

COMMUNICATION



Twenty-five years of passion

"99% of our turnover, generated by the production of chains and costume jewellery in silver and gold, comes from the foreign market distributed throughout all five continents. We have come a long way, overcoming many obstacles but in the end we reaped reward from our passion for this work and abundant results were not short in coming". **Karizia** produces in its Bassano del Grappa factory in the heart of the Veneto region, one of Italy's major goldsmiths and jewellers production centres, and is famous all over the world for its high engineering standards in producing machine made chains in precious metal. The factory, upgraded in 2011, covers an area of 3,500 square metres and comprises cutting edge machinery resulting from the sector's state-of-the-art engineering know-how. The complete production cycle is carried out here, from developing products and machinery to the end product, packed to the customer's specifications. "We would never have been able to reach certain goals if it had not been for our operators, each one of them contributing towards making the company grow - specifies Marostica -. "We are going through a bad period - he adds -, a global crisis involving the whole world indiscriminately, but critical times are often just when creativity and new strategies take root. We endeavour to improve day by day to offer our customers a better service: research in products, developments in the new plating systems (It Prolux), environment and safety at work place, all values in which we believe and where we have addressed important issues over the years". A story therefore, Karizia's, telling of creativity and effectiveness but above all of an innovative process, one of the key concepts at the bottom of the corporate business. The above mentioned It ProLux is an example, an elixir for long life for silver, originating from an innovation-related commitment with a Swiss research institute to develop this anti-oxidizing process, retaining the product's shine for a long time. A solution with a performance proving to be far ahead of that of the principal systems used until now. Hence a contribution towards worldwide progress, thanks to an incomparable creativity, typical of the best Made in Italy. "A quality acknowledged by all our customers in choosing us. We are convinced - concludes Marostica - that they all recognize our reliability, effectiveness and ability for problem-solving". And it is just in the pursuit of this outstanding customer care that Karizia is ready to face the future.

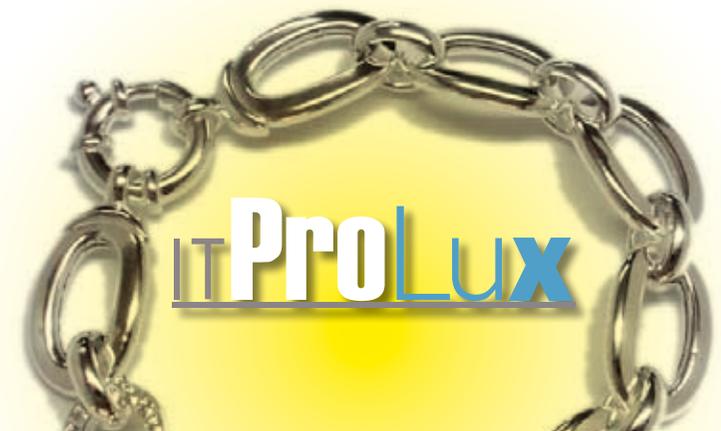
TECHNOLOGY

Quality makes It Prolux different

IT PROLUX has introduced a real revolution concerning the means to keep silver shiny.

Moreover it shows results that are absolutely not comparable to the ways used till now : antitarnish and e-coating. Let's have a look at the main differences. IT PROLUX is not a product that is simply applied onto the metal, but it is an antioxidant process. Its principal characteristic is that it is able to guarantee to maintain silver shiny in time.

IT PROLUX is the result of research focused on the prevention of oxidation of silver during chemical processes. Antitarnish, instead, is an application of a ceramic film made of oxidized aluminium and titanium dioxide. The first functions as a foundation, the latter is a barrier for external chemicals. E-coating, also known as 'electro-coating' uses power to coat silver with a transparent varnish that protects it. Both antitarnish, that gives a 'cold touch' to the colour of jewellery and e-coating that doesn't influence shades, in time show various problems. Only with IT PROLUX the brightness of silver has finally found its 'elixir' of eternal youthness.



COMPANY

The courage for a global challenge

To understand the situation that is going on in Italy it's better not to trust the statistics: some are still attached to old business models and some have chosen new ways to reach new objectives. Ways made of innovation, creativity and courage.

We asked Carlo, Giorgio, Luigi, the co-founders of Karizia, how one does business in such a difficult and uncertain global situation. "Already for some time the challenge is not found on a national level anymore, but on an international level instead. The comparison with emerging countries is not only made on labour cost anymore: a worker in Asia, that ten years ago costed 40 times less than in Europe, costs only five times less nowadays. The strength of the Italian way is the guarantee for a continuous specialisation and flexible organisation."

Are there any other winning cards? "Yes, there certainly are: Innovation and Technology. Investing in research and knowledge is needed for innovation. After years of collaboration with an important Swiss institute, Karizia created IT Prolux, a product that is defined as a real "youth elixir" for silver. A technological, internationally patented, process that is the key brick to

a successful business. There is a high need to offer something different than the rest. Something that the others can't do." The bottom line is, that if a company doesn't invest in anything, the battle is already lost. "And not only is the battle already lost, but from our point of view it cannot even be considered a company. A fundamental aspect of our business is the capability

to offer new possibilities for those who buy our products. And that is an objective that can't be reached by simply repeating yourself, but it needs risk. Steve Jobs' speech to the students at Stanford should be a point of reference for our sector. Lack of passion, enthusiasm or courage does not lead you anywhere. They are needed, together with expertise, to reach objectives."



EVENTS

VICENZAORO

First.

VICENZA 19th-24th JANUARY



HONG KONG 05th-09th MARCH

OROAREZZO

Mostra internazionale dell'oro, argento e gioielli
13/16 APRILE 2013

AREZZO 13th-16th APRIL

VICENZAORO

Charm

VICENZA 18th-22th MAY

JCK

LAS VEGAS

31th MAGGIO -03th JUNE

BUSINESS



Silver: growing trend

Silver has been on the increase.

At the beginning of 2009 it increased already by 200 per cent, while this year it is estimated to go up another 20%, which confirms the central position that this precious metal occupies for investors. The main reasons are: the shortage in supply and the increasing industrial demand. Let's have a look at some statistics: This year, the volume of the ETF (Exchange

Traded Funds) is increased with 32 million/ounce, which means silver assets of about 610 million/ounce on a global level, which is equal to about 20 milliard US Dollars. The forecasts for next year state that silver will be at the centre of attention in the markets. Next to that it will also play an important role for industrial industries that use this precious metal in their production processes. On the other hand, banks continue their monetary politics, which will make investors choose more for precious metals. The positive trend of silver will continue.

ENVIRONMENT

The big challenge for zero emissions

Karizia continues to pay the utmost attention to contribute to saving the environment. This attention is paid in every step of the manufacturing and in every aspect of the company. From eliminating waste of energy to optimizing its resources. Each sector of the company follows this philosophy that is in line with the 'Impronta ecologica' the new unit to measure the demand of natural resources. They supply usefull parameters to companies in order to define points of reference and objectives



regarding saving the environment. The innovative industrial process for waste disposal that Karizia has chosen is realised in collaboration with the Swiss company Pyromex. It represents one of the most cutting edge solutions for treatment of waste. The proces takes place in a sealed room without oxygene and does not produce any harmful emissions during the treatment of gasification. The waste is transformed, putting in effect the famous motto of Lavoisier " nothing is lost, nothing is created, everything is transformed".

The result is not one, but two new products that are environmentally friendly: an inert inorganic material and syngas, a clean gas. The inert material is used in street pavement, while the syngas is used for the production of eletric power . Karizia implemented an installation that is able to dispose up till 5.000 tons a day without polluting. Next to that it eliminates any type of dangerous residue. Karizia is convinced that, by choosing to work with the utmost respect for the environment, both companies and individuals can save our planet for future generations.

TRENDS AND DESIGN



New Gold Palette Last Detail

di Cheryl Kremkow,
Editor-In-Chief

First consumers developed a taste for chocolate gold. Now they'll have a choice of even more flavors. It was created a new palette of eight gold colors, available in basic chain, diamond cut chain, striking

multicolor braids and links, and fashion items. Three are the colors of gold you already know: yellow, white, and rose. Now they are joined by new shades of brown, amber, gray, black, and green. Some colors are created by alloys and others by galvanization. The impact of the color is particularly pronounced when several colors are used side by side. That's why we developed a display to show all the colors,

the concept is much stronger when the consumer sees them together. It's been well received. What customers like most is when there is strong contrast between the yellow and chocolate. Gold's rainbow may soon be even more inspiring.



OXICOLOR™

First consumers have now a choice of more colors for their jewelry. Italians chain giant **Karizia** and **Tecnigold** and **Sliding Adjuster**, in partnership have created a new palette of more than 26 gold and silver colors, available in basic chain, diamond cut chain, striking multicolor braids and links, and several fashion items. Three are the colors of gold you already know: yellow, white, and rose, and is the silver color: white. Now more colors and shades are in development. Colors are created by an innovative sistem call **OXICOLOR™**.

OXICOLOR™ passed all the resistance test to: Wear and Corrosion, Sweat, UV and temperature. The colored jewelry pieces can be worn without any problem because **OXICOLOR™** is not affected by sweat, chlorine, salt water, sun, hot or cold temperatures, perfume and make-up.

All dyes are organic, non allergic and not toxic. The paint is nebulized 2 times on top of the products in sealed chamber, this ionized the paint attracted from gold or silver in a permanent way, going inside

the micro-porosity of the alloy. After the painted products are placed in a oven for more than 1 hour at high temperature.

-  GREEN *season salad*
-  RED *tomato sauce spaghetti*
-  BROWN *chocolate cake*
-  PURPLE *mixed berries*
-  BLU *italian wather*
-  BLACK *coffee*



APHORISM

“Don't make yourself irreplaceable; if you're irreplaceable, you will never get a promotion.”

Anonymous

COMUNICAZIONE



Venticinque anni di passione

“Il nostro fatturato, generato dalla produzione di catename e articoli fancy di argento e oro, proviene per il 99% dal mercato estero diviso in tutti i continenti. Abbiamo percorso tanta strada, superato svariate difficoltà ma la fine la passione per questo lavoro ci ha premiati e i risultati sono arrivati copiosi”. La produzione Karizia ha luogo presso lo stabilimento di Bassano del Grappa, nel cuore del Veneto, uno dei maggiori centri di produzione orafa in Italia, famoso in tutto il mondo per l’alto livello ingegneristico della realizzazione di catene fatte a macchina in metallo prezioso. Lo stabilimento, rinnovato nel 2011, si snoda su una superficie di 3.500 metri quadrati, e include al suo interno i più moderni macchinari, frutto del più recente know-how ingegneristico nel settore. Qui avvengono tutte le fasi della produzione, dallo sviluppo prodotto e macchinari fino al prodotto finito, confezionato secondo le specifiche richieste del cliente. “Senza i nostri collaboratori non avremo potuto raggiungere certi obiettivi, ognuno di loro ha contribuito a far crescere l’azienda”, specifica Marostica. “Stiamo attraversando un periodo difficile - aggiunge - una crisi globale che investe tutto il mondo indistintamente, ma l’inventiva e le nuove strategie spesso affondano le radici proprio in fasi storiche critiche. Cerchiamo ogni giorno di migliorarci per dare un maggior servizio ai clienti: ricerca prodotto, evoluzione di nuovi sistemi galvanici (IT-Prolux), ambiente e sicurezza nei luoghi di lavoro, sono valori in cui crediamo e in questi ultimi anni abbiamo perseguito importanti obiettivi su questi fronti”. Dunque una storia, quella di Karizia, di creatività e concretezza e soprattutto un percorso di innovazione, uno dei concetti chiave su cui si fonda l’attività aziendale. Ad esempio, il già citato IT Prolux, l’elisir di lunga vita per l’argento, ha origine dall’impegno orientato all’innovazione con un istituto di ricerca svizzero, sviluppando questo processo antiossidante che rende i prodotti splendidi nel tempo. Una soluzione che supera di gran lunga le performance dei principali sistemi utilizzati sinora. Un contributo al progresso mondiale, dunque, grazie a una creatività unica, tipica della migliore imprenditorialità italiana. “Una qualità che tutti i nostri clienti, scegliendoci, ci riconoscono. Siamo convinti - conclude Marostica - che la correttezza, l’efficacia, la capacità di problem-solving ci siano riconosciuti da tutti loro”. E proprio perseguendo questa marcata orientazione al cliente, Karizia è pronta per affrontare il futuro.

TECNOLOGIA

It Prolux differente per qualità

IT PROLUX ha introdotto una vera e propria rivoluzione nei metodi di conservazione della brillantezza dell’argento con risultati assolutamente non paragonabili ai sistemi usati fino adesso: l’antitarnish e l’e-coating.

Vediamo quali sono le principali differenze. IT PROLUX non è un prodotto da applicare ma un processo antiossidante la cui caratteristica principale è quella di riuscire a garantire la brillantezza inalterata nel tempo. IT PROLUX è il risultato di una ricerca focalizzata

a intervenire nelle catene chimiche del processo di ossidazione dell’argento. *L’antitarnish*, invece, consiste nell’applicazione di una pellicola ceramica composta da ossido di alluminio e biossido di titanio, il primo funge da base il secondo da barriera agli agenti chimici. Diverso *l’e-coating*, anche noto come elettro-coating, che utilizza la corrente elettrica per rivestire l’argento di una vernice trasparente per proteggerlo. Sia *l’antitarnish*, che rende più freddi i colori dei gioielli, sia *l’e-coating* che non influisce sulla tonalità, con il passare del tempo presentano diverse problematiche: copertura disomogenea, screziature, ossidazione parziale. Solo con IT PROLUX la brillantezza dell’argento ha finalmente trovato il suo “elisir” di eterna giovinezza.



AZIENDA

Il coraggio di una sfida glocal

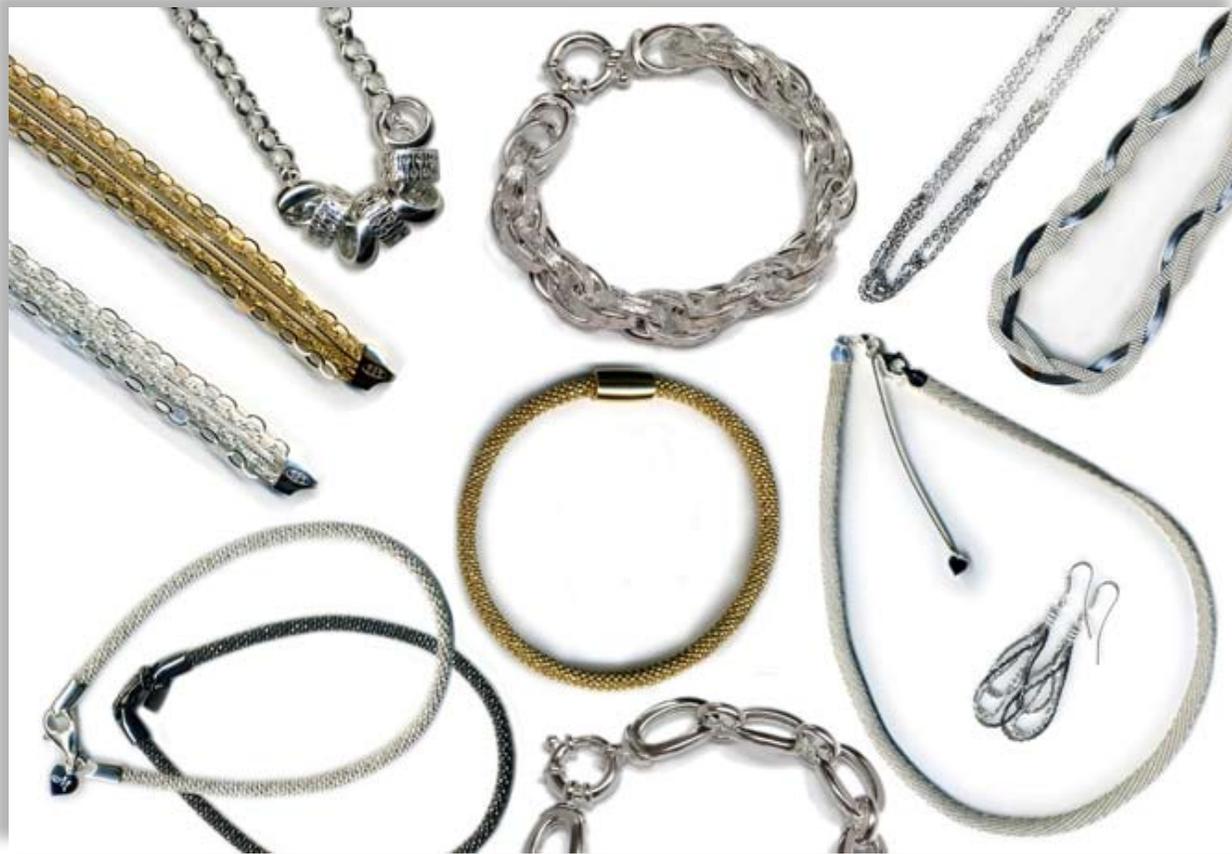
Per capire cosa succede in Italia guai ad affidarsi alle statistiche: c'è chi è rimasto attaccato a vecchi modelli di business e chi ha costruito nuove strade per raggiungere nuovi obiettivi. Strade fatte di innovazione, creatività, coraggio.

A Carlo, Giorgio, Luigi, cofounder di Karizia chiediamo come si fa impresa in un passaggio storico così incerto. "La sfida, ormai da tempo, non si gioca più sul territorio nazionale ma va condotta su scenari internazionali. Il confronto con i paesi emergenti non è più sul costo del lavoro: un lavoratore che in Asia dieci anni fa costava 40 volte in meno che in Europa, oggi costa cinque volte in meno. La forza dell'italian way è la struttura di filiera che garantisce specializzazione continua e flessibilità organizzativa." Ci sono altre carte vincenti? "Sicuramente. Innovazione e tecnologia. Per produrre innovazione è necessario investire in conoscenza e ricerca. Karizia dopo anni di collaborazione con un importante laboratorio

svizzero ha creato IT Prolux, definito un vero e proprio "elisir di giovinezza" dell'argento. Un processo tecnologico diventato brevetto internazionale e chiave di volta di un business di successo. È necessario impegnarsi per offrire quel qualcosa in più che gli altri non riescono a realizzare."

Insomma se un'azienda non investe ha già perso. "Non solo ha già perso ma a nostro modo di vedere non è neppure un'azienda. Una componente fondamentale del nostro lavoro è proprio la capacità di costruire nuove proposte per le persone che acquistano i nostri prodotti.

Un obiettivo che non si raggiunge ripetendo pratiche consolidate ma rischiando. Il discorso di Steve Jobs ai giovani di Stanford dovrebbe essere un punto di riferimento per chi fa il nostro mestiere. Senza passione, entusiasmo, coraggio e un bagaglio di competenze non si va da nessuna parte."



EVENTI

VICENZAORO

First.

VICENZA 19-24 GENNAIO



HONG KONG 05-09 MARZO



AREZZO 13-16 APRILE

VICENZAORO

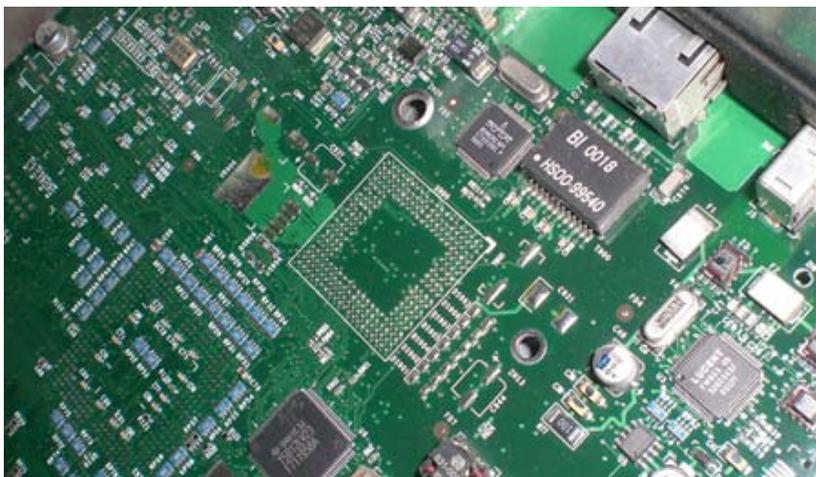
Charm

VICENZA 18-22 MAGGIO



31 MAGGIO -03 GIUGNO

MERCATO



Argento: trend in crescita

Continua la corsa al rialzo dell'argento.

All'inizio del 2009 si era già registrato un aumento del duecento per cento, quest'anno si può stimare un'ulteriore crescita del venti per cento, il che conferma come questo metallo sia ormai al centro dell'agenda degli investitori. Principali cause: la carenza delle forniture e l'aumento della domanda industriale. Ma vediamo alcuni dati statistici. Nell'anno in corso il volume degli **ETF (Exchange Traded Funds)** è cresciuto di 32 milioni di oncie, il che significa che a

livello mondiale gli **ETF** dispongono attualmente di un patrimonio in argento che si aggira intorno ai 610 milioni di oncie. Tradotto in dollari è un valore pari a venti miliardi. Le previsioni per il prossimo anno annunciano che l'argento sarà al centro dell'attenzione dei mercati. Un ruolo importante sarà giocato anche dalle industrie a forte componente tecnologica che utilizzano questo metallo nei loro processi di produzione. D'altra parte le banche proseguiranno le loro politiche monetarie, il che porterà gli investitori a investire di più in metalli pregiati. Il trend positivo dell'argento, insomma, non sembra fermarsi qui.

AMBIENTE

La grande sfida a emissioni zero

Karizia continua a riservare un'estrema attenzione ai processi e alle pratiche che consentono il massimo rispetto dell'ambiente, eliminando gli sprechi energetici e ottimizzando l'impiego delle risorse a disposizione. Ogni settore dell'azienda segue questa filosofia che è coerente con l'Impronta ecologica, la nuova unità di misura sulla domanda di risorse naturali da parte dell'umanità che fornisce alle aziende i parametri utili a definire i propri punti di riferimento e i propri obiettivi in relazione alla salvaguardia dell'ambiente.



L'innovativo processo industriale scelto da **Karizia** per lo smaltimento dei rifiuti, realizzato in collaborazione con l'azienda svizzera **Pyromex**, rappresenta una delle soluzioni più all'avanguardia nel trattamento dei rifiuti. Il processo avviene in camera stagna in assenza di ossigeno e durante il trattamento di gassificazione non produce emissioni nocive nell'ambiente. I rifiuti vengono trasformati, attuando il noto motto di Lavoisier: *"Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma"*. Il risultato sono due nuovi prodotti ecocompatibili:

un materiale inorganico inerte e il **syngas**, un gas pulito. Il materiale inerte è impiegato nell'asfaltatura di strade, mentre il **syngas** è utilizzato per la produzione di energia elettrica. L'impianto realizzato da **Karizia** è in grado di smaltire fino a cinquemila tonnellate al giorno senza inquinare l'atmosfera e soprattutto eliminando qualsiasi residuo pericoloso. **Karizia** è convinta che le imprese e gli individui possono salvare questo pianeta per le generazioni che verranno scegliendo di lavorare nel pieno rispetto dell'ambiente che ci circonda.

TRENDS AND DESIGN



Una nuova palette colori oro

di Cheryl Kremkow,
Editor-In-Chief

I Consumatori che hanno sviluppato prima un gusto per l'oro color cioccolato adesso avranno una scelta di sapori ancora più ampia. È stata creata una nuova tavolozza di otto colori oro, disponibile nella catena base, la catena taglio diamante, le straordinarie trecce

multicolori e articoli di moda. Tre sono i colori d'oro conosciuti fino ad oggi: giallo, bianco e rosa. Ora si aggiungono nuove sfumature di marrone, ambra, grigio, nero e verde. Alcuni colori sono creati da leghe e altri da galvanizzazione. L'impatto del colore è particolarmente pronunciato quando diversi colori vengono utilizzati affiancati, ecco perché abbiamo sviluppato un display per visualizzare tutti i colori, il concetto è molto più forte quando

il consumatore li vede insieme. Questa nuova colorazione è stata ben accolta, ciò che piace di più ai clienti è quando c'è un forte contrasto tra il giallo e il cioccolato, la gamma di colori oro arcobaleno potrebbe presto essere ancora più stimolante.



OXICOLOR™

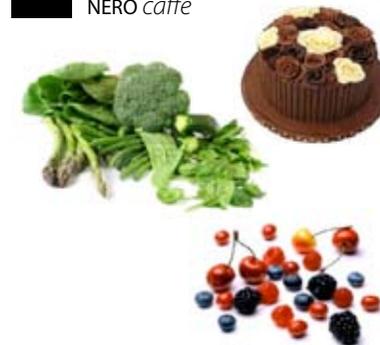
I consumatori più attenti hanno ora una scelta di colori in più per i loro gioielli.

Karizia, in partnership con Tecnigold e Sliding Adjuster, ha creato una nuova tavolozza di più di 26 colori oro e argento, disponibile in catena base, in catena taglio diamante, nelle straordinarie trecce multicolori e in diversi altri articoli di moda. Tre sono i colori d'oro già conosciuti: giallo, bianco e rosa; l'argento solo bianco. Ora le sfumature sono di più e in fase di sviluppo. I colori sono creati da un innovativo sistema chiamato OXICOLOR™.

OXICOLOR™ ha superato tutti i test di resistenza a usura e corrosione, sudore, raggi UV e temperatura. I pezzi di gioielleria colorati possono essere indossati senza alcun problema perché OXICOLOR™ non è influenzata dal sudore, dal cloro, dall'acqua salata, dal sole, dalle temperature calde o fredde, dai profumi e dal make-up. Tutti i coloranti sono organici, non allergici e non tossici. La vernice viene nebulizzata 2 volte sopra i prodotti in una camera stagna: la vernice ionizzata viene attratta da oro e argento penetrando in modo permanente all'interno delle micro-

porosità della lega; poi i prodotti verniciati sono posti per più di 1 ora in un forno ad alta temperatura. Il menù dei colori OXICOLOR™ 2013 propone:

-  VERDE *insalata di stagione*
-  ROSSO *sugo di pomodoro e spaghetti*
-  MARRONE *torta di cioccolato*
-  VIOLA *frutti di bosco*
-  BLU *acqua italiana*
-  NERO *caffè*



AFORISMA

“Non dimostrarti insostituibile; se non puoi essere sostituito, non sarai promosso.”

Anonimo