

VO+

VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

THE
50th
ANNIVERSARY
ISSUE

CELEBRATING
three decades
OF JEWELLERY
AND *'Well done*
in Italy'

ISSUE 130 for SPRING 2014

ISSN 1127-2678
40130
6 771827 287004



COLPO
&
ZILIO

VO+

VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

Attualità

Focus on
58 Pooja Agarwal
60 Jane Jang
62 Segno Italiano

64 VO+ The new magazine.
Online, now

68
STYLE REPORT
Uno sguardo a 360°
nel mondo del lusso

82 People to watch
Things to do
84 Trade Fairs
86 Auctions&Exhibitions

Review/Preview
88 Oro vichingo
90 Alla scoperta di Eldorado
92 Il tesoro di Londra
94 Tesori d'Oriente

141
CELEBRATING 30 YEARS

142 Editorial VO+
145 Sketchbook
168 Pensieri in libertà

172 Odissea nel gioiello
176 Geografie del lusso
184 Body ornament

202
1984/1989
Edonismo & tecnologia

262
1990/1994
Una nuova generazione

298
1995/1999
Villaggio globale

350
2000/2004
La rivoluzione degli Anni Zero

392
2005/2009
Yes we can

422
2010/2014
Anglomania & religione

Gioielli Icona
210 Weingrill
270 Piaget
306 Aldo Arata

Stili e tendenze
226 La febbre dell'oro
278 Pietra e metallo
318 La nuova frontiera
del platino
378 Verso il nuovo millennio
402 Il gioiello fa
l'occholino alla moda
432 Ancora tanto
da scoprire

Marketing Mix
230 Pomellato
288 De Beers
322 Dodo
382 Pianegonda
414 Chimento
436 Fope

Time Machine
234 The Eighties
290 The Nineties Pt. I
325 The Nineties Pt. II
386 The Two Thousands Pt. I
416 The Two Thousands Pt. II
440 The Two Thousands Pt. III

Journey into
240 L'impero Buccellati
330 Di.go Il team Perfetto
446 Moraglione

The protagonist
454 Giovanni Ferraris

352 Trendvision
Jewellery+Forecasting
Il futuro è in progress

358 Vhernier
400 Be-jeweled
430 Mattia Cielo

Profili
212 Preziosa Coco
218 Pasquale Bruni
272 Van Cleef & Arpels
282 Bruno Crivelli
308 Piaget
314 Roberto Coin
368 Chopard
374 Giorgio Damiani
406 Boucheron
412 Chimento

Economia
222 Gli anni '80
284 Gli anni '90
364 Il nuovo millennio

THE EIGHTIES
BY MASSIMO
ZANUSSO



VicenzaOro Spring- Padiglione F, stand 23-14 | Hong Kong Italian Pavilion Booth 3G419

Boutique Service 0444 380160 - www.colpoezilio.com

VO+

VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

Fashion&Jewellery

97

VO+ Magazine's Pick

- 98 Purezza neoclassica
- 100 Guerrilla design
- 102 L'impero dei sogni
- 104 Precious nature
- 106 Ritratto esistenziale
- 108 Il bacio dell'oro
- 110 Brands

Jewels
124 Racconto breve
132 In vitro
458 Domestica
466 Legàmi
496 Casting

190

Buffalo Stance

Shot by Massimo Zanusso,
styled by Luca Termine

248

Hyperballad

Shot by Elisabetta Claudio,
styled by Rossana
Passalacqua

338

The VO+ Alphabet

Shot by Emilio Tini, styled by
Rossana Passalacqua

486

Preview VO+ America

The End Of The
World

Shot by Oskar Cecere,
styled by Riccardo Linarello

Moodboard

- 514 La materia dei sogni
- 536 Un'esplosione di colori



THE NINETIES
BY ELISABETTA CLAUDIO



collezione Sunset, modelli des. sstati, www.cavallini.it.com

comunicazione www.studioconcept.eu


CRIVELLI
VALENZA - NEW YORK

VO+

VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

Editorial Director:
Roberto Rossi Gandolfi

roberto.rossigandolfi@vicenzaoromagazine.com

Publisher: **Diego Valisi**
diego.valisi@vicenzaoromagazine.com

Editor: **Arianna L.B. Pinton** Editor in Chief: **Roberto Rossi Gandolfi**
arianna.pinton@vicenzaoromagazine.com *roberto.rossigandolfi@vicenzaoromagazine.com*

Senior Editor: **Marco Cresci** Associate Editor: **Matteo Guizzardi**
marco.cresci@vicenzaoromagazine.com *matteo.guizzardi@vicenzaoromagazine.com*

Creative Director:
Didier Falzone / BureauBureau.it

Fashion Editor: **Rossana Passalacqua** Fashion Exec. Producer:
Massimo Busato

Editorial assistant: **Martina Kirkham**
martina.kirkham@vicenzaoromagazine.com

Graphic Design: **Elena Scaccabarozzi**
Text in english: **Kate Mitchell, Doris Urban, Diane Lutkin**

CONTRIBUTORS: Pooja Agarwal, Stefano Campo Antico, Diana Barbetta, Giulia Bussinello, Alba Cappellieri, Luana Carcano, Lorenzo Cicconi Massi, Elisabetta Claudio, Ilaria Danieli, Paola De Luca, Maria Luisa Frisa, Segno Italiano, Jane Jiang, Alberto Lot, Martino Lombezzi, Matteo Macchiavello, Simone Massoni, Rossana Passalacqua, Anita Sciacca, Massimo Siragusa, Sixty-Nine, Livia Tenuta, Luca Termine, Emilio Tini, Massimo Zanusso, Donatella Zappieri

ADVERTISING:

Milano Fashion Media - Corso Colombo, 9 - 20144 Milano
tel. 0039 02 58153201 *info@milanofashionmedia.it*
Advertising Manager: **Serafina Isabella Miano**
smiano@milanofashionmedia.it tel. 0039 02 58153211
International Advertising: **Irene Casi** *icasi@milanofashionmedia.it*
Local Advertising: **Veronica Cozzi** *vcozzi@milanofashionmedia.it*
Local Advertising: **Giulia Peron** *gperon@milanofashionmedia.it*

Italian distribution:
Intercontinental S.r.l.
Via Veracini, 9 - 20124 Milano
tel. 02.6707.3227 fax. 02.6707.3243
www.intercontinental.it

International distribution:
Export Press Sas
36 rue des Petits Champs, 5th Floor - 75002 Paris
tel. +33 1 40 29 14 51 fax +33 1 42 72 07 43
www.exportpress.com

Registrazione del Tribunale di Vicenza N. 492 del 28/11/1984. Printed in Italy. ISSN 1827-2878

VO+ Magazine is printed by Rumor Industrie Grafiche S.p.A., Via dell'Economia 127, 36100 Vicenza
tel. 0039 0444 961566 fax 0039 0444 963311 *tipografia@rumor.it*

VO+ Magazine is edited in Italy and abroad by
Fiera di Vicenza SpA (all rights reserved)
Vicenza Fiera, via Dell'Oreficeria, 16 36100 Vicenza Italy

President **Matteo Marzotto** Managing Director **Corrado Facco**



© 2014, tutti i diritti riservati. Nessuna parte della pubblicazione può essere riprodotta in qualsiasi forma rielaborata con l'uso di sistemi elettronici senza l'autorizzazione dell'editore. Testi, fotografie e disegni: riproduzione vietata © Tutti i diritti di riproduzione in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, che non siano espressamente per fini personali o di studio, sono riservati. Per qualsiasi altro genere di utilizzo è necessaria l'autorizzazione da parte della Fiera di Vicenza. Qualsiasi tipo di materiale inviato in redazione, anche se non pubblicato, non verrà in alcun modo restituito. I dati personali trasmessi a mezzo cartolina o questionari presenti nella rivista, potranno venire utilizzati per indagini di mercato, proposte commerciali, o per l'invio di altri prodotti editoriali a scopo di saggio, ai sensi del D. Lgs 196/2003.

PALMIERO

JEWELLERY DESIGN



“THE
LUXURY
OF A
PURE
EMOTION”



“PLENILUNIO” COLLECTION

www.palmierogioielli.com



Alla ricerca della propria storia

Una piacevole chiacchierata con Alain Borgeaud, da circa otto anni Responsabile del Patrimonio di Piaget. Intervista Donatella Zappieri



Una passione quella di Alain Borgeaud che ha le sue radici nella quotidianità del lavoro come gioielliere e nella profonda conoscenza di questo mondo prezioso. Studia alla Head di Ginevra, allora Scuola delle Belle Arti, dove sceglie l'indirizzo gioiello, fa esperienza sul campo in un laboratorio di alta gioielleria e orologeria che viene acquistato da Piaget e, da lì, la sua strada è in ascesa: prima Capo progetto orologio poi gioiello, infine Responsabile del Patrimonio. Un'attività questa che Borgeaud porta avanti con passione, entusiasmo, meticolosità, con l'obiettivo di andare pian piano a rimettere insieme i tasselli che hanno fatto la storia di questa grande casa di orologeria e gioielleria. Piaget, azienda storica svizzera, fondata nel 1874 da Georges-Edouard Piaget, fa oggi parte del gruppo del lusso Richemont. Gli stabilimenti sono divisi tra la sede d'origine di Côte-aux-Fées e Plan-les-Ouates a Ginevra.

È proprio qui che ho avuto il piacere di incontrare il Sig. Borgeaud e intervistarla. Nell'oretta a disposizione, Borgeaud mi ha raccontato i momenti più importanti nella storia stilistica del marchio, il lancio dell'orologio extra piatto 9P e

Nella pagina accanto, la moneta Dali in oro 24 carati: un orologio all'interno di una moneta rispettandone lo spessore: splendido esempio di una forte collaborazione tra l'arte e le tecniche di orologeria più sofisticate. Sopra, anello in diamanti taglio marquise e smeraldi.

On the opposite page, the Dali coin in 24 carat gold: a clock within respecting the thickness of the coin: a wonderful example of a strong collaboration between art and the techniques of the most sophisticated watchmaking. Above, ring with marquise diamonds and emeralds.

in seguito del 12P, la creazione dei primi quadranti in pietra dura usati sia nell'orologio sia nel gioiello, la nascita dell'anello Possession e dell'orologio Miss Protocole, del cuore in pavé dalla forma asimmetrica, la collezione Rosa. Insomma tutte le tappe che negli anni hanno contribuito a creare la forza del marchio e a permetterne il consolidamento nell'universo delle grandi case di alta gioielleria.

Immagino che la memoria storica sia un aspetto fondamentale per Piaget.

Nel passato, gli archivi storici dell'azienda erano lacunosi. Negli anni 90, Piaget decide di creare la propria collezione privata al fine di poter lasciare traccia della propria creatività. Lo spunto nasce grazie al Progetto "Montres et Merveilles", che si esplica su due momenti importanti: un'esposizione itinerante e la pubblicazione di un libro. Questo progetto, che per la prima volta mette l'accento sulla storia dell'azienda, porta Piaget a creare il concetto di Time Gallery, uno spazio all'interno delle boutique monomarca dove vengono esposti pezzi legati ad una specifica tematica che vengono presentati in modo itinerante da Ginevra a Hong Kong e Shanghai. Da lì la nascita di va-



Parure in oro giallo malachite e onice, una delle prime parure dove Piaget utilizza la pietra dura.
Jewellery set in yellow gold, malachite and onyx, one of the first sets in which Piaget used hard stones.



ric esposizioni: "L'arte dell'extra piatto", "La magia della gioielleria", "L'oro e il colore" e tante altre. Oggi, nella sede di Plan-Les-Ouates c'è una galleria permanente che viene aperta solo in momenti particolari e i cui pezzi sono usati per queste esposizioni itineranti.

Deve essere un lavoro impegnativo. Come riesce a risalire ai pezzi storici di Piaget e a trovarli sul mercato?

Il mio è un lavoro di continua informazione. Sono iscritto a siti specializzati così come ricevo i cataloghi delle vendite d'asta, ma questo non è per niente sufficiente. È necessario aver studiato la storia di Piaget, avere le giuste fonti e soprattutto conoscere il mestiere e saper cogliere l'autenticità del pezzo. È proprio il legame con la storia dell'azienda che spesso ci viene in aiuto. Recentemente sono riuscito a recuperare le immagini della prima boutique Piaget a Ginevra. Ne avevo sempre sentito parlare nei racconti del Sig. Yves Piaget - questi interni così particolari come un salotto di altri tempi -, vedere quelle foto mi ha provocato una forte emozione, come se in qualche modo la storia diventasse realtà davanti ai miei occhi.

C'è qualche aneddoto che vuole raccontare? Un acquisto particolare o un momento di emozione?

Devo dire che spesso le occasioni che credevo perdute mi si sono ripresentate quando meno me lo aspettavo. A una vendita non ero riuscito ad acquistare un bracciale in oro giallo e corallo per una questione di prezzo. Un anno dopo, un antiquario me l'ha riproposto al giusto prezzo. Un'altra volta, a un'asta, non sono riuscito ad aggiudicarmi un orologio appartenuto ad Elizabeth Taylor e un mese dopo la stessa casa d'aste me lo ha riproposto. Ora la collezione è quasi completa. Insomma è come se spesso il destino volesse che questi pezzi facessero ritorno alla casa madre.

Una passione la sua, che immagino nasca anche dalla sua conoscenza dell'universo del prezioso.

Sì, senz'altro, anche se devo confessare che nel mio lavoro c'è un aspetto di magia. Ogni volta che sto per aprire lo scrigno che contiene il gioiello o l'orologio ho un forte battito al cuore. Conoscere la storia dell'azienda e rivedere davanti ai miei occhi il raffinato lavoro che c'è stato in queste creazioni mi riempie di gioia.

La nostra chiacchierata volge al termine, grazie Sig. Borgeaud per la sua motivazione e attaccamento alla marca e in bocca al lupo per le sue prossime ricerche di pezzi storici •



Orologio appartenuto a Andy Warhol e orecchini in diamanti taglio marquise e smeraldi. In alto, La sede di Piaget a Plan-les-Ouates. Watch belonging to Andy Warhol and earrings with marquise cut diamonds and emeralds. At the top, the site of Piaget in Plan-les-Ouates





Sopra, i nuovi stabilimenti e uffici a Plan-les-Ouates, Ginevra. Above, the new factories and offices in Plan-les-Ouates, Geneva.



Accanto, orologio gioiello in corallo rosso e oro giallo. In basso, orologio appartenuto a Elizabeth Taylor. Opposite, watch jewel in red coral and yellow gold. Below, watch belonging to Elizabeth Taylor.

Eng *In search of its history. A pleasant chat with Alain Borgeaud, the Piaget Heritage Manager for the last eight years.*

With his roots in the day to day work of a jeweller and an in-depth knowledge of the jewellery business, Alain Borgeaud is truly passionate about his work. After studying at the Head in Geneva, the School of Fine Arts at the time, where he decided to specialise in jewellery, and experience in the field in a haute couture jeweller and watchmaker workshop, which was bought by Piaget, from there on his career soared: first as Project Manager for watches and then for jewellery and to finally become the Heritage Manager.

An activity that Borgeaud has been carrying out with passion, enthusiasm and precision with the aim of gradually putting the pieces that make up the history of this watch and jewellery company back together.

Piaget, a historical Swiss company, founded in 1874 by Georges-Edouard Piaget, is now part of the luxury Richemont Group. The factories are divided between the original premises in Côte-aux-Fées and Plan-les-Ouates in Geneva. And it is here that I had the pleasure of meeting and interviewing Mr. Borgeaud.



Alain Borgeaud, Responsabile del Patrimonio Piaget. Alain Borgeaud, Head of Piaget Heritage.

In the hour we spent together, Borgeaud told me about the most significant moments in the brand's stylistic history, the launch of the extra-flat 9P watch followed by the 12 P, the creation of the first dials in hard stone used in watch and jewellery-making, the birth of the Possession ring and the Miss Protocole watch, with its asymmetric pavé centre, and the Rosa collection. In other words, all the various milestones that have contributed over the years to increasing the brand's strength and led it to achieve a solid positioning in the universe of great quality jewellery companies.

I imagine that remembering the past is a fundamental aspect for Piaget.

In the past, the company's historical files were lacking. In the 1990s, Piaget decided to create its own private collection in order to be able to leave a record of its own creativity. The idea came thanks to the "Montres et Merveilles" project which was achieved in two important parts: a touring exhibition and the publication of a book. This project, which highlighted the company's history for the first time, led Piaget to create the Time Gallery concept, a space inside the mono-brand boutiques in which items linked to a specific theme were displayed and then presented in a touring format from Geneva to Hong Kong and Shanghai. Several exhibitions were organised from then on: "The art of extra-flat", "The magic of jewellery", "Gold and colour" and many more. At the Plan-Les-Ouates premises there is now a permanent gallery which is only opened at particular times and the items in it are used for our touring exhibitions.

It must be a challenging job. How do you trace Piaget's historical items and then find them on the market?

My work involves constantly acquiring information. I have subscribed to several specialised sites and I receive auction catalogues but this alone is not enough. It is necessary to have studied Piaget's histo-



ry, to have the right sources and, above all, a good knowledge of the jewellery business and how to recognise the authenticity of an item. Often it is the link with the company's history that is of the most help. I recently managed to retrieve the photographs of Piaget's first boutique in Geneva. I had always heard Mr. Yves Piaget talk about it in his stories - the very particular interior decorations, like a drawing-room from times gone by - and seeing those photographs was actually quite emotional, as if, in some way, the story had come to life right before my very eyes.

Do you have any little stories to tell? A particular purchase or emotional moment?

I must say that some chances I thought I had lost often re-presented themselves when I least expected it. At one sale, I hadn't managed to buy a yellow gold and coral bracelet due to the price. A year later, an antiquarian offered it to me at the right price. Another time, at an auction, I didn't manage to get a watch that belonged to Elizabeth Taylor and a month later, the same auction house offered it to me again and now the collection is almost complete. Sometimes it almost seems that destiny wants these pieces to come home.

The love for your work also comes, I imagine, from your familiarity and knowledge of the jewellery world.

Yes, of course. Even if I must confess that there is a hint of magic in my work. Every time that I am about to open a casket containing an item of jewellery or a watch, I find my heart beating wildly. Knowing the company's history and seeing the refined work that went into these creations with my own eyes always fills me with joy. Our little chat finally came to an end. Thank you, Mr. Borgeaud, for your motivation and your affection for the brand and may I wish you the best of luck in your future search for historical pieces.



Give her the light



ZEN
diamond

www.zendiamond.com
<http://b2b.zendiamond.com>