

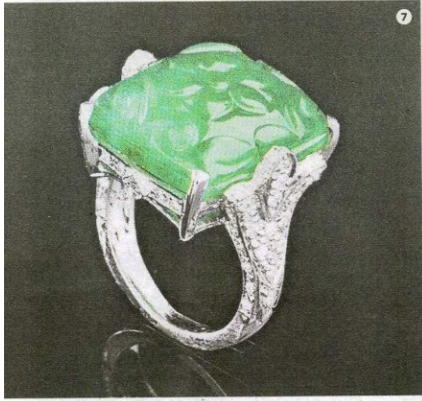


Magia di luce

Le voci dei protagonisti vi accompagnano alla scoperta di novità, tendenze e magnifiche opere d'arte orafa e altre idee preziose



6



7



8

9



10



6
Gucci
Anello
con diamanti
e morsetto in oro
18 carati

7
Marco Gerbella
Anello in oro
bianco e diamanti
con smeraldo
quadrato inciso

donna? O le macro-collane: da quelle realizzate con grandi catene d'oro dal profilo arrotondato a quelle che hanno come protagoniste perle taglia extra-large. Gioielli che, oltre che ornamento, sono espressione di personalità.

«Con la loro forma piena e tondeggiante, i gioielli bold attraggono lo sguardo e sono un modo per comunicare gli aspetti unici della propria identità», conferma Paola Pizzi, psicologa della moda e autrice di *Psicologia dello shopping* (QuiEdit, 188 pagine, 20 euro), che

parla anche del significato dei gioielli: «Per la loro dimensione abbondante sono un po' come la ruota del pavone: permettono di esibire la bellezza e fronteggiano il timore di non riuscire a conquistare l'attenzione degli altri. Inoltre, enfatizzano la comunicazione di successo, valore e affermazione, aiutando ad affrontare le ansie sociali». Una tendenza che a livello di materiali vede una netta predominanza di oro giallo - che quando è accostato alle forme bombate rimanda immediatamente all'estetica degli

anni Settanta e Ottanta - e qualche tocco di colore dato soprattutto dalle gemme cabochon; quelle con taglio, secondo una superficie curva limitata inferiormente da un piano, che combinano luce e appeal tattile.

Ma a chi si addicono di più? E che personalità ha chi sceglie il bold? «Sono adatti a chi non ama stare nell'ombra», spiega Paola Pizzi, «a chi sceglie gli accessori per definire il proprio look, indirizzando il messaggio degli abiti verso una comunicazione identi-

taria». Non solo «Piaccono anche a chi veste con uno stile essenziale, destrutturato o casual e ha quindi bisogno di accessori particolari per definire il proprio valore e la propria unicità», conclude la psicologa. Ma attenzione: bold non vuole dire poca portabilità: nonostante i volumi spesso generosi e scultorei, infatti, questi gioielli si dimostrano comunque molto versatili e indossabili anche nella quotidianità. In perfetto equilibrio tra audacia e comfort.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

9
Prada
Crecchini
con pendenti
Eternal Gold
in oro giallo

10
Pomellato
Bracciale
Iconica
in oro rosa
18 carati

11
Farnese
Anelli Versailles
e Pantheon
con diamanti
e oro giallo

12
Giorgio Visconti
Crecchini in oro
rosa e bianco con
pavé di diamanti
taglio brillante

13
Chantecler
La collana Maloica
combina oro,
titanio, diamanti,
perle e berilli

11



12



ORIZZONTI CAPRESI

“La nostra storia è parte di quest’isola, ci piacerebbe che tutti potessero conoscerne segreti e tesori”, dice Maria Elena Aprea, direttore creativo di Chantecler

di EVA GRIPPA

Pavé di tormaline Paraiba con fiori di zaffiri rosa e gialli, rubini, diamanti e foglie di smeraldo. Un reticolo in oro giallo d’ispirazione bizantina illuminato da rubini, smeraldi e zaffiri. Il cristallo di rocca, scolpito a mano per evocare una conchiglia emersa dal mare di Capri. Per il Natale che conclude l’Anno della Campana, Chantecler propone speciali edizioni del suo simbolo: «La prima fu donata nel 1944 da Pietro Capuano al presi-

dente americano Franklin Delano Roosevelt come emblema di pace e amicizia tra i popoli, un concetto più attuale che mai», racconta Maria Elena Aprea, direttore creativo del marchio. Che anticipa anche il tema per l’anno 2025: l’oro di Capri. «La nostra storia è parte di quella dell’isola, ci piacerebbe che tutti potessero conoscerne segreti e tesori non svelati». È qui, infatti, che Chantecler apre la prima boutique: «Sofia Loren, Audrey Hepburn, Jackie Kennedy è tornata anche ai tempi del matrimonio

con Onassis. Sono passati un po’ tutti, ma sono tante le persone che entrano da noi perché semplicemente... si innamorano».

Se invece si cerca un gioiello da regalare, come orientarsi? «Pensando a chi lo riceve. Se non ti colpisce o se non coglie un momento speciale, un oggetto non vale nulla. Il gioiello è un piccolo tuffo al cuore, trovo sia triste acquistarlo per il valore di mercato o per status. Siamo un’azienda di nicchia e, che piacciono o meno, i nostri gioielli sono per chi non

vuole subire una scelta suggerita dalla pubblicità o fatta con scarsa personalità».

Tra le novità ci sono i ricci, in diamanti bianchi o neri. Sempre fatti a mano come le campanelle: «Che si tratti di oro, di argento o di cristallo di rocca, ogni gioiello è fatto, dipinto e assemblato da un artigiano. Per i pezzi di Alta Gioielleria impieghiamo fino a un anno e se non vengono come desideravo, butto tutto e si ricomincia da capo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Variazioni

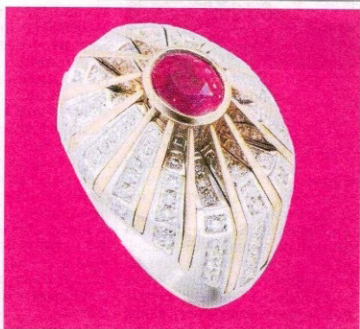
Sopra, il choker della collezione Paillettes in oro rosa e diamanti. A sinistra, la campanella simbolo di Chantecler. In oro, pavé di diamanti paraiba, smeraldi, zaffiri rosa, zaffiri gialli e un rubino nel batocchio



Ad personam

Gioielli su misura, progettati per raccontare chi li indossa. È questa la filosofia di Matching Gems, una nuova realtà che crea gioielli ad personam, frutto di un processo creativo che coinvolge il cliente. In più Matching Gems propone pezzi unici ispirati all’arte, all’architettura, alla natura.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ispirazioni

A sinistra, l’anello Cantico in oro e diamanti di Matching Gems rimanda nel disegno a un particolare architettonico della città di Assisi

Iconico glamour

Gli accessori Settantanove Studio hanno un’allure senza tempo: un brand di gioielli in oro giallo che pone l’accento sulla scelta dei materiali. Ogni fase è caratterizzata da una cura per i dettagli, a cominciare dalla selezione delle pietre preziose provenienti solo da aziende certificate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Trasformista

Il bracciale Iconico di Settantanove Studio, è una sottilissima catena d’oro che si adatta al polso di chi lo indossa