



Scenari

# Cartier è più inclusiva per la Women's initiative

Per il programma sull'empowerment femminile, il brand di Richemont accetterà le start-up maschili. E lancia la collezione Les indomptables. **Riccardo Belardinelli**

**C**artier continua a spingere l'acceleratore sull'inclusione femminile. In questi giorni, oltre ad aver lanciato la nuova collezione Les indomptables, composta da dieci pezzi, la maison francese del gruppo Richemont ha aperto anche le iscrizioni per l'edizione 2023 del Cwi-Cartier women's initiative. Si tratta del programma annuale di imprenditoria internazionale che mira a promuovere il cambiamento attraverso il potenziamento delle donne imprenditrici. Si potrà fare applicazione soddisfacendo i requisiti delle varie categorie del concorso e le iscrizioni sono aperte fino al 30 giugno. E quest'anno c'è una novità. Come appreso da MFF, per l'edizione 2023 potranno applicare al Cwi anche le startup condotte da uomini, nell'ottica di un'inclusione relativa al femminismo 3.0. Si tratta della prima volta che il programma ammette figure maschili. «Le donne imprenditrici sono il motore della crescita economica e dell'impatto sociale e ambientale, ma si trovano ancora di fronte a barriere impressionanti», ha spiegato Winge Sampaio, global program director



Winge Sampaio di Cartier e un item della collezione Les indomptables



del Cwi. «Tramite la Cartier women's initiative ci auguriamo di poter promuovere il cambiamento dando potere alle donne imprenditrici, fornendo loro un sostegno finanziario, sociale e di capitale umano. Per la prossima edizione, aumenteremo la profondità del nostro programma introducendo due nuove categorie regionali: Africa francofona subsahariana e Oceania, oltre a un nuovo premio per la diversità, l'e-

quità e l'inclusione, per incoraggiare soluzioni imprenditoriali per colmare le lacune in termini di accesso, risultati o opportunità per le comunità meno rappresentate». L'iniziativa, dalla sua fondazione nel 2006, ha supportato 262 donne provenienti da 62 Paesi diversi, assegnando un totale di 6.440.000 dollari in premi per sostenere le loro imprese. (riproduzione riservata)

## Collezioni

### Lvmh prize, Pasqualetti accelera nel green

Dalla passerella al mercato, i capi e i gioielli di Nicolò Pasqualetti, tra i vincitori di Who is on Next?2021 e finalista dell'Lvmh prize 2022, sono ispirati al suo territorio e al micromondo di affetti, in una produzione etico-responsabile.

Il suo lavoro si distingue per la consapevolezza androgina, radicata nelle geometrie della natura e un'attenzione al recupero e riciclo di materiali e pietre. Formatosi a Venezia e in Belgio, ha proseguito il suo master in abbigliamento femminile alla Central Saint Martins, successivamente lavorato per The Row, Alighieri e Loewe. Nell'ambito della borsa di studio istituita da Stella McCartney, ha poi intensificato il suo impegno per la sostenibilità dei loro metodi e materiali a partire dalla spring-summer 2022, lavorando a stretto contatto con gli artigiani locali della sua nativa Toscana. Oro riciclato, pietre dure uniche, pezzi di gioielleria vintage, si alternano uno dopo l'altro, nelle collezioni del designer (nella foto, due creazioni). Lo scopo del marchio quello di ridurre le emissioni a zero e il rispetto per l'industria della gioielleria, creando oggetti di valore che durino nel tempo. (riproduzione riservata)



**Giorgia Cantarini**

## News

a cura di Martina Iamundo

### Per Chantecler un'ode all'isola di Capri con la linea Enchanté

Chantecler omaggia la via Krupp di Capri nella linea di gioielli Enchanté. La passeggiata caprese, con la sua pavimentazione barocca, diventa la musa della maison dell'isola azzurra. Nei gioielli (nella foto) si incontrano il bianco assoluto del cogolungo, il corallo, l'onice ed il turchese naturale. Anelli, orecchini, bracciali e collane, attraverso un gioco opposto che vede le linee essenziali dell'oro incontrarsi con quelle irregolari delle pietre, si trasformano in sculture ricercate e raffinate, pensate per essere indossate in ogni occasione. Enchanté è al contempo un omaggio alle mille sfaccettature di Capri, fonte inesauribile di fascino e bellezza, e un'ode alla natura che anima l'isola, artista e protagonista di questo locus amoenus incastonato nel mare.



### Chopard festeggia a Cannes

Chopard celebra i capolavori del cinema nella collezione Red carpet 2022. Chopard loves cinema è il tema scelto da Caroline Scheufele per accompagnare le attività della maison svizzera nell'ambito del 75° Festival di Cannes, che coincide anche con il 25° anniversario della partecipazione del brand come partner ufficiale. Per l'occasione, Caroline Scheufele ha immaginato una collezione di ben 75 esemplari di haute joaillerie, una autentica epopea ispirata alla grande avventura del cinema. Il primo gioiello svelato in anteprima è una spilla a forma di rosa (nella foto) in oro bianco con petali di diamanti neri e uno stelo impreziosito dalle foglie di diamanti neri. Un omaggio cromatico al bianco e nero del film di Charlie Chaplin Luci della città.



### ReCarlo presenta il solitario Six

ReCarlo svela il solitario Six, l'ultima novità della collezione Anniversary. La nuova linea lanciata dalla maison valenzana include anelli, orecchini e collane dal design essenziale, che riflettono lo stile e l'eccellenza manifatturiera che da oltre 50 anni identificano ReCarlo. Leggerezza ed equilibrio delle forme caratterizzano la linea di cui il solitario a sei punte è protagonista reinterpretato in diversi modelli. Le punte sottili assicurano la gemma proteggendola e mettendone in evidenza la corona. La collezione (nella foto) comprende, oltre al solitario, anche un anello a tre pietre e un anello a cinque pietre. A completare, due gioielli. Un punto luce con la stessa incassatura dei solitari e una croce tempestata di diamanti. Infine, degli orecchini accompagnano una luminosa parrucca.



### Vhernier rinnova il Palloncino

Vhernier rivela le novità della linea Palloncino. La maison di gioielleria luxury arricchisce la collezione, composta da una spilla e da un orecchino, realizzando un anello e un pendente. Negli anelli il gambo in oro bianco, illuminato dai diamanti, sostiene il corpo centrale in cui i colori delle pietre sono esaltati e amplificati dal volume del cristallo di rocca. Il blu del lapislazzuli, il verde della giada, il turchese, il candore della madreperla e il rosa della rodonite. Il pendente è caratterizzato da un colore brillante, dal volume scultoreo e da una forma tondeggiante. La linea Palloncino (nella foto) riflette il senso di libertà e leggerezza che da sempre caratterizzano le collezioni di Vhernier.



### Fope punta sugli Essentials

Fope si rinnova con la linea Essentials. La maison di gioielleria nata a Vicenza ha realizzato una collezione di anelli e orecchini in oro, progettati intorno all'iconica maglia Novecento, realizzata in oro 18 carati e declinata in numerose varianti stilistiche e spessori. Proposta come soluzione trasversale nelle nuove creazioni si abbina perfettamente a qualsiasi altra collezione del brand. La flessibilità è inoltre protagonista grazie ad anelli disponibili in tre spessori e in versione FlexIt e a un innovativo design di orecchini a goccia (nella foto) che mantiene la forma con le sue minuscole molle in oro nascoste nella trama. Tra le proposte più recenti, Essentials introduce il bicolor, con anelli FlexIt la cui maglia cambia colore dell'oro lungo lo svolgersi della trama. Un'ulteriore aggiunta alla versatilità che è il fulcro di questa collezione.



### Giorgio Visconti brilla con Ioluce

Si chiama Ioluce la nuova collezione di Giorgio Visconti. La maison valenzana attiva nel settore dei preziosi dal 1946 ha realizzato una linea di gioielli light catcher, resi luminosi grazie ai diamanti incassati nella speciale montatura. La collezione (nella foto) si compone di anelli, bracciali, girocolli e orecchini, in castone caré oppure a goccia, disponibili nelle varianti oro bianco e oro rosa. Con Ioluce, Giorgio Visconti riesce ad unire, fondendole alla perfezione, tradizione orafa italiana a design contemporaneo. La linea si delinea come una perfetta espressione dell'identità della maison, che parla alle donne di qualunque età. Le creazioni sono disponibili online e in boutique (riproduzione riservata)

