

PAROLE CHE NON VOLANO

di Marta Fabbri

State leggendo le prime righe del numero 1 di M.M.M. My Marlù Magazine: il giornale di Marlù. Il brand è nato nel 2001 da una sfida di mia sorella Morena nella quale si sono fuse le altre due sorelle Fabbri (la sottoscritta e Monica), sino a costituire una matrioska una e trina. Da qui la scelta del 3 come nostro numero portafortuna che spiega anche le 3 M del titolo della testata. Il resto è una storia tutta al femminile, di imprenditrici ma anche mamme e mogli (tra un po' pure nonne) animate dalla voglia di creare monili alternativi in linea coi tempi: "brillanti" per "valori" morali e spirituali più che materiali. Il tutto a prezzi accessibili. I sentimenti non si valutano in euro e devono essere fruibili da tutti.

Fashion list

In tempi di social e di comunicazione digitale alle quali partecipiamo con entusiasmo e successo (la pagina Marlù Gioielli vanta 20.900 follower su Facebook e 8.500 su Instagram) abbiamo comunque sentito la necessità di condividere con voi sulla carta le tendenze di moda e di costume del mondo dei monili: suggestioni dalle passerelle dei grandi stilisti, intuizioni, anticipazioni, e fenomeni sociali a monte delle creazioni che attraverso il nostro magazine, diventano una guida per tutti da mettere in pratica con il proprio gusto. M.M.M. My Marlù Magazine offrirà questo servizio all'inizio di ogni stagione, autrice di questa list, un'autorevolissima giornalista celata sotto uno pseudonimo per poter scrivere senza peli sulla lingua come piace a noi e come serve a voi.

We Marlù

Al principio di ogni stagione, M.M.M. raccoglierà tutte queste info in un vocabolario con indicazioni anche per le tendenze per i regali delle ricorrenze.

Naturalmente su M.M.M. non manca un po' di sano gossip sempre sul mondo dei gioielli con una gallery di vip.

Altri spazi, invece, parlano di noi e voi: del vostro vissuto con Marlù e delle nostre iniziative con un occhio speciale alle attività benefiche nelle quali siamo molto impegnate.

L'ultima pagina in particolare è un coro di volti, commenti e hashtag della community di Marlù.

Per ampliare i confini del nostro dialogo, fissandolo anche sulla carta. Con parole e immagini che non volino nell'etere.

Dalle sfilate delle più grandi griffe, tutte le tendenze estive dei gioielli JOY LIST

di Anna Scialla



Dolce & Gabbana

@tntico, e-minimal, stacking. E poi, **legno, lava, simboli etnici**. Dopo un'indigestione di cristalli e "sberlucchiati" i gioielli esplorano dimensioni meno appariscenti e chiassose. Ora piacciono silenziosi e primitivi: **etnici, tribali** meglio ancora se **spirituali**. Il tutto in sintonia con le tendenze della moda firmatissima.

Cosa va e come si mette

Di seguito una **joy list (lista delle gioie)**. Della serie "cosa va e come si mette", per orientarci tra i tanti, spesso confusionari, segnali mediatici.

MACRO FENOMENI

@tntico

Se alle sfilate P/E 2016 sono state applauditissime le passerelle di Valentino e di Alberta Ferretti, dedicate rispettivamente ai deserti e all'Africa tribale, i monili più cool restano in quelle aree incontaminate dalla gioielleria industrializzata. Largo dunque a **metalli satinati, anticati, conchiglie e cuoio**. Il nuovo hashtag? "I like etnico" che in tempi digitali - prendi nota - si scrive @tntico. Gettonatissime, le perline in pasta di vetro: riferimento ai **Masai africani**, ai **Huicholes messicani** ma anche agli **hippy anni '70**. Un revival che nell'abbigliamento si esprime col boom dei camicioni indiani e dei sandali.

Souvenir/ricordi

Tutta italiana invece, l'etnia alla quale s'ispirano Dolce e Gabbana: la Sicilia di Caltagirone. Sfilano così gioielli di ceramica come i celebri vasi della località sicula. Il tutto incorniciato da **frange di paglia, specchietti e pon pon**.

In tempi di globalizzazione torniamo ad apprezzare le cose uniche che si trovano solo in certe località. Viepiù made in Italy. Vedi anche il boom delle eccellenze gastronomiche locali. Non c'è da stupirsi dunque, che a Riccione Marlù lanci la linea **#MyRiccione** dedicata a "La perla verde".

Gioie dello spirito

Più che materiale, oggi il valore dei gioielli deve essere **sentimentale e simbolico**. Ecco, allora le collane e i **bracciali di legno** sfoggiati dal buddhista **Richard Gere** ma anche dalla graffiante **Daniela Santanchè**.

COME SI PORTANO

A tutto stacking

Lo **stacking** è il macro fenomeno della gioielleria che caratterizza la maggior parte delle braccia e delle dita femminili e maschili

dove i monili si affastellano. Fa testo la passarella di **Gucci**, tornata ad essere il riferimento di punta per le tendenze. Letteralmente, stacking significa "impilare". Originariamente indicava le colonne di sedie sovrapposte.

Accumuli liquidi

Ora ad accumularsi sono i bracciali. Meglio negli stili più disparati: vintage, etnici, d'acciaio, tecnico, etc etc. Un mix apparentemente sconclusionato, ma perfettamente rappresentativo della nostra epoca liquida e trasversale.

E per lui?

Anche i maschietti non resistono allo stacking. La stratificazione dei bracciali ormai, si nota anche al braccio di politici conservatori come Gianfranco Fini e compunti imprenditori del calibro di Diego Della Valle.

Pure gli anelli però si moltiplicano in una ring mania tutta maschile. Attenzione: i modelli sono robusti, rigorosamente d'acciaio o di metalli bruniti. A decorarli, **simboli, sigilli, segni esoterici e icone sacre**. Vedi il corsaro **Johnny Depp** e altri eroi medievali.

IN PARTICOLARE...

Orecchie bomba

Per Prada sono sfere spaziali. Per Dolce e Gabbana limoni. Fatto sta che gli orecchini, altro pezzo forte dell'estate insieme alla collana, restano grandi (ma non per tanto) come bombe a mano per orecchie "esplosive". Per contro, avanza un filone minimalista che fa sempre riferimento ai '70.

Un "filino" di Minimal '70

Ricordate gli anellini sottili come un filo che Loredana Bertè e le ragazze degli anni '70 infilavano a due per tre nelle dita? Rieccoli. Ma rielaborati e combinati col gusto più attuale. Al posto delle pietruzze di un tempo, troviamo così, piccoli simboli e iniziali che esaltano il gusto imperante per la personalizzazione.

Le catenine

In questo filone net-minimal, s'inseriscono lunghe e sottili catenine (meglio se in acciaio), da infilare al collo in scala. Indispensabili, le medagliette fetaccio che le corredano.

Your choice

Adesso a te la scelta. Con la benevolenza di una **moda amica**, che una volta tanto propone pezzi più economici per la scelta dei materiali, ma non per questo meno glamour. Grazie alla **ricchezza delle idee**. E dei sentimenti.



Gucci



Prada



Dolce & Gabbana



Gucci

Immagini usate su licenza di Shutterstock.com
Immagini usate su licenza di Depositphotos.com



Marlù punta al mare LOVE THE SEA

La coda di balena, l'ancora e il dente di squalo: è in arrivo un'ondata di gioielli marittimi. Sulla cresta del fenomeno Marlù lancia la collezione "Love the sea": un tributo al mare ma attenzione, che pesca le sue ispirazioni dall'iconografia e dalla simbologia di tatuaggi, corsari e marinari. Roba da rudi, insomma, che infatti spopola tra gli uomini.

Le proposte di Marlù tuttavia, sono unisex: orecchini, braccialetti e anellini per lei; anelli più corposi per lui. Gettonatissimo il tema del veliero. Ad accentuare il sapore di sale, cordoncini da vela e nastri di stoffa.

Cosa significano i simboli e i materiali dei nostri gioielli? GUIDA AI LORO SIGNIFICATI MISTERIOSI & PREZIOSI

TATTOO SUI GIOIELLI

Un tempo simbolo di carcerati e di marinai un po' mascalzoni, i tatuaggi, ormai sui corpi di tutti, ultimamente ispirano anche le stampe sui tessuti e i disegni dei gioielli.

Le icone di riferimento più cool spaziano dalla scuola californiana di Sailor Jerry (molto amato dagli hipster) ai Maori, civiltà ancestrale della Nuova Zelanda dove la pelle di uomini e donne è completamente istoriata. Ecco allora una piccola guida per capire la storia e la provenienza di almeno 7 (numero magico) dei segni più cool che ci portiamo addosso in ogni espressione di stile.

AMO: ricchezza e fortuna. Ma può rappresentare anche la conoscenza, l'intelligenza o una promessa.

ANCORA (Old School): appiglio sicuro per qualcosa che è sempre in movimento e in agitazione. In senso più ampio, simbolo d'amore e di fedeltà. Non a caso, molto diffuso tra i marinai dai tempi di Braccio di Ferro.

CODA DI BALENA (Old School): ricchezza e abbondanza per la forma mastodontica di questo cetaceo.

DENTE DI SQUALO: forza e potere. Dunque anche adattabilità.

VELIERO (Old School): la libertà che sopravvive anche nei momenti di difficoltà. Un ottimo auspicio per i nostri tempi...

ROSA (New School): a seconda del colore può rappresentare gioia e protezione (giallo), purezza e santità (bianco), sacrificio e amore immortale (rosso) o innocenza e guarigione (rosa).

TESCHIO (New School): cambiamento. Non a caso è molto diffuso in quest'epoca di liquidità.



PAROLE "DI PIETRE"

AULITE TURCHESE E VERDE: secondo la cristalloterapia incitano a prendere il controllo delle proprie azioni, gestendo autonomamente la propria vita.

CORALLO: stimola l'energia vitale e la vitalità. Tanto che le donne dell'antica Roma portavano orecchini di corallo per attirare gli uomini. In Africa e in Asia, il corallo sul capo si pensava che richiamasse l'ispirazione divina.

LAPIS: "la pietra dei re". Rappresenta abbondanza e ricchezza.

LEGNO: il materiale dei braccialetti più cool. In Cina simboleggiava un leader capace di superare le difficoltà con la giusta decisione.

OCCHIO DI TIGRE: Questa pietra - unendo l'energia della terra, forza e decisione, con quella del sole, energia spirituale - ci permette di raggiungere un alto stato vibrazionale.

CONCHIGLIE: nei miti greci e romani erano un segno di prosperità, di rinascita. Associate al mare, indicavano la fonte della fertilità. Per questo le conchiglie sono anche simbolo del grembo materno e della nascita di Venere.

PIETRA LAVICA: crea un'intensa armonia e un flusso di energie che aiutano a raggiungere uno stato di calma o di meditazione. Nell'Ottocento i gioielli in questo materiale erano molto gettonati dagli stranieri come souvenir di Napoli e Pompei.

A.S.



MARLÙ E GIOMETTI: UN SODALIZIO CINEMATOGRAFICO

di Beatrice Piva

Marlù, protagonista in prima linea del red carpet, quest'anno accolto in un calendario di eventi di glamour e convivialità nella magnifica cornice della Pera Verde, a due passi da Viale Ceccarini, nelle ampie e comode sale del Cinopalace.

Una vincente sinergia quella tra Giometti Cinema, organizzatore degli eventi, e Marlù Gioielli gold partner che con entusiasmo hanno celebrato nomi prestigiosi del nostro cinema: Massimo Boldi, Fabio De Luigi, Gian Marco Tognazzi, Silvia Scolà, Stefano Accorsi, Claudia Gerini, Federico Zampaglione, Maria Sole Tognazzi, Laura Morante tra gli ospiti del fitto e prestigioso programma che ha animato la riviera romagnola. E Marlù presente ancora agli eventi Giometti con i suoi gioielli, sempre all'avanguardia e con un design che anticipa le tendenze, nei prossimi attesi appuntamenti ricconesi. Marlù è stata infatti nuovamente gradita partner di Giometti Cinema nella recente Rassegna "Cinema Donna", le serate all'insegna del cinema femminile con film, incontri, mostre e ospiti. Tre giorni di manifestazione, dal 28 al 30 giugno, con serata finale il 1 luglio, un'anticipazione di quel che nei prossimi anni potrebbe diventare un ambizioso appuntamento fisso dell'estate in riviera, un vero e proprio festival capace di celebrare la donna e la cultura attraverso il cinema e una occasione speciale per avvicinare ulteriormente il cinema al mondo femminile, selezionando pellicole di caratura internazionale introdotte da tre attrici che sorprenderanno il pubblico: Chiara Francini, Diane Fleri, Cecilia Dazzi.

L'estate alle porte non arresterà la creatività del Gruppo Giometti e la collaborazione con Marlù, insieme ad inaugurare ed aprire le porte anche al nuovo calendario estivo di eventi e nuovi illustri ospiti accolti nell'Arena Estiva Ricconese.



Claudia Gerini & Marta Fabbri



Fabio De Luigi & Morena Fabbri



Massimo Boldi & Marta Fabbri



© Laurent Bernardi



Diane Fleri & Marta Fabbri



Federico Zampaglione (Tiromancino)



Cecilia Dazzi & Marta Fabbri

Il sorprendente allestimento di Marlù in Viale Ceccarini. Una nuova natura delle gioie IL TUO CUORE SUI PINI

La moda passa da Viale Ceccarini

di Pier Pierucci



Consorzio Viale Ceccarini

80 bracciali per 30 pini: per la prima volta il verde si adorna di monili, ma soprattutto gli alberi della mitica viale Ceccarini dal 10 Agosto al 12 Settembre si ricoprono di charmes, non a caso del brand Marlù. Il gioco infatti è ricco di significati che si ricollegano alla filosofia del marchio delle sorelle Fabbri e al mood della stagione riccionese. Dai braccialetti scientemente selezionati dalla collezione "Nel mio cuore", pendono medagliette che celebrano i sentimenti più cari e autentici.

Gli stessi che animano la nuova stagione de La Perla Verde, votata al benessere fisico, psicologico e affettivo.

Coi charms ai rami degli alberi, Viale Ceccarini diventa così un inedito green carpet dove brillano natura e sentimenti. In una luce solare e positiva.



Sembravano dei normalissimi sandali, poi lei ha detto "li ho comprati a Riccione"... e negli occhi di tutti, quei due oggetti ai suoi piedi hanno assunto un aspetto diverso, quasi magico.

Questa piccola scena è abbastanza significativa di quello che può essere il valore di una marca.

Sì, perché Riccione è un brand.

Un brand che da diversi decenni rappresenta non "semplicemente" una scelta di destinazione vacanziera per milioni di Italiani e non.

Il sentiment che genera Riccione, non si può catalogare solo nell'ambito del turismo.

Riccione è uno "state of mind", un modo di essere e, aggiungerei, di apparire.

I suoi due viali principali, Viale Ceccarini e Viale Dante, da oltre 5 decenni rappresentano il cardo e il decumano dello stile italiano.

E oggi, che in Italia l'evento rappresenta lo strumento principale con cui i grandi brand amano comunicare, Viale Ceccarini è una delle mete più richieste.

Si può dire che ogni estate e primavera in questo territorio si susseguono miriadi di iniziative e manifestazioni, spesso innovative e frutto della migliore creatività.

L'idea di intervento che ha avuto Marlù Gioielli per l'estate 2016, però ha realmente spiazzato un po' tutti.

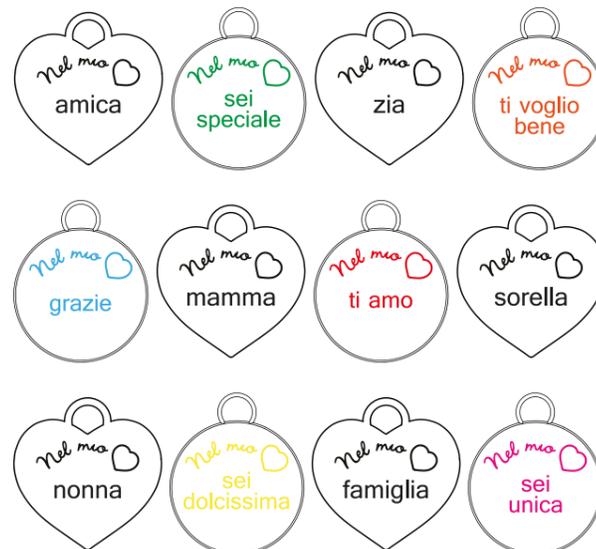
Tutto è partito dalla Stacking Mania, ovvero la moda di indossare al polso più bracciali, come quasi impilandoli all'avambraccio (to stake, appunto).

Marlù che desiderava da tempo pianificare un intervento di visibilità in Viale Ceccarini, ha quindi pensato bene di rendere protagonisti i pini marittimi del viale, proprio per ufficializzare questo trend.

Il risultato è straordinario: l'arredo del Viale ufficializza la Stacking Mania, con i suoi pini (quasi secolari) che indossano la riproduzione in formato gigante dei bracciali Marlù, magari gli stessi che sono al polso di molti villeggianti che sono in passeggiata.

Gli alberi quindi parlano, diventano media... assumono il ruolo di patrimonio estetico di un luogo, che dell'estetica ha fatto il suo status.

In un'era in cui l'aspetto simbolico è più che mai nutrimento, Marlù ci consegna l'interpretazione che meglio ci aggrada: l'albero è vita... l'albero è seme... l'albero è radici... l'albero è lo scorrere del tempo e delle stagioni, come lo è la moda. Il tutto comunicando eleganza, rispetto e un tono quieto, come piace a quei pini silenziosi che da lassù hanno visto sfilare le vanità delle mode e degli stili dell'Italia dagli anni 30 in poi, mantenendosi, loro, sempre al di sopra di tutto. Marlù quindi ha scelto i suoi nuovi testimonial, perché ha capito come stanno le cose: a Riccione anche i pini marittimi sono chic.



Marlù e la beneficenza NOI SIAMO ANCHE QUESTO...

di La Lu



Dopo la linea "Nel mio Cuore" declinata per tutte le espressioni degli affetti, le sorelle Fabbri continuano a parlare d'amore nella speciale collezione "La prima Coccola" con la limited edition di due medagliette incise con i loghi dell'associazione riminese che si prende cura dei bambini ricoverati nel reparto di Terapia Intensiva Neonatale di Rimini. Un percorso nato da un'esperienza diretta e personale della famiglia, sfociato in un progetto che partirà da settembre con la vendita dei deliziosi charms in tutta la rete vendita nazionale. Per Marlù nulla è più prezioso del sociale: da anni l'azienda collabora con il "Colore del Grano" (centro di assistenza e spazio educativo per disabili nella Repubblica di San Marino) dando l'opportunità a

ragazzi e ragazze di sviluppare le loro capacità manuali con piccoli lavori, semplici ma molto utili per l'azienda e aiutando la Onlus nell'acquisto di materiale per le attività ricreative. Ma il percorso nel sociale non finisce qui: Morena, Marta e Monica hanno adottato a distanza tre bambini grazie a Carità Senza Confini onlus che dal 1991 garantisce, presso i centri nutrizionali, un pasto al giorno a circa 3.350 bambini. Il bene non è mai troppo e c'è ancora tanto da fare... Il prossimo obiettivo è una donazione a favore della ricerca in campo medico. Con il cuore, dunque, non solo gioie ma aiuti preziosi!

#MARLÙFRIENDS... COSÌ LA NOSTRA COMMUNITY INDOSSA MARLÙ

Condividi le tue gioie di Marlù su Instagram con l'hashtag #marlùfriends, le immagini più glam verranno pubblicate nel prossimo numero!



@eleonora_koco



@albertoalini



@katiagatini



@serenacacciamani



@michela.bergonzoni



@cristinaverda



@roselisaamarco



@stefy10_adp



@silvi Bernardini



@fedi.fab



@_momi14

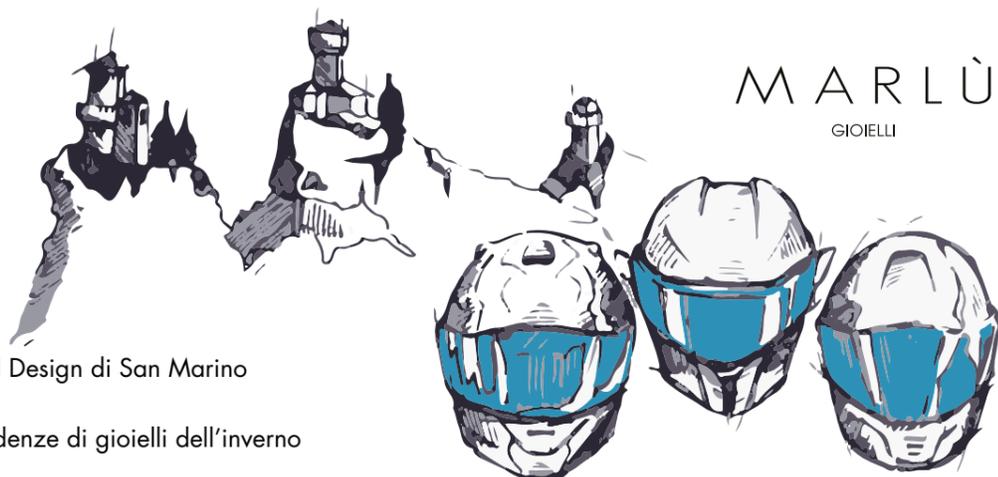


@namantarcha

Immagini #marlùfriends da Instagram

MARLÙ COMING SOON

- Settembre 2016: Inaugurazione Marlù Store Torino Juventus Stadium
Opening Marlù Store Perugia
- Settembre 2016: Workshop ispirato al Gran Premio Moto GP di San Marino a Misano. (Nell'immagine a destra: le torri di San Marino, tre, come le sorelle Fabbri, reinterpretati in ciondoli motociclistici per l'occasione. Artwork: Emanuele Spinoccia)
- Settembre 2016: Workshop "Linked jewel" in collaborazione con IUAV Università del Design di San Marino
- Autunno 2016/17: Nuova edizione di M.M.M. My Marlù Magazine con tutte le tendenze di gioielli dell'inverno



MARLÙ
GIOIELLI