



PEOPLE

Valentina Ferragni
Fondatrice e direttrice creativa
Valentina Ferragni Studio

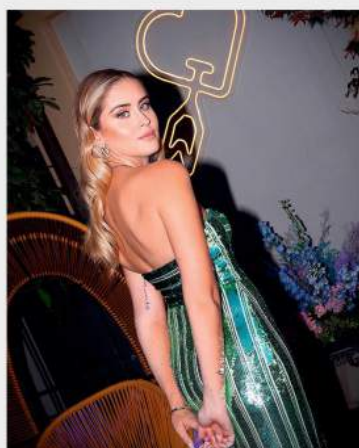
«La moda è la mia passione. E con i gioielli racconto una storia made in Italy»

«A Valentina Ferragni non basta essere protagonista su Instagram con 4,5 milioni di follower. Con la sua linea di gioielli, nata due anni fa, si è conquistata un ruolo nel settore. Dopo il lancio del mono-orecchino Uali l'offerta evolve, in parallelo con la distribuzione, sui canali sia offline che online»

DI CARLA MERCURIO



Sopra, il mono-orecchino Uali, che ha segnato il debutto della label: declinato in quattro colorazioni e poi arricchito di nuove gradazioni, è in argento 925 con placcatura in oro giallo o in platino e bagno di colore. Si arricchisce, nelle versioni luxury, di zirconi incastonati a mano. Più in alto, il piercing Juliet, in oro giallo o bianco 18 carati, con zirconi



Il suo account Instagram la vede interprete di tanti look diversi. Come si sente veramente a suo agio Valentina Ferragni?

Adoro della moda il fatto che tutti i giorni ci si possa vestire in maniera diversa, senza perdere mai la nostra vera identità. Il mio look varia in base a quello che devo fare durante la giornata, a dove sono e a cosa in quel momento mi ispira. Però se dovessi scegliere un outfit che mi rappresenti al 100% direi un semplice jeans più una T-shirt, un blazer vintage, una scarpa che renda il look più speciale e sexy e un tocco prezioso e magari colorato, grazie alla scelta dei gioielli.

Cosa pensa della moda per la prossima estate vista sulle passerelle?

Ho amato soprattutto le sfilate di Milano e il modo in cui alcuni i brand hanno interpretato lo stile anni '90, portato però più vicino al gusto dei nostri giorni, proponendo look molto minimal ma sexy, con spacchi, capi a vita bassa e materiali molto diversi tra loro.

Lei è appassionata di gioielli: come è nata la linea Valentina Ferragni Studio?

Nell'estate del 2019 mi ero avvicinata all'universo della gioielleria, firmando delle capsule con un brand italiano del settore. Da allora ho capito che quella avrebbe potuto essere la mia strada, non solo perché sono sempre stata appassionata di design e di moda, ma anche perché trovo sia bellissima la maniera in cui la gioielleria riesca a unire questi due mondi, grazie a creazioni così piccole e preziose.

Quale la filosofia del marchio?

Con il mio team abbiamo voluto creare un brand che celebrasse il made in Italy riconosciuto in tutto il mondo e di cui, da italiane, siamo molto fiere. Tutti i gioielli di Valentina Ferragni

Studio sono infatti prodotti artigianalmente in Italia nel distretto orafa di Arezzo. L'obiettivo era creare gioielli di qualità, che strizzassero un occhio alla moda e con un prezzo abbordabile.

Quanto incide tutto questo sui prezzi?

La scelta di produrre interamente in Italia sicuramente ha un impatto sui listini, ma viene ripagata dalla qualità dei prodotti. Il nostro impegno è comunque sempre quello di creare gioielli accessibili, usando solo materiali di pregio.

Quante sono le persone nel suo team?

La squadra, tutta al femminile e under 30, è composta da cinque persone. A novembre entreranno ufficialmente nei nuovi uffici di Valentina Ferragni Studio: un bellissimo traguardo, a soli due anni dalla nascita del brand.

In quanti Paesi è distribuita la collezione e in che canali?

Il lancio del marchio, nel settembre 2020, è avvenuto sulla nostra piattaforma e-commerce, che a oggi spedisce in tutta Europa, Usa, Canada e Messico. In Italia a fine 2020 abbiamo aperto il canale offline, che conta oggi circa 400 gioiellerie. Siamo inoltre presenti in cinque negozi Rinascente. In Europa abbiamo da poco iniziato la distribuzione offline e siamo in due mall in Emirati Arabi e Bahrain. L'obiettivo è l'ampliamento della rete vendita fisica in Europa.

Ha festeggiato recentemente il secondo anniversario del marchio con una nuova creazione...

È nato il piercing Juliet, prodotto interamente in oro 18 carati: un altro passo verso l'ampliamento dell'offerta. Il focus rimane il mondo della gioielleria, un ambito vastissimo in cui c'è ancora tanto da imparare. A ogni articolo dedichiamo mesi e mesi di studio; ad esempio al piercing Juliet abbiamo lavorato per due anni. La prossima collezione, con tante novità, uscirà in novembre.

Quanto aiuta nel successo commerciale della linea la sua notorietà sui social network?

La mia visibilità è positiva per il brand nel momento in cui riesce a trasmettere ai più giovani e ai miei coetanei i valori del made in Italy. Negli ultimi due anni ho cercato di portare il mio pubblico dietro le quinte della nostra produzione, per mostrare le mani che ogni giorno si dedicano alla creazione dei nostri gioielli e di quelli di altri brand che, come noi, producono in Italia.

Come racconta la collezione sui social?

Parlando dei materiali e dei processi di lavorazione di ogni gioiello e poi indossandoli nelle situazioni più diverse: da una passeggiata con il mio cane al red carpet di Cannes. ■