

# Sotto il segno dell'ape

L'insetto che fu emblema imperiale di Francia ispira la collezione *Bee* di Chaumet, pensata per un pubblico più giovane.

di Silvia Manzoni

**È** una collezione leggera, che ha una sorta di fluidità, sotto la protezione di un'icona: l'ape. Insetto che fu emblema imperiale, che è simbolo di vita ed esempio di uno spirito di collettività. L'ape ha accompagnato Chaumet sin dai suoi primi passi, nel 1780, quando divenne gioielliere ufficiale dell'imperatrice Josephine. Oggi torna protagonista di un florilegio di creazioni cesellate per sedurre un pubblico più giovane, più largo, perché oggi le grandi maison hanno visto l'interesse di questo nuovo pubblico per i preziosi. Charles Leung, ceo di Chaumet, lo sottolinea con una certa fierezza.

«Sono sempre più numerosi i giovani che si avvicinano alla gioielleria. Forse perché hanno capito il lavoro artigianale che sta alla base delle creazioni e anche che queste rappresentano un valore non soggetto a mode passeggero come un abito». **Un tempo la gioielleria era associata alle cerimonie, oggi è diventato un modo di self-expression?** Sì, e il design si adatta al lifestyle di questo pubblico.

L'età della nostra clientela si abbassa, i più giovani hanno tra i 22 e 25 anni. Ma anche il cliente tra i 45 e i 55 anni continua ad apprezzare i gioielli perché vuole approfittare delle belle cose della vita e spende volentieri per averle.

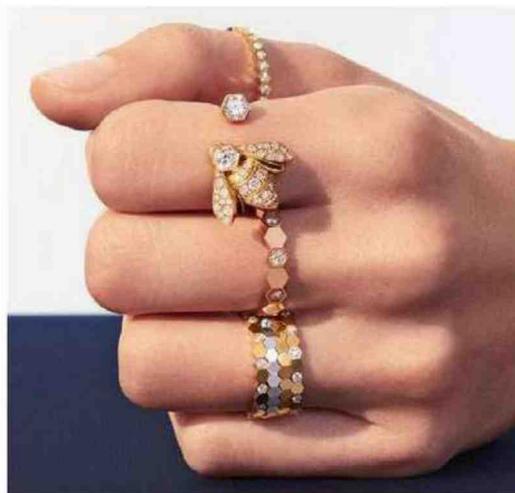
**In gioielleria, ha senso parlare di trend?**

Certo, in ogni caso ci sono delle correnti. Oggi, per esempio, c'è il boom degli orecchini, portati in tante maniere diverse. O dei gioielli unisex. Abbiamo sempre più uomini come

clienti; a mostrare l'esempio sono stati alcuni giovani artisti della musica o del cinema di origine asiatica, che indossano sempre dei gioielli. Oppure il ritorno dell'oro giallo, e in questa collezione *Bee* funziona molto bene perché crea un link con il colore dorato del miele.

**Dedicare una collezione alle api è affermare il proprio heritage?**

*Bee* rappresenta l'essenza di Chaumet e il legame con il suo passato; ma l'ape è anche un elemento





Anelli, collier, orecchini della collezione *Bee* di alta gioielleria di Chaumet, maison francese nata nel 1780. Il tema ispiratore è l'ape, simbolo ufficiale scelto dal fondatore e riproposto per catturare un pubblico più giovane e per ribadire l'amore per la natura. La peculiarità dei gioielli Chaumet è l'ergonomia.

cruciale nella preservazione dell'ambientale e sappiamo che il fondatore si definiva «il gioielliere della natura». Per noi dunque la natura è cruciale e nel nostro mondo moderno che tende a isolarci l'ape è un esempio di lavoro collettivo.

**Definite queste creazioni come «skin jewels», che significato dare a questa fusione con la pelle?**

Le persone amano giocare con i propri gioielli, toccarli, farli muovere. Oggi, per esempio, molti li indossano

anche quando dormono o sotto la doccia, perché fanno parte di loro e hanno forme che si sposano con il corpo. Chaumet dà molta importanza alla comodità quando si porta un gioiello, anche quando si tratta di pezzi più voluminosi. C'è un vero studio sulla loro ergonomia e su come si articolano: ad esempio il bracciale non ha mai un movimento rigido.

**Possiamo vedere in questa ricerca un'espressione di quel lusso discreto**

**di cui si parla tanto?**

Il comfort e i piccoli dettagli che stanno dietro ad ogni creazione ne fanno parte.

Il cliente che si rivolge a Chaumet si aspetta gli standard più alti, anche se non esibiti in maniera ostentata.

**Alcuni pezzi hanno un sapore un po' vintage. Una strizzata d'occhio alla vostra storia?**

Il mood nostalgico è timeless ed è apprezzato dai giovani; sono affascinati da questo stile che li riporta ad una dimensione di heritage. Rivisitare il passato può essere una fonte di ispirazione per il futuro.

**Che importanza ha l'alta gioielleria nella maison Chaumet rispetto alle altre collezioni?**

L'alta gioielleria è quello che ci definisce, perché è da

qui che siamo partiti, con le tiare per l'imperatrice. Ma non è per tutti, anche se l'interesse si sta allargando. È una forma d'arte. È come l'alta moda. I capolavori della maison mostrano il suo know-how, il suo stile e la filosofia. E questi pezzi straordinari sono tutti fabbricati qui, negli atelier di place Vendôme.

**L'alta gioielleria è un universo nel quale tutte le case di moda stanno ormai entrando. Perché questo interesse?**

È il più alto livello del lusso, capace di dare emozioni e per questo tutti vogliono esibire il loro legame con l'alta gioielleria, è un modo per elevarsi sul gradino più alto. Chanel è stata la prima couturière a proporre una collezione di alta gioielleria e oggi altre maison predono esempio.

**Avete da poco aperto il primo negozio in Italia, con quali ambizioni?**

Ne abbiamo molte perché gli italiani hanno la cultura del gioiello, lo amano e sanno riconoscere il valore dell'artigianato. Ma siamo ancora all'inizio.

**Qual è il segreto per restare desiderabili con 300 anni di storia?**

Bisogna sfidare noi stessi e osservare il mondo che cambia sempre. La creatività è essenziale e dobbiamo continuamente migliorarci, perché il passato deve traghettarci verso il futuro. ■



© RIPRODUZIONE RISERVATA

