

Il nuovo lusso di Pippo Perez

by Ilaria Danieli



Il primo impatto con il nuovo stand alla Fiera di Vicenza lascia subito capire che qualcosa di importante è cambiato nel brand Pippo Perez. Gli ambienti sono più studiati e organizzati, esteticamente coerenti, aggiornati nei materiali e brillanti nei colori bianco e rosso che

caratterizzano l'allestimento. Ma non si tratta solo di un'operazione di make-up. Nonostante la crisi di portata mondiale infatti l'azienda Pippo Perez è riuscita anche quest'anno non solo a mantenere il suo posizionamento sul mercato della gioielleria ma a incrementare i suoi fatturati, grazie anche all'aumento della penetrazione sui mercati russo ed americano». Un risultato che prevedibilmente si confermerà in crescita viste le importanti operazioni di comunicazione e di strategia produttiva messe in atto dal brand. Come la sponsorizzazione dell'evento 'O'Scia', festival ideato e patrocinato da Claudio Baglioni per l'abbattimento delle barriere razziali e culturali. Una rassegna di buona musica e intrattenimento che si è svolta dal 30 settembre al 3 ottobre a Lampedusa a cui hanno partecipato, tra gli altri, Renzo Arbore e l'Orchestra Italiana, Claudio Baglioni, Mario Biondi, Giusy Ferreri, Ornella Vanoni ed Enrico Montesano. Ma ciò che veramente segna un punto di svolta è l'uscita della nuova collezione Luxury, che punta a un posizionamento decisamente più alto della collezione "basic" firmata Pippo Perez. Fedele alla peculiarità dell'utilizzo delle 'sagole' - in gergo marinairesco le sottili corde che si usano per fissare attrezzature, boe o bandiere nell'intreccio dei bracciali 'signature' del marchio - l'azienda Pippo Perez ha aumentato i volumi degli elementi preziosi (anelli, sfere, cuori oppure orsetti) e inserito pietre di maggior dimensione e valore. Un singolo bracciale può contare circa 3 carati totali di diamanti bianchi oppure oltre 4 carati di diamanti brown, con orsetti in diamanti bianchi da oltre 2 carati. Un'attenzione particolare è stata dedicata anche al packaging: i pezzi più importanti sono racchiusi in una scatola di frassino bianco laccato con logo a fuoco e tutti presentano una garanzia personalizzata e scritta a mano. Altri progetti sono già in fase di attuazione per il 2012, a cominciare dall'allargamento della sede in una struttura più ampia per proseguire con la partecipazione alla fiera di Hong Kong, oltre che alle storiche Vicenza, Basilea e Las Vegas.

ISTANBOULLI, ECCO LA PRIMA COLLEZIONE

Per il debutto è stata scelta una cornice di tradizione come l'Hotel Principe di Savoia di Milano, perché la prima collezione di gioielleria firmata Istanboulli è tutt'altro che una new entry nel settore. Nasce infatti dall'azienda Art.Or.Spa, da cinquant'anni operativa nel wholesale commerciale in Italia e all'estero. I figli del fondatore, Krikor Istanboulli, hanno deciso di mettere a frutto a livello produttivo l'esperienza maturata dall'azienda nella selezione dei gioielli più raffinati e preziosi, attenti sia ai fenomeni di stile sia alla qualità delle materie prime. In questa prima fase la Istanboulli collection sarà venduta nello showroom Art.Or.Spa.



Foto Massimo Cavali

Give the next generation a chance

Una chance per misurarsi con la propria creatività, il proprio talento e con un tema originale e inedito. Fiera di Vicenza, con il supporto scientifico della School of Design del Politecnico di Milano, presieduta da Alba Cappellieri, organizza 'Next Generation - Jewellery Talent Contest', un concorso internazionale, riservato agli under 30, che porta sotto i riflettori del jewellery world i designer più talentuosi ed eclettici. Il tema scelto per questa prima edizione è 'Souvenir d'Italie'. Ogni progettista sarà libero di interpretare il 'ricordo di viaggio' legato all'Italia con la massima libertà, ma dovrà inviare la sua proposta entro il 16 marzo 2012. L'ispirazione può arrivare da qualsiasi spunto: artistico, tecnologico, storico o paesaggistico ma sempre legato al territorio italiano. Unico vincolo, il mantenimento della classica 'nomenclatura' del gioiello, ossia anelli, orecchini, pendenti, collier, bracciali e spille. I premi, che saranno consegnati nel corso dell'edizione di maggio 2012 della fiera orafa, prevedono somme in denaro e opportunità espositive.

The Yellow Pages

Go sailing with Alor Yachts

«Abbiamo studiato un modo di viaggiare che non lascia nulla al caso e riusciamo a soddisfare praticamente ogni tipo di richiesta». A parlare è Francesca Orso, titolare di Alor Yacht, esclusiva società di brokerage e charter nautico che, in oltre vent'anni di attività, ha realizzato un range di proposte vastissime e adatte a ogni tipo di clientela. Un piccolo, grande gioiello che invita a scoprire mete paradisiache su imbarcazioni da sogno: Caraibi, Brasile, Oriente o Mediterraneo a bordo di fly o open di altissima gamma, dotate di ogni comfort: cabine con idromassaggio, equipaggio attento e selezionatissimo, servizio di cucina top level. Ma le sfumature sono ritagliate intorno a ogni tipo di richiesta, con una cura 5 stelle lusso che inizia già con l'organizzazione dei trasporti aerei o a terra. Per la stagione invernale le proposte si muovono intorno ai mari tropicali. E per Natale un veliero con spa inclusa in Thailandia potrebbe essere il vero regalo over luxury. a.m.