

## Lista cool de luna mai

Lămpi prin care curge lumina, povești spuse cu ajutorul talismanelor prețioase sau primul magazin online al meșteșugarilor români autentici. În luna mai, facem inventarul ideilor și obiectelor care ne-au atras atenția prin coeficientul lor de cool.

de Diana-Florina Cosmin

# Povești renascentiste



„Era o zi obișnuită în viața unei prințese prinse de o vracă în corpul unei lebede. Privea cu drag florile roz și albe de lotus de pe lac, iar dragostea pe care o simțea în inima ei părea mai adâncă și strălucitoare decât lacul însuși“. Astfel sună începutul unei povești numite „Swan Lake Episode II“. O poveste care nu mai continuă prin cuvinte, ci prin pietre prețioase, diamante, email, aur și argint purtând semnătura Roberto Bravo. „Monarch Butterfly“, „Gallica“, „Swan Lake“, „Noah's Ark“ sau „Black Magic“ par tot denumirile unor basme dintr-o carte veche de povești, dar sunt de fapt temele inspirate de natură sau istorie sub care se grupează și celelalte colecții Roberto Bravo. Cu o istorie de 65 de ani și trei generații de artizani bijutieri în spate, fiecare piesă a brandului italian este creată manual.

**PREȚ LA CERERE ÎN BOUTIQUE ROBERTO BRAVO (PRIN GLORIA DIAMONDS), CALEA VICTORIEI 102-108**







## Cutia cu talismane a Pandorei

De la un magazin stingher din Copenhaga la un brand internațional listat la bursă, cu peste 10.300 de magazine în 70 de țări și încasări anuale de circa 893 de milioane de euro. Totul în doar 30 de ani. Așa s-a rezuma povestea brandului creat în 1982 de către bijutierul danez Per Enevoldsen, care a dus la rang de artă ideea brățării cu talismane personalizate în funcție de povestea fiecărei femei în parte. Cea mai importantă piață o reprezintă Statele Unite ale Americii, în România brandul fiind prezent de la sfârșitul lui 2011. Două dintre colecțiile tematice lansate în prezent sunt „Floare de cireș” și respectiv „Prințesa urbană”, aceasta din urmă reinterpretează ideea de „poveste” și de „basm personal” care stă la baza brandului.

**PREȚURI LA CERERE ÎN MAGAZINELE PANDORA  
DIN ȚARĂ ȘI PE [PANDORA.NET/RO-RO](http://PANDORA.NET/RO-RO)**

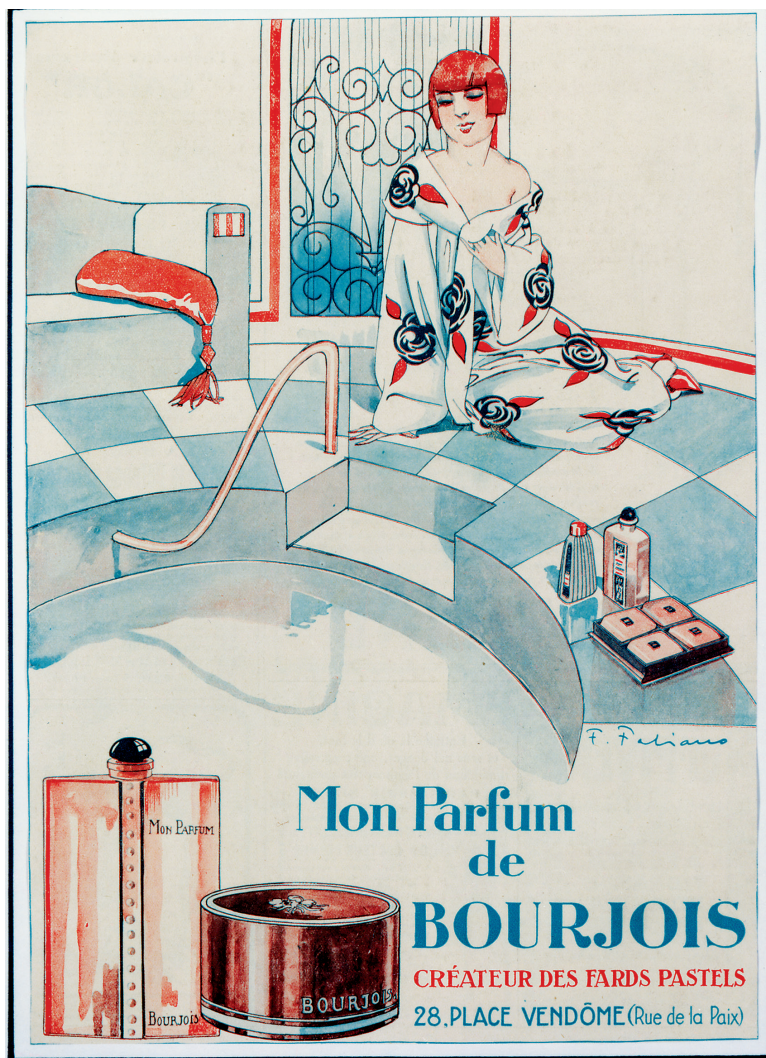
## Și se făcu lumină!

Deși BenQ te duce în primul rând cu gândul la monitoare sau proiectoare, grupul taiwanez cu același nume și-a adus în ultima vreme contribuția și la creșterea gradului de coolness al corpurilor de iluminat. În cadrul liniei QisDesign, BenQ a lansat o colecție care aduce împreună arta, natura și tehnologia de vârf: veioze, lampadare sau lămpi de birou high-tech, sub formă de meduze, corali, pescăruși sau fuste de dansatoare Flamenco. Colecția merge de la Coral, corpul de iluminat LED care imită reflexia razelor de lumină prin apa oceanului, până la Seagull, lampa în formă de pescăruș în zbor, ale cărui „aripi” pot fi ajustate în unghiul dorit, ori Flamenca, prevăzută cu un „dancing mode”, în care lumina imită un proces lin de curgere. Grupul BenQ cuprinde 16 companii taiwaneze dintr-un spectru larg, de la electronice și design grafic până la prototipuri și cercetare de piață, cu o cifră de afaceri anuală de peste 21 de miliarde de dolari.



# Bourjois... made in România

S-a lansat ca machiaj de scenă pentru teatrele pariziene ale sfârșitului de secol XIX și a ajuns un mic imperiu, parte a grupului Chanel. Brandul francezesc de beauty Bourjois împlinește anul acesta 150 de ani, iar la întâlnirea ForbesLife România cu Guilhem Widmer, Area Manager Bourjois, am aflat că una dintre primele fabrici ale mărcii a fost chiar în țara noastră. „În România se realizau parfumurile Bourjois și căutăm în acest moment coordonatele exacte ale fabricii”, ne-a mărturisit el. „Încă facem săpături în arhiva noastră”. Bourjois a apărut în 1863, din imaginația unui actor și cosmetolog - Joseph-Albert Ponsin - care născocea, în apartamentul său din Paris, batoane de make-up pentru actorii și actrițele teatrului parizian. În 1868, Ponsin a vândut afacerea lui Alexandre Napoleon Bourjois, care a dat numele mărcii și a extins-o la nivel mondial, inclusiv în domeniul parfumurilor. „Soir de Paris” by Bourjois, lansat în 1928, a fost unul dintre cele mai faimoase parfumuri ale epocii sale, fiind lansat mai întâi în Statele Unite ale Americii. Creatorul său, Ernest Beaux, este legendarul parfumiер care și-a pus semnătura și pe nemuritorul „Chanel no.5”.





## Tradiții românești punct.com

În luna decembrie 2012, Antoaneta Mareș adăuga bilanțului de sfârșit de an o decizie fermă pentru viitor: să facă primii pași către antreprenariat. A făcut o listă scurtă cu produse eligibile și pentru piața internațională și, inspirată de poza cu artista Adele îmbrăcată într-o ie Tom Ford, a decis să creeze o platformă virtuală care să reunească toți artizanii populari autentici ai României. „Nu doream reinterpretări sau bluze comerciale”, explică Antoaneta, „ci voiam ca acești meșteșugari să beneficieze de o poziționare mai vizibilă în industrie”. Uniunea Națională a Cooperăției Meșteșugărești a pus-o în legătură cu principalii producători de ii, cu care dialogul a fost destul de complicat la început. „Meșteșugăresele lucrează o lună la o ie, dar în același timp se ocupă de recolte, de cultivarea pământului, de animale, pentru că veniturile din vânzarea iilor nu le pot asigura supraviețuirea”, explică Antoaneta. „iar eu veneam să le vorbesc despre marketing, să le conving să-mi predea ii pentru shooting și să stabilesc termene de execuție și de livrare”. A ieșit victorioasă până la urmă, iar magazinul online este gata de lansare și pe piața externă în câteva luni, sub sloganul „Happiness is handmade”. De ce happiness? „Când spui că fericirea vine din interior, te reîntorci de fapt la lucrurile de bază, firești și naturale ale vieții”, crede Antoaneta. „Așa e și ia românească - naturală, inspirațională și prețioasă - așa că nu ai cum să nu fii fericit când o porți”.

**PREȚURI LA CERERE PE [BLOUSEROUMAINE-SHOP.COM](http://BLOUSEROUMAINE-SHOP.COM)**