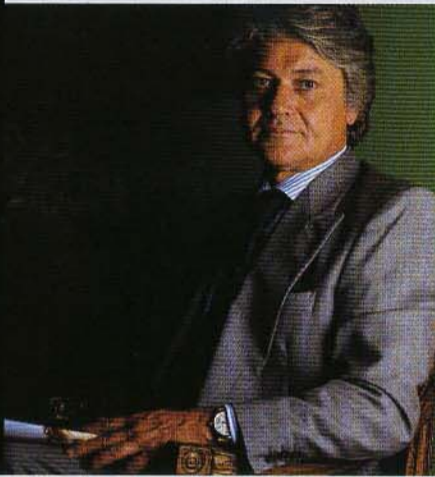




DE BETHUNE



DAVID ZANETTA



LOCMAN

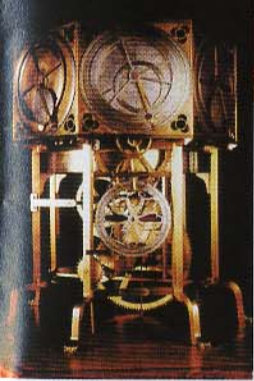


N° 10

# CONTINUA LA PASSIONE PER OGNI TIPO D'OROLOGERIA



BOTTEGA BERTOLLA



LASTRARIO DI DONDI

## CULTURA

Molto interessa l'aspetto commerciale degli orologi, ma anche il loro essere oggetti di consumo emozionale e protagonisti di notevoli episodi culturali. A questo proposito, il più recente, ma anche il più importante degli ultimi anni, riguarda una mostra che si è svolta durante la scorsa estate a Trento, esclusivamente centrata sulle antiche produzioni italiane d'orologeria, un episodio che era stato preceduto, in primavera, dalla riapertura della sala dedicata alle macchine del tempo del Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano.

## PUBBLICITÀ

Molto si muove anche nel campo della comunicazione, con il marchio di punta del gruppo Binda che produce una nuova puntata della propria campagna stampa "Don't touch my Breitl", questa volta affidata all'obiettivo di Ellen von Unwerth e con protagonista una sfrontata e supersexy Eva Green. Da parte sua, Sector ritorna in televisione con un'attualizzazione del famoso concetto del "No Limits", questa volta affidato a una serrata azione scenica ideata da Lowe-Pirella e affidata al fuoriclasse del calcio Andriy Shevchenko.

## PERSONAGGI

Tra i molti imprenditori impegnati con successo nel campo dell'orologeria, i nomi attualmente di spicco – sia pure su differenti territori – sembrano essere quelli di David Zanetta e di Giuliano Mazzuoli. Del primo è molto apprezzata la raffinata classe con la quale interpreta la produzione artigianale di De Bethune, del secondo stupisce la traboccante creatività con cui declina l'originaria idea del Manometro.

## ITALIAN STYLE

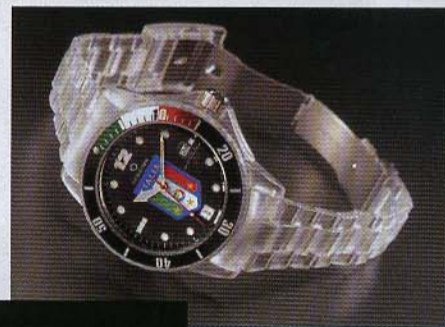
Il marchio Locman, con sede nell'isola d'Elba, è sicuramente un esempio consolidato di un certo gusto italiano per il design e la tecnologia d'avanguardia in orologeria, valori che vengono esportati in vari modi, tra cui la recente apertura di negozi monomarca, caratterizzati dal colore e dal mix di materiali tradizionali e innovativi, in Giappone e ad Hong Kong.

## NEW ENTRY

Si chiama N° 10 una realtà emergente sul mercato nazionale, basata sui suoi orologi economici ma ben fatti, con un design originale ma che fa il verso ai prodotti oggi di maggior successo commerciale.

## CAMPIONI

Si chiama Cool l'orologio realizzato da Spazio 24 in qualità di fornitore ufficiale della Nazionale italiana di calcio, un modello che potrebbe molto interessare i tifosi dello sport più in voga nel Bel Paese, soprattutto in vista dei Mondiali di Germania 2006, che inizieranno a giugno. Si tratta di un orologio al quarzo con datario, in acciaio e policarbonato, con ghiera girevole "tricolore" e quadrante personalizzato.



SPAZIO 24

## ALTA MODA

Continua il successo degli orologi firmati dagli stilisti e il nuovo modello Borgo 21, l'ultima creazione di Giorgio Armani, si distingue per una moderna interpretazione del gusto classico, per la raffinata eleganza che non toglie spazio alle necessità funzionali, per l'utilizzo di materiali e tecnologie di pregio e per la cura dei dettagli.



GIORGIO ARMANI