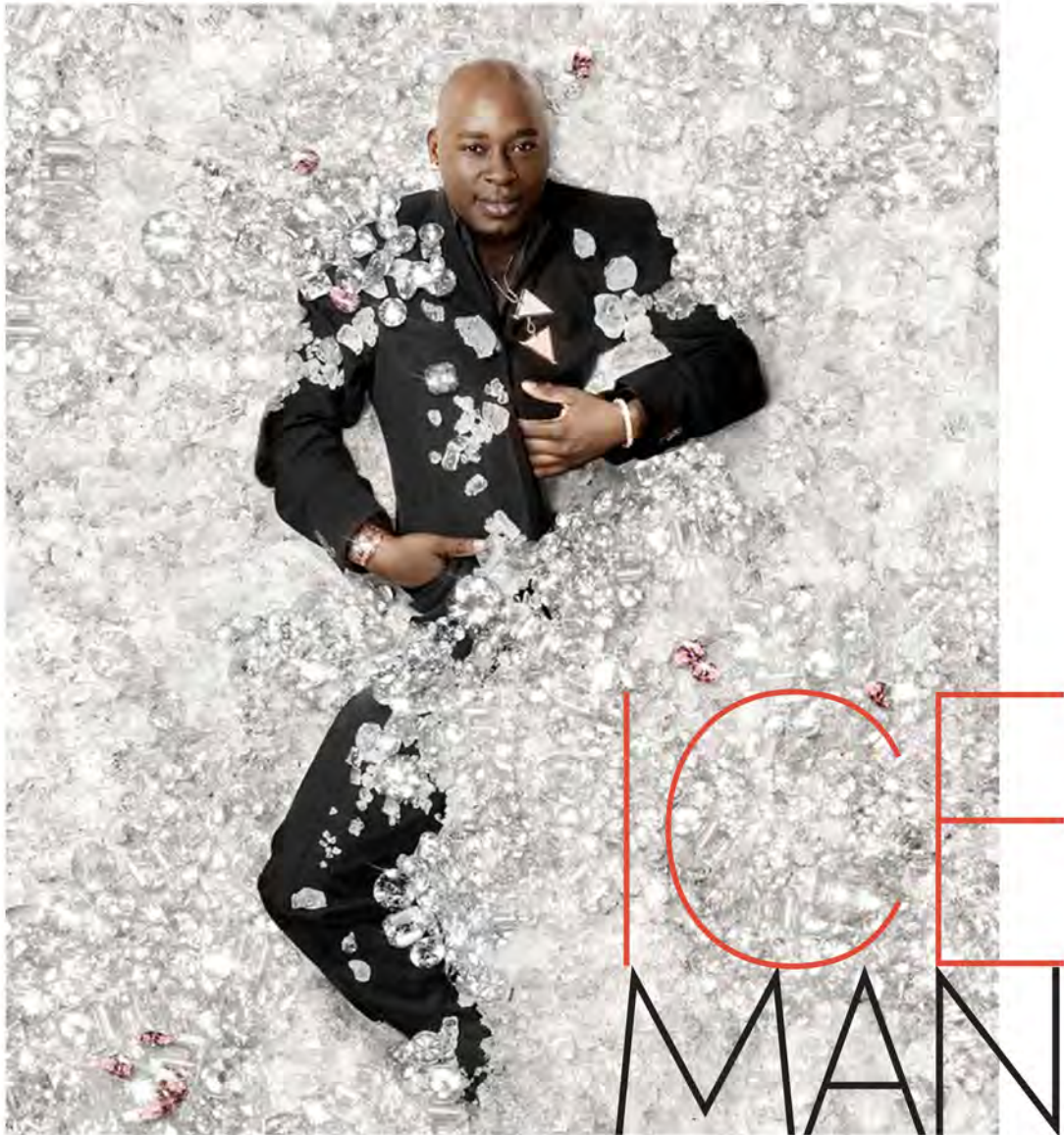


Chris Aire immerso nel "ghiaccio" finto.



"ICE" NELLO SLANG DEI RAPPER È IL DIAMANTE.
E LUI È IL GIOIELLIERE NERO PIÙ FAMOSO DI LOS ANGELES.

TRA I SUOI CLIENTI?
JAY-Z, EMINEM E DONALD TRUMP

di ROBERTO CROCI

Downtown L.A. Un edificio art deco di 18 piani. Il mio obiettivo: riuscire a infiltrarmi nella conclave di Chris Aire. Dopo aver consegnato i documenti, vengo perquisito dalla guardia e "rilasciato". Mi controllano macchina fotografica e registratore. Telecamere dappertutto, anche in ascensore mentre salgo nell'attico. E chi sarà mai Chris Aire? Un agente in incognito? Eccolo, non molto alto ma elegantissimo, con un sorriso a 24 carati: «Roberto, I finally meet you! I'm Chris». Neanche fosse il compagno di scuola che ha fatto strada e si ricorda di quando lo difesi contro il bullo della classe (in realtà avevo tentato di intervistarlo due o tre

anni fa per un pezzo sul rap...). Attraversiamo un corridoio, sempre con una guardia del corpo al seguito, ed entriamo nel suo ufficio. Monitor a 32 schermi da dove controlla il lavoro di una squadra di 20 collaboratori che come api lavorano alacremente in piccoli alveari, creando gioielli da milioni di dollari che saranno presto al collo di star come Halle Berry, Jay-Z, Madonna, Paris Hilton, Denzel Washington, 50 Cent, Shaquille O' Neal, Donald Trump, Will Smith, Jada Pinkett, Eminem...

Ho gli occhi incollati al monitor dove controllo la mia incipiente calvizie, Chris - occhi nerissimi da furetto - se ne accorge e mi fa coraggio indicando la sua testa calva. Ci sediamo e



Da sinistra in senso orario: un bracciale creato da Chris Aire, le sue famose Tri-tag e Id-tag, indossate - nelle foto in basso - da due modelli alle ultime sfilate.

subito mi dice: «Non pensare che tutto questo mi sia stato regalato, ancora non ci credo, ma ho lavorato duro per arrivare fin qui».

La cosa che mi stupisce di Chris è la sua semplicità. Forse perché, come mi racconta, è cresciuto in Sudafrica e come tanti è arrivato a Hollywood con il sogno di diventare un attore. Soprannominato "the Iceman", è diventato invece un designer di gioielli tra i più costosi al mondo. Ha cominciato a occuparsi di pietre preziose, miniere e gioielli per il semplice motivo di essere sudafricano.

«È come diventare surfista se nasci nel sud della California», dice. «Ma gli inizi sono stati difficili. Quando sono arrivato a Los Angeles, di giorno studiavo recitazione, la sera andavo a suonare con la mia band, ma in certi periodi ero senza lavoro e dormivo in macchina, o sul divano di amici». Poi, un giorno, decide di frequentare un corso di autostima: conta su te stesso, fai ciò che riesci a fare meglio, allarga il tuo giro di conoscenze (i famosi "contacts")... Siamo negli anni '90, in piena esplosione della cultura hip hop: i neri che ce la fanno diventano talmente ricchi da far morire d'invidia zio Paperone. Come segno di riconoscimento e di potere vestono in maniera eccentrica e portano al collo, ai polsi e persino nei denti, un sacco di oro e diamanti: più sfarzosi sono, meglio è. Il famoso *bling bling* (l'onomatopea del diamante nei fumetti). Questi ricchi, figli

"PEDINAVO
I GIOCATORI
DELL'NBA,
LI ASPETTAVO SULLE
SCALE DEGLI HOTEL.
PENSAVANO FOSSI
UN LADRO E
CHIAMAVANO LA
POLIZIA"



della nuova rivoluzione musicale e culturale urbana, hanno poco da spartire con gioiellieri come Harry Winston e Cartier. Chris intuisce il disagio e coglie la palla al balzo. «Nessuno faceva attenzione agli *urban entertainers*, nessuno ha mai fatto caso ai nuovi stili underground, io ho creato delle linee nuove: la ricchezza dei materiali rappresenta il lavoro che questa gente ha dovuto affrontare per arrivare a essere quello che sono».

Frequenta alcuni corsi da gioielliere e "si butta". «Quando ho fondato la mia compagnia, *2 Awesome International*, nel 1996», racconta, «gli amici dicevano che ero pazzo: non solo commerciavo in diamanti e non ero ebreo, non ero nemmeno bianco! Sapete quante volte mi hanno fermato per chiedermi se per caso fossi entrato nell'edificio sbagliato?». Così, decide di andare a cercare i clienti adatti a lui: «*Big* atleti con *big* portafogli che amassero i *big* gioielli. Ovvero, i giocatori dell'Nba. Avevo solo un problema: non avevo soldi per acquistare i diamanti, nella maggior parte dei casi vendevo gioielli che non esistevano ancora! Partivo la mattina con la borsa piena di idee e biglietti da visita. Per conoscere i clienti, li pedinavo. Entravo con loro nei ristoranti, li aspettavo sulle scale degli alberghi quando rientravano dalla partita. Adesso ci rido sopra, ma nessuno si fidava di me: pensavano fossi un ladro, che smerciassi gioielli rubati. Appena aprivo la borsa, o scappavano o minacciavano di chiamare la polizia».

Dopo due anni, finalmente, qualcuno decide di fidarsi di lui: «Gary Payton, dei Los Angeles Lakers: l'ho "braccato" dopo una



Da sinistra: un paio di orecchini di diamanti; Naomi Campbell con un top-gioiello di Chris; Jamie Foxx con un orologio Aire Traveler (anche nella foto qui sotto).



**"PER SNOOP
DOGGY DOG HO
FATTO UNA CROCE
DI TRE CHILI, PER
HALLE BERRY UNA
TARGHETTA CON
DOPPIA FILA DI
DIAMANTI"**

partita: gli ho venduto una G di diamanti del peso di mezzo chilo e l'idea di una collana con ciondolo a forma di pallone da basket. Poi Snoop Doggy Dog mi ha chiesto una croce di diamanti di 3 chili. Dicevo ai loro amici che ero il "jeweler di famiglia" e così ho allargato il giro...».

Il suo ultimo vanto è la fede per il matrimonio di Shaquille O'Neal (altro giocatore dei Lakers). «Di dimensioni enormi, ho potuto sbizzarrirmi: 192 diamanti in sei file parallele». Così, nel giro di quattro o cinque anni, è diventato "l'uomo del ghiaccio", the Iceman, dove per *ice* si intende il diamante come status symbol per eccellenza. Chris è determinato, onesto e ama far sorridere la gente con le sue creazioni. I prezzi stellari? Coprono appena le spese della sua creatività.

«Mai arrendersi. Il mondo è pieno di gente che ti dice che non sei bravo abbastanza, ma per farcela devi ascoltare solo chi ti sostiene», dice. Dopo i primi *bling bling*, passa agli orologi, la sua passione, e crea la famosissima linea *Aire Traveler Pieces*, che danno la possibilità, a chi viaggia molto, di segnare l'ora di quattro diversi Paesi: in platino e oro, ricoperti di smeraldi, turchesi e diamanti. «Cartier, Piaget, Patek-Philippe mi hanno sempre ispirato non tanto per il design quanto per la meccanica dei loro orologi, la precisione che hanno raggiunto in centinaia di anni». I suoi pezzi ora piacciono anche al cinema. È stato lui a creare la "Id tag", la targhetta stile marines (da 900 a 15.000 dollari) ricoperta di diamanti che aveva Will Smith in *Bad Boys*, e quella di Halle Berry con doppia fila di diamanti che l'attrice ha regalato per Natale ai suoi migliori amici (costo: 7500 dollari l'una), così come la croce che Denzel Washington portava al collo in *Training Day*, per non parlare poi delle nuovissime "Tri-tag", targhette di forma triangolare dove gli angoli rappresentano gioia, pace e prosperità, il pezzo che tutta Hollywood - da Adrien Brody

a Angelina Jolie - indossa in questo momento. «La mia ispirazione viene dalle cose belle della vita, dai miei figli, dal loro candore e la loro innocenza. Le scuole possono insegnarti la tecnica, ma poi devi pensare fuori dal mucchio, essere te stesso, lottare per quello che vuoi».

La gente lo chiamava perché voleva una linea meno costosa, alla portata di tutti, allora Chris ha lanciato *Red Gold*: «Oro giallo misto a rame, l'oro vecchio delle nonne tanto per capirci. *Red Gold* viene dalla strada, da tutto quello che succede intorno a me, le mie radici di nero africano-americano. È una specie di "grazie" alla gente che ha creduto in me. Siccome il materiale di base è costoso, e io non accetto compromessi sulla qualità, ho creato delle linee che partono da 400 dollari, hanno solo meno pietre. Ha avuto subito successo, così ho pensato di vendere la mia collezione 2 *Awesome Jewelry* solo on-line, tranne gli orologi che si trovano da Saks, 5th Avenue (da 6.500 a 125 mila dollari)».

Nella nuova Spring Collection 2005, presentata con un grande show durante la settimana della moda newyorchese (www.chrisaire.com), si nota, però, un cambiamento di rotta, dall'underground al mainstream, dal *bling bling* a una linea di gioiello più raffinato. «Cerco di crescere con i miei clienti...», spiega the Iceman, che ha fatto questo show per riunirli tutti in una grande festa. «È stata una serata indimenticabile, anche se mi è costata un occhio della testa. Ho deciso di organizzarne una ogni anno. Una specie di alta moda del gioiello, presentata da supermodel in passerella: moda, musica, sport e cinema tutti sotto la stessa tenda. *Jewelry is timeless!*». Ci lasciamo con una promessa. Prima o poi tornerò a farmi disegnare l'anello di fidanzamento visto che non l'ho ancora regalato a mia moglie...

Roberto Croci