

Nadine S

Nadine Sciara, ovvero un bijou di ragazza. Questa designer di ornamenti per il corpo è infatti la quintessenza dello chic&cheap, incarnato da gioiellini trendy di gusto raffinato, versatili e accessibili a tutti. Del resto lei, nelle cui vene scorre sangue di popoli diversi, pur sempre italiana orgogliosa della sua artigianalità originale, è dotata di una vena creativa davvero "globale" che abbraccia sì il retaggio della tradizione, ma per compiere un passo in avanti sul sentiero della sperimentazione contemporanea, senza mai perdere di vista il senso essenziale della misura, del decoro squisito, ogni volta all'insegna del colore e della linea filante. A questa giovane orafa globe-trotter sbarcata da Vicenza a Milano con il marchio Nadine S, abbiamo rivolto alcune domande, ritenendola figura emblematica di una delle possibili declinazioni del made in Italy "bello e ben fatto" al giorno d'oggi, che senza lambire il territorio del cosiddetto lusso si impone comunque per il suo fascino discreto in termini estetici e – da non sottovalutare, anzi – commerciali.

1) Lei ha un background da economista. Come si è scoperta creatrice di gioielli?

Ho avuto la fortuna di crescere a Vicenza, patria dell'oreficeria storica italiana, e di nascere in una famiglia da anni attiva nel settore. Fin da subito ho avuto la possibilità di stare a

stretto contatto con il mercato orafo. Per rispondere alla Sua domanda, direi che probabilmente ho solo lasciato che le mie origini si facessero spazio nella mia vita e il fatto che questo sia accaduto dopo aver preso una laurea in economia ed aver intrapreso un'iniziale esperienza lavorativa nel settore della consulenza finanziaria, rappresenti solo la naturale conseguenza degli accadimenti della vita di ciascuno di noi.

2) Quanto è importante la competenza artigianale, oltre al design, in un'attività come la Sua? Prezzi abbordabili e qualità come si conciliano in un settore che sembra appannaggio dei soli big spender alla ricerca dell'eccellenza assoluta?

Ritengo che la ricerca dell'eccellenza esuli dalla tipologia dei materiali adottati, dal capitale investito in attività di marketing e pubblicità e dalle dimensioni del produttore; credo piuttosto nella capacità di individuare le esigenze del mercato cercando di realizzare prodotti che abbiano un alto livello di design in ambito artigianale. Non invento un mercato di riferimento, cerco solo di soddisfare un bisogno che credo, oggi più che mai, sia molto diffuso tra tutti i consumatori ad ogni fascia di età (per me in primis): il giusto prezzo per ogni prodotto, a parità di qualità.

3) Come si alimenta la Sua creatività? Da cosa non può prescindere?

Pongo solo un paletto alla mia creatività, che poi di riflesso ne rappresenta il primo elemento ad essa sottostante: il buon gusto; e mi permetto di riprendere quanto da Lei detto in precedenza: la raffinatezza e la versatilità. In una parola: chic

4) A chi pensa in particolare quando "inventa" i Suoi modelli? A quale pubblico si rivolge nello specifico?

Non creo il prodotto pensando al possibile cliente finale, piuttosto penso al prodotto sulla

base del mio gusto personale, e forse si tratta solo di avere una grande fortuna, quella di avere un gusto e di saperlo mettere in pratica attraverso le mie realizzazioni, che per un aspetto o per l'altro, piace a persone di tutte le fasce di età.

5) Quali materiali usa più frequentemente nei Suoi bijoux?

Il mio desiderio è partire dalla tradizione orafa da cui vengo, quindi non posso prescindere dall'utilizzo dell'oro, ma allo stesso tempo la contestualizzo al particolare momento di difficoltà che stiamo attraversando, andando a valorizzare materiale più accessibili (argento e bronzo su tutti), ma con quel tocco chic rappresentato da una placcatura in oro (giallo, bianco, rosa brunito).

6) Lei è molto apprezzata per pezzi "facili" come gli anelli da mignolo, i braccialetti di corda impreziositi da una piccola pietra, le romantiche collanine… Quali modelli La caratterizzano maggiormente?

Sicuramente gli anelli adesso rappresentano una parte importante della mia collezione, ma mi piace pensare che in ogni collezione ci sia un modello che di volta in volta caratterizzi maggiormente il periodo della mia vita in cui l'ho ideato.

7) Come cura la distribuzione dei Suoi articoli?

Oggi, in un mercato così globalizzato e nell'era di internet, faccio sicuramente molto affidamento sul potenziale della rete. Tuttavia, come le statistiche confermano soprattutto per il mercato italiano, non posso prescindere dai negozi. Cerco quindi boutique di abbigliamento che abbiano il mio stesso stile o che possano avere il giusto connubio con le mie creazioni. Sono sicuramente negozi nei quali andrei io stessa ad acquistare altri prodotti e quindi credo siano negozi in linea con quella che è la filosofia Nadine S.

8) Se per un attimo indossa di nuovo i panni della consulente finanziaria che una volta aspirava ad essere, dove coglie il "segreto" del Suo successo?

Nadine S

Spero di poter rispondere a questa domanda nell'arco di un paio di anni, perché allora vorrà dire che forse si potrà parlare di successo. Al momento è sicuramente una grande soddisfazione e motivo di orgoglio e spero davvero possa continuare su questa strada.

9) Come interpreta, in generale, il rapporto tra mondo della moda e gioiello?

Sono fermamente convinta che il mondo del gioiello segua quello della moda di pari passo. Come per quest'ultima esiste il periodo dell'eccesso e della stravaganza (fino a qualche anno fa) o del minimal. Lo abbiamo notato nel corso degli anni, c'è stato il periodo in cui si abbondava in grandezza, colore e appariscenza, adesso è il periodo dei gioielli piccoli e non "ingombranti", ma non per questo meno raffinati e preziosi.

10) Si dice che la produzione italiana di gioielli si stia collocando sempre più nella fascia alta di mercato in ottica di export. Il Suo business come si posiziona in questo contesto? Le piccole dimensioni nel Suo caso sono un plus o un handicap?

Credo fortemente nella volontà di collocare un prodotto in ottica di export per la sua connotazione Made in Italy piuttosto che per il suo target di prezzo. Credo quindi che l'eccellenza artigianale italiana debba poter raggiungere più mercati possibili e credo che ovunque nel mondo valga il principio di prima: giusto prezzo per giusto prodotto a parità di qualità. Sicuramente le dimensioni contano per poter ambire ad arrivare in determinati mercati, ma, forse perché si fa di necessità virtù, credo che la cosa fondamentale sia trovare

il giusto canale per farsi conoscere, poi se il prodotto piace la dimensione non conta più. Fortunatamente la rete abbatte le distanze e permette di farsi conoscere ovunque nel mondo in pochissimi secondi, giusto il tempo di postare una foto.

11) Ci anticipa qualche tendenza per i prossimi mesi?

Ogni mia creazione nasce nei momenti più particolari della giornata, quando sono in macchina, oppure in bici, o quando sono a fuori con amici. Nei momenti più routinari della giornata mi vengono in mente piccole parti di ogni creazione, che poi acquistano la loro forma durante ogni momento di vita. Anticipare le mie creazioni future vorrebbe dire, con tutta onestà, dare solo alcuni spunti che mi sono venuti in mente, ma non ho ancora chiuso il cerchio perché ci sono ancora 2 mesi di quotidianità da trascorrere prima di poter mettere in produzione la nuova collezione che uscirà in Settembre/Ottobre.

12) Quali obiettivi/sogni persegue nella Sua attività ossia… cosa vorrebbe fare da grande?

L'obiettivo di lungo periodo è quello di riuscire un giorno a far affermare Nadine S come un marchio riconosciuto e apprezzato su larga scala. Ma come tutte le start up questo rappresenta solo il punto di arrivo da dover tenere sempre a mente; oggi infatti i miei obiettivi e sogni devono necessariamente riflettersi in una visione di breve periodo, perseguendo e centrando tutti quei singoli obiettivi che un domani, guardandomi indietro, rappresenteranno solo piccoli passi del progetto compiuto che vuole essere Nadine S.