

Quando il lusso incontra l'eleganza

Il glamour LIEVE di CARTIER



*Montature a vista e colorate trasparenze
per la nuova linea di occhiali della Maison*

TESTO DI GIULIA DE MIN

SCELTE DI STILE

A SINISTRA: linee pure e stanghette con decoro a "C" per le montature degli occhiali Pasha. Nella foto, un modello a mascherina con finitura dorata liscia e lenti viola dai riflessi argentati.

DA QUANDO, NEL 1847, il giovane Louis-François Cartier rilevò l'atelier di gioielleria del suo maestro, Adolphe Picard, la buona sorte non ha smesso di accompagnare ogni impresa che rechi il marchio della casa francese. Dai gioielli agli orologi, dai profumi agli accessori, l'universo Cartier ha saputo espandersi e conquistare con le armi dell'eleganza territori a tutta prima distanti anni luce dai preziosi che ne hanno fatto la fortuna: oggi portano il nome dell'intraprendente Louis-François articoli di pelletteria, accendini, penne, portachiavi, gemelli da polso, foulard, scarpe, porcellane e addirittura oggetti regalo per neonati. L'esempio più recente in ordine di tempo sta, è il caso di dirlo, sotto gli occhi di tutti. O meglio, davanti: si tratta infatti di una raffinata linea di occhiali da sole che porta un nome importante, Pasha. Declinazione contemporanea del glamour, da portare vicinissimi al viso, gli occhiali Pasha trasferiscono agli occhi lo stile Cartier e lo sguardo è di quelli che non si dimenticano, seduttivo e magnetico. Mai come in questo caso il concetto di classe si identifica con quello di leggerezza. Dei materiali, innanzitutto, poiché la trasparenza delle lenti non viene racchiusa in una montatura ma si stende su metalli preziosi, come il rutenio, lasciando visibile ogni singola vite; del design ultrageometrico, in secondo luogo, capace di esaltare la forma dell'occhio e di enfatizzarne il fascino grazie alle diverse forme, da quella ovale alla rettangolare, alla struttura a mascherina, fino al disegno



IN ALTO, occhiali da sole della nuova linea Pasha: forma galbé, lenti beige con riflessi color bronzo e finitura dorata liscia per lei; forma ovale, lenti verdi con riflessi turchesi e finitura in rutenio spazzolato per lui.
SOTTO, occhiali da sole con montatura non cerchiata in corno bianco, lenti marroni di forma rettangolare e finitura dorata.

galbé, dal termine francese che indica una sagoma dai contorni curvilinei e che ricorda una doppia C stilizzata, chiaro richiamo al monogramma della Maison. Leggerezza infine del colore delle lenti, declinato in sfumature di grigio, marrone, blu, viola e bordeaux per un totale di otto nuance, dai toni più tenui ai più elettrici, sostenute da strutture con finiture dorate, dorate rosa o platinata. Accurato mix di elementi, dunque, per un risultato moderno e dalla personalità spiccata, perfettamente integrato in un'immagine di contemporaneità urbana e pensato in due varianti, per lui e per lei, contraddistinte da un discreto dettaglio: in metallo spazzolato la prima, liscio la seconda. Oltre alla linea più nuova, la collezione degli occhiali Cartier presenta poi altri modelli, da sole e da vista. Strutture aeree o vistosi modelli extra-large, forme a *bandeau* (mascherina) o a pilota, cerchiata o meno, sposano lenti ottiche o solari nei toni dell'oro, dell'argento, del blu, del viola o del rosa cipria. Anche i materiali rispecchiano l'immagine della casa, in una scelta di legni rari, oro e metalli di pregio, corno bianco o nero per le montature, e diamanti per i dettagli, giocati sul filo del continuo rimando alla vocazione originaria per la gioielleria, mai effettivamente tradita. Negli archivi storici si ricordano ancora, ad esempio, gli occhiali a *Jorgnette* (vale a dire senza stanghette ma con un lungo supporto laterale per reggerli con la mano, come certe maschere) confezionati da Cartier a cavallo tra Otto e Novecento per la principessa di Essling: realizzati in tartaruga e brillanti, in un'epoca nella quale la moda predicava l'utilizzo della celluloido come materiale d'elezione per le montature, conquistarono anche Edoardo VII d'Inghilterra e il principe Yussupoff, divenuto celebre come colui che uccise Rasputin. Molto più di semplici occhiali, quelli di Cartier sono perciò veri gioielli che impreziosiscono il volto con la propria inconfondibile silhouette di distinzione. ■

MERCATI IL CORAGGIO DI PARTIRE

La vocazione alla conquista dei mercati esteri nacque presto nella maison Cartier: nel 1899, dopo il trasferimento nella sede definitiva in rue de la Paix, la gestione della società passò ai tre nipoti maschi del fondatore, succeduti al figlio Louis-François-Alfred. Dei fratelli, uno rimase a Parigi, mentre gli altri si trasferirono rispettivamente a Londra e a New York, facendo co-

sì di Cartier un nome internazionale. Oggi l'intraprendenza della casa francese non è venuta meno e se i mercati principali rimangono Giappone, Stati Uniti e Medio Oriente, importanti investimenti sono stati fatti in paesi quali la Cina, dove Cartier è già presente con 13 boutique monomarca, che si prevede diventeranno una ventina entro la fine del 2006. Per info, si può consultare il sito www.cartier.com