

# LA NAZIONE

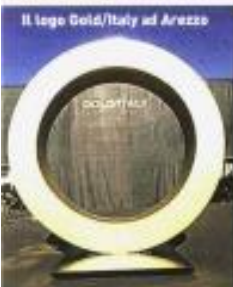
## Moda e bellezza

Protagonisti / Tendenze / Esposizioni

La parola ai Maestri: Roberto Cavalli



«Si cade spesso nell'errore di considerare la Moda come qualcosa di frivolo e superficiale piuttosto che una forma d'arte. Eppure in una collezione si miscelano colori, idee, emozioni, sogni, come un film, una musica o un quadro...»  
Roberto Cavalli



Il logo Gold/Italy ad Arezzo

## Brilla l'arte della gioia

### La nuova età dell'oro tra camei e stile minimal

*Il successo di Gold/Italy: ecco l'Italia preziosa*



di EVA DESIDERIO

AREZZO

LA MIGLIORE produzione orafa italiana si è svolta dal 20 al 22 ottobre scorso a Gold/Italy, ad Arezzo, sesta edizione dell'appuntamento annuale del settore gestito da Italian Exhibition Group (IEG) con brand selezionati di aziende provenienti da tutti i distretti orafi italiani: Arezzo, Vicenza, Valenza, Torre del Greco, Milano. Una "pachia" per i buyers internazionali provenienti dai principali mercati che hanno potuto visitare tre aree speciali come Cash and Carry, Fashion Jewellery e Bijoux e Jewellery/Tech.

AL CENTRO Affari di Arezzo, con tanto di stanza della preghiera per i competitori in arrivo dal Medio Oriente di religione islamica, si sono viste molte collezioni, quasi tutte all'insegna dello stile minimal

che sembra essere quello vincente su tutti i mercati, con gioielli che esaltano il design prima di tutto anche se tempestati di brillanti bianchi o neri, con tanto colore con i citrini, molte catene superleggere di grande effetto, bracciali a cerchio, anelli a non finire.

Trecento le aziende espositrici, in un layout che negli ultimi anni è stato modernizzato e reso molto accogliente dagli interventi "luminosi" dell'Art Director di Arezzo Fiere e Congressi Beppe Angiolini, buyer di fama internazionale famoso per intuito e creatività, anfitrione fashion che ha accolto gli ospiti della manifestazione nel suo nuovo spazio per la moda più bella del mondo nel settecentesco Palazzo Lambardi, sotto le insegne di "Sugar", tra mosaici di epoca romana e stucchi neoclassici.

Qui hanno brindato il presidente di IEG SpA Lorenzo Cagnoni, il sindaco di Arezzo Alessandro Ghinelli, il presidente di Arezzo Fiere e Congressi Andrea Boldi, l'esecutiva manager dell'ente Adelaide Ruzzi, il Prefetto di Arezzo Anna

Palombi, il Questore di Arezzo Bruno Falla, l'assessore alle attività produttive della Regione Toscana Stefano Cusofio, Ivana Cisbatti presidente Confindustria Federorafi

DA GOLD/ITALY riparte il settore, anche in vista degli acquisti del Natale, con una produzione sempre più raffinata che attrae buyers da trenta paesi. Non solo oro però, anche manufatti in argento e bronzo come quelli della linea Fashion Jewellery di UNOARRE di notevole appeal presentati da Maria Cristina Squarcialupi vicepresidente del gruppo aretino famoso per le fedie nuziali dal 1926, il cerchio perfetto che sigla l'amore eterno prodotto nei modelli classico, comodo, cerchi di luce, brillanti promesse e Collezione 9.0

FABRIZIO Falcinelli, di Falcinelli Italy, incita a comporre i rubini «perché stanno finendo i filoni in Birmania» e spiega che i gioielli

importanti sono ancora tutti appannaggio del mercato arabo, «l'Iran è il mercato delle grandi gioie» mentre nel resto del mondo si va affermando la tendenza delle piccole dimensioni, specie in America «dove va di moda tutto quello che non è urlato». Naturalmente la pietra più richiesta resta il diamante. Da Graziella, che ha recentemente acquisito il brand Bracciali, spicca la spilla alveare, da Orolo' vanno forte i bracciali merletto.

GRAN revival per la lavorazione dei camei, anche per uomo come raccontano i gioielli indossati da Mishra, artista indiano testimonial di Cameo Italiano. «Lavoriamo il cameo da tre generazioni» racconta Gino Di Luca, amministratore delegato di Cameo Italiano a Tor-

re del Greco - e i nostri maestri incisori realizzano capolavori, e perfino l'orologio gioiello o il cameo tridimensionale con puntino.

FRA I MOTIVI ricorrenti oltre ai ritratti femminili anche i fiori come i tulipani che stanno conquistando il mercato americano. «La leggenda narra di un marinaio che incise su una conchiglia il ritratto dell'amata come un volto di sirena», continua Gino Di Luca che a Gold/Italy espone tante meraviglie realizzate ancora tutte a mano, pezzi unici come piccole e delicate sculture.

di ANTONELLA MONTAUDO



In alto nella pagina: Adelaide Ruzzi, executive manager di Arezzo Fiere con Beppe Angiolini, art director di Gold/Italy



Tre gioielli UNOARRE e a sinistra creazioni Graziella



A destra: "Cameo Italiano", le tre generazioni della famiglia Di Luca. Qui sotto alcune delle loro creazioni: una stoffa che attualizza la Storia

