

# woman

madame  
FIGARO

Nº 366 marzo 2023  
5,50€ Canarias 5,65€  
woman.es

En portada  
.....  
TAYLOR  
HILL

Madrid  
CAPITAL DEL  
LUJO  
.....  
MODA, HOTELES  
Y RESTAURANTES  
TOP



EL GRAN NÚMERO DE LAS  
TENDENCIAS

★ Entrevistas ★

STELLA McCARTNEY | HUGH JACKMAN | VALÉRIE MESSIKA

FRANCE 6,95 € LIKÉ 4, ITALY 6,20 € LUXEMBOURG 6,70 € THE NETHERLANDS 5,90 € USA \$7 CANADA CN \$ 8,90 GERMANY 6,20 € SWITZERLAND 10,15 BELGIUM 6,60 €



# A TODAS LUCES

POR LAURA GARCÍA DEL RÍO  
FOTO RICHARD RAMOS  
ESTILISMO MARTA LASIERRA

Diamantes y disrupción forman el eje sobre el que Messika se ha convertido en un baluarte de la joyería moderna. El leit motiv de su creadora refleja el nuevo orden de las cosas: alejarse de la norma para dar paso a la expresión personal.




A la izda., la modelo Taylor Hill con camisa de gasa y falda de tul, ELISABETTA FRANCHI; sandalias SPORTMAX y pendientes Colour Play en oro rosa, ónice y diamantes de la colección de Alta Joyería MESSIKA BY KATE MOSS. Junto a ella, Valérie Messika con camisa y vaqueros DIOR; zapatos LOUIS VUITTON; set de cinco anillos Divine Enigma de la colección de Alta Joyería Beyond the Light, en oro amarillo y diamantes, MESSIKA PARIS. En la otra página, Hill con top LOUIS VUITTON y choker Golden Shield en oro amarillo con diamantes de la colección de alta joyería Beyond the Light, MESSIKA PARIS.



Taylor lleva corsé de satén con camisa y corbata, y pantalón, ambos DOLCE & GABBANA; pendiente Diamond Equalizer en oro blanco y diamantes, MESSIKA PARIS.  
En la otra página, americana y camisa, ambas SPORTMAX; pendientes y collar Divine Enigma en oro blanco con diamantes, ambos de la colección de Alta Joyería Beyond the Light, MESSIKA PARIS.





Valérie lleva top y blusa con tachuelas, ambos PACO RABANNE; pendientes Divine Enigma en oro blanco y pavé de diamantes y pavé de diamantes de la colección de Alta Joyería Beyond the Light, choker Move Uno en oro blanco y pavé de diamantes y collar My Move en oro blanco y pavé de diamantes, todo MESSIKA PARIS.

*Con la apertura* de la tienda en IAPM, en Shanghái, ya va por los 550 puntos de venta en 76 países. En 2017 alcanzó los 100 millones de euros en ventas. En 2021, en plena pandemia, proyectaba llegar a los 180. Con razón: cada 20 minutos se vende una joya de su colección Move, la primera y más emblemática de la casa. Entre sus creaciones, los precios van de los 600 euros al millón y medio. En 2017 lanzó una cápsula con Gigi Hadid. Su primera colaboración. Luego llegaría la de Kate Moss. Le gusta rodearse de mujeres fuertes. Es más, el 70 % de su equipo está formado por ellas. En su taller –al que se refiere como su «guarida creativa», ubicado en el epicentro de la tradición joyera– trabajan 19 personas. Allí, se hacen hasta 30 bocetos para diseñar un par de pendientes. Y no crea menos de 100 piezas al año. Solo su última colección de alta joyería, *Beyond the Light*, tiene 150. Incluido el collar Akh-Ba-Ka, que condensa 2.550 diamantes y partió de una piedra de 110 quilates. Para ponernos en contexto, el Koh-i-Noor de la corona británica tiene 108.

Son muchos los números que dan una idea del imperio que ha levantado Valérie Messika. Uno en particular: cuando hace 18 años, con 25, decidió abrir su propia firma de joyería, su padre André, un reputado comerciante de diamantes, le dijo que tenía una posibilidad entre un millón de triunfar. «Entonces había un miedo y una aprensión reales en torno a los diamantes. La mayoría de las mujeres los reservaban para los anillos de compromiso y las grandes ocasiones. Por eso creé Messika: quería cambiar

esa idea y romper las barreras que se habían impuesto. Era mi objetivo entonces y lo sigue siendo hoy. Ser disruptivos. Dar con nuevas formas de llevar los diamantes. Y demostrar que pueden ser modernos», defiende la empresaria. Alejarse del estático formato con el que la mayoría de las grandes casas muestran sus colecciones –sobre bustos y en vitrinas de cristal cerradas con llave– y decidir en su lugar subir las joyas a la pasarela fue un movimiento tan audaz como elocuente. Se estrenó en 2021, en la semana de la moda de París, con un show en los jardines del Ritz que reveló la segunda entrega de su colaboración con Kate Moss y reunió a los pesos pesados del planeta moda. En la pasarela: Taylor Hill, Soo Joo Park,

Constance Jablonski, Edita Vilkeviciute. En el front row: Anna Wintour, Cardi B, Bob Sinclair, Evan Mock, Caroline Issa. Tal fue el éxito, que el pasado octubre volvieron a la pasarela. 26 modelos –entre ellas, una vez más, Hill, amiga de la casa– caminando en un edificio en obras del Boulevard des Capucines, cuajadas de diamantes. La ropa era de Adidas, fruto de una colaboración en línea como las que el gigante deportivo ha orquestado con Gucci y Balenciaga. Y el show lo cerró Naomi Campbell con un traje negro y un centenar de quilates.

«Seguro que provoqué más de una carcajada en el sector cuando dije que quería hacer alta joyería con Adidas. Pero es parte de nuestro juego. No se trataba de decirle a la gente que se ponga un collar de diamantes para ir a pilates, sino de romper los códigos y cambiar la idea que tiene de la alta joyería. De demostrar que hoy una joya es un accesorio y, como tal, una oportunidad para expresar nuestra personalidad. Existe un vínculo natural y evidente entre el mundo de la moda y nuestra maison. Imagino mis piezas como objetos de moda. La joya se ha convertido en un accesorio por derecho propio y es esencial en el vestidor de la mujer». Y el hombre, puntúa. Spoiler: aunque aún sin fecha de lanzamiento, tiene a punto de caramelo su primera línea masculina. Subir a la pasarela a Alton Mason –famoso por sus campañas para Fenty Beauty y ser el primer modelo negro que ha desfilado para Chanel– no fue gratuito. «Como la moda, la joyería es cada vez más ajena al concepto de género. Y la tendencia va a seguir en esa dirección», apunta Messika. «Desde hace un tiempo, cuando diseño una pieza pienso en cómo la llevaría una mujer, pero también un hombre. Ver mis joyas puestas, moviéndose sobre la piel, al compás de los gestos de los modelos, es la consagración de un enorme trabajo. Mío y de todo mi equipo».

El movimiento es un pilar para la diseñadora. «Tiene un simbolismo clave en mis diseños». Se materializa en Move, su línea más icónica y superventas. «Me inspiré en un recuerdo de infancia de mi padre, que solía dejar que los diamantes se deslizaran entre sus dedos». Lograr que las piedras respiraran libremente fue una innovación sin precedentes. Pero Messika no atiende a limitaciones. Ni creativas ni técnicas. «Contra todo pronóstico, el hecho de no tener formación ha jugado a mi favor porque nunca he tenido un libro de normas que seguir. Me guía el instinto», apuntala. Su último plan es convertir los diamantes en un tatuaje, sin nada que obstaculice su brillo. «Estoy rodeada de gente con una enorme experiencia artesana, duchos en el saber hacer joyero, pero me gusta desafiarlos, animarlos a buscar nuevas fórmulas. No es que no respete la tradición, pero para mí es clave estar conectada con el ahora. La libertad es una fortaleza. Es lo que te lleva a empujar las barreras».

## EL MADRID DE MESSIKA

Ha perdido la cuenta de las veces que ha visitado la capital. Pero nunca le parece suficiente. «Siempre quiero quedarme más», dice, sentada en la suite del **Hotel Four Seasons** en la que se aloja, con vistas al esquinas de la calle Sevilla y Alcalá. «He descubierto esta zona, y me encanta».

**Dani Brasserie** y el Food Hall de **Galería Canalejas** –perfecto para tomar una copa– se han encaramado en lo alto de su lista de favoritos. Una en la que no faltan direcciones de obligado cumplimiento como **DiverXo de Dabiz Muñoz**, pero tampoco nuevos puntos de encuentro como el restaurante **Deesa del Ritz** y **Jerónimo en Madrid Edition**. Aunque la gastronomía no es lo único. Para comprar, Canalejas y **la calle Serrano**. Imprescindible una visita al **Thyssen** y el **Reina Sofía**. Y para relajarse, **el spa del hotel Wellington** y **The Beauty Concept en el Mandarin Oriental Ritz**.