

The1



70



FASHION JEWELS

**fortieit**<sup>®</sup>  
forti e italiani

**X**TIME<sup>®</sup>

**DIABOLIK**<sup>®</sup>

**EVA KANT**<sup>®</sup>

**Un nome evocativo, un'inedita e rivoluzionaria interpretazione del design, creazioni che coniugano le tendenze e le influenze della moda, prevedendo i cambiamenti e interpretandoli con l'obiettivo di creare qualcosa di diverso, unico e immediatamente riconoscibile.**

the1 è tutto questo, e la sua sfida attuale e futura è quella di fondere queste caratteristiche in collezioni in grado di stupire e conquistare un pubblico giovane (non solo di età ma soprattutto "di atteggiamento"), ricettivo verso la moda, ottimista, aperto e attento a tutto quello che farà tendenza anche nel prossimo 2009, proponendogli prodotti fashion di altissimo design e grande impatto estetico a prezzi accessibili.

Risponde perfettamente a questi canoni l'ultima creazione del brand, che segna l'ingresso di the1 nel complesso mondo degli orologi da polso: Xotime, una collezione dedicata prevalentemente agli uomini, ma gradita anche dal pubblico femminile, costituita da rivoluzionari pezzi realizzati in grande formato, cassa asimmetrica e cinturino in pelle vintage, con una forma ed una gamma di



colori assolutamente innovative e "trendy". Qualità, design, tradizione e innovazione sono dunque le caratteristiche delle creazioni targate the1, brand che contraddistingue una marca di gioielli realizzati in acciaio facendo tesoro di un'esperienza pluri-decennale nell'industria della gioielleria.

Nato come brand dedicato all'universo maschile, the1 è subito riuscito a imporsi sul mercato grazie a un testimonial d'eccezione, Diabolik. Sull'immagine dell'eroe mascherato più noto e celebrato del fumetto italiano è stata realizzata una linea di raffinati gioielli in acciaio e caucciù che propone codici iconografici e progettuali strettamente legati all'eroe: il suo inconfondibile profilo è nascosto nei dettagli dei gioielli di questa linea esclusiva, che consentono di portare sempre con se la lealtà e il coraggio che il ladro gentiluomo rievoca e anche un po' d'ironia.

Il successo ha portato immediatamente al lancio di nuovi "gioielli diabolici". Dopo la collezione dedicata al Re del Terrore, the1 ha presentato la sua prima linea rivolta alle donne, scegliendo come testimonial Lady Kant, la raffinata e misteriosa compagna di Diabolik, creando per Eva, in omaggio al suo fascino e alla sua seduzione, una linea di gioielli in acciaio e materiali preziosi unici, incontrando il favore del pubblico femminile.

Pochi mesi più tardi il brand ha proposto un altro marchio, "Fortieit", acronimo di "forti e italiani", realizzato nelle due collezioni per l'uomo e per la donna. Fortieit racchiude al suo interno linee dallo stile unico e dal design inconfondibile: anelli, bracciali, collane, pendenti, orecchini, che re-interpretano il concetto di gioiello e il modo di indossarlo, rivolgendosi a un pubblico giovane e dinamico e che si adegua ai tempi che cambiano,

valorizzando al tempo stesso le tradizioni. In una parola, un pubblico trasversale.

L'ingresso nel mondo degli orologi, con la collezione Xotime a fine 2008, e il lancio di 3 nuove release delle collezioni Diabolik, Eva Kant e Fortieit costituiscono la proposta The1 per il 2009.

Sin dal suo esordio The1 ha registrato un enorme successo, grazie all'utilizzo di materiali innovativi, alla qualità, all'originalità del design rigorosamente Made in Italy dei suoi prodotti. Un successo tangibile a livello nazionale e internazionale: il brand è infatti riuscito a posizionarsi in centinaia di punti vendita in Italia e vanta diversi distributori in Europa e nel resto del mondo, grazie agli elementi estetici esclusivi e di grande impatto della sua produzione, oltre che ad un'attenta pianificazione delle strategie di comunicazione.

