

Il gioielliere indiano ANTICONVENZIONALE

Un esordio da commerciante di diamanti per poi diventare collezionista e creatore di gioielli tra i più raffinati, NIRAV MODI si è spinto lontano nella sua ricerca per adornare le donne con gioielli di straordinaria bellezza.

Testo di PREETA AGARWAL

Dopo il lancio avvenuto nel 2009, Nirav Modi è diventato uno dei marchi di gioielli indiani che ha registrato la crescita più rapida. Infatti, nell'arco di due anni, ha inaugurato due sontuose boutique in altrettante metropoli dell'India, e ha sconvolto molti il recente annuncio del primo passo verso il resto del mondo, con due aperture in città notoriamente esigenti come New York e Hong Kong. Nato da una famiglia di diamantaire, la conoscenza dei diamanti scorre nelle sue vene e Nirav Modi la vive e la coltiva in prima persona ogni giorno.

Che cosa l'ha ispirato nel creare il marchio Nirav Modi?

Il marchio Nirav Modi è nato quando un'amica mi chiese di disegnare un paio di orecchini per lei. Dopo una certa riluttanza iniziale, decisi di disegnare uno splendido paio di orecchini e iniziai a cercare i diamanti giusti. Ben presto mi resi conto che la luce dei diamanti viene compromessa durante la lavorazione e decisi che dovevo fare in modo di creare degli orecchini eccezionali. La gioia assoluta sul volto della mia amica quando vide e indossò gli orecchini è stato un punto di svolta per me. Così ho deciso di creare gioielli con diamanti preziosi per il maggior numero di donne possibile.

Sopra, Diamond Flower dalla collezione Mughal con diamanti dall'omonimo taglio. Il Mughal Cut™ prevede una serie di tecniche estremamente precise che permettono un taglio del diamante tale che possa essere accolto alla perfezione all'interno di un petalo.

Above, a Diamond Flower from the Mughal collection set with Mughal Cut diamonds. The Mughal Cut™ involves precision techniques in which a diamond is perfectly cut to fit the design of a flower petal.

Lei viene spesso chiamato il Re indiano dei diamanti. Cosa l'ha spinto a trovare alcuni dei diamanti tra i più straordinari?

La bellezza intrinseca dei diamanti è molto importante per me, ma lo è ancora di più quando i diamanti provengono da tutto il mondo e solo quelli più rari e della migliore qualità vengono accuratamente selezionati. A volte servono mesi per reperire i diamanti necessari per un singolo gioiello. La qualità e la storia dei diamanti è ciò che rende ogni gioiello eterno, e questo è l'aspetto più importante dell'identità del nostro brand. Sono i diamanti rari che mi ispirano, come quelli più pregiati provenienti da Golconda, o gli eccezionali diamanti rosa, oltre ai diamanti con taglio brevettato delle nostre creazioni.

Può descriverci brevemente la sua storia, dalla famosa collana Golconda fino ad oggi?

La collana *Golconda Lotus* è un gioiello molto speciale per noi, non solo per i diamanti Golconda estremamente importanti e rari, o per l'utilizzo di pregiati diamanti rosa e l'uso del nostro taglio brevettato *Ainra Cut™*, ma anche per il fatto che è stata scelta per la copertina del catalogo di Christie's, rendendo Nirav Modi l'unico marchio di gioielli indiano a ricevere questo onore. Questo traguardo evidenzia la nostra integrità e sottolinea la qualità, rarità e innova-

zione delle nostre creazioni che sono state così riconosciute anche a livello internazionale.

Un altro gioiello, il *Riviere of Perfection* venduto all'asta da Sotheby's nel 2012, è stato realizzato con diamanti di tipo II A, colore D, purezza IF; vale a dire quelli più rari. I diamanti sono stati montati in ordine crescente, nello stile caratteristico di Nirav Modi, con il metallo della montatura che si vede a malapena, in modo da creare un fascio di luce continua, come un torrente luminoso che scorre ininterrotto intorno al collo di chi indossa la collana. Inoltre, il peso del-





Sopra, anello dalla collezione Luminance e orecchini 'spati' con diamanti blu, bianchi e rosa. Nella pagina a fianco, il collier Golconda. Above, ring from the Luminance collection and mismatched earrings set with blue, white and pink diamonds. On the opposite page, the Golconda necklace.

la collana è di 88,88 carati, un numero di buon auspicio nella cultura cinese che significa doppia fortuna. Oltre a questo abbiamo sviluppato e brevettato a livello mondiale tre tagli di diamante con il sempre agognato obiettivo di ridurre al minimo la quantità di metallo utilizzato, per far risaltare al massimo la luce del gioiello. Il taglio Endless Cut™ crea una sorta di aureola ininterrotta di diamanti; nel taglio AinraCut™ i collegamenti in metallo sono rimpiazzati da quelli fatti di diamanti; mentre il Mughal Cut™ è stato pensato per fare in modo che ogni petalo dei motivi floreali della collezione omonima potesse essere realizzato con un diamante intero, senza bisogno di altri dettagli. Con l'ingegneria artistica che si avvale di tagli brevettati, meccanismi e modularità unici per la lavorazione dei gioielli, abbiamo anche cercato di portare queste innovazioni a un pubblico più vasto con il lancio dei nostri negozi di Defence Colony a Nuova Delhi, e Kala Ghoda a Mumbai. Lanceremo presto il nostro marchio anche a livello internazionale con un negozio in Madison Avenue a New York nell'autunno 2015, seguito poi da un altro a Hong Kong. Vista la presenza che siamo riusciti a sta-

bilire a livello internazionale con Sotheby's e Christie's, e anche con la nostra clientela privata all'estero, una presenza commerciale internazionale è stata il logico passo successivo da compiere. La nostra azienda è strutturata verticalmente e ci occupiamo di tutta la catena produttiva, dall'approvvigionamento al taglio dei diamanti, come pure della lucidatura, progettazione e lavorazione dei gioielli. Proprio per questo abbiamo una marcia in più, per così dire, rispetto alla maggior parte dei gioiellieri, sia in ambito nazionale sia internazionale.

Avete in programma di introdurre nuove creazioni rivolte a un pubblico internazionale?

La boutique di New York offrirà sia le nostre linee di alta gamma sia quelle di lusso. Lanceremo le Embrace Bands che sono un'estensione dei nostri iconici bracciali Embrace Bangles, un mélange di ingegneria e design che vanta oltre 700 componenti mobili e migliaia di diamanti. Inoltre inaugureremo alcune nuove estensioni delle nostre collezioni principali e più rappresentative, sia a New York sia in altri mercati.

Una selezione speciale rivolta al segmento matrimoni sarà presentata a New York. Semplice ma sofisticata, questa gamma comprenderà solitari con quattro montature speciali: Tulipe, Signature Solitaires, Ribbon e Celestial.

Perché New York come prima destinazione internazionale? Quali sono i vostri progetti per il futuro?

New York è una destinazione chiave, non

solo negli Stati Uniti ma anche per gli acquirenti di beni di lusso, gli appassionati di gioielli e i viaggiatori internazionali provenienti da altri paesi. Madison Avenue è stata una scelta naturale. Oltre ad essere l'ubicazione adatta per un marchio di lusso come il nostro, abbiamo anche molti clienti newyorkesi che ci hanno incoraggiato ad aprire un negozio proprio lì. Entro i prossimi cinque anni abbiamo in programma di inaugurare 20-30 negozi in estremo Oriente, Stati Uniti

e Regno Unito. Inoltre intendiamo rafforzare la nostra presenza in India e stiamo pensando a città come Bangalore, Hyderabad e Chennai per le prossime aperture.

Dopo il vostro ingresso nel mondo dei gioielli esclusivi, recentemente avete introdotto una gamma più accessibile, sempre sotto il marchio NIRAV MODI. C'è qualche strategia particolare dietro a questa decisione?

Siamo orgogliosi del fatto che la stessa dedizione e passione che mettiamo nella creazione dei pezzi venduti all'asta si ritrovi anche in tutti i gioielli che realizziamo per i nostri negozi, sia che si tratti di un gioiello da 500mila rupie che di uno che ne costa 5 milioni.

Anche se può sembrare incredibile, mi capita spesso di impiegare alcuni mesi per concettualizzare e realizzare un gioiello meno impegnativo, di quelli che si possono indossare tutti i giorni, invece di dedicarmi ai gioielli d'alta gamma. Questo perché la filosofia alla base del nostro lavoro ci spinge a voler ricreare la stessa gioia e quel senso di orgoglio che nascono in ogni donna che possiede i nostri gioielli. Vogliamo vedere sempre più donne indossare gioielli stupendi invece di doverli tenere nascosti nel caveau di una banca.

Secondo lei come si è evoluto il mondo dei gioielli a livello internazionale?

Il gioiello è passato dall'essere soltanto un investimento a un elemento entrato a far parte della vita quotidiana delle donne. Una donna indiana e i suoi gioielli sono intimamente legati. L'India è forse l'unico paese al mondo in cui si vedono donne che indossano gioielli in ogni momento della giornata. Sempre più persone scelgono i gioielli in base alla loro praticità e versatilità, perché si possano indossare sia di giorno sia per una serata glamour o un matrimonio. Ottimi esempi di questa tendenza sono i nostri bracciali Embrace e gli orecchini della linea Celestial, dove uno splendido solitario è racchiuso in una delicata montatura a cestello.

Per lei quanto sono importanti l'arte e il lusso?

Entrambi hanno influenzato molto il mio lavoro. Il lusso e l'arte evocano emozioni sia nel proprietario sia nello spettatore per la loro bellezza, sono sempre evidenti e attuali, senza limiti di tempo e spazio. Per esempio, la collezione Lotus trova le sue radici nel dipinto *Le nymphe* di Monet, perché è stato quel quadro a stimolare i pensieri e le sensazioni che mi hanno portato a creare quei gioielli. Allo stesso modo per me il lusso rappresenta l'eccellenza personificata. Si tratta di un filtro attraverso il quale elaboro tutti i miei obiettivi di progettazione, creatività, stile e benessere.



Eng *The unconventional Indian Jeweller. With a beginning as a diamond dealer to a collector & creator of some of the most exquisite diamond jewels, Nirav has come far in his quest to adorn women with the finest jewellery.*

Launched in 2009, the brand Nirav Modi is one of the fastest growing Indian jewellery brands that has launched two lavish boutiques in the metros of India in a two-year span. The recent announcement of its first step in international luxury retail with two boutiques in the world's choicest cities - New York and Hong Kong - has shocked many. Born in the family of diamantaires, Nirav has the knowl-

edge of diamonds flowing through his veins and lives by it, every minute of his life.

What inspired you to create the brand Nirav Modi? The brand NIRAV MODI came into existence when a friend asked me to design a pair of earrings for her. With initial reluctance, I decided to design a beautiful pair of earrings for her and began sourcing diamonds. Soon I discovered that the sparkle of the diamonds is compromised in the process of making jewellery and I decided that I had to ensure that this jewel had to be exceptional. The sheer delight that my friend expressed upon receiving and wearing the jewel was the turning point for me and I decided I wanted to create precious diamond jewels for as many women as I could.

You are often called India's King of Diamonds. What triggered your interest in collecting some of the most extraordinary diamonds?

The inherent beauty of diamonds is very important to me and more so, when the diamonds have been sourced from around the world and painstakingly sorted to include only the rarest and the best quality diamonds. Sometimes it takes us months to accumulate the diamonds needed for a single jewel. The quality and the history of the diamonds is what makes each jewel eternal and is the

most important aspect of our brand identity. It is rare diamonds like the most coveted Golconda and exceptional pink diamonds, apart from patented cut diamonds that inspire me and feature in our jewels.

Describe your journey in brief from the famous Golconda necklace till today?

The Golconda Lotus Necklace is a very special jewel for us, not only because of the extremely important and rare Golconda diamonds, the use of rare pink diamonds and the use of our patented AimaCut™, but also because it was featured on the cover of Christie's catalogue - making Nirav Modi the only Indian jewellery brand to receive this honour. This milestone highlights our integrity and focuses on quality, rarity and innovation and was acclaimed internationally.

Another jewel, the Riviere of Perfection which went under the hammer at Sotheby's in 2012, was set with D colour IF clarity diamonds each a Type II A, one of the rarest diamonds. Graduating diamonds were set in hallmark Nirav Modi style with minimal visible metal so that the effect was a continuous, shining stream around the neck. Moreover, the weight of the necklace was an auspicious 88.88 carats, which means double fortune in Chinese culture.

Apart from these we have developed and globally patented three diamond cuts with the perpetual goal to reduce the amount of metal used and to bring out the maximum sparkle of the jewel. The Endless Cut™ creates a seamless halo of diamonds; the AimaCut™ replaces the metal links with ones made of diamonds; while the Mughal Cut™ was developed to ensure that each flower petal could be

a whole, undisturbed diamond in the motifs of the eponymous collection.

With artistic engineering which deploys the use of patented cuts, unique mechanisms and modulation in jewels, we have also endeavoured to bring these innovations to a larger audience with the launch of our boutiques in Defence Colony in New Delhi, and Kala Ghoda in Mumbai. We will soon be launching internationally on Madison Avenue in New York in Autumn 2015 followed by a boutique in Hong Kong.

Given the presence we have established internationally with Sotheby's and Christie's, and our private clientele overseas, a retail presence was the natural next step for us. We are vertically integrated and take care of the entire value chain from sourcing to cutting and polishing diamonds and designing and crafting fine jewellery, we have a major advantage over most international and domestic jewellers.

Are there any new products/ collections to be introduced targeting an international audience?

The New York boutique will house both our high and fine jewellery lines. We will be launching the Embrace Bands that are an extension of our iconic Embrace Bangles - a mélange of engineering with design and feature over 700 moving parts and thousands of diamonds. We will also introduce new extensions to our existing core and iconic collections in New York and other markets.

A special selection aimed at the bridal segment will also be showcased in the New York boutique. Simple yet sophisticated, this range will have solitaires in four specialized settings - Tulipe; Signature Solitaires; Ribbon and Celestial.



A sinistra, la boutique di Mumbai. On the left, the Mumbai boutique. Bracciale della collezione Lotus. Bangle from Lotus collection.

Nella pagina accanto, Endless Cut Engagement Ring con un diamante giallo al centro. Facing page, Endless Cut Engagement Ring with a yellow diamond center.

Why New York as the first international destination? What are your future plans?

New York is a key destination not just in the United States but also for luxury buyers, jewellery connoisseurs and international travelers from various other countries. Madison Avenue was a natural choice because not only is it a befitting environment for a luxury brand like ours, but we also have many existing clients from New York who encouraged us to launch a boutique here.

Within the next five years, we are looking at 20-30 boutiques in the Far East, US and UK. We do plan to expand our footprint in India as well and are looking to launch in cities like Bangalore, Hyderabad and Chennai in the near future.

How different do you think retail will be in New York and Hong Kong as compared to India?

In New York and Hong Kong, we will be showcasing our most iconic collections - the Embrace collection, Celestial collection, Lotus collection, Mughal collection and the Luminance collection among other jewels. While each of these collections have a global aesthetic appeal, they are either inspired from various Indian elements or my personal experiences and I am proud to present our unparalleled craftsmanship on an international platform.

With a beginning from only exclusive jewellery, you have recently introduced a more affordable range of products as well under the brand Nirav Modi. Is there any particular strategy behind it? We are proud of the fact that the same amount of dedication and passion that goes into auction pieces is replicated when we create jewellery for our bou-

tiques; be it a Rs. 5 lakh jewel or a Rs. 50 lakh jewel. Believe it or not, I often spend many months conceptualizing and crafting everyday jewels rather than the high-end jewels. The philosophy behind this is that we want to create the same joy, and sense of pride of ownership for every woman with our jewels. We want to see more and more women wear fine jewels as opposed to storing them away in vaults.

How do you think the jewelry world has evolved internationally?

Jewellery has moved on from being only an investment to something which a woman incorporates in her daily life. An Indian woman and her jewels are intimately linked; it is possibly the only country where you will see women wearing jewels at all times. More and more people are opting for wearability, versatility and for jewels that can be worn in the daytime and just as easily for a glamorous evening or a wedding. Our Celestial ear studs, where a beautiful solitaire is nestled in a delicate basket and Embrace bangles are great examples of this.

How important are Art & Luxury to you?

Both have impacted my work directly. Luxury and art, both evoke emotions in the owner and viewer through their beauty, and can be shared across time and space.

For example, the Lotus Collection that finds its roots in Monet's 'Water Lilies', art provided the thought or mood that led to their creation. Similarly, for me, luxury is excellence personified; it is a filter through which I view all my design goals of creativity, artistry and comfort.

