

Valenza: City of gold

Valenza: la città dell'oro

Orlando Perera, *Journalist*, RAI - photo kind permission "Gioielli del Monferrato", "Italian Luxury Guild"



Until the beginning of the nineteenth century, Valenza, on the banks of the Po at the border between Piedmont and Lombardy, was famous for its cobblers. Nowadays it has no problems price-wise having its shoes delivered by the best Italian and English shoe manufacturers.

In Valenza there are no showy shops, few neon signs. The typical sleepy tranquillity of the provinces pervades its anonymous-looking streets and squares. But behind every door and every window, in 1200 workshops discreetly announced by small plaques, there is likely to be treasure. Here you are better off trying to get hold of a river diamond (the category of maximum purity) than a pack of salt: it's easier to find. Visitors who go into one of

Valenza, in riva al Po, al confine piemontese con la Lombardia, fino ai primi dell'Ottocento era famosa per i suoi calzaturifici. Oggi le scarpe le fanno arrivare senza problemi di prezzo dalle migliori manifatture italiane o inglesi. A Valenza non ci sono negozi vistosi, poche le insegne luminose. La tipica quiete, un po' sonnacchiosa, della provincia avvolge vie e piazze apparentemente anonime. Ma dietro ogni portone, ogni finestra,



The main product of Valenza is exclusive jewellery made by hand using sophisticated techniques, but its goldsmithing products are also unique pieces, the work of highly skilled master craftsmen. The technical and artistic mastery of Valenza is the result of almost two centuries of continuous evolution, a symbol of Italian master craftsmanship which is extremely difficult to imitate.



these workshops, who cross the unadorned threshold which conceals a double set of bullet-proof glass doors, are entering another world.

A fairy-tale world, where the battle is between the sprite of the "stock", the little wooden anvil where the master goldsmith works his daily magic, and the wicked witch lying in wait among the vagaries of the international markets. To get an idea of the scope of this sorcery, just think of the fact that at least eight thousand of Valenza's twenty thousand inhabitants are involved. And probably more, if we take into account the complex web of companies which supply the goldsmiths' workshops. For a start, goldsmithing and jewellery are two different sectors. The raw material used by both is gold, but jewellery is enriched with the addition of precious stones - diamonds, emeralds, rubies, and sapphires - or semi-precious stones, aquamarines, topazes, and tourmalines, or pearls and cameos. Gems, in other words. The main product of Valenza is exclusive jewellery made by hand using sophisticated techniques, but its goldsmithing products are also unique pieces, the work of highly skilled master craftsmen. Far removed from Arezzo or Vicenza, the hubs of industrial goldsmithing, of cheap bijoux machine-cut by the thousand. Valenza is unique, on a global level: Providence in the United States, Toledo and Barcelona in Spain, and Pforzheim in Germany also produce jewellery and gold, but there is simply no comparison. The technical and artistic mastery of Valenza is the result of almost two centuries of continuous evolution, a symbol of Italian master craftsmanship which is ex-

nei 1200 laboratori appena segnalati da piccole targhe, è probabile si celi un tesoro. Qui è meglio avere urgente bisogno di un diamante river (la classe di massima purezza) piuttosto che di un pacchetto di sale: si trova più in fretta. Chi visiti uno di questi laboratori, e varchi le soglie disadorne che nascondono doppie porte di cristallo blindato, entra in un altro mondo. In una fiaba dove la partita si gioca tra la fata che abita lo "stock", piccola incudine di legno dove le mani del maestro orafo compiono i loro incantesimi quotidiani e la strega cattiva in agguato fra i capricci dei mercati internazionali. Per dare l'idea delle dimensioni di questo sortilegio, basti pensare che almeno ottomila dei ventimila abitanti di Valenza ne sono coinvolti. Probabilmente il numero è anche superiore, se si tiene conto del complesso indotto che ruota attorno alle botteghe orafe. Bisogna precisare che oreficeria e gioielleria sono due settori distinti. La materia prima è sempre l'oro, ma il gioiello è arricchito da pietre preziose, diamanti, smeraldi, rubini, zaffiri, o semi-preziose, acquamarine, topazi, tormaline, oppure ancora perle e cammei. Le "gioie" appunto. Valenza produce prevalentemente gioielli esclusivi, fatti a mano, con tecniche sopraffine, ma anche i manufatti di oreficeria sono pezzi unici, d'alto artigianato artistico. Niente a che vedere con Arezzo o Vicenza, poli dell'oreficeria industriale, dei monili di poco prezzo stampati a macchina in migliaia di esemplari. Valenza è un fenomeno unico, possiamo dire al mondo: Providence negli Stati Uniti,



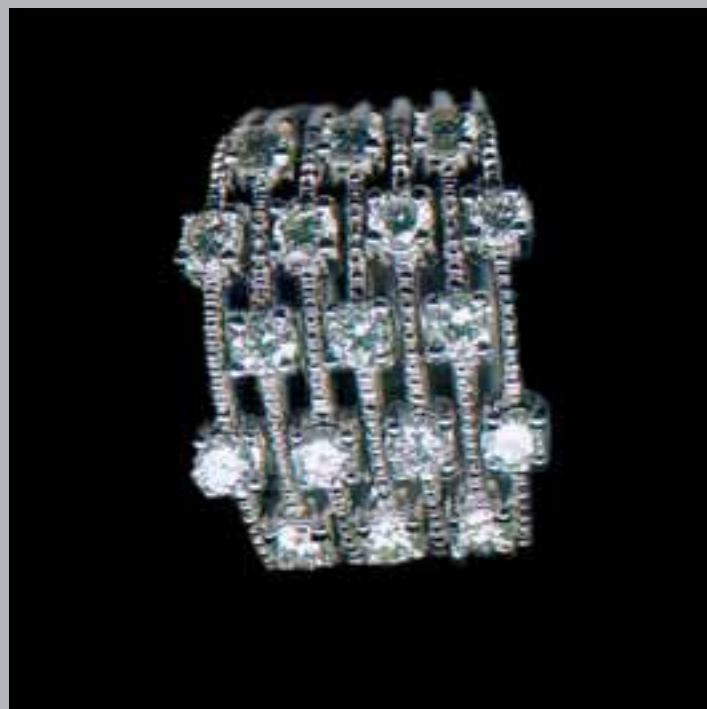
tremely difficult to imitate. Every year thirty tons of gold are worked here (this is the official figure, but it may well be more than that), along with eighty per cent of the precious stones imported into Italy.

The turnover is at least three billion Euro a year (these calculations are not straightforward, as the gold city guards its secrets jealously), sixty-five per cent of which comes from exports. Most of the companies work to commission, that is, they do not decide themselves how much and what to produce, but carry out the orders from their "maison", such as Cartier, Chopard or Bulgari. Rolex has the gold straps for its "Oyster" timepieces made in Valenza.

The jewellery market is obviously greatly affected by major international recessions, and the regular 'cold showers' caused by wars, terrorism and other events make it extremely difficult to plan production. In Valenza the industry mainly comprises family firms or small companies, with an average of just above three people in the craft sector and five workers in the sector as a whole. Without considering that only a small number of companies carry out the entire production cycle, from gold ingot to finished piece of jewellery. Valenza is a production line. The workshops are at the centre of a vast network of specialised sub-processes, stone setting, etching, varnishing and so on, which represent half of the total number of companies in the town. There is therefore an increasing need for a central structure offering services and carrying out promotional work. One important part of this is the "Valenza Gioielli" fair, which has brought the crème de la crème of the international tra-

Toledo e Barcellona in Spagna, Pforzheim in Germania producono a loro volta gioielli eoreficeria, ma non reggono il confronto. Il magistero tecnico ed estetico di Valenza è il risultato di quasi due secoli di continua evoluzione, che ne fanno un emblema dell'artigianato d'arte italiano, molto difficile da emulare.

Qui ogni anno si lavorano trenta tonnellate d'oro (cifra ufficiale, ma probabilmente sono anche di più) e l'ottanta per cento delle pietre preziose importate in Italia. Il giro d'affari è di almeno tre miliardi di euro l'anno (questi conti sono sempre difficili, il senso della privacy nella città dell'oro è tenacemente difeso), e deriva per il sessantacinque per cento dall'export. La maggioranza delle aziende sono "contoterziste", cioè non decidono in proprio quanto e che cosa produrre, ma realizzano le commissioni che affidano loro "maison" come Cartier, Chopard o Bulgari. Rolex fa realizzare a Valenza i bracciali d'oro dei suoi cronometri "Oyster". Il mercato del gioiello è molto sensibile ovviamente alle grandi crisi internazionali, e le periodiche docce scozzesi legate a guerre, terrorismo ed altre amenità rendono molto difficile la programmazione del prodotto. A Valenza il tessuto produttivo è formato in prevalenza da imprese familiari o da piccole società, con un numero d'addetti medio che supera di poco le tre unità nel settore propriamente artigiano, le cinque nell'intero comparto. Senza contare che solo una minoranza d'impres affronta il processo produttivo integrale, dal lingottino d'oro al gioiello. Valenza è una filiera. Intorno alle botteghe ruota una vasta rete di sotto-lavorazioni



de together in the Exhibition Building in March and October every year since 1978. This event is not open to the public, for obvious reasons of overcrowding. Then there are the two vocational schools: the "Benvenuto Cellini" state art school, which has around four hundred students, and the Regional Training Centre, managed by a mixed consortium from the public and private sectors.

At the "Cellini" there are two diploma courses, lasting three or five years. The three-year course concludes with the qualification of Maestro d'Arte (literally 'Master of the Art'), while those who continue for the next two years, which lead to university entrance, choose between a diploma in the "Art of metals in goldsmithing" or the "Art of precious stones and gems". But the legacy of skills handed down directly by the master goldsmiths themselves is irreplaceable, according to the "teaching workshop" concept indicated by the Region itself in its 1997 law on craftsmanship, which also established the regulations aimed at protecting each sector, and the respective standards of excellence.

The history of jewellery-making in Valenza goes back a long way, to when the Pavia goldsmith Francesco Caramora moved here in 1817, registering his punch, the very first, in 1825 at the Alessandria Trade Marks Office. In the nineteenth century figures like Vincenzo Morosetti and Carlo Bigatti launched the Valenza name for good. Vincenzo Melchiorre was the first to appreciate the need for an international outlet for his workshop. In 1945 the OAV, the Association of Valenza Goldsmiths, was established, and this still performs a fundamental role of representation

specializzate, incassatura di pietre, incisione, smaltatura, e così via, che rappresentano la metà del totale delle aziende valenzane. È dunque sempre più sentita l'esigenza d'una struttura centralizzata di servizi e promozione. In questo svolge una funzione molto importante la Fiera "Valenza Gioielli", che da 1978 richiama ogni anno, a marzo ed ottobre, nel Palazzo delle Mostre, la crema degli operatori internazionali. Il pubblico non è ammesso, per ovvi motivi d'inutile sovraffollamento. Ci sono poi due scuole professionali: l'Istituto Statale d'arte "Benvenuto Cellini", che ha circa quattrocento allievi e il Centro di Formazione regionale, gestito da un Consorzio misto, pubblico-privato. Al "Cellini" i corsi prevedono due livelli di diploma, tre o cinque anni. Il triennio si conclude con la qualifica di Maestro d'Arte, chi affronta il biennio successivo, che dà accesso all'Università, consegue la maturità in "Arte dei metalli nell'oreficeria", oppure in "Arte delle pietre dure e delle gemme". Ma resta insostituibile il patrimonio di conoscenze trasmesse direttamente dai maestri orafi, secondo il concetto di "bottega scuola", indicato dalla stessa Regione Piemonte con la sua legge sull'artigianato del 1997, che ha istituito anche i disciplinari di tutela dei singoli settori e i relativi marchi d'eccellenza.

La storia dell'arte della gioielleria di Valenza affonda le radici in tempi lontani, all'orafo pavese Francesco Caramora che nel 1817 trasferisce qui la sua attività e nel 1825 deposita il proprio punzone, il primo, all'Ufficio Marchi di Alessandria. Nell'Ottocento sono nomi come

Valenza produce prevalentemente gioielli esclusivi, fatti a mano, con tecniche sopraffine, ma anche i manufatti di oreficeria sono pezzi unici, d'alto artigianato artistico.

Il magistero tecnico ed estetico di Valenza è il risultato di quasi due secoli di continua evoluzione, che ne fanno un emblema dell'artigianato d'arte italiano, molto difficile da emulare.



and services. The small companies, thanks to their reduced dimensions, can adapt promptly to changing tastes and goldsmiths are very good at picking up on new trends. But today the Valenza "production line" needs to firm up, and establish a common strategy to channel the creative and technical resources of the workshops towards shared objectives.

The Gold Museum, which will be hosted in the old Palazzo Pastore, and the introduction of a more cultural approach in the training of young goldsmiths, with an eye to the decorative arts and contemporary design, are important steps towards constructing a stronger international identity. There is enormous potential on the American, Asian and now Russian markets. And the Euro has heralded a radical change in perspective. The domestic market is no longer Italy, but the new Europe with its twenty-five member states, probably soon to include Turkey and the rest of Eastern Europe too. It is thus becoming more common to go and sell in Düsseldorf or Lisbon rather than Venice or Bari. This is the situation which the quiet town on the banks of the Po must deal with in these difficult years, with its "stock" and "tolle" (the concave bench where the goldsmith sits), its hidden lustre of gold and precious stones and its awareness of having a world-leading industry to defend with pride.

Vincenzo Morosetti e Carlo Bigatti a lanciare definitivamente il polo valenzano. Vincenzo Melchiorre sarà il primo a comprendere la necessità d'uno sbocco internazionale per la propria bottega. Nel 1945 nasce l'Associazione Orafa Valenzana, OAV, che tuttora svolge un ruolo indispensabile di raccordo e di servizio. Le piccole aziende proprio per la loro struttura leggera possono adeguarsi con grande prontezza ai mutamenti del gusto e gli orafi sono molti bravi a fiutare le novità. Ma oggi occorre che la "filiera-Valenza" trovi maggiore compattezza, si dia un progetto complessivo che incanali con maggiore efficacia le risorse creative e tecniche delle botteghe verso obiettivi comuni. Il Museo dell'oro, da ospitare nell'antico Palazzo Pastore ed una più elevata impronta culturale nella formazione dei giovani orafi, con un occhio attento alle arti decorative e al design contemporaneo, sono un passo importante nella costruzione d'una più forte identità internazionale. Sui mercati americani, asiatici, e ora anche su quello russo, le potenzialità restano enormi. Ma l'euro ha portato cambiamenti radicali di prospettiva. Il mercato interno non è più l'Italia, bensì la grande Europa a venticinque, presto forse con la Turchia e il rimanente Est europeo. Diventa così più frequente andare a vendere a Düsseldorf o Lisbona, che a Venezia o Bari. Tale è la realtà che deve affrontare in questi difficili anni il tranquillo borgo in riva al Po con i suoi "stock" e le sue "tolle" (i banconi concavi dove siedono gli orafi), i nascosti bagliori dell'oro e delle pietre preziose, e la consapevolezza d'un primato mondiale da difendere con orgoglio.