

INDUSTRIA
STILE
BELLEZZA

.moda

Speciale Gioielli

Il Sole
24 ORE

Sostenibilità

Intervista esclusiva a Iris Van der Veken, del Responsible Jewellery Council (RJC) sul futuro dell'industria



Delicate. Le perle sono un dono della natura di cui aver cura e da proteggere

Come in ogni altro settore, è cresciuta l'attenzione da parte dei consumatori all'impatto sociale e ambientale delle aziende
Chiara Beghelli — a pag. 6

Articoli e gallery su alta gioielleria e alta orologeria, con reportage dalle fiere
www.ilssole24ore.com/moda

Il quadro economico. La crescita globale e in Italia — pag. 4

Pezzi unici. L'alta gioielleria di Chanel — pag. 8

M&A. Lvmh leader con Tiffany — pag. 10

In mostra. Van Cleef & Arpels — pag. 14

Lusso in Borsa. I casi Fope e Gismondi — pag. 20

Verso il Natale. Le novità da donna e da uomo — pagine 22 e 25

ILLUSTRAZIONE DI FORTUNA TODISCO



Stile e know how produttivo

La creatività illumina i distretti preziosi

Giulia Crivelli

Fiero della sua originalità e indipendenza (anche economica) e delle sue scelte di vita e di lavoro. E del filo di perle che porta sempre al collo: è Giambattista Valli, romano di nascita ma cittadino del mondo, capace di muoversi con naturalezza tra pret-à-porter, alta moda a Parigi e partnership con H&M (si veda Il Sole 24 Ore del 25 ottobre).

Le collane di perle sono tra i gioielli più tipicamente femminili che esistano e ci sono attrici che non riusciamo a immaginare senza: Audrey Hepburn in *Colazione da Tiffany*, Grace Kelly ne *La finestra sul cortile*, Marilyn Monroe con la collana che il marito Joe Di Maggio le comprò durante la luna di miele in Giappone. Le perle

di Valli sono un ricordo di sua nonna ed è impossibile non vedergliele al collo. È un caso raro però: le perle possono sembrare troppo in un Paese, l'Italia, dove ancora si sente ancora dire che l'unico gioiello concesso a un uomo è l'orologio. Ma le cose cambiano e la gioielleria maschile è un segmento interessante, di fatto inesplorato dalle maison più famose. Tiffany ha deciso di provarci, il ceo di Bulgari ha confessato di essere incuriosito, il direttore creativo di Chanel commenta con un sibillino «mai dire mai». A guardar bene poi si tratterebbe di un ritorno: nell'Antico Egitto la gioielleria non era questione di genere. Donne e uomini di ogni classe sociale possedevano e indossavano gioielli: orecchini in oro, bracciali in vetro o in ceramica e le collane con colletto largo che per il Faraone diventavano pezzi che oggi chiameremmo di alta gioielleria.

Oggi nella gioielleria — e pensiamo sia un bene, come sempre quando cadono barriere, di qualsiasi genere siano — ci sono moltissimi brand accessibili, che utilizzano argento o leghe e oro di diverse carature.

L'Italia è un punto di riferimento mondiale per il design e la produzione, artigianale e non solo, grazie in particolare ai distretti di Arezzo, Vicenza e Valenza. Ma c'è di più: proprio come è successo nella moda, esiste il *mix and match*, si possono portare pezzi molto preziosi accanto a bigiotteria o fashion jewellery, come dicono negli Stati Uniti. A volte poi — si pensi alle collezioni Chanel — i bijoux hanno un valore intrinseco (stilistico) e di mercato (prezzo) più alto di alcuni gioielli veri e propri. Una peculiarità che distingue la gioielleria dall'orologeria, che mantiene un confine netto tra brand accessibili e di media e alta gamma. Un'altra

differenza importante è la percentuale di gioielli *unbranded*, pari, si stima all'80% (era il 90% nel 2003, secondo McKinsey, e scenderà al 60-70% nel 2020).

Anche su questo fronte, qualcosa sta cambiando: sulla scia di quello che è successo con occhiali e profumi, marchi tradizionalmente specializzati in abbigliamento e accessori hanno lanciato collezioni di gioielleria (il caso più recente è Giorgio Armani) e di alta gioielleria (i pezzi unici presentati da Gucci a New York qualche mese fa). Su una cosa la gioielleria non fa eccezione: la crescente attenzione alla sostenibilità. La chiedono i consumatori, sembrano convinti a ottenerla anche tutti gli attori della filiera, come dimostra il recente congresso Cibjo (si veda l'articolo a pagina 4).

Dalla storia della gioielleria possiamo imparare un'altra cosa, oltre a non sottovalutare il pubblico (e la

vanità) maschile. Ed è che c'è qualcosa di universalmente riconosciuto nella bellezza dei gioielli. C'entra il valore intrinseco di metalli e pietre, certo. Ma c'è soprattutto il valore aggiunto legato ai disegnatori e agli artigiani: di questo tratta quasi l'intero speciale, con storie d'azienda e curiosità. Capita spesso di fare pulizia negli armadi e può succedere di eliminare un vestito da sera costato magari più di un gioiello, di un paio di scarpe indossato due volte dopo averci investito parte dello stipendio. Ma è praticamente impossibile disfarsi di un gioiello: può capitare forse se ci ricorda qualcosa di straziante. Persino in questo caso, non sarà mai buttato, magari venduto all'asta o regalato. I gioielli hanno un'anima, potremmo dire. E dell'anima bisogna sempre avere cura.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

.moda Speciale Gioielli



Roberto Coin. Orecchini a cerchio Roman Barocco, in oro rosa con diamanti



Giorgio Visconti. Anello a onda in oro rosa con disegno irregolare di diamanti taglio brillante



Repossi. Anello a fascia in oro rosa con diamante esterno e micro pavé



Marco Bicego. Bracciale a 5 fili piatti in oro giallo inciso a mano e pavé di diamanti, collezione Masai



Dolce & Gabbana. Bracciale rigido in oro con punti di diamanti e decoro a cuore e fiocco alle estremità



Prada Fine Jewellery. Orecchini a cerchio con pendente Robot in oro giallo e brillanti



Messikà. Anello Lucky Move, in oro giallo con diamanti mobili centrali



Pesavento. Anello Cocktail in oro giallo con cuscino centrale in polvere di diamante



Fope. Anello in oro giallo lavorato a rilievo con pavé di diamanti al centro, collezione Eka Tiny



Antonini Milano. Orecchino collezione Anniversary100, in oro giallo con pendente

Femminile. Da Bulgari a Pomellato, da Prada a Dolce&Gabbana: bracciali, anelli e orecchini arricchiscono le collezioni spaziando dalle tradizionali forme iconiche agli inserti con brillanti

Design, oro e diamanti: il classico evergreen

Pagina a cura di Nicoletta Ferrari, *How to Spend it*



Cartier. Orecchini a macro cerchio Clash, in oro rosa lavorato a rilievo



Pomellato. Choker rigido in oro rosa con pendente a cerchio, collezione Iconica

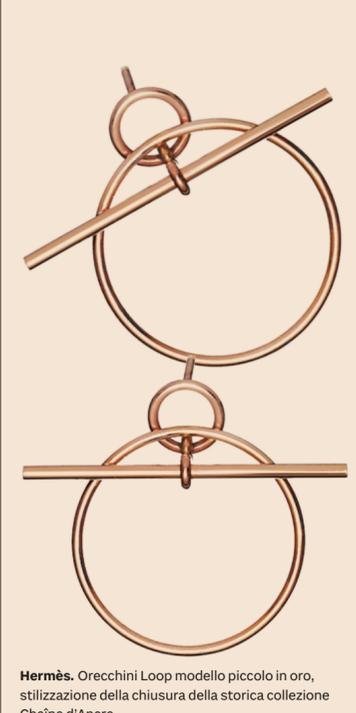


Bulgari. Anello BZero1 a cinque fasce in oro giallo, collezione XXth Anniversary



Farnese Gioielli. Orecchini in oro giallo, limited edition della collezione Mondo

Dalle collane allo smalto, ogni modo di adornare il corpo resterà con noi fino a che saremo sul pianeta
—Desmond Morris
Scienziato e divulgatore. Nato nel 1928, è forse il più famoso e importante sociobiologo vivente. Nella sua lunga carriera si è mosso con naturalezza dall'accademia alla televisione e ai gioielli ha dedicato molte riflessioni nel suo *L'animale uomo*, pubblicato in Italia nel 1994



Hermès. Orecchini Loop modello piccolo in oro, stilizzazione della chiusura della storica collezione Chaîne d'Ancre



Chanel. Anello a fascia in oro giallo con disegno inciso, collezione Coco Crush



Buccellati. Bracciali a cerchi morbidi in oro giallo, collezione Hawaii



Boucheron. Fascia Quatre Radiant Edition in oro giallo a lavorazioni diverse, dedicato alla riapertura della boutique al 26 di Place Vendôme a Parigi

Maschile Forme geometriche (ma non solo) per spille e gemelli

Non solo mixology, motori o sport. Tra le nuove passioni del pubblico maschile c'è anche la gioielleria. Molti marchi del settore e della moda se ne sono accorti proponendo accessori tradizionali come fermacravatte, portasoldi e anelli. E c'è chi è andato oltre: poco più di un mese fa, è stato proprio Tiffany (appena passato nelle mani del colosso francese Lvmh, si veda l'articolo a pagina 10) a lanciare una collezione originale che punta sui "luxury toys" (dallo yoyo alle racchette da ping pong)



Cartier. Spilla da cravatta collezione Juste un Clou, in oro rosa



Giorgio Armani. Gemelli in oro bianco, onice e diamanti, della nuova collezione di alta gioielleria



Le Gramme. Bracciale Cable 7G, in oro giallo lavorato effetto spago con finitura spazzolata



Pisa Orologeria. Anelli a fascia in oro giallo con diamanti neri incastonati all'interno, Pisa Diamanti



Tateossian London. Gemelli con cristalli di ematite stondati e cornice in metallo nero rodriato; serie limitata di 30 paia



Tiffany. Bracciale rigido, collezione Diamond Point, in oro giallo con lavorazione geometrica a rilievo