Fragile Bellezza.

AZIENDA GIOJ

(scheda a pagina 59)



GOLD HORSE&INTERJECTION

2020

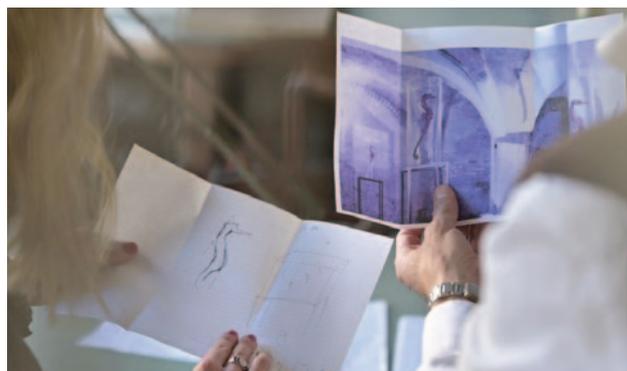
*Oro, rubino. Lastra modellata a mano, filo saldato, incisione e satinatura, incastonatura manuale 7 x 2,5 x 1 cm
Courtesy dell'azienda, ph. Marco Piersanti*

ARTISTA ALICE ZANIN

Alice Zanin anima un originale immaginario zoologico nel quale trasforma i caratteri delle diverse specie avvicinandole a una visione più artistica che naturalistica. Negli animali di Zanin si intravede più Mucha che Darwin. L'artista ritrova, nella produzione orafa, in modo ancor più pertinente, il gusto animalier, reinterpretandolo in chiave contemporanea.

AZIENDA CEVA GIOIELLI SRL

L'azienda viene fondata nel 1920 da Vincenzo Ceva che la gestisce in società dal 1935 con il fratello Carlo. Nel 1948 la ditta prende la denominazione di Carlo Ceva e ottiene il marchio identificativo 328 AL. Nel 1989 viene registrata la nuova denominazione di Ceva Gioielli. La produzione dell'azienda si inserisce nel solco della tradizione orafa di Valenza con prodotti artigianali di alta fattura, dal gusto classico. Dal 2012 l'azienda è iscritta nel registro delle imprese storiche italiane.



www.fragilebellezza.it



DISEGNARE IL CORPO, RACCONTARE LE EMOZIONI

Secondo il semiologo Roland Barthes il gioiello contemporaneo «non condivide più il grande potere dell'oro» ma è quell'affascinante prodotto che nasce dall'insieme di design, artigianalità e materia



Un gioiello nasconde un mondo di emozioni e di significati. Da sempre, le donne e gli uomini ornano il corpo con monili e amuleti per indicare uno status sociale, come portafortuna, per tenere lontane le forze del male, per ostentare forza e potere.

In ogni epoca e in ogni civiltà, indipendentemente dalle culture e dalle religioni, l'essere umano esprime la propria appartenenza indossando ornamenti: dalla collana realizzata con ossa di animali, simbolo di coraggio, a quella di semi, simbolo di fertilità, dalla tiara imperiale all'anello papale, fino all'oggetto prezioso emblema di eleganza e di ricchezza. Il gioiello è un 'medium' che sigilla i momenti rituali dell'esistenza e rappresenta l'identità di chi lo indossa, anche attraverso l'intervento dell'artigiano che lo realizza, in un complesso intreccio di tecnica e di creatività.

I gioielli racchiudono storie affascinanti che riflettono l'evoluzione dell'umanità e mantengono viva la memoria dei valori tramandati nel tempo; arte orafa e storia dell'arte s'influenzano reciprocamente in modalità circolare, storie nelle storie generate da contaminazioni sti-

listiche e culturali. La descrizione del gioiello e delle sue funzioni trova largo spazio nelle arti visive e le opere, fin da quelle più antiche, racchiudono come scrigni narrazioni sottintese dalle immagini. Storia e arte testimoniano tutto questo su più livelli: il significato socio-culturale del gioiello, la moda negli usi e costumi dei tempi, la psicologia di chi sceglie un oggetto prezioso, senza dimenticare il valore del manufatto, sia dal punto di vista materiale che stilistico.

Fino ad arrivare in tempi moderni, quando i gioielli non sono più rappresentati nell'opera ma sono l'opera stessa, sculture da indossare disegnate dagli artisti. Perché il gioiello contemporaneo «non condivide più il grande potere dell'oro» come afferma il semiologo francese Roland Barthes nel saggio "Il senso della moda" (Einaudi, 2006) ma è quell'affascinante prodotto che nasce dall'insieme di design, artigianalità e materia.

Il gioiello contemporaneo è un oggetto versatile, non è solo ornamentale, trasmette un'idea di continuità tra chi lo ha progettato e chi lo ha scelto per indossarlo. Un filo conduttore armonico



In questa pagina, in alto a sinistra due immagini del Museo Archeologico di Napoli, al centro collier de chien di Boucheron, 1878, in basso particolare di collier de chien di Boucheron. Nella pagina accanto, da sinistra Ritratto di donna, necropoli di El-Fayuum, II sec. d.C., Gustav Klimt, Il ritratto di Adele Bloch-Bauer I, 1907, Frida Kahlo, Autoritratto con collana di spine, 1940

tra oreficeria e arte, equazione perfetta che lega il corpo con il gioiello e il contesto socio-culturale. Contesto che comprende l'occasione d'uso, cioè la circostanza in cui si mette il gioiello, e lo stile dell'abito e degli accessori a cui esso si abbina.

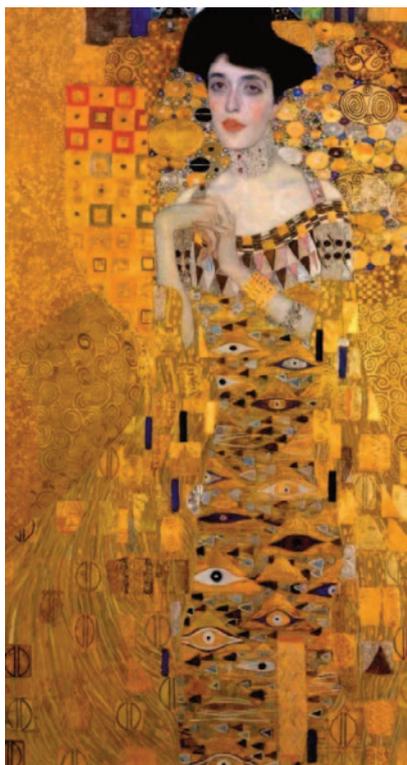
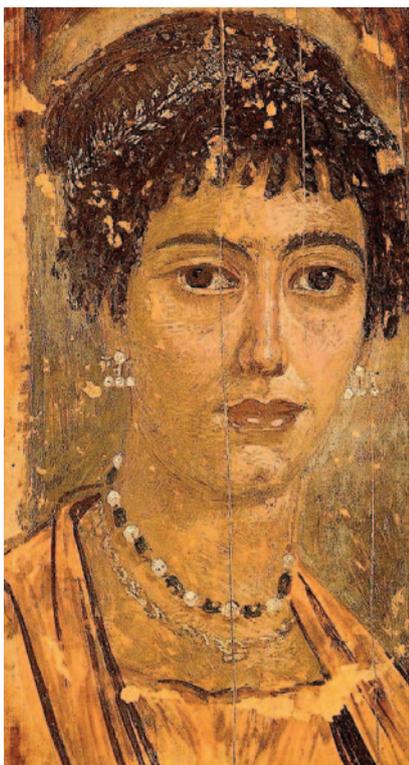
Nell'era moderna il gioiello è sempre 'contemporaneo' e partecipa alla costruzione dell'architettura del corpo perché parla lo stesso linguaggio della moda. Come il gioiello dell'antichità

esprimeva caratteri prevalentemente religiosi e dogmatici, facendo parte di rigidi cerimoniali, così oggi esprime il nostro tempo, fluido e basato su esperienze di tipo emozionale, le cosiddette tendenze.

Per 'tendenze moda' s'intende l'insieme di tutti gli oggetti, le idee, persino gli eventi e i personaggi storici, che hanno la proprietà di ispirare e di suggerire nuove visioni stilistiche e di design, condizionando l'andamento del mercato e

il gusto collettivo.

È evidente che il gioiello, pur influenzato dalle narrazioni del momento, non deve prescindere dalla sua funzione e dalle forme necessarie alla sua fruizione, perché un anello va infilato al dito, una collana va indossata intorno al collo e così via. L'abilità del creatore, quindi, sta proprio nel proporre aspetti progettuali innovativi sempre coerenti con la vera natura dell'oggetto, sia esso un gioiello prezioso sia un gioiello fantasia.



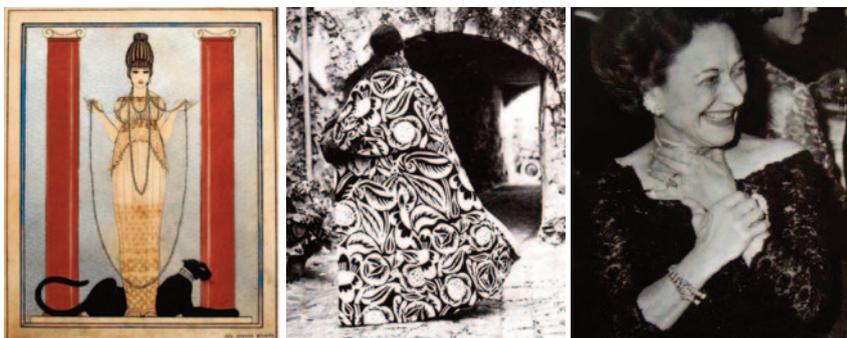
GIOIELLO E MODA, STORIE DI ISPIRAZIONI E TENDENZE

Agli inizi del Novecento e con le avanguardie storiche si delinea l'idea che dietro a ogni gioiello ci sono molteplici storie che riflettono sia l'interiorità dell'individuo sia il mondo esterno, complici l'importanza crescente delle 'maison' di alta gioielleria, l'attitudine degli artisti verso l'oreficeria, la diffusione della bigiotteria prodotta in serie e l'uso di materiali alternativi o complementari a metalli preziosi e gemme rare, come la plastica, il legno, la pelle e molti altri.

PANTERA. La figura della pantera (Panthère) appare nel 1914, quando Louis Cartier, erede di Louis-François Cartier, fondatore della storica maison, commissiona all'artista George Barbier un'illustrazione da usare come invito per una mostra di gioielli. Ne esce la raffigurazione di un'elegante donna con ai piedi una pantera nera con un collare gioiello. Si tratta di un'immagine femminile nuova e trasgressiva per l'epoca, che comunica libertà e spregiudicatezza,

consapevolezza e mistero. Siamo ai primi del Novecento e il gusto per l'esotico nell'alta società è di gran voga: a Parigi la ballerina Joséphine Baker passeggiava per la città con il leopardo Chiquita, mentre la marchesa Luisa Casati viveva nella sua casa veneziana con dei ghepardi.

La tendenza orientaleggiante dell'epoca culmina nelle creazioni del sarto parigino Paul Poiret, considerato il primo stilista moderno, noto per l'impiego di



elementi russi e africani nei suoi abiti, per la propensione all'uso di linee verticalizzanti e per gli audaci contrasti cromatici.

In questo contesto, anche la Maison Cartier cede al fascino della tendenza 'animalier' e realizza il primo orologio maculato di onice e diamanti. Bisognerà arrivare agli anni Trenta per vedere utilizzata la figura intera della pantera, scelta per un beauty case dalla direttrice della gioielleria Jeanne Toussaint. Nel 1948 il duca di Windsor commissiona a Cartier la spilla Panthère per Wallis Simpson, donna dalla fortissima personalità per cui aveva rinunciato al trono del Regno Unito, che rappresenta con efficacia il tipo femminile eccentrico e

indomabile adatto a indossare il prezioso gioiello dalla forma di pantera tridimensionale.

SERPENTE. Nell'antica Roma come in Africa, monili a forma di serpente venivano indossati come talismani portafortuna, così come in India e in Cina i poteri divini dei rettili sono associati all'idea di creazione e di conoscenza. Il racconto biblico di Adamo e Eva, poi, attesta la figura del serpente come simbolo di seduzione e rappresentazione del diavolo tentatore.

L'arte orafa fin dall'antichità propone gioielli dalle forme sinuose ma è in epoca vittoriana, nell'Inghilterra del XIX secolo, che l'anello serpente diventa popolare. Rappresentativo è

l'anello di fidanzamento della regina Vittoria, un serpente d'oro con rubini, diamanti e smeraldi (1839) che si diffonde grazie alla pubblicazione sui giornali delle fotografie della monarchia.

Negli anni quaranta del Novecento, Bulgari propone la forza espressiva della spirale con la creazione di gioielli fatti a serpente come gli orologi-bracciale, diventati icone della maison romana.

Da allora, i gioielli a forma di serpente, reinterpretati con lavorazioni sofisticate dai maestri orafi, con disegni astratti o in maniera più naturalistica, accompagna la storia stessa di Bulgari: dai modelli realizzati con la tecnica Tubogas in acciaio e oro, all'utilizzo degli smalti policromi per riprodurre le scaglie dei rettili.

Negli anni Sessanta, a Roma, durante le riprese di Cleopatra, una splendida Liz Taylor intrattiene una forte relazione con il marchio Bulgari, complici la passione dell'attrice per i gioielli e la storia d'amore con Richard Burton, che le farà dono di un bracciale d'oro e pietre preziose a forma di serpente firmato proprio da Bulgari.

Sordità? Regalati il tempo per un controllo gratuito dell'udito

centro acustico
da oltre venticinque anni vi diamo... ascolto



AUDIO CENTER srl

ALESSANDRIA - Via Parma 22 - Tel. 0131 251212

ASTI - Corso Dante 38 - Tel. 0141 351991

Aperto dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 12 e dalle 15 alle 19

www.audiocentersrl.it - info@audiocentersrl.it

CSI



DIAMO ASSISTENZA AI POSSESSORI DI APPARECCHI ACUSTICI DI TUTTE LE MARCHE

- Controlli gratuiti dell'udito
- Prove di ascolto personalizzate
- Audio protesisti diplomati
- Assistenza anche a domicilio
- Fornitura gratuita agli aventi diritto Asl-Inail
- Apparecchi acustici delle migliori marche: Phonak • C.R.A.I. • Autel Oticon • Starkey

CENTRI DI CONSULTAZIONE IN ZONA

NUOVA OTTICA - Casale Monferrato - Via Roma 28 Tel. 0142 457904 - 1° e 3° venerdì del mese

OTTICO PRINCIPATO AGOSTINO - Valenza - Corso Garibaldi 33 - Tel. 0131 941278 - 1° martedì mattina del mese



Nella pagina a fianco, a sinistra illustrazione di George Barbier per Maison Cartier, 1914, al centro modello di Paul Poiret, a destra Wallis Simpson con il bracciale Panthère di Cartier. In questa pagina, in alto a sinistra la Regina Vittoria in un ritratto fotografico del XIX secolo, a destra Liz Taylor in una scena del film Cleopatra del 1963. Al centro da sinistra Édouard Manet, Olympia, 1863, due collier de chien disegnati da René Lalique. In basso, Coco Chanel

COLLIER DE CHIEN. Il collier de chien, chiamato anche dog collar o chocker, è una collana che avvolge il collo di chi lo indossa. Diviene popolare in Inghilterra in epoca georgiana, tra gli inizi del XVIII secolo e la prima metà del XIX secolo, anche nei ceti sociali meno abbienti, quando le donne legano intorno al collo nastri in tessuto con pendente centrale. Durante la Rivoluzione francese il monile acquisisce un significato simbolico, perché il nastro indossato è di colore rosso in memoria dei condannati alla ghigliottina.

Tra la fine dell'Ottocento e i primi del Novecento il collier de chien diviene di gran moda: Boucheron realizza creazioni in oro con motivi naturalistici interamente incastonate di diamanti, mentre René Lalique disegna esemplari dai dettagli inaspettati di grande originalità. Nella pittura impressionista, il nastro intorno al collo riflette la società dell'epoca e il ruolo della donna: dalla cortigiana ritratta da Manet nell'Olympia, alle ballerine dipinte da Degas nell'opera La scuola di danza.

Alla fine del XIX secolo il collier de chien diventa 'royal trend' con la regina Alexandra, consorte di Edoardo VII, re del Regno Unito, che fa gran uso di nastri di velluto con pendenti in pietre preziose e di collane con numerosi fili di gemme, anche per coprire una cicatrice sul collo.

Per tutto il Novecento il chocker rimane uno dei gioielli più reinterpretati e le donne lo indossano per lanciare i loro girocolli nei materiali più svariati, velluto, pizzo, metalli, plastica, decorati con perle, cammei, pietre e cristalli. Negli

anni Settanta la cultura punk lo vuole in pelle, con spuntori e borchie; negli anni Novanta, con la moda minimalista, è essenziale; sulle passerelle delle ultime stagioni viene proposto in versione unisex, extra large, dalle combinazioni materiche e cromatiche che ne fanno un oggetto genderless e trasversale.



CATENA. In araldica la catena significa dominio e potere, legame tra chi dona e chi riceve, fedeltà, libertà. Nell'accezione comune, stiamo parlando di un manufatto con la funzione di legare, quindi inteso come qualcosa che unisce, un legame meccanico o sentimentale, oppure come qualcosa che imprigiona, con scopo oppressivo.

Per millenni è utilizzata con il duplice scopo di oggetto d'uso comune e di ornamento; se ne trova già traccia in epoche lontanissime, fin nell'antico Egitto e nella civiltà romana, mentre nel Medioevo e nel Rinascimento rappresenta il potere economico. Nell'arte orafa la catena è uno dei prodotti più presenti nella storia del costume. La sua forma modulare e ripetitiva, richiama l'infinito e porta con sé un aspetto di continuità sia formale sia estetica. Nell'oreficeria e nella bigiotteria moderne troviamo gioielli a catena con le forme geometriche tipiche dell'Art Déco.

Per la grande creatrice di moda Coco Chanel «abbondare con i gioielli è indispensabile» e le catene, esagerate e ridondanti, fanno parte del diktat della stilista francese, che accumula i bijoux facendoli diventare parte integrante dell'abito. Tra le invenzioni memorabili di Coco Chanel citiamo la mitica borsa

a tracolla 2.55 creata nel 1955, sorretta da una catena di metallo a maglia piatta. Più tardi, le catene reinventate dai designer di moda, dalle dimensioni macro, colorate e realizzate con altri materiali come la plastica e il legno, oltre ai metalli, animano le pagine delle riviste di moda e le passerelle delle sfilate. In tempi contemporanei, la catena viene adottata come gioiello feticcio dalla contro-cultura giovanile e i rapper le indossano come simbolo di ribellione e di riscatto sociale.



TENDENZE COLORE

«Una tonalità non convenzionale per un tempo non convenzionale, radicata in natura, discendente dalla famiglia dei rossi ed espressione di vivacità e vigore. Riconnette alla materia originaria. Invocando le forze della natura, galvanizza il nostro spirito, aiutandoci a costruire la nostra forza interiore»



Il Pantone Color Institute, centro di ricerca che elabora le previsioni sulle tendenze cromatiche, autorità nel campo del colore, ha eletto il Viva Magenta 18-1750 colore dell'anno 2023. Si tratta di un tono rosso sfumato, forte e originale, in equilibrio tra caldo e freddo, che dominerà il nuovo anno nei settori della grafica e del design, della moda e della cosmetica.

Secondo gli esperti è stato scelto perché «è coraggioso e senza paura, un colore pulsante la cui esuberanza promuove una celebrazione gioiosa e ottimista. È un colore audace, pieno di spirito e inclusivo». Leatrice Eiseman, direttrice esecutiva dell'istituto americano definisce il Viva Magenta «una tonalità non convenzionale per un tempo non convenzionale, radicata in natura, discendente dalla famiglia dei rossi ed espressione di vivacità e vigore. Riconnette alla materia originaria. Invocando le forze della natura, galvanizza il nostro spirito, aiutandoci a costruire la nostra forza interiore».

Le origini organiche del colore provengono dallo scarabeo cocciniglia, insetto da cui si ottiene uno dei più preziosi coloranti naturali. Il colore magenta nasce dall'incontro tra il rosso e il blu, ed è una delle tonalità necessarie alla stampa a colori. Nel 1859 fu il chimico francese François-Emmanuel Verguin a ottenere il colore per la prima volta, ossidando l'anilina con il cloruro stannico. Il nome, tutto italiano, deriva dalla città lombarda di Magenta dove, sempre nel 1859, fu combattuta la storica battaglia durante la seconda guerra d'indipendenza, e fa riferimento al colore della divisa degli zuavi francesi.

La vicepresidente di Pantone Color Institute Laurie Presman, nel presentare il progetto multimediale "The Magentaverse" spiega: «Gli ultimi anni sono stati mutevoli e adesso è necessario dare spazio all'identità. Di conseguenza nasce la necessità di creare uno spazio in cui sentirsi liberi di esplorare ed essere accettati, che sia un universo cibernetico, uno spazio convenzionale o una miscela magica di entrambi. Stiamo creando un mondo dinamico che incoraggia la sperimentazione, che sfrutta il virtuale all'interno del regno fisico».

Durante l'esposizione immersiva, che ha preso il via negli spazi di Artechouse in occasione fiera Art Basel Miami Beach, il pubblico può immergersi in una serie di esperienze multisensoriali guidate dallo spirito di Viva Magenta.

www.pantone.com

PER IL 2023 UN COLORE ROSSO ESUBERANTE E DINAMICO



VIVA MAGENTA

NEL LINGUAGGIO DELLE GEMME



Declinato nella versione più preziosa, il Viva Magenta può essere ricondotto a tutte quelle gemme il cui colore oscilla nei toni del rosso: rubino, spinello, topazio rosa, granato e altre ancora sono le pietre preziose dell'anno 2023, simbolo di energia e vitalità. Nel panorama dei gioielli, il nuovo colore determina il potente ritorno di tonalità rosso-fucsia eleganti e senza tempo. Che si tratti di orecchini in oro bianco, di una collana dal design eccentrico o di un anello in oro giallo, rubino e granato non potranno mancare nel portagioie



RUBINO. Deriva dal latino “rubere” che significa rosseggiare. Varietà di corindone composta di ossido di alluminio e colorata per effetto dell'ossido di cromo; ha durezza 9 nella scala di Mohs e possiede tonalità di colore rosso da molto intenso a sbiadito; cristallizzazione romboedrica. I principali giacimenti si trovano nell'Asia orientale, Sry Lanka, India, Africa orientale.



SPINELLO. Il significato del termine può essere ricondotto al vocabolo greco “spinter” che significa scintilla. Minerale composto di alluminio di magnesio cristallizza nel sistema cubico. Lo spinello rosso è forse la varietà più nota del minerale, l'elemento cromo è il cromo e i giacimenti sono dislocati geologicamente in Sry Lanka, Birmania, Brasile, Groenlandia, Svezia e Turchia.



TOPAZIO ROSA. Molto pregiato perché raro, il topazio rosa deve la colorazione alla presenza di cromo; tuttavia molte gemme di questo colore sono ottenute per il riscaldamento del topazio giallo.



PIROPO. La traduzione, dal greco “pyroopòs”, significa fuoco. Le funzioni chimiche sono caratterizzate dalla presenza di magnesio e alluminio, la durezza è 7,25 e il colore è rosso intenso, rosso fuoco. Questa varietà del granato proviene da Australia, Brasile, ex Cecoslovacchia, Sry Lanka, Madagascar, Stati Uniti, Sud Africa, Tanzania, Svizzera, Austria, Birmania, Messico, Russia, Zaire, Pakistan, Italia.



RUBELLITE. Varietà rossa della tormalina, proviene da Russia, Stati Uniti, Sry Lanka, Birmania, Madagascar, Brasile e Cina. Il colore pare sia imputabile alla presenza di manganese. Il pleocroismo, cioè la possibilità di variazione della tonalità di colore che si avverte nelle diverse direzioni di osservazione, è molto evidente.



RODONITE. Il vocabolo “rodon” significa rosa, allusione al colore naturale del minerale. La rodonite ha composizione chimica dovuta al silicato di manganese, durezza 5,5 - 6,5. I giacimenti principali sono in Russia, Stati Uniti, Austria, Svezia, Inghilterra, Sud Africa e in Italia.

Riferimenti fotografici

Le seguenti immagini sono tratte da precedenti pubblicazioni.

Pag. 4, 5, 7, 9, 31, “Valenza Gioielli”, periodico trimestrale dell’Associazione Orafa Valenzana, fascicolo n. 2/99, Valenza giugno 1999, pag. 5, 6, 7 (1968 - Dandelion, 1973 - Together), 33, 37, 81.

Pag. 6, 8, “Valenza Gioielli”, periodico trimestrale dell’Associazione Orafa Valenzana, fascicolo n. 1/01, Valenza marzo 2001, pag. 40 (Illario 1920), 42 (Sugar Loaf, Illario 1920).

Pagg. 10, 11, 12, 13, 14, 15, 20, 23, 24,
Archivio fotografico privato del prof. Luciano Orsini.

Pagg. 17, 18, 19, sito web www.istitutocellini.it.

Pagg. 34, 71, L. Orsini, *Gemme*, Alessandria 2018.

Pagg. 40, 44, 45, C. Simonds, *Costume Jewelers Identification & Values*, Collector Books, Paducah 1997.

Pag. 42, J. Dubbs Ball, *Costume Jewelers The Golden Age of Design*, Schiffer Publishing Ltd, West Chester 1990.

Pag. 47, *Fragile Bellezza Arte e oreficeria contemporanea*, in “Ritratto di Signora con gioiello” con fotografie di Walter Zollino, catalogo della mostra a cura di Lia Lenti e Domenico Maria Papa (Centro Comunale di Cultura, Valenza, dal 21 dicembre 2020 al 27 febbraio 2021), Silvana Editoriale, Valenza 2020.

Pagg. 48, 49, 50, 51, 52, sito web www.archiviorafivalenza.it.

Pagg. 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65,
Fragile Bellezza Arte e oreficeria contemporanea, catalogo della mostra a cura di Lia Lenti e Domenico Maria Papa (Centro Comunale di Cultura, Valenza, dal 21 dicembre 2020 al 27 febbraio 2021), Silvana Editoriale, Valenza 2020;

Fragile Bellezza Arte per il corpo, catalogo della mostra a cura di Lia Lenti e Domenico Maria Papa (Centro Comunale di Cultura, Valenza, dal 21 dicembre 2021 al 26 febbraio 2022), Interlinea Edizioni, Valenza 2021.

Ringraziamenti

Si ringraziano musei, istituzioni pubbliche e private e quanti hanno collaborato alla realizzazione di questo progetto.

Si ringraziano inoltre:

Lia Lenti

Storica dell’arte e studiosa del gioiello

Riccardo Massola

Responsabile Centro Comunale di Cultura di Valenza

Francesca Rusconi

Biblion Beni Culturali e Ambientali s.c.

Professor Luciano Orsini

Gemmologo e Delegato Vescovile per i Beni Culturali Ecclesiastici della Diocesi di Alessandria

Dottor Paolo Orsini

Gemmologo GEM-A (FGA) e Docente di Gemmologia e Analisi

Professor Mario Degiovanni

Docente di Filosofia e Storia e Coordinatore Liceo Scientifico, Istituto Cellini Valenza

Professor Paolo Mazzucco

Architetto e Docente di Progettazione, Istituto Cellini Valenza

Dottor Alberto Domenico Raffo

Dirigente Scolastico presso Istituto Cellini Valenza

Ileana Gatti Spriano

Libera Professionista, CEO Delegazione FAI Alessandria fino al 2021

Milva Caldo

Direttrice artistica

Roberto Gilardengo

Giornalista già Direttore de IL PICCOLO

MODERNA, CLASSICA, CONTEMPORANEA

Pucci dà importanza alla sostanza e anche alla forma, garantisce la funzionalità ed è attenta all'estetica, con le cassette favorisce la perfetta igiene e con le placche impreziosisce il design del bagno, qualunque sia il suo stile. Oltre 70 anni di esperienze, attenzione al presente e sguardo aperto al futuro... questa è Pucci.



gamma placche Sfiro in vetro

bianco, verde, nero 280x180 mm





Studio Cirri

RELAZIONI PUBBLICHE D'IMPRESA



*“Da tre generazioni al servizio delle aziende per tradurre un progetto
in una comunicazione strategica in grado di creare valore.*

La Comunicazione sartoriale: una strategia come abito perfetto”

VALENZA (AL) - Via G. Carducci 3, Palazzo Terzano

Tel. 0131.941251 - Cell. 338.7348952 - 338.3290789

www.studiocirri.com -  studiocirri - info@studiocirri.com

Si riceve su appuntamento tutti i giorni, escluso il venerdì pomeriggio.