Boutique Hermès

HERMES NON SENTE LA CRISI

Il 2011 di Hermès chiude con risultati da record: una crescita del 40,9%, e 549,3 milioni di euro di profitti (più del doppio rispetto al 2009). Il risultato è dovuto alle buone prestazioni ottenute in Europa (+16%, nonostante la crisi economica), e negli Stati Uniti (+26%), ma soprattutto alle ottime prestazioni dei mercati asiatici (+29%, Giappone escluso). I ricavi sono aumentati del 18,3%, arrivando a quota 2,84 miliardi di euro, e il margine operativo sale del 32,5%. Si tratta della miglior performance del gruppo dal suo ingresso in Borsa, nel lontano 1993. Si spera che questi dati siano sufficienti a convincere gli eredi della famiglia Dumas a non vendere alla LVMH di Bernard Arnault, che ormai controlla già il 22% della società. Le previsioni per il 2012 sembrano promettenti: il giro d'affari è stimato attorno ai 3,1 miliardi di euro, e l'azienda prevede la costruzione di due nuovi impianti di produzione in Francia.

———————————————————————————————————

LA 33MA EDIZIONE DI OROAREZZO E' RICCA DI NOVITA'

OroArezzo 2012

La 33ma edizione del salone internazionale di oreficeria, argenteria e gioielleria OroArezzo è iniziato sabato 24 marzo, con un'edizione ricca di novità, a partire dalla sede: un nuovo e funzionale auditorium-centro congressi e tanti padiglioni

dedicati. Il “Gem Pavillion” espone gemme e pietre preziose; il “Bi-Jewel”, creato in collaborazione con Vogue Gioiello e Vogue Accessori, riservato ai gioielli più alla moda e alla bigiotteria; il padiglione dedicato alla mostra “Oro d’Autore”, che ospita la collezione di Arte Orafa Contemporanea nata nel 1987 e che oggi festeggia il suo 25esimo anniversario. Sarà inoltre riproposto l’esperimento della mostra tematica, questa volta in collaborazione con il marchio Borbonese, vera icona di stile. L’esposizione “Past For-Ward” vede tante sue borse, calzature e accessori vari reinterpretati da aziende del settore con inserti ed elementi gioiello. All’interno della stessa, saranno esposte anche le creazioni degli allievi dell’Istituto Superiore d’Arte “Piero della Francesca”, e “Monete & Medaglie – Il dono Trentacoste”, una raccolta di monete dello scultore Domenico Trentacoste. Nella serata di sabato 24 si è svolta la premiazione del concorso “Première”, l’evento più importante di OroArezzo: si tratta di una vetrina per gli espositori per presentare i loro nuovi gioielli e insieme di un concorso per proposte originali di creatività artigianale. Il premio “Minerva d’oro” è stato assegnato a Unoaerre, che ha realizzato un collier con pendente in corniola.

———————————————————————————————————

“GUCCI 1970”: UN PONTE TRA PASSATO E PRESENTE

Borsa Gucci 1970

La nuova it-bag Gucci della primavera 2012 rende omaggio alla storia del marchio: si chiama “1970”, perché è proprio in quell’anno che, per la prima volta, gli accessori Gucci sono arricchiti da angoli metallici.

Il gusto dell’epoca è interpretato in chiave moderna dal direttore creativo Frida Giannini; rispetto al modello originale, la nuova borsa è più capiente e morbida, le linee sono minimali, la tracolla con maglia metallica è adornata dalla nappa, gli angoli sono in ottone incisi con il logo della Maison.

Le pelli vanno dal classico vitello nabuk e la nappa, a preziosi pellami in cocco lucido o pitone dipinto a mano. I colori vanno dal lussuoso verde smeraldo alle nuance più delicate come il beige e il cacao, e gli intramontabili bianco e nero.

———-

IL MARCHIO LACOSTE CELEBRA LO SPORT CON UNA COLLEZIONE DEDICATA ALLE OLIMPIADI

Lacoste "Limited Edition"

Lacoste celebra le Olimpiadi 2012 lanciando le Polo con i colori simbolo dei Paesi partecipanti.

I modelli proposti sono tre. La “Polo Croco Flag”, classica polo bianca che però vede il coccodrillo scambiare il suo iconico colore verde con i colori della bandiere di ogni Paese. Abbiamo poi la “Polo Flag”, dedicata ai veri tifosi: in questo caso è la polo nella sua interezza a trasformarsi letteralmente nella bandiera della nazione prescelta, dando vita ad un capo coloratissimo dal forte impatto grafico.

Per finire, la “Limited Edition”, presentata in una pregiata confezione in plexiglass con incisione. In questo caso le bandiere delle 16 nazioni partecipanti sono realizzate in stampa patchwork in bianco e nero. Per i veri amanti della moda. A completare la serie una shopper in pvc a nido d’ape con stampa di bandierine e una borsa aereo con motivo croco flag. A noi non resta che augurarvi buon tifo!