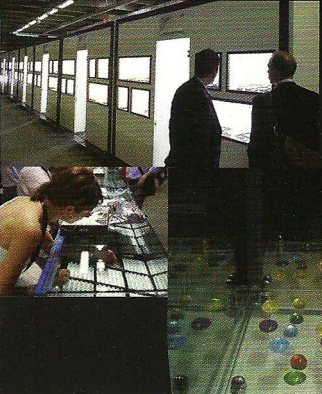
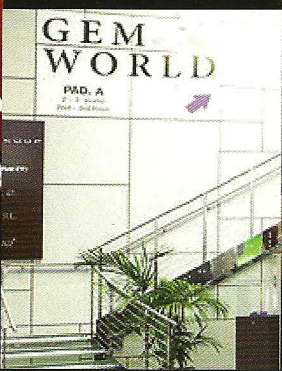


Assogemme ha superato quota 100 iscritti. Un boom per un'associazione così giovane (costituita nel 2007) e così diversa (eticamente orientata). Che adesso lancia il suo decalogo da rivolgere al pubblico: una lista basilare per un acquisto consapevole. Come spiega il presidente Paolo Cesari: "la fiducia (garantita) del cliente è la nostra ragione sociale".



Paolo Cesari presidente Assogemme

CENTO ASSO GEMME



TUTTE LE REGOLE NEL DECALOGO

Diffusi alla stampa con una azione di pubbliche relazioni, ecco "i comandamenti" con i quali Assogemme mira ad informare il pubblico: 10 fondamentali essenziali per un acquisto sicuro.

L'articolo 1 dice: chiedete sempre al gioielliere la certificazione del prezioso acquistato. Rilasciata da esperti e/o da istituti gemmologici, la garanzia conviene a tutti. Il decalogo stilato da Assogemme costituisce una miniera di informazioni (la miniera è adatta alle pietre). Esempi? La definizione di carato e quella di brillante. Nel decalogo si trova anche la descrizione dei vari tagli in cui si presentano al pubblico le pietre. Mettiamo invece le famose 4C, chi le ricorda? Eccole: colore, purezza, taglio, caratura. Sono importanti perché determinano il valore del diamante. E così via. Insomma, un piccolo e valido supporto con gli accorgimenti base per riconoscere le perle naturali (coltivate); i consigli per mantenerle luminose; la descrizione e le caratteristiche delle principali pietre preziose e altri input per un saggio acquisto.

As reported in the press through a public relations action, here are the "commandments" by which Assogemme wants to inform the public: 10 essential tenets for a safe purchase. Article 1, for example, says: always ask for the certification of the jewellery you are buying. Released by experts and/or gemmological institutes, the guarantee is better for all. Assogemme Decalogue is a wealth of information. Just see, for example, the definition for "carat" and "brilliant". The Decalogue also describes the different cuts of stones. Second example, the famous 4Cs (probably sunk into oblivion). Here they are: colour, clarity, cut, carat weight. They are important to determine the value of the diamond. And so on. In short, the Decalogue is a small and efficient support illustrating the basic pieces of advice to recognize natural (cultivated) pearls and how to keep them bright, as well as the description and characteristics of the main precious stones and other hints for a wise purchase.

100 più 100 L'ambizione non ha limiti e Assogemme, raggiunto e superato il target del centesimo associato, tiene le maniche rimboccate perché siamo ancora in corso d'opera. "Centi iscritti sono molti ma miriamo più in alto", afferma Paolo Cesari, promotore e animatore storico di questa associazione, spiegandone l'evoluzione. Intanto non chiamatelo club. "Non vogliamo assolutamente avere un carattere esclusivo, l'intento è invece di includere il maggior numero di operatori attenti e attivi. Già oggi siamo l'associazione di categoria con più aziende associate e più addetti".

Ok, lasciamo fare il club ad altri e concentriamoci sulla prossima tappa di Assogemme. "Un osservatorio. - è l'annuncio di Paolo Cesari - Faremo un osservatorio a carattere permanente, un organismo operativo in grado di offrire ai soci un panorama completo del mercato nazionale, di "pesarlo" in termini statistici. Riteniamo utile per il settore disporre di dati precisi, sulle quantità e le qualità di materia prima lavorata e venduta. Conoscere le provenienze del prodotto, valutare gli ordini di grandezza in cui lavora l'intera categoria, informarsi sulla suddivisione degli operatori per fasce e zone, ci pare importante. Intendiamo offrire una foto realistica della situazione italiana, cioè un buon servizio agli iscritti".

Assogemme, the Italian gemmological association committed to developing a code of ethical behaviour, has more than 100 members. Founded in 2007, Assogemme now launches its Decalogue for the public: a basic list for ethical purchasing, as explained by President Paolo Cesari: "the (guaranteed) trust of the customer is our mission."

100 plus 100 Ambition knows no bounds. Assogemme has met and even exceeded the target of 100 members and does not want to rest on its laurels. "One hundred members are many, but we want to fly higher," says Paolo Cesari, promoter and organizer of the association, while explaining its evolution. But do not call it a club, please. "We don't want to be exclusive like a club; rather, we want to include the largest number of attentive and active players. We are already the trade association with more member companies and more employees," he adds.

"The next step of Assogemme is to establish an observatory, organized as a permanent and operational body capable of offering members a complete overview of the national market, "weighing" it in statistical terms. We think it is good for the industry to have accurate data on the quantity and quality of raw materials processed and sold. We think it is important to know the origins of the product, assess the scale of the whole sector, and learn about the subdivision of operators in ranges and zones. We intend to offer a realistic picture of the Italian situation, which is a good service to members," announces Paolo Cesari.

SEPTEMBER GEMWORLD

Tutte le pietre all'A Da maggio scorso il salone Gemworld è stato ricollocato al padiglione A della Fiera di Vicenza. Punto di riferimento commerciale di Assogemme, Gemworld conserva la sua caratteristica di omogeneità merceologica, dove è possibile trovare ogni possibile gemma: la miriade di colori e consistenze, dimensioni e tagli che la natura offre, eccole esposte.

All the stones at Pavilion A Since last May, the Gemworld Show has been back at the Pavilion A at the Fiera di Vicenza. Trade point of reference of Assogemme, Gemworld typically remains an opportunity where you can find every possible gem, where the countless colours and textures, sizes and cuts offered by nature are exhibited.

