



Class ditori

MENSILE DI
DENARO
TEMPO LIBERO
ECONOMIA
COSTUME

NUMERO 346
(NUOVA SERIE)
DICEMBRE 2008
€ 4

**IL MENSILE
PER CHI VUOLE
INTRAPRENDERE
E BATTERE
LA CRISI**

Capital

**THE
BEST 08**

**GRANDI MARCHI
IL SEGRETO
DEL SUCCESSO**

OBAMA DAY
**TROVARE
POSTO IN
PRIMA FILA**
CAPITAL NATALE
**101 REGALI
PER LEI**
POSTI ESCLUSIVI
**DOPOSCI
IN ENGADINA**

AMBASCIATE E AMBASCIATORI

Come sfruttarli per fare affari

Tutti i modi con cui la Farnesina può
appoggiare le imprese che esportano

Da sinistra
Franco Frattini,
ministro Affari Esteri;
Giovanni Castellaneta,
ambasciatore a Washington;
Giampiero Massolo,
segretario generale Farnesina.



Gioielli

Neppure i diamanti resistono alla moda del colore, e recentemente quello rosato ha battuto tutte le quotazioni. Ecco come districarsi fra le tonalità inedite e i tagli innovativi. Per fare anche un buon investimento | **Beba Marsano**

Mai più
in bianco



Chiamatele come volete: gemme, come fa Buccellati, pietre di colore, come da Tiffany, o pierres fines, come i francesi. Ma non più semi-preziose. «Una classificazione impropria e ormai superata, considerando le tendenze del mercato», dice Cesare Settepassi, presidente di Tiffany Italia. «La richiesta ha fatto svettare le quotazioni, tanto da farle diventare automaticamente preziose», conferma Paolo Cesari, presidente di Assogemme, branca di Confindustria, che riunisce le aziende di pietre dure e affini.

Il diamante si rassegna, non è più solitario. Oggi le pietre possono considerarsi tutte preziose, sebbene un decreto ministeriale del 1968 limiti l'impiego del termine ai soli rubini, zaffiri, smeraldi e, appunto, diamanti. Nel cuore dei creatori e di una clientela sempre più gaté, gemme considerate fino a ieri meno nobili occupano un posto altrettanto privilegiato in virtù di un appeal legato alla rarità e soprattutto al colore. Lorenz Bäumer, gioielliere in place Vendôme, custodisce dietro i codici segreti delle sue casseforti scrigni di pietre di colore, ordinate secondo una matematica cromatica: dalle tinte più chiare a quelle più profonde. Preso a caso, il cofanetto dei porpora racchiude mille frammenti di tormalina, dal rosa carne tanto caro a Boucher a un giardino fiorito di lillà, fino a un bicchiere di Borgogna. «Sappiamo che nel risultato a fare la differenza può essere anche solo un tono», dice Cesari.

E dall'Europa all'America, dall'Estremo oriente ai paesi arabi, le vetrine più blasonate sono tutte pavesate di luminescenze colorate. Quelle del quarzo rosa, della tormalina nel suo ►►



ZAFFIRI E TORMALINA ROSA

Qui sopra, orecchini d'oro giallo zaffiri e diamante della Collezione Flower High Jewellery di Bulgari. A sinistra, l'anello con tre fasce d'oro, tormalina rosa, citrino e pavé di diamanti di Bulgari. In alto, il Queen di Calderoni: la pietra centrale è valorizzata dall'incassatura che l'abbraccia in un tessuto di diamanti. Nella pagina precedente, la modella ha nella mano una spilla di Van Cleef & Arpels.

L'artigiano più bravo del mondo

Nel laboratorio di Valenza gli orafi di Casa Damiani realizzano a mano le nuove linee e i gioielli storici. Sante Rizzetto, 62 anni, è uno di quelli che collaborano con la famiglia di gioiellieri da oltre 40 anni. Maestro orafo, considerato fra i 5 più bravi al mondo, ha una passione per l'incassatura, lavorazione complessa perché la sede del diamante (o della pietra preziosa) dev'essere perfetta ed eterna, null'altro lo fisserà all'oro della montatura. Guido Grassi Damiani, presidente e amministratore delegato dell'azienda di famiglia, ha affidato alle mani di Sante Rizzetto anche i ciondoli Orbital: oro bianco, rosa e diamanti della nuova collezione.

► mantello d'Arlecchino (verde, blu, viola, bruno, rosso e ancora rosa), del rarissimo topazio pesca prediletto da Gucci, del berillo verde preferito da Bulgari, dell'ametista pietra feticcio di Morellato e poi dell'intensa paraiba verde acqua, della kunzite rosa e del topazio imperiale tanto amati da Buccellati. «Ci sono topazi imperiali che valgono più di uno smeraldo: pochi anni fa uno venne valutato 90mila euro; tutto dipende dalla qualità», afferma Maria Cristina Buccellati.

Alle seduzioni del colore non sfugge neppure il diamante. Alla classica, trasparente purezza, oggi il mercato predilige esemplari cioccolato, cognac, mordoré, neri. «Per la loro rarità, i diamanti colorati interessano una clientela già viziata. I fancy colour, rosa, blu o rossi, i più rari in assoluto, sono di moda, e quindi molto ricercati in tutto il mondo; alcuni sono pezzi unici. Il loro valore dipende dall'intensità del colore: da 50/100mila euro fino a cifre con molti zeri in più. Nel luglio scorso è stato venduto un diamante leggermente rosato di 3,89 carati per 80mila euro; se la pietra fosse stata di bianco classico, non avrebbe superato i 15/20mila euro», spiega Giorgio Damiani, vicepresidente del gruppo, insignito più volte dell'Oscar mondiale della gioielleria.

Perché questa svolta sul colore? Come sintetizza Massimo Carraro, presidente e amministratore delegato del gruppo Morellato Sector, le ragioni sono soprattutto tre: «Il legame sempre più stretto tra gioiello e moda, dove dopo tante stagioni di monocromo il colore è tornato a essere protagonista, la fine del mini- ►►

continua a pag. 100



CITRINI DA COLLEZIONE

A sinistra, Sante Rizzetto, 62 anni, da oltre 40 anni maestro orafo per Casa Damiani. Il collier di citrini e diamanti, in questa pagina, fa parte della collezione Sahara di Damiani, che comprende anche anelli e orecchini di ametiste e quarzi fumé.

Italiani al Cremlino

Con la mostra *Arte senza tempo* (fino al 10 gennaio al Museo del Cremlino), Mosca celebra per la prima volta il *savoir faire* di una dinastia di orafi italiani, quella dei Buccellati.

Nelle sale dell'Assumption Belfry, confinanti con il campanile di Ivan il Grande, 147 oggetti accuratamente selezionati da prestigiose collezioni private, compresa quella di famiglia, raccontano la storia della dinastia, dal capostipite Mario, che Gabriele D'Annunzio chiamò «principe degli orafi», al figlio Gianmaria, fino al nipote Andrea. Le creazioni a pizzo e a nido d'ape, quelle in cui pietre preziose e di colore risultano superbamente accostate, i collier regali e le coppe impareggiabili sono un omaggio al matrimonio che ha reso grande il made in Italy: eccellenza tecnica e creatività (www.buccellati.it).

CHIAROSCURI

Maria Cristina Buccellati, responsabile marketing dell'azienda di famiglia, con i pezzi storici della griffe: il collier con 336 diamanti tondi taglio brillante e 9 perle e l'anello Cocktail 32 diamanti tondi taglio brillante con acquamarina sfaccettata e 8 zaffiri. Sotto, il più grande diamante nero del mondo, lo Spirit of de Grisogono di 312.30 carati, che il celebre gioielliere svizzero, Fawaz Gruosi, ha recentemente esposto al Museo di Storia naturale di Parigi e sul quale ha scritto un libro, *Il diamante nero*.



Gioielli



► malismo e la variabile emozionale; in frangenti di crisi come questo si ha bisogno di positività e il colore contribuisce a dare a chi lo porta una pur effimera gioia». «Più colore, più libertà, più fantasia, più allegria», fa eco Settepassi.

A sdoganare la nuova tendenza in gioielleria ha iniziato, negli anni Venti del secolo scorso, Cartier. Ispirata dal gusto dei maharaja, la maison realizza per loro creazioni spettacolari. Come il collier *Tutti Frutti* del 1936, un bijoux da leggenda composto da zaffiri, smeraldi, rubini, diamanti e brillanti, un inno al colore il cui prezzo, ora, non sarebbe inferiore ai 10 milioni di euro. Oggi come ieri, l'Oriente ha risvegliato il mercato della gioielleria attraverso una nuova clientela proveniente da India, Cina e Russia, che materializza le sue recenti fortune con pezzi vistosi. Le pietre sono imponenti, il ventaglio di colori opulento, i tagli voluminosi. E qui le semi preziose permettono una libertà tecnica e creativa superiore alle quattro preziose. «Certe pietre consentono tagli da 30, 40, 50 carati che rubini, smeraldi e zaffiri d'eccezione, sempre più cari e rari, rendono impossibili», dichiara Nicolas Bos, direttore internazionale creatività e marketing di Van Cleef & Arpels.

La ricerca di tonalità inedite di colore s'affianca così a quella di nuovi tagli. Ai classici (brillante, tondo, goccia, cuore) se ne aggiungono di sempre più fantasiosi. «La pietra non è più la protagonista assoluta del gioiello, ma la componente indivisibile di un insieme», conclude Cesari. La rigidità dei codici s'infrange. I creatori celebrano nozze stupefacenti tra pietre nobili e gemme. Lo fanno Victoire de Castellane nella collezione *Incroyables et Merveilleuses* per Dior e Paloma Picasso per Tiffany. Da noi le semi-preziose tempestano le linee di Damiani, imperversano in Gold, l'ultima collezione di casa Morellato, e giganteggiano negli anelli da cocktail di Buccellati, «così chiamati perché si usavano nell'America del proibizionismo e le loro dimensioni davano l'illusione di osare a dispetto dell'understatement», dice Maria Cristina.

Tutto torna. E la storia, semplicemente, si sposta. ■



CALEIDOSCOPIO DI SFUMATURE

Qui sopra, il Pom Pom di Pomellato: oro bianco, tormalina rosa a goccia e zaffiri rosa. Dall'alto, anelli d'oro giallo e rosa con pietre colorate e diamanti della Collezione Cocktail Rings di Roberto Coin; la spilla Ribbon di Tiffany & Co. di platino e diamanti purissimi da 5.76 carati; l'anello Diorella d'oro giallo, diamanti, peridoto, tourmaline Paraiba e lacca.