



MY MARLÙ MAGAZINE

www.marlu.it @marlu

Inverno 2017 - Numero 2

I DECORI DEGLI AFFETTI

di Marta, Morena, Monica Fabbri

Per questa seconda uscita del nostro magazine, l'editoriale non è firmato da una di noi ma da tutte e tre le sorelle Fabbri. Per consolidare, sigillare e celebrare l'unione di famiglia. La stessa che peraltro caratterizza da sempre la nostra impresa e che auspichiamo/auguriamo per tutti in un momento nel quale urge recuperare i contorni spirituali. Intendiamoci: noi non facciamo solo filosofia o religione. Anche Marlù propone prodotti da vendere. Ma esiste un'etica anche del marketing che ha sempre guidato il nostro lavoro. A partire dal prezzo equo. Ora più che mai insomma, s'impone un'estetica volta alla spiritualità che abbiamo intercettato da tempo. Non ci è stato difficile, perché prima di imprenditorici, siamo donne, madri, mogli, figlie, amiche... Ecco, perché l'idea della collezione #TimeTo all'insegna degli affetti. Che anche dopo il Natale e le feste, dovranno restare le vere decorazioni per tutto il nuovo anno. E per l'esistenza.

Le sorelle Fabbri



Morena, Marta e Monica Fabbri

IL RITORNO DELLA SEMPLICITÀ IT'S TIME... TO SIMPLE LIFE

di Anna Scialla

Il primo segnale è arrivato dalle ultime vacanze col boom della villeggiatura in campagna e dell'agriturismo. La stessa Riccione si è riqualificata all'insegna del verde, con le piste ciclabili e l'eco compatibilità. E' tempo di quella che il sociologo Francesco Morace del Concept Future Lab definisce "simple life". Il ritorno alla vita semplice basata su piccoli, grandi, valori spirituali e umani anziché materiali. (Tanto più che i soldi scarseggiano). Le cause di questa svolta epocale le viviamo quotidianamente sulla nostra pelle: è difficile sin di prima mattina, andare al lavoro nel traffico ed è sempre più complicato svolgere qualsiasi attività o professione. Vieppiù, se si deve conciliare con un menage familiare. La gente è così stressata che la sera non ha neanche voglia uscire e nel fine settimana sogna solo il rifugio in casa o l'evasione dalla città. E allora?

NEL CUORE DEI GIOIELLI

...e allora dovremmo farci complicare la vita dalla moda che un tempo era un piacere? (Oggi il più grande lusso è la comodità). E poi c'è la contingenza di un momento etico-estetico sfavorevole a ogni genere di esibizione. Guardate anche le donne politiche: quali di esse osano più sfoggiare abiti importanti e gioielli da sogno, dovendo parlare di "spending review"? Certo: gli stilisti in passerella fanno il loro mestiere con proposte fantasmagoriche per alimentare l'aspirazionalità dei loro brand. Serve loro a far cassetto attraverso piccoli pezzi (pur sempre semplici seppur cari): cappellini, porta chiavi, ciandoletti, etc. Ma le sorelle Fabbri e la community di Marlù sono molto concrete: arrivano dritte "al cuore". E non solo dei problemi. Dunque, entriamo nello specifico dei gioielli, delle loro tendenze per l'inverno, e delle novità di Marlù che si moltiplicano di stagione in stagione come i follower di facebook, instagram e twitter giunti a 30.000.

Immagini usate su licenza di Shutterstock.com



Dolce & Gabbana



Christian Dior

IL CERCHIO QUADRA

L'attitudine alla semplicità si riflette pure nei monili anche per reazione alle collane vistose, gli orecchini lampadario e gli anelli giganti che hanno imperversato per parecchi stagioni. Ormai, i cristalli splendono dal mattino (sulla magliette) alla sera, mutande comprese. Ben tornino allora le linee semplici e pulite come le catenine di Dolce & Gabbana o gli orecchini a bacchetta di Dior. Non a caso Marni ha ridimensionato drasticamente i volumi e il design dei suoi bijoux, dopo averne fatto un oggetto di culto dell'eccentricità. Nel frattempo a Londra si afferma la moda dei cerchi alle orecchie intercettata da Marlù con il giusto anticipo che contraddistingue il brand. Eloquenti, la storia e la simbologia di questi orecchini che vi raccontiamo nelle prossime pagine M.M.MAGAZINE. Non è tutto. Con la linea Riflessi, Marlù riscopre il valore simbolico del solitario; la massima felicità per ogni donna. Per non parlare della perla della stessa linea Riflessi che già nella sua forma perfettamente sferica sintetizza eleganza, semplicità e linearità. (Anche in questo caso vale la pena di leggere la storia di questo prezioso e la sua evoluzione nella pagine M.M.Magazine).

SPLENDE IL RIFUGIO NEGLI AFFETTI

I beni rifugio della nostra epoca? Il valor degli affetti su cui punta da sempre Marlù. Continua così, l'evoluzione di "#TimeTo.../è tempo di...": una collezione componibile di charms personalizzati da pensieri dolci, espressioni d'amore, dichiarazioni d'affetto ma anche stati d'animo personali.

IT'S TIME TO... AMARSI UN PO'

"Amarsi un po'", potrebbe essere la colonna sonora di tutte le collezioni Marlù che tragheranno il 2016 nella primavera del 2017, attraverso San Valentino. L'intramontabile capolavoro di Lucio Battisti "canta e calza" alla perfezione con lo spirito che anima lo stile delle tre sorelle Fabbri presente e futuro. Quasi superfluo spiegare il perché. Se da un lato il DNA di questo brand è l'amore familiare anche con la sua community, dall'altro i tempi non facili rafforzano il desiderio di calore e vicinanza. Si "tira la cinghia" ma si stringono e non certo in senso privativo, anche gli affetti. Questo ritorno all'essenziale è letteralmente "scritto" e inciso nella linea "#TimeTo" diventando estetica nella nuova collezione Woman Chic basata sulla linea retta. Scopritene tutti i valori all'interno del magazine.



GIOIELLI ESSENZIALI

LA PERLA: IL RITORNO AL CUORE (DELL'OSTRICA)

Simbolo per decenni di signore borghesi e nonne, la perla torna in tutto lo splendore della sua perfezione sferica e candida. Se in Cina e in India è sempre stata associata alla donna e alla fertilità, nell'antica Roma era dedicata a Venere, dea della bellezza. Sono tante le virtù che le si attribuiscono: calmano l'ira, leniscono i dolori di stomaco, rinsaldano le amicizie, accendono la passione perché afrodisiache, rinforzano le ossa e sbiancano la pelle. Tanto che Cleopatra era solita berne un po' sciolte nell'aceto di vino, costosa usanza seguita da molte nobili dame sino al Settecento. Certo: il filo di perle sul twin set fa un po' regina Elisabetta e/o "zia Pina". Ma le sorelle Fabbri hanno reinterpretato questa gemma in chiave moderna nella collezione Riflessi. Ancora una volta un tributo al cuore. In questo caso, dell'ostrica.



RIFLESSI: LA VIA DEL SOLITARIO DALLA MANO AL CUORE

Il solitario il più simbolico ed evocativo per ogni donna, è protagonista della linea Riflessi di Marlù che recupera i valori più semplici ma al tempo stesso più profondi della gioielleria. La parola diamante deriva dal greco "adamas": "corretto", "inalterabile" e "indistruttibile". Per questo la pietra così forte da tagliare il vetro è diventata un pegno d'amore, sigillo del fidanzamento.

Tutto cominciò con gli uomini primitivi che legavano una corda alle mani dell'amata per non farla scappare. Il primo anello di fidanzamento con brillante? Fu regalato nel 1477 dall'Arciduca Massimiliano d'Austria a Maria di Borgogna. Il resto è storia di un gioiello "per sempre", come recita lo slogan inventato da Frances Gerety. Curiosità: solitario s'infila all'anulare della mano sinistra dove dopo la nozze si metterà la fede. Da qui, si crede infatti che passi un'arteria collegata direttamente al cuore. Una storia d'amore che continua con la linea Riflessi di Marlù.



Elizabeth Taylor



Beyoncé

Immagini usate su licenza di Shutterstock.com

MARLÙ COMMUNITY

Sempre più fitto il calendario degli eventi organizzati da Marlù e la rete degli amici che intervengono



Progetto "NelMioCuore Riccione" in Viale Ceccarini, Riccione



Giulia Penna



Francesco Mandelli & Giovanni Bognetti



Congresso Marlù alla MotoGP, Misano



Miss Reginetta Marlù & Morena Fabbri



#TimeToContest! Cattura lo spot Marlù in tv



MARLÙ... IT'S #TIMETO YOU

Lo avvertiamo tutti: è tempo di cambiare molte cose. A partire dal nostro vissuto personale anche perché la collettività è data dalla somma dei singoli. La collezione di MarLù ha intercettato con anticipo questa attitudine comune al rinnovamento e si arricchisce di nuovi messaggi in linea con la contemporaneità.

Sui ciondoli dei charms della linea #TimeTo da combinare a proprio piacimento all'insegna della personalizzazione, compaiono nuove scritte come "Tempo di essere coraggiosi niente è impossibile" oppure "Tempo di far avverare i tuoi sogni", versione più soft del tormentone canoro estivo, "andiamo a comandare".

Messaggi forgiati sulla nostra epoca densa di difficoltà da affrontare senza farsi scoraggiare.

AMIAMO GLI ANIMALI

Ai messaggi – per così dire – "esistenziali" si affiancano quelli più privati come: "Tempo di amare la natura e gli animali". Sui pendenti, ogni slogan è accompagnato da un simbolino, un emoticon, che lo sintetizza.

Nel frattempo i nuovi slogan di #TimeTo sono già online con l'hashtag "#TimeToGo", per la community di MarLù ormai giunta a 200mila visualizzazioni.



#TimeTo



Due protagoniste del nuovo spot #TimeTo MarLù

MARLÙ IN TV

I pupazzi #TimeTo be friends sono due delle protagoniste degli spot pubblicitari di MarLù che sono andati in onda su Sky e Sky1, durante XFactor, e su Discovery e Mediaset durante il programma Amici di Maria De Filippi.

Tutti collegati tra loro dall'#TimeTo, da cui prende il nome anche la collezione di MarLù.

E in tempi di interconnessioni e social network, ancora una volta si è rivelato un successo il contest lanciato dalle sorelle Fabbri a tutta la community di MarLù: "Cattura lo spot MarLù in tv", più di 200 i followers che si sono scattati un selfie davanti alla tv catturando lo spot, vincendo così il charm "fiocco di neve" (limited edition).

MARLÙ CARD



Per ora sono state di Natale, ma in futuro diventeranno la nuova frontiera degli auguri. Le Card virtuali di MarLù accompagneranno in modo divertente e originale tutte le festività. Le abbiamo trovate a Dicembre nello store MarLù Gioielli di viale Ceccarini in versione natalizia con renne, elfi e Babbo Natale. Ma le riscopriremo anche a Maggio in occasione della Festa della mamma.

Tutti potranno creare video e fotografie personalizzate inserendo il proprio volto nelle divertenti cornici di MarLù. Anche i nostri amici a quattro zampe. Le foto e i video potranno poi essere postati sui nostri profili social come Facebook e Instagram.

Le sorelle MarLù, ancora una volta, vi rendono protagonisti mettendovi al centro delle loro idee.



#MarLùMagicBox presso "Natale delle Meraviglie" a Riccione

#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!



@craigoryval



Michela



@luludelacroix



Valeria



Gioia



@kocsivanda



Barbara e Mario



Francesca



@thisunrise



@rox-air



Federica



Manuele

Immagini #marlùfriends da Instagram e Facebook

LA PRIMA COCCOLA: L'AMORE IN CULLA, LA CULLA DELL'AMORE

Si rinnova l'impegno sociale delle sorelle Fabbri: dal 1° Gennaio, in tutti i Marlù Store e nei migliori rivenditori Marlù d' Italia, saranno in vendita al prezzo di 10 euro l'uno, i ciondoli "La prima coccola". Il 20% del ricavato di questa vendita sarà devoluto all'associazione di volontariato dall'omonimo nome della collezione, che raggruppa famiglie di bimbi nati prematuramente e sostiene il reparto dell'Unità Operativa di Terapia Intensiva Neonatale dell'Ospedale "Infermi" Rimini. L'iniziativa inaugura il 2017 nel segno dell'amore che Marlù coccola sin dalla culla.



Col cuor sin dalla culla: la prima testimonial Marlù



Conferenza stampa con l'associazione La Prima Coccola