

## Tra famiglia e realtà aumentata/futuro e radici **LA FAMIGLIA AUMENTATA**

di Morena, Marta e Monica Fabbri



Tra legami affettivi e avanguardie digitali, continua la crescita di Marlù che ha vissuto un inizio d'anno davvero entusiasmante ed effervescente. Se da un lato abbiamo rafforzato il nostro DNA con le collezioni dell' "Albero della vita" dedicate all'amore nel senso più allargato del termine (mamme, papà, zii, nonni e partner), dall'altro ci siamo proiettate verso il futuro prossimo: per noi già presente. Nei punti vendita che stiamo aprendo, ormai a quota 23, abbiamo introdotto la realtà aumentata (vedi servizio a pag 3). Non è tutto...

### MUSICA: DA SANREMO A X FACTOR

Lungo queste direttive ci siamo interfacciate con la musica, partecipando ancora una volta al Festival di Sanremo e sponsorizzando X Factor (vedi articolo sotto). Con enorme orgoglio abbiamo inoltre collaborato con il "Chi e Chi Award": l'Oscar della Moda che ha inaugurato il calendario della Milan Fashion Week a Palazzo Marino. Manca a farlo apposta, questa edizione era dedicata alla musica. Così, ci siamo divertite a premiare Linus e la grande famiglia di Radio DJ, con un pizzico di orgoglio in più, perché d'estate quando l'emittente trasmette da qui, diventa Riccione. E siccome ogni occasione per le sorelle Fabbri è una buona opportunità creativa, abbiamo lanciato un charme col plettro e la chitarra per tutti gli Oscar e gli amici intervenuti all'evento. C'è di più...

### UN FISCHIETTO PER LA CAPITALE DELLA CULTURA 2018

Parallelamente continuiamo a coltivare la cultura. Dopo aver sostenuto la mostra fotografica "Shut" di Adolfo Franzò, stiamo lavorando su Matera che l'anno prossimo sarà capitale della cultura. Il 9 Dicembre apriremo nella "Città dei Sassi" uno store Marlù dove lanceremo il ciondolo fischetto. (Vedi articolo pag. 4).

Denominatore comune di tante iniziative, il costante coinvolgimento interattivo con "giochi" sempre sorprendenti, dei nostri amici: una "famiglia aumentata". E in continuo aumento. Perché "Marlù sei tu". Certo, anche tu che ci stai leggendo.

New semplicity

## ALLE RADICI DELL'ALBERO DEI VALORI

di Barbara Torsani



Collezione "Nel Mio Cuore"

"New semplicity": lo hanno confermato anche le ultime sfilate femminili della Milan Fashion Week appena terminate per il lancio della moda primavera estate 2019: indietro tutta; dopo tante iperboli si torna alla semplicità. Già nel precedente magazine ne avevamo parlato. Dunque, per Marlù non è novità ma la riconferma dello stile che contraddistingue il brand sanmarinese delle sorelle Fabbri. A partire dai negozi bianchi e costruiti a moduli multifunzionali: con una logica più affine a un punto vendita di Apple che a una gioielleria. Non a caso ora i punti vendita di Steve Jobs sono imitatissimi da tutti i settori.

### L'ALBERO DEI VALORI

Anche l'articolata produzione delle sorelle Fabbri si è sempre distinta per uno stile semplice e composto come loro stesse. Il pregio dei loro monili? I valori affettivi che parlano al cuore e all'animo anziché al portafoglio. E qui veniamo al punto.

La semplicità estetica proposta dagli stilisti riflette come tante tendenze, lo spirito del tempo: ora al recupero dei valori più genuini. Primi fra tutti la famiglia e l'amicizia: beni rifugio e tangibili nella loro spiritualità che peraltro prescindono dalla borsa e dallo spread. Così, in casa Marlù cresce e fiorisce l'Albero dei Valori. Sotto l'icona delle sue fronde (che già di per se stessa è un invito all'ambientalismo), fioriscono charmes personalizzati per la mamma, il papà, la nonna gli zii. Naturalmente non mancano fidanzate, fidanzati ma anche amici. E maestre che noi amiamo molto in quanto nostre seconde mamme. "Su questi valori - dicono le sorelle Fabbri - abbiamo fondato le nostre vite di madri di famiglia, la nostra impresa e la sua creatività. Ma ora più che mai, è tempo di rilanciare".

## MARLÙ OFFICIAL SPONSOR DI X FACTOR

Marlù rinnova e stringe la sua amicizia con X Factor. Il brand di gioielli delle sorelle Fabbri, questa stagione è sponsor insieme ai più grandi marchi internazionali, del talent show. L'iniziativa va di pari passo con "Time to be friends": la nuova campagna del marchio (e l'headline delle ultime collezioni), in onda da inizio novembre un coloratissimo invito agli affetti che è anche l'on air col quale si chiudono gli spot della trasmissione.

Intanto, i giovani artisti protagonisti di XF12 scelgono bracciali, collane, anelli, per lei o per lui, che considerano vicini alla loro sensibilità sia on stage sia nel loro quotidiano ripreso all'interno del Loft e durante i Live della trasmissione. "Da Time to" a "Be woman", dal "Nel mio cuore" o fino a "Namastè", ognuno di loro indossa la collezione più vicina alle sue corde e alla sua personalità. Per "Marlù" il gioiello è prezioso solo se comunica desideri, sogni, sentimenti. Accade su un palcoscenico come nella vita di tutti giorni.

Come sempre Marlù ha condiviso anche questo successo con i suoi amici. Con un apposito contest sono stati selezionati 2 fortunati che ogni settimana hanno potuto partecipare dal vivo in studio e in prima fila, al talent. E per il finale, grande festa al Mediolanum Forum di Assago. Tutti insieme abbiamo visto la puntata conclusiva, cogliendo l'occasione per condividere con un brindisi, un altro traguardo di Marlù.

**PERSONE, EMOZIONI E SENTIMENTI**  
I due nuovi spot Marlù



pag. 2

**MERRY MARLÙ**  
San Marino 3DVR Experience



pag. 3

**NEL MIO CUORE E MAN CLASS**  
Le nuove linee Marlù

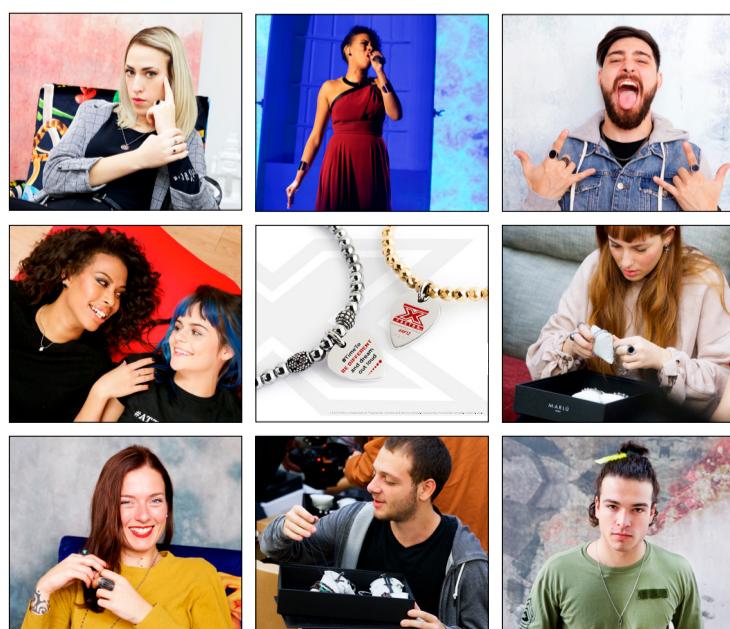


pag. 3

**MARLÙ PER MATERA**  
Capitale della cultura 2019



pag. 4





## GRUPPI DI FAMIGLIE IN UN SELFIE

La mamma e una figlia, il papà col bebè, i nonni che si abbracciano: "gruppi di famiglie in un interno". Il nuovo spot di Marlù #Time To Be Friends in onda su Sky da novembre, torna a celebrare gli affetti in tutte le loro espressioni. Dopo il cartoon di animazione che l'anno scorso ha riscosso tanto successo, questo filmato realizzato da Chico De Luigi è nuovamente incentrato sugli amori familiari tanto cari alle sorelle Fabbri ma con una regia calata nella quotidianità: tra selfie e gente comune.

Alcuni sono realmente legati da un amore: se la coppia è unita felicemente da 50 anni, Yuriko che posa con la figlia e la visual di Marlù. Le sequenze di immagini ideate dalla docente di filosofia e comunicazione Giovanna Cosenza di Unibo, si concludono sempre con l'intreccio di mani dei protagonisti: un patto d'amore sigillato dai anelli e bracciali Marlù.

Perché come recita il claim, "Marlù sei tu".

### CURIOSITÀ

**#TimeTo Be Friends:** due giovanissimi youtuber inseguono il loro sogno, una coppia si ama da 50 anni come il primo giorno e per Yuriko, la visual designer Marlù, l'abbraccio più bello è con sua madre. Non sono attori ma persone vere. Interpretano se stesse.





## NEL MIO CUORE E MAN CLASS, LE NUOVE LINEE MARLÙ

I fili della fortuna si riannodano nella nuova "Nel Mio cuore". L'immagine icona della buona sorte in immaginario e cultura popolare, si trasforma in forme e colori di un attualissimo monile "Pop". Il cornino, da sempre simbolo di buon auspicio, diventa charm per ogni bracciale o collana. Con l'incisione della parola fortuna, propone un nuovo modello di gioiello "ready to read". Mentre "Man Class", grazie a zirconi e ematite nere, cuoio e acciaio brunito, propone una nuova classicità maschile. Gioielli eleganti, portabili, in grado di regalare un "touch of class" in ogni momento della giornata. Da indossare con francesine e gessati o sneakers e jeans.



## MERRY MARLÙ

Se il 25 dicembre è la festa delle famiglie, quale occasione migliore per aprire una casa nel villaggio del Natale delle Meraviglie a San Marino?

Il brand delle sorelle Fabbri l'1 Dicembre ha spalancato ai suoi amici le porte di una dimora immaginifica con i suoi doni e le collezioni. In una dimensione onirica fra antiche tradizioni e proiezioni del futuro. Al motto di Merry Marlù.



## REALTÀ AUMENTATA, LA MOLTIPLICAZIONE DELLE EMOZIONI

Mega ciondoli in Viale Ceccarini: tutto è possibile nella Realtà Aumentata. Basta infilarsi un paio di occhiali 3DVR e si schiude un mondo immaginifico, surreale: rielaborato dall'uomo. Come tutte le avanguardie, anche la realtà aumentata utilizzata pure da Eminem e John Mayer, è entrata negli Store Marlù, regalando ai clienti un viaggio sorprendente da "Alice nel Paese delle Meraviglie". L'esperimento è partito da Riccione per proseguire a Roma, Arezzo, Foligno, Trapani, Catania, Napoli e Matera.

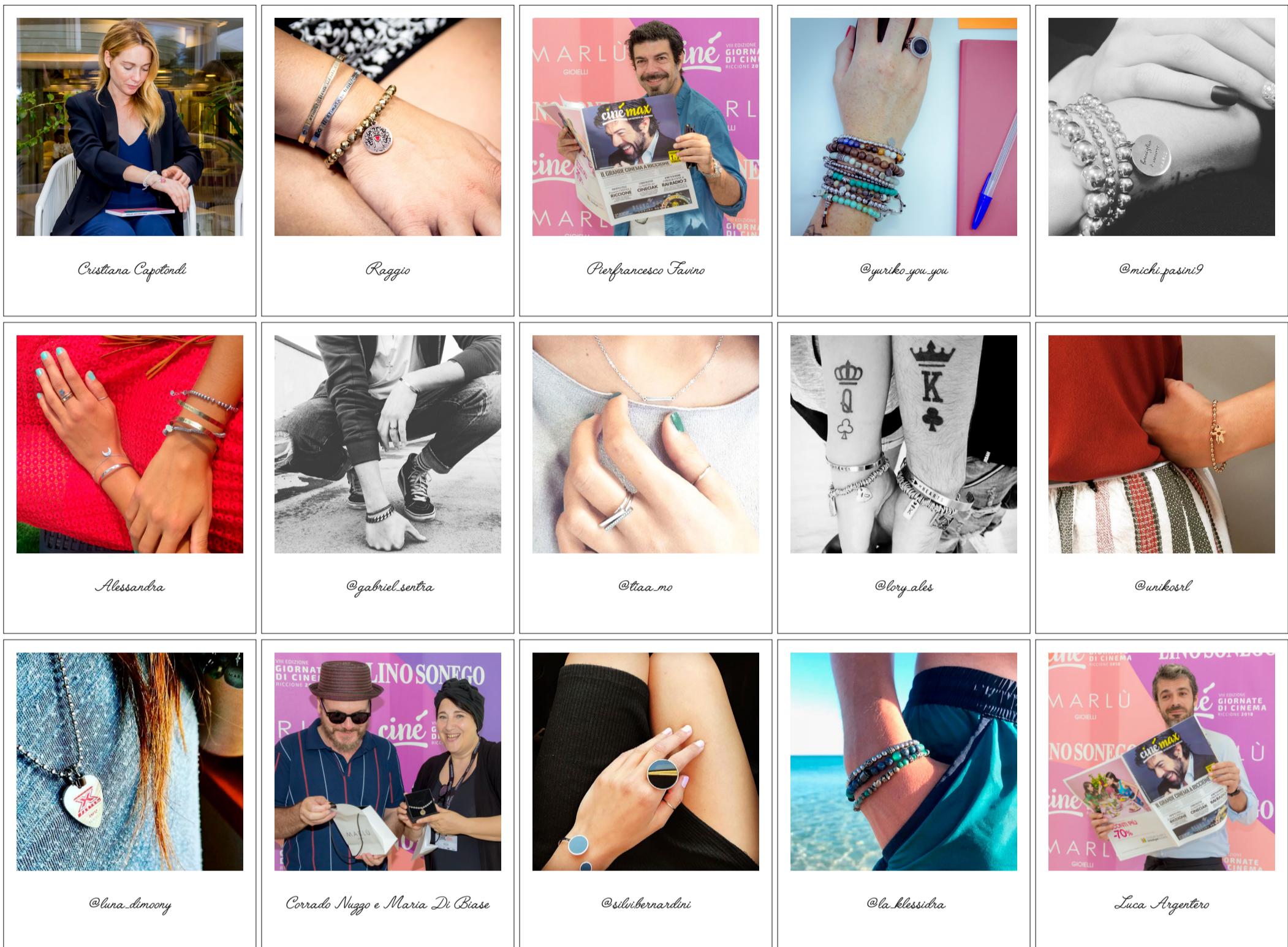
Facendo tesoro delle infinite opportunità che offre la realtà aumentata, le sorelle Fabbri si sono divertite a inventare con i loro monili, composizioni e visioni fantastiche delle città in cui ci sono i punti vendita: cartoline virtuali che arricchendo le percezioni sensoriali oltre i 5 sensi, lasciano il segno di Marlù sui monumenti storici, piazze e vie. "La moltiplicazione delle emozioni – precisano le sorelle Fabbri – che fanno tesoro dei sentimenti. Giochiamo col pubblico ma interagiamo anche con le città, estendendo il nostro dialogo dagli amici ai paesaggi urbani".





## COMMUNITY #MARLÙFRIENDS

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



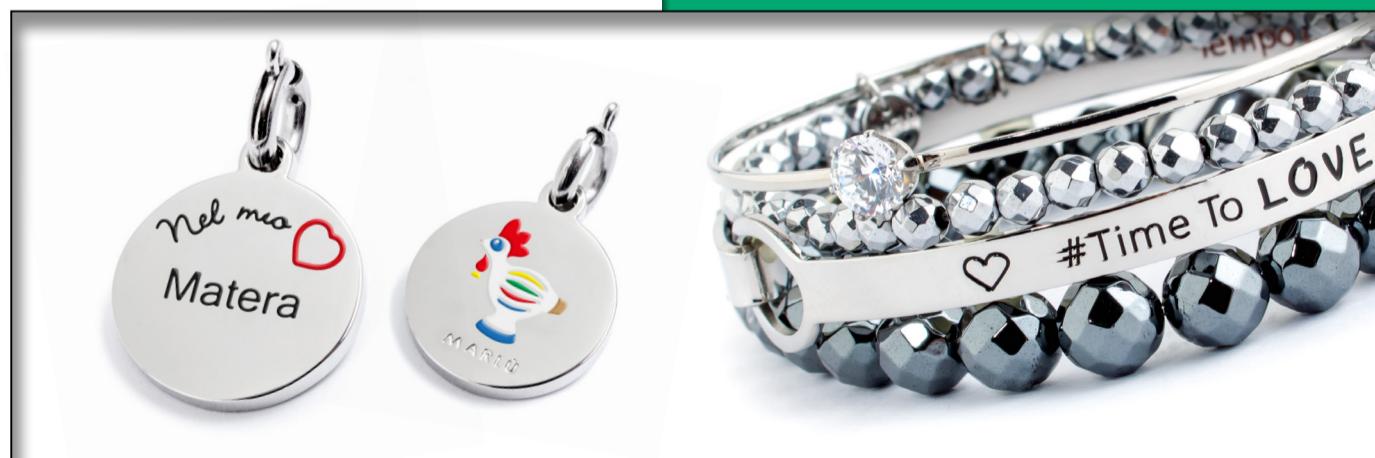
Immagini #marlùfriends da Instagram, Facebook e App Marlù Friends

## M.M.M MARLU: IN VIAGGIO PER MATERA, CAPITALE DELLA CULTURA 2019

È un amuleto d'amore. "Per questo - spiegano le sorelle Fabbri - ci è piaciuto celebrare Matera capitale europea della cultura nel 2019 con un ciondolo a forma di Cuccù o Cucù: il fischetto simbolo della Città dei Sassi. In origine l'amuleto era un pugno d'amore in terracotta a forma di galletto che i giovani corteggiatori offrivano alle loro amate.

In tempi lontani si pensava che l'animale tenesse lontani gli spiriti maligni come il cornetto napoletano. Per questo veniva donato agli sposi novelli. Di certo - e non è difficile intuirne il perché - era un simbolo di virilità e fertilità.

Marlù per celebrare la Capitale della Cultura dove non a caso apre un negozio nelle prime settimane di Dicembre, recupera questa tradizione con un charme dedicato. Un tributo emblematico della sensibilità delle sorelle Fabbri per la storia, l'amore. E la cultura.



Collezione "Nel mio cuore" e "#TimeTo"

## MARLÙ STORE

Ancona - Napoli - Napoli Toledo - Napoli Via Chiaia - Parma - Perugia - Milano Marittima - Catania - Riccione - Bellaria - Cervia - Gatteo Mare  
Ravenna - Cesena - Arezzo - Roma Est - Trapani - Città di Castello - San Marino - Foligno - Terni - Matera