

Azienda orafa Il Diamante di Valenza

Il nuovo slancio di un marchio storico

A cura di Enrico Grenga

L'azienda orafa **Il Diamante** nasce nel **1995** a **Valenza Po** (Alessandria) – autentica capitale della tradizione orafa italiana – per iniziativa di **Maurizio Martone**, attivo in questo campo sin dall'età di 14 anni e primo insegnante in Italia dell'arte della microincassatura. Al suo fianco, nell'attività, come

nella vita, la moglie **Roberta Bardon**, con la quale Maurizio condivide ogni passo umano e professionale ormai da **28 anni**; attualmente poi, in azienda comincia ad affacciarsi anche la seconda generazione rappresentata da **Andrea Martone**, figlio della coppia. Numerosi sono i riconoscimenti ottenuti dal brand di **Valenza**



I titolari Roberta Bardon e Maurizio Martone

luxury





nel corso dei suoi **venticinque anni di esistenza**, tra i quali meritano di essere menzionati il conseguimento del premio **'Piemonte eccellenza artigiana'**, l'ingresso nella **Fondazione Mani Intelligenti**, che si prefigge lo scopo di valorizzare i giovani appassionati all'arte orafa, e, soprattutto, la certificazione **Responsible Jewellery Council**, tra le più importanti del settore orafa, incentrata sulla trasparenza e legata alle pratiche responsabili per l'etica aziendale, i diritti umani, l'ambito sociale e le questioni ambientali. Altro **tratto** che **contraddistingue** in senso molto marcato l'attività della **coppia Martone - Bardone** è poi l'**attenzione** alla **ricerca** e all'**innovazione**: questa si esprime, oltre che nella **innata curiosità** di Martone verso la **sperimentazione "sul campo"** di **tecniche sempre nuove** per la **realizzazione** dei propri

manufatti, anche nel fatto che poi questa **curiosità** si è in almeno un paio di casi tradotta in vere e proprie **lavorazioni coperte da brevetto**: la prima è la tecnica di **incassatura 4D**, così chiamata in quanto con essa, attraverso l'incastonatura, ai quattro lati di una pietra centrale, di altre pietre laterali, queste donano enorme lucentezza al monile da qualsiasi angolazione lo si osservi; la seconda tecnica oggetto di brevetto è invece usata per la **personalizzazione** dei **gioielli** e consente di lavorare su **spessori minimi dell'oro** realizzando in maniera rapida e versatile oggetti **impreziositi** con **diamanti**, così da creare un **gioiello artigianale** con un livello di **personalizzazione unico al mondo** e non replicabile in fusione per via delle misure estremamente ridotte e delle infinite varianti legate alle scritte inca-



stonate con diamanti. Proprio le due tecniche appena richiamate sono state centrali per il salto di qualità che i titolari hanno voluto imprimere alla loro attività nel corso del **2020**: benché sia stato, come facilmente comprensibile, un anno di calo dal punto di vista del fatturato – come sottolinea **Martone** mentre *“il fatturato del 2019 è stato di un milione e seicentoseptantamila euro circa, quello del 2020 si è assestato invece sotto il milione di euro”* - esso è stato infatti, per **Martone** e **Bardon**, anche un momento in cui mettere nuovamente mano alle strategie e alle politiche aziendali e compiere scelte importanti, anche in termini di investimenti economici. La decisione più significativa sotto questo punto di vista è stata senz'altro quella di affiancare la produzione e il lancio di linee di alta gioielleria a marchio proprio

all'attività di contoterzista per i più rinomati marchi italiani e internazionali del lusso, che **Il Diamante** ha svolto con ottimi risultati nei suoi 25 anni di vita con riferimento all'intera filiera dell'oreficeria, dall'incastonatura alla pulitura, dal controllo qualità al packaging. Una simile scelta strategica è stata poi concretamente declinata, tra le altre cose, in lavori di ampliamento della sede di produzione - passata da **200** a **500** metri quadrati incluso lo show room – nell'acquisto di software di precisione e su politiche di ampliamento del personale, attualmente composto da **30 collaboratori**. Tra le varie gamme e collezioni frutto di questo rinnovato disegno strategico si possono ricordare le **Fedi Nuziali**, i **'Classici'** – che pur rifacendosi ai capisaldi dell'alta gioielleria italiana si rinnovano attraverso la brevettata tecnica di perso-



nalizzazione di cui si è detto, che consente di scrivere con i diamanti le parole che si desidera – **‘Word’**– che, frutto del medesimo brevetto, personalizza il gioiello con piccole lettere incastonate da diamanti – **‘Spring’** – in cui si ritrovano, rispettivamente nella **versione 4D** e in quella **Word**, entrambi i brevetti dell’azienda piemontese – **‘Basket’**- impreziosita da un cestino di **diamanti** che possono essere scelti tra **rubino, smeraldo e zaffiro** – **‘Eternity’** - caratterizzata da una fascia interamente ricoperta da **diamanti** che ricoprono anche la chiusura e la cerniera del gioiello – e le croci dal design essenziale e raffinato della linea **‘Hope’**. Una menzione particolare merita infine la linea **‘Hortensia’**, i cui orecchini e collana **Trilogy** sono stati recentemente indossati dall’attrice **Mira Sorvino** sul red carpet della **Festa del Cinema di**

Roma, e i cui esemplari saranno un elemento importante delle sfilate di moda che saranno trasmesse digitalmente a **Torino**, nella cornice di **Palazzo Madama**, il prossimo **21 novembre**, nel quadro degli eventi in programma per la **sesta edizione** della **Torino Fashion Week**. Quanto appena detto ci mostra che, sebbene per avere un riscontro strettamente economico - finanziario bisognerà attendere l’inizio del prossimo anno, il **2021** si è rivelato per lo meno un anno di ripresa di una significativa **‘presenza sulla scena’** da parte de **Il Diamante**, di cui è ulteriore testimonianza l’evento tenutosi lo scorso **28 ottobre** presso la **Dicò Gallery** di **Roma**: intitolato **‘Dicò presenta: Il Diamante di Marilyn’**, esso è stato il frutto della collaborazione tra **Il Diamante** e **Dicò**, ovvero **Enrico Di Nicolantonio**, artista romano affer-



mato sia in **Italia** che negli **Stati Uniti** e noto per i suoi ritratti di personaggi famosi avviluppati da una lastra di materiale plastico che poi viene bruciato e piegato per dare all'opera una prospettiva nuova e tridimensionale. In particolare, mentre **Dicò** ha proposto una rivisitazione de **'Il Diamante di Marilyn'** – il ritratto dell'attrice americana da lui presentato per la prima volta nel **2012** presso la **Ca' d'Oro** di **Roma** e **Miami** in occasione della mostra dedicata a **Marilyn Monroe** a 50 anni dalla sua scomparsa e che lo ha consacrato come icona della **Pop Art italiana e internazionale** – l'azienda valenzana ha innanzitutto donato all'artista romano il diamante naturale di colore nero di circa **10 carati** che, incastonato sul volto di **Marilyn** in raffigurazione dell'iconico neo, rappresenta il maggior elemento di innovazione ri-

spetto alla versione del ritratto del **2012**; inoltre **Maurizio Martone** e **Roberta Bardon** hanno donato a **Dicò** e a sua moglie il **bracciale Starlight 4D - Dicò Limited Edition** realizzato con **pietre semipreziose colorate** e frutto dell'omonimo **brevetto** firmato **Il Diamante**. Al contempo ne è stata messa a disposizione del pubblico una **limited edition** con **incisi il numero seriale** e la firma di **Dicò**. In conclusione si può affermare che **Maurizio Martone** e **Roberta Bardon** hanno fatto della **loro azienda** un luogo in cui **raccontare i gioielli**, più che **venderli, arricchendoli con la loro alchimia, la loro passione e la loro dedizione assoluta alla famiglia: ogni diamante raccoglie, come in un prisma, tante facce di una vita, di una famiglia, di un vissuto, irradiando una luce che sarà, per i due titolari, la luce del futuro.**