

Caccia al TESORO

Sempre alla ricerca dell'ultimo oggetto del desiderio. Organizzano raduni, si incontrano su Internet, si scambiano modelli e consigli. Sono i nuovi collezionisti di monili feticcio: amanti del cristallo, patiti dei bijoux... Ecco i loro trofei. Tutti da allineare

di LAURA LIGABUE

Roma, sabato, ore 10. Un serpentone colorato di persone aspetta all'entrata del Museo Capitolini. Donne, signori, coppie di fidanzati, amiche, famiglie con bambini: in totale, mi spiegano gli organizzatori, sono oltre 2.000, da tutta Italia.

Sono i collezionisti Swarovski. Tra pochi minuti, in questa location d'eccezione, avrà inizio il nuovo raduno Scs, Swarovski Crystal Society, evento imperdibile per i patiti del cristallo.

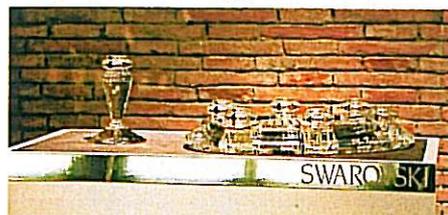
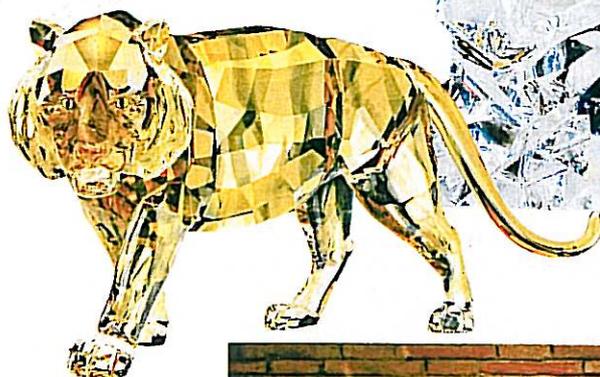
Quest'anno l'appuntamento include un'asta benefica (una lupa realizzata con l'applicazione manuale di oltre 30 mila cristalli) e la mostra di pezzi unici provenienti dall'archivio del brand o da collezione private.

Al via ufficiale i "cristallomani" sciamano dalla pinacoteca di Palazzo dei Conservatori verso la destinazione più ambita: la sala dove due designer del marchio, accolti come star con foto fatte col telefonino, serigraferanno dal vivo gli articoli portati dai fan.

La frenesia è visibile. Ma, anche se così non fosse, confondere i collectors con i visitatori del museo è impossibile: oltre all'entusiasmo di chi porta a casa il "bottino" (in questo caso, un unicum per la propria raccolta) hanno tutti in mano l'inconfondibile confezione blu con il cigno. Chi più d'una, naturalmente. «È matta? Le scatole non si buttano mai via», mi ammonisce una signora intenta a impilare le sue gioie. «Ho perso lo scorso appuntamento: quest'anno ho preso le ferie per essere presente», fa eco un signore di Viterbo accompagnato dalla figlia ventenne.

Da dove nasce questa passione che travolge ogni classe ed età? «Il cristallo è luce, sfarzo, ed è il gioiello democratico, è per tutti», dice Ann Sophie Mayr, direttrice internaziona-

Dall'alto. Aquila di Swarovski realizzata per solo per gli iscritti alla Crystal Society. Sempre in limited edition, la tigre e l'orso bianco. Un pezzo storico dall'archivio Swarovski: chandelier e centrotavola firmati dal designer Stefano Ricci (1990).



le della Crystal Society un club che solo in Italia conta 45 mila iscritti, oltre 300 mila nel mondo. I modelli più ricercati?

«Naturalmente i pezzi numerati che ogni anno mettiamo in vendita solo per i soci Scs».

Ma gli amanti del cristallo non sono l'unico popolo disposto a trasferire degne di una groupie pur di conquistarsi l'amato feticcio. La smania della raccolta griffata di ciondoli, bijoux e preziosi collectible ferve nelle forme più diverse.

Ad accendere la bramosia si è aggiunto anche Internet che ha reso più facile l'incontro e lo scambio online tra fan dello stesso oggetto in serie. «E quando cominci non smetteresti più: ho voglia di altri Dodo», scrive Anna, 26 anni, sulla sua bacheca di Facebook. «Credo di avere la dodite», commenta l'amica Elena. I



La serie di ciondoli Rainbow con pavé di pietre dure di Dodo.



In senso orario. Collier bijou di Kenneth Jay Lay. Broche vintage di Trifari. Bracciale multi-charm di Pandora. I nuovi collectible di pietre dure di Trollbeads. I cuori d'oro e d'argento di Tiffany & Co.

famosi charms di Pomellato, nati nel '95, si confermano classici da collezione per migliaia di patite in tutto il mondo.

Dal sito ufficiale ai forum, alle pagine dedicate (www.facebook.com/unofficial.DoDoPomellato) rimbalzano annunci, domande, foto, offerte di scambio di ciondoli unici o fuori produzione.

È una comunità di *addict* che si tiene costantemente aggiornata decretando anche mode e bestseller stagionali. Come gli animaletti della linea Rainbow o il panda, capostipite della nuova serie black & white (molto bramata dai "dodomani").

Altra griffe nelle mire dei *collectors* è Trollbeads: l'assortimento sconfinato di 500 modelli (ogni stagione si aggiungono special edition e nuove varianti) ha generato in tutto il mondo una vera febbre da charm.

Il 15 novembre si è tenuta a Londra la seconda convention ufficiale (www.steffans.co.uk). Un successo annunciato, tanto che gli oltre 1.500 posti disponibili sono andati esauriti in pochi giorni.

Ma anche l'Italia è stata contagiata: solo in Rete si è riunito un gruppo ufficiale di oltre 40 mila appassionati (www.facebook.com/Trollbeads.Italia). Qui gli irriducibili "trollbini" si scambiano idee e consigli. E non manca chi fa appello ai soci esteri per acquistare i ricercati *beads* che il brand realizza in serie numerata in ogni singolo Paese.

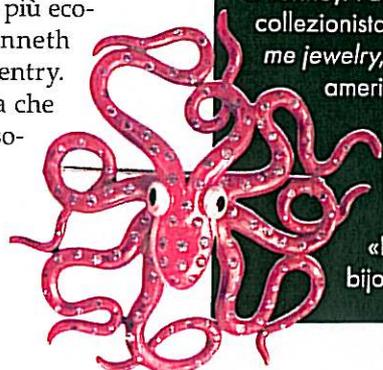
NUOVE MODE E VECCHIE MANIE

Sono componibili da collezione anche i gioielli Pandora, ufficialmente sbarcati in Italia due anni fa ma che già possono contare su un vero club di irriducibili (www.pandora.net/it-it/pandora-club) e persino applicazioni facebook per giocare con gli amici a inviarsi il proprio charm virtuale.

Tra modelli *sold out* o fuori produzione, la caccia non si ferma solo alle collezioni moderne: un filone che anche in Italia sta conquistando sempre più fan e aspiranti collezioniste sono i bijoux americani degli anni '50 e '60. Tra i più ambiti, i vari Trifari o i Cori.

Ma le giovanissime stanno facendo incetta dei fantasiosi, e più economici, monili di Kenneth Jay Lane o Sarah Coventry. La moda è così diffusa che di recente è nata un'asso-

Spilla di Marcel Boucher dalla collezione di Patrizia Sandretto Re Rebaudengo.



Solo per amore

Anno dopo anno, ha raccolto oltre un migliaio di gioielli vintage (esposti in una recente mostra a Torino). Patrizia Sandretto Re Rebaudengo, collezionista d'arte ma anche patita di *costume jewelry*, racconta: «Raccolgo bigiotteria americana dalla fine degli anni '80. Un giorno un'amica mi ha appuntamento per gioco una spilla vintage sul rever: da lì mi sono innamorata». I suoi pezzi preferiti? «Dipende. Ma indosso sempre un bijou della mia collezione». L.L.

ciazione (www.bijouxamericani.it) che ha già 300 iscritte.

L'ultimo raduno ufficiale, a Roma lo scorso mese, ha chiamato a raccolta le innamorate di bigiotteria d'antan da tutta Europa. Eventi a parte, anche in questo caso la ricerca al pezzo da aggiungere al proprio portagioie passa in buona parte dalla Rete: «Fino a qualche anno fa saccheggiavano mercatini e negozi vintage», dice Erika Zacchello, collezionista di oltre 300 bijoux. «Adesso i patiti si incontrano ogni

giorno su portali come www.rubylane.com o www.morninggloryantiques.com dove la parola d'ordine è: drizzare le antenne per accaparrarsi al volo le rarità.

Dal passato al presente, un posto d'onore spetta natu-

ralmente a Tiffany & Co. e ai suoi famosi *locks* e cuori d'oro o d'argento. «A ogni lancio di nuove varianti c'è la fila», dice Laura Vallera, retail manager Italia di Tiffany & Co. «È una vera passione che accomuna madri e figlie. Non contente, a volte chiedono anche piccole personalizzazioni».

In Rete è *sold out* la T-shirt delle *addict* (onlyfortiffanyco-addict.bigcartel.com) esibita con orgoglio anche dalla blogger www.theblondesalad.com. Mentre le *Tiffany collectors*

fanno a gara per mostrare sulla loro bacheca anche le installazioni realizzate con le mitiche scatolette blu petrolio.

Così continua la rincorsa per circondarsi di (rassicuranti)feticci più o meno preziosi. Dalla teca di casa alla vetrina di Facebook. Almeno lì non c'è bisogno di spolverarli.

Laura Ligabue

“È matta?
Le scatole
non si buttano
mai via.
La nostra
è una passione”