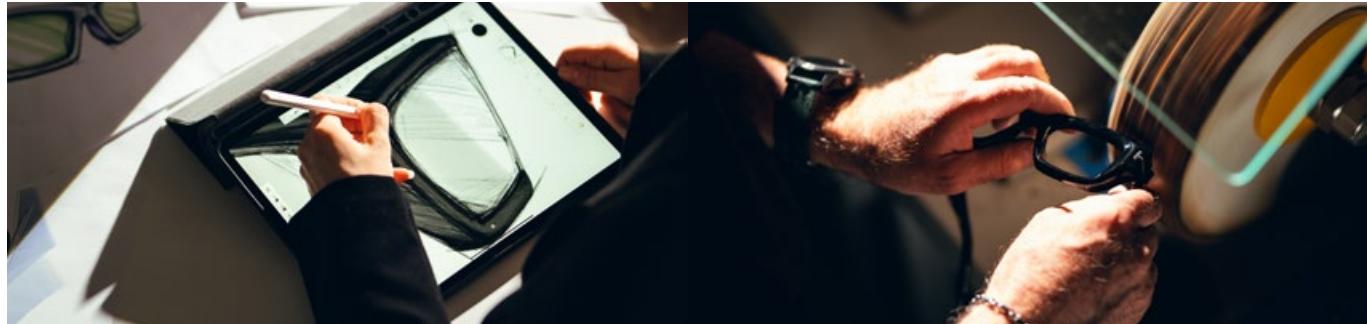


MARCOLIN

CORPORATE BROCHURE
PRIMAVERA/ESTATE 2025

MARCOLIN È UN'AZIENDA LEADER A LIVELLO MONDIALE NEL SETTORE DELL'EYEWEAR FONDATA NEL 1961 NEL CUORE DEL DISTRETTO VENETO DELL'OCCHIALERIA. SI DISTINGUE PER LA CAPACITÀ UNICA DI CONIUGARE MANIFATTURA ARTIGIANALE CON TECNOLOGIE AVANZATE ATTRAVERSO LA COSTANTE RICERCA DELL'ECCELLENZA E L'INNOVAZIONE CONTINUA.

DA PIÙ DI 60 ANNI MARCOLIN DISEGNA, PRODUCE E DISTRIBUISCE EYEWEAR
PER ALCUNI TRA I MARCHI PIÙ IMPORTANTI E LEADER DEL LORO SEGMENTO.
COME AZIENDA, CREDIAMO FORTEMENTE CHE LA MANIFATTURA ARTIGIANALE
E LO SVILUPPO TECNOLOGICO SIANO TRA I VALORI FONDAMENTALI DELLA
NOSTRA STORIA.





125
PAESI NEL MONDO



4
CENTRI LOGISTICI



15
FILIALI IN TUTTO
IL MONDO



150
DISTRIBUTORI



~2000
DIPENDENTI
A LIVELLO GLOBALE



11
SHOWROOM DIRETTI



TIMELINE

1961

Giovanni Marcolin fonda in Veneto, nel distretto dell'occhialeria, la "Fabbrica Artigiana", specializzata nella realizzazione di aste per occhiali in laminato d'oro

1984

Marcolin cresce significativamente nel numero di dipendenti e raggiunge la **produzione di un milione di montature annue**

1999

Marcolin continua la propria crescita e si **quota alla Borsa Italiana**

2012

PAI Partners, primario operatore di *private equity* a livello europeo, **completa l'acquisizione della partecipazione di maggioranza** di Marcolin SpA, portando successivamente a termine il delisting da Piazza Affari

2013

Marcolin completa l'acquisizione di **Viva International Group**, secondo player nel settore eyewear nel mercato US

2014

Raddoppia la propria produzione in Italia con l'acquisizione di un **nuovo stabilimento a Longarone** (Fortogna), nel cuore del distretto dell'occhialeria

2020

Marcolin si avvia verso una nuova fase di sviluppo con l'obiettivo di **consolidare la propria leadership globale** nel settore eyewear

2021

È l'inizio di un **percorso ESG** che coinvolge l'azienda a 360°; vengono fatti importanti investimenti nelle aree logistics & automation, al fine di sfruttare la tecnologia a favore del benessere dei dipendenti e della velocità di esecuzione. È l'anno in cui Marcolin celebra il suo **60esimo anniversario**

2022

L'anno del rilancio del principale house brand internazionale di Marcolin, **WEB EYEWEAR**. Una nuova identità e una partnership di respiro internazionale con **Alfa Romeo F1® Team**

2023

Marcolin firma un **accordo di licenza perpetua** per **TOM FORD eyewear**. È anche l'anno in cui il Gruppo finalizza l'**acquisizione del brand ic! berlin** e acquisisce la propria **filiale in Messico**.

2024

Marcolin e ZEGNA **consolidano la propria partnership** rinnovando l'accordo di licenza fino al 2030. Marcolin annuncia che **Christian Louboutin** entrerà nell'eyewear attraverso un accordo di licenza esclusivo a partire dalla SS25

Marcolin ottiene la **certificazione sulla parità di genere**. Marcolin sigla un accordo esclusivo di licenza con **K-Way® e Abercrombie & Fitch**.

MARCOLIN



GUESS

HARLEY-DAVIDSON
EYEWEAR

ic! berlin



Christian
Louboutin

MARCIANO
by
GUESS

MAX&Co.

MaxMara



PUCCI

SKECHERS
eyewear

Timberland

TOM FORD
EYEWEAR

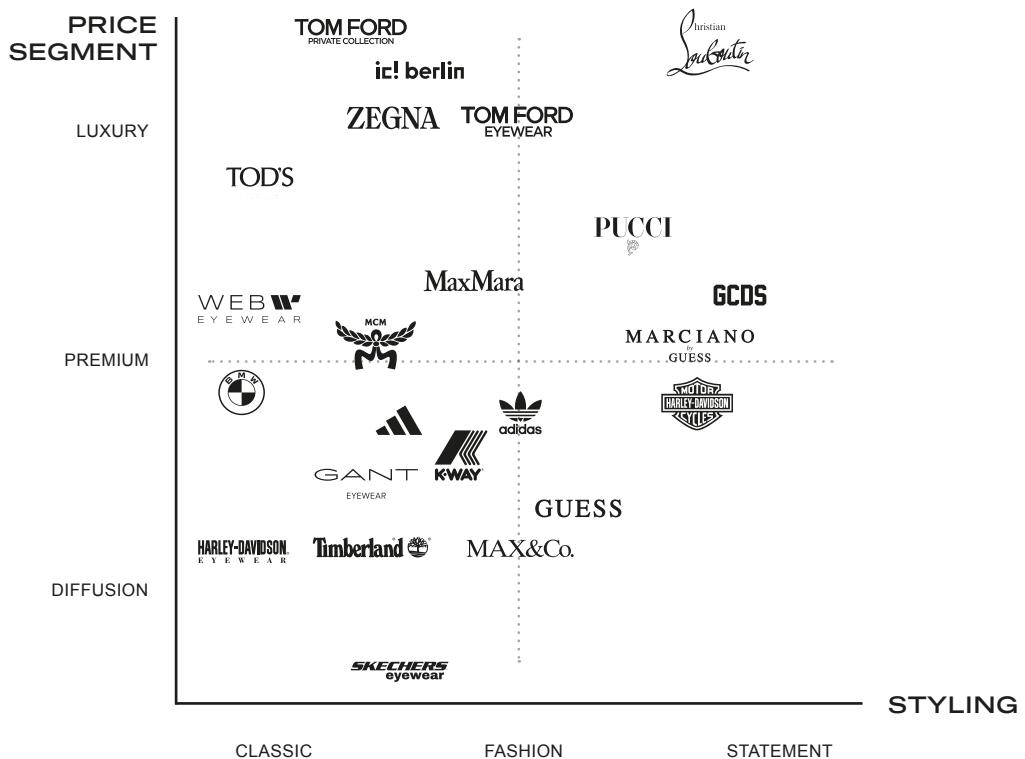
WEB
EYEWEAR

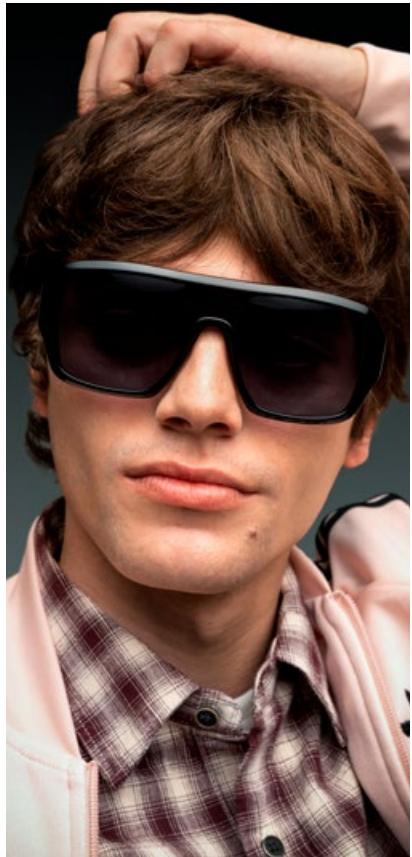
ZEGNA

BRAND PORTFOLIO FILIALI EUROPEE

DISTRIBUZIONE DEI BRAND SOGGETTA A VARIAZIONI IN BASE AL MERCATO DI RIFERIMENTO

PORTRFOLIO SEGMENTATION





PROFILO DEL BRAND

Adidas ha una lunga storia e un profondo legame con lo sport. La storia di adidas Originals nasce dall'intersezione tra sport e strada. Oggi, la collezione adidas Originals esprime al meglio il mondo lifestyle e streetwear. La musica, l'arte, lo stile e il linguaggio fanno parte di Originals tanto quanto i loro prodotti. I tempi possono cambiare, ma la qualità di Originals rimarrà sempre la stessa. Il brand Originals si esprime attraverso quella cultura che combina strada e sport.

COLLEZIONI EYEWEAR

Gli occhiali Originals sono fedeli al DNA del brand, condividendo valori come creatività e autenticità. Tutti i modelli racchiudono i valori fondamentali del marchio, spaziando da silhouette più classiche a combinazioni più audaci. La collezione Originals eyewear è dinamica, frizzante e innovativa, in grado di soddisfare le esigenze di un consumatore giovane, dalla forte personalità.

TARGET

Giovani, informati e sicuri di sé, che sono alla ricerca di prodotti contemporanei che li possano rappresentare. Vivono il presente con convinzione e rimanendo fedeli a se stessi, senza la paura di sentirsi diversi o unici.





PROFILO DEL CONSUMATORE

CREATOR

ALLA RICERCA DI UN PRODOTTO AUTENTICO
CHE LO RAPPRESENTI
INFORMATO ED ESIGENTE
INTERESSATO ALLA MODA, ALL'ARTE,
ALLA CULTURA E ALLO SPORT

PUNTI DI FORZA

PRODOTTI SEMPRE AL PASSO CON LE TENDENZE
UNICITA' E AUTENTICITA'
ATTENZIONE AL DETTAGLIO
SOSTENIBILITA'
BRAND AWARENESS



PROFILO DEL BRAND

Il marchio adidas ha una lunga storia e un profondo legame con lo sport. Il suo ampio e diversificato portafoglio sportivo ha permesso al brand di essere uno dei marchi più famosi e riconoscibili al mondo, dentro e fuori il campo di gioco. La missione di adidas è da sempre quella di essere il miglior marchio sportivo al mondo. Guidato da un'incessante ricerca di innovazione e da decenni di esperienza nel settore, adidas ha sviluppato un'offerta sportiva davvero unica e completa. Il suo obiettivo è aiutare gli atleti di tutti i livelli a fare la differenza - nel gioco, nella vita, nel mondo. Il brand è infatti convinto che, attraverso lo sport, si possa cambiare la vita delle persone.

COLLEZIONI EYEWEAR

Le tecniche di produzione innovative, i materiali di alta qualità e la leggerezza delle montature caratterizzano gli occhiali adidas Sport. Questi modelli sono progettati per offrire la migliore vestibilità, garantendo al contempo una visione ottimale e la massima protezione in ogni ambiente e situazione. L'ampia collezione permette di soddisfare i bisogni di qualunque sportivo; sia a livello agonistico che amatoriale.

TARGET

Sportivo, determinato e attento allo stile, queste sono le caratteristiche del consumatore di adidas Sport. Ricerca un prodotto di qualità, dalle specifiche caratteristiche tecniche e che abbia un design semplice e alla moda. Apprezzza comfort e praticità senza però rinunciare al proprio look.





PROFILO DEL CONSUMATORE

ATLETA

SPORTIVO

MOTIVATO E FOCALIZZATO SUGLI OBIETTIVI

ATTENTO ALLO STILE

PUNTI DI FORZA

RICERCA DI INNOVAZIONE

MODERNITA' E TECNOLOGIA

SOSTENIBILITA'

BRAND AWARENESS



PROFILO DEL BRAND

Costruttore leader mondiale del settore automobilistico e motociclistico, BMW è la Casa automobilistica premium più amata nel mondo. Il fascino unico del Gruppo non risiede solo nei suoi prodotti e nella tecnologia, ma anche nella storia dell'azienda; scritta da inventori, pionieri e designer brillanti. BMW è sinonimo di design autentico e lungimirante, ogni suo prodotto è immediatamente riconoscibile e trasmette ciò che il marchio rappresenta: il massimo piacere di guidare.

COLLEZIONE EYEWEAR

Le collezioni eyewear interpretano lo spirito del marchio attraverso soluzioni tecniche innovative, cura dei particolari e estetica moderna. Il design contemporaneo arricchito da dettagli eleganti identifica l'intera collezione di BMW. Per coloro che invece ricercano occhiali più performanti senza rinunciare a elementi high-tech, gli occhiali BMW M rappresentano la soluzione perfetta. Infine, per i più giovani che ambiscono a un look sportivo e d'impatto, le montature BMW M Motorsport costituiscono la scelta migliore.

TARGET

Uomini di tutte le età che ricercano prodotti di qualità che richiamino il design del brand, appassionati di motori e gare automobilistiche, orgogliosi di far parte del mondo BMW.





PROFILO DEL CONSUMATORE

BMW: ETA' 35-65, STILE CLASSICO,

ATTENZIONE AI DETTAGLI

BMW M MOTOSPORT: ETA' 15-35,
STILE SPORTIVO E CASUAL, FAN DEI MOTORI

PUNTI DI FORZA

NOTORIETA' GLOBALE

CURA DEI DETTAGLI

SAGOME EASY-TO-WEAR
AMPIA GAMMA DI PREZZI

GANT

EYEWEAR



PROFILO DEL BRAND

Gant è un marchio nato in America nell'East Coast, sviluppatosi in Europa, in cui gli elementi di entrambe le culture sono chiaramente distinguibili. Detiene le proprie origini nello shirtmaking e qualità e innovazione ne sono i valori fondanti. La diffusione all'interno dei campus universitari dal 1950 e negli anni successivi ha contribuito a rendere il marchio l'Original American Lifestyle Brand, riconoscimento tuttora legittimo. Oggi Gant è un brand globale che identifica un vero e proprio stile di vita.

COLLEZIONE EYEWEAR

Le collezioni eyewear risentono delle origini americane radicate nel casualwear e degli influssi successivi europei più sofisticati, proponendo modelli sole e vista contemporanei e alla moda, dall'ampia gamma cromatica.

TARGET

Gant eyewear si rivolge a uomini e donne dallo stile di vita attivo, amanti dei viaggi, alla ricerca di un prodotto di qualità e rifinito nei dettagli. Stile casual e gusto raffinato accomunano gli acquirenti del brand.



GANT

EYEWEAR



PROFILO DEL CONSUMATORE

+ 30 ANNI, UOMINI E DONNE
STILE CASUAL
AMA VIAGGIARE
ATTENZIONE AI DETTAGLI
RICERCA UN PRODOTTO DI QUALITÀ

PUNTI DI FORZA

ORIGINAL AMERICAN LIFESTYLE
GUSTO EUROPEO
PRODOTTO DI QUALITÀ
TOCCO CONTEMPORANEO
ELEGANZA RAFFINATA

GCDS



PROFILO DEL BRAND

GCDS, alias "Giuliano Calza Design Studio" è un marchio di moda italiano fondato nel 2015 dai fratelli Giuliano e Giordano Calza. Fin dalla sua fondazione, Giuliano è sempre stato la forza creativa e stilistica del marchio, mentre Giordano è l'amministratore. Giordano è l'amministratore delegato dell'azienda. Qualità e artigianalità, insieme ad un'estetica personale e orientata ai social media, hanno portato GCDS ad evolversi da marchio di streetwear in crescita esponenziale ad una nuova icona del lusso supportata dai più influenti tastemaker del mondo, dimostrando la sua identità divertente ed emozionante. Oggi GCDS è venduto in tutto il mondo, con negozi monomarca a Capri e Firenze che si aggiungono ai flagship in Asia.

COLLEZIONE EYEWEAR

Ironia, sperimentazione e street style sono gli elementi che contraddistinguono la collezione eyewear GCDS. Gli occhiali incarnano perfettamente il concetto di estetica del brand in cui attenzione ai dettagli e alta qualità si mixano a linee sportive, materiali tecnici e colori vibranti. Forme moderne e originali si alternano a maschere oversize dal richiamo sporty.

TARGET

Uomini e donne sicuri di sé, che sfidano le convenzioni esprimendo la propria identità fuori dagli schemi. Irriverenti, moderni e cosmopoliti.



GCDS



PROFILO DEL CONSUMATORE

GEN Y – Z
STREETSTYLE ADDICTED
IRRIVERENTI E SICURI DI SE'

PUNTI DI FORZA

BRAND GIOVANE E VERSATILE
PUNTO DI RIFERIMENTO DEL SETTORE LUXURY STREET STYLE
IRONIA E SPERIMENTAZIONE ANTICONVENZIONALE E
IRRIVERENTE

GUESS



PROFILO DEL BRAND

Guess, brand lifestyle globale famoso per le campagne iconiche e per il suo denim trendsetting, è stato fondato nel 1981 dai fratelli Marciano. Ispirati dallo stile europeo, hanno cambiato la percezione del jeans con la loro prima creazione, il jeans "Marilyn". Da quel momento Guess è diventato simbolo di uno stile di vita giovane, sexy e avventuroso. La visione dei due fratelli ha sempre portato il brand a spingersi oltre i confini e a restare all'avanguardia.

COLLEZIONE EYEWEAR

Le collezioni eyewear comprendono occhiali da sole e da vista che incarnano i valori del marchio Guess e presentano un design glamour e iconico. Le shape classiche sono reinterpretate in chiave moderna utilizzando combinazioni di colori audaci, glitter scintillanti, esotiche stampe animalier e lenti specchiate per dare un tocco fashion alle montature.

TARGET

La collezione Guess è molto versatile e raggiunge diverse tipologie di consumatore, uomo, donna, la generazione dei Millenial e la Generazione Zeta nonché il pubblico dei bambini e dei giovani teenagers, chiunque cerchi un occhiale comodo e che segua le tendenze della moda ad un prezzo accessibile. Ciascuno dei consumatori Guess è attento ai dettagli che rendono il brand riconoscibile nell'occhiale e si identifica con i valori del marchio, indirizzando la scelta sui modelli che più rappresentano la propria personalità.



GUESS



PROFILO DEL CONSUMATORE

16-35 RAGAZZE 16-39 RAGAZZI 8-14 GIOVANISSIMI

STILE DI VITA YOUNG

SEXY

FASHION ADDICTED

AVVENTUROSO

PUNTI DI FORZA

MARCHIO MONDIALE DI LIFESTYLE

COLLEZIONI STYLISH

PREZZI ACCESSIBILI

AMPIA SELEZIONE

MONTATURE EASY TO WEAR

HARLEY-DAVIDSON®

E Y E W E A R



PROFILO DEL BRAND

Nel 1903 William Harley, Arthur, William, and Walter Davidson costruirono la loro prima moto, e da quel momento la loro creazione è diventata l'emblema di un marchio internazionale. Lo scopo e la passione di Harley-Davidson® consistono nel realizzare sogni di libertà personale. Oggi il marchio è annoverato tra i 50 brand più riconoscibili al mondo.

COLLEZIONE EYEWEAR

La collezione presenta forme classiche realizzate in materiali leggeri e resistenti quali il TR90, l'ultem, la fibra di carbonio, l'alluminio e l'acetato. Il motociclista entusiasta di Harley-Davidson® può scegliere tra una vasta gamma di colori e dettagli, che ben si sposano col suo dinamico stile di vita. Elementi iconici della collezione eyewear includono dettagli ispirati al mondo delle moto e una sobria presenza del logo. Nel vista, i modelli si caratterizzano per i calibri grandi e aste più lunghe, per una calzata più confortevole.

TARGET

Collezioni ispirate dal brand e dalla sua libertà, indipendenza e grinta.



HARLEY-DAVIDSON®
E Y E W E A R



PROFILO DEL CONSUMATORE

UOMINI
GUERRIERI DEL FINE SETTIMANA
FEDELI AL BRAND E ORGOGLIOSI DI ESSERE AUDACI
PROFESSIONISTI FORTI E INDEPENDENTI

PUNTI DI FORZA

UTILIZZO DI TEXTURE E PALETTE COLORI NEUTRA
MODELLO VISTA UOMO PIÙ GRANDI
MATERIALI RESISTENTI

ic! berlin



PROFILO DEL BRAND

Occhiali premium per menti curiose.

Nel 1996, ic! berlin ha rivoluzionato il mondo dell'occhialeria con un'idea innovativa: montature in metallo ultraleggero con una cerniera brevettata senza viti, dando vita a un look sofisticato e allo stesso tempo non convenzionale, divenuto il simbolo della scena creativa berlinese. Le montature ic! berlin offrono un comfort impalpabile grazie alla loro struttura robusta e all'iconico utilizzo di acciaio inox laminato a freddo, prodotto in Germania. La ricerca del massimo comfort e della qualità superiore si riflette nell'impiego di materiali pregiati come il beta titanio giapponese, l'acetato di cotone italiano e l'ultima innovazione dell'azienda, il FLEXARBON®. Ogni singolo paio di occhiali ic! berlin è progettato e realizzato a mano nella factory di Berlino, sin dalla nascita del Brand.

COLLEZIONE EYEWEAR

La collezione di occhiali ic! berlin, che include sia montature da vista che occhiali da sole, offre il massimo della leggerezza e del comfort grazie alla loro costruzione senza viti, ma incredibilmente resistente. Il nostro materiale distintivo è l'acciaio inossidabile prodotto in Germania, laminato a freddo. Per i nostri design, utilizziamo anche beta titanio giapponese, acetato naturale made in Italy a base di cotone, e la nostra ultima innovazione: FLEXARBON®.

TARGET

La collezione è dedicata agli uomini e alle donne che apprezzano lo stile senza tempo rispetto ai trend del momento, cercando beni essenziali e significativi. Condividono una profonda ammirazione per i prodotti ben progettati e per l'estetica raffinata, ricercando lusso ed espressione personale nei prodotti artigianali di alta qualità. Chi sceglie ic! berlin è creativo, autentico e libero, e affronta la vita con un atteggiamento giocoso e indipendente.



ic! berlín

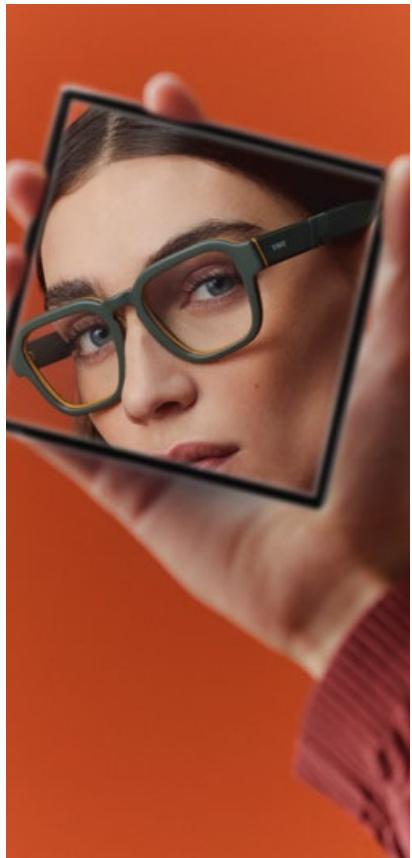


PROFILO DEL CONSUMATORE

APPASSIONATI DI DESIGN: FORME, COLORI, MATERIALI.
MENTI CURIOSE: GIOCOSE E CREATIVE.
RICERCANO QUALITÀ: VERA ARTIGIANALITÀ.
ESSENZIALISTI: STILE DI VITA MINIMALISTA.
ESPRIMONO INDIVIDUALITÀ: ABBRACCIANO L'UNICITÀ.

PUNTI DI FORZA

DESIGN MINIMALISTA. STILE NON CONVENZIONALE.
QUALITÀ ARTIGIANALE E DETTAGLI PARTICOLARI.
MASSIMO COMFORT E LEGGEREZZA.
MATERIALI E COSTRUZIONE DUREVOLI.
LUSSO DISCRETO PER OGNI OCCASIONE.



PROFILO DEL BRAND

Nato nel cuore di Parigi nel 1965, il brand ha rivoluzionato il mercato dell'abbigliamento antipioggia introducendo la prima giacca al mondo impermeabile, leggera e facilmente ripiegabile in un piccolo marsupio. Dalle giacche impermeabili colorate e accessibili che hanno conquistato il settore fashion negli anni '70 e '80 all'abbigliamento e agli accessori innovativi di oggi, K-Way è da sempre un pioniere nel mondo della moda pratica e funzionale. Oggi, K-Way è un marchio globale presente in oltre 20 Paesi che si rivolge ad una clientela ampia e diversificata con i suoi colori vibranti, le sue stampe audaci e la sua performance impareggiabile. Se vuoi fare trekking su terreni impermeabili, esplorare le truffate strade cittadine o sei semplicemente cercando una giacca antipioggia affidabile, K-way è la scelta giusta per te.

COLLEZIONE EYEWEAR

La collezione eyewear di K-Way è colorata, vivace e fresca e coniuga un'attitudine fashion con uno spirito

sportivo. I modelli giocano con stratificazioni, tagli e contrasti cromatici, sottolineati da dettagli tecnici e elementi iconici che garantiscono comfort e stile. L'identità del brand è costantemente declinata nella collezione eyewear attraverso caratteristiche stilistiche distinctive e riconoscibili. La selezione ispirata all'iconica giacca impermeabile nasce dall'heritage del brand e rappresenta la porta d'accesso alla collezione. I nuovi modelli trendy accresceranno la visibilità della collezione a partire dal suo lancio, stimolando la consapevolezza del marchio e generando aspettativa.

TARGET

La collezione K-Way si rivolge a consumatori diversi e di diverse generazioni. Gli appassionati K-Way sono alla ricerca di montature facili da indossare che siano in grado di combinare un'attitudine ricercata con il comfort e un design al passo con le tendenze. Si identificano con i valori del Brand e apprezzano i dettagli iconici del marchio sugli occhiali, che riflettono il DNA di K-Way.





PROFILO DEL CONSUMATORE

OMINI E DONNE 20-50

COLLEZIONE LIFESTYLE E TRENDY

ALLA RICERCAR DI MONTATURE FACILI DA INDOSSARE
CON UN'ATTITUDE RICERCATO

ATTENZIONE AI DETTAGLI CHE RICHIAMANO
IL DNA DEL BRAND

PUNTI DI FORZA

PALETTE COLORATA

ATTENZIONE AI DETTAGLII

RICONOSCIMENTO DEL BRAND A LIVELLO GLOBALE
FORME FACILI DA INDOSSARE



PROFILO DEL BRAND

Creatività, libertà e gioia: questi sono i pilastri su cui si fonda la storia di Christian Louboutin. Nel 1991, nel cuore di Parigi, Christian Louboutin dà vita alla sua Maison, iniziando con una collezione dedicata alla Donna, seguita qualche anno dopo dalla linea Uomo, entrambe riconoscibili per l'iconica suola laccata di rosso. Nel 2014 nasce Christian Louboutin Beauty, mentre nel 2022 la Maison amplia il suo universo con nuove categorie dedicate ai bambini e agli amici a quattro zampe. Con un'ampia collezione di calzature, pelletteria e accessori, Christian Louboutin è oggi presente con oltre 150 boutique esclusive in tutto il mondo.

COLLEZIONE EYEWEAR

Christian Louboutin presenta la sua nuova collezione eyewear come una vera celebrazione dello stile parigino, audace e raffinato, dove il rosso non è solo un colore, ma una dichiarazione di intenti. La collezione eyewear di Christian Louboutin offre una visione inedita dell'eleganza, ridefinita attraverso costruzioni innovative e dettagli

Questa collezione rappresenta un'interpretazione unica del lusso moderno, mantenendo intatti i codici iconici della Maison. Ogni modello è realizzato con un'arte senza compromessi, unendo una meticolosa attenzione ai dettagli a materiali di altissima qualità. Acetato e metallo si combinano sapientemente per creare occhiali funzionali e confortevoli che sono, al tempo stesso, vere opere d'arte. Le nuove lenti ZEISS, create in esclusiva per Louboutin, garantiscono una visione nitida e confortevole grazie a trattamenti antiriflesso, riduzione dell'abbagliamento e una durata superiore, in perfetta sintonia con gli elevati standard del brand.

TARGET

Donne e uomini unici, dal gusto all'avanguardia e con un'attitudine sicura di sé. Personalità forti che desiderano esprimersi e distinguersi dagli altri. Persone non convenzionali che scelgono i prodotti Christian Louboutin per vivere la propria vita in modo autentico, con più colore, più audacia, più divertimento e ancora più sicurezza.





PROFILO DEL CONSUMATORE

DONNE E UOMINI CHE VOGLIONO DISTINGUERSI
CARISMATICI, IRONICI, SOFISTICATI E ICONOCLASTI
GIOIOSI, AUTENTICI, CREATIVI E AUDACI

PUNTI DI FORZA

SILHOUETTE SORPRENDENTI E D'IMPATTO
DESIGN RAFFINATO CON DETTAGLI STRAORDINARI
PEZZI UNICI, VERE OPERE D'ARTE

MARCIANO

by
GUESS



PROFILO DEL BRAND

Marciano, l'estensione premium del brand Guess, presenta collezioni dal carattere contemporaneo e alla moda per le donne alla ricerca di un prodotto fashion. Fedele allo spirito Guess, Marciano propone abiti e accessori innovativi; le collezioni, temerariamente sexy, mantengono uno stile ricercato, rappresentando il vero glamour nella moda di tutti i giorni.

COLLEZIONE EYEWEAR

Le collezioni eyewear presentano occhiali da sole e montature da vista fashion, dall'appeal grintoso e femminile allo stesso tempo. Le accattivanti silhouette si distinguono per gli inediti pattern degli acetati e le brillanti palette cromatiche all'insegna di nuances di tendenza. Raffinati dettagli rifiniscono i look easy-to-wear, arricchiti da cristalli che donano tocchi di luce.

TARGET

I modelli easy-to-wear sono dedicati alle donne moderne che desiderano distinguersi con fascino inedito e contemporaneo, dando un tocco di lusso al proprio look in tutti i momenti della giornata, anche nelle occasioni speciali.



MARCIANO

by
GUESS



PROFILO DEL CONSUMATORE

30-50 ANNI, DONNA
SEXY
GLAMOROUS
FASHION ADDICTED
APPEAL FEMMINILE E SOFISTICATO

PUNTI DI FORZA

EVERY DAY LIFE
SILHOUETTE ACCATTIVANTI
RAFFINATI DETTAGLI
AMPIA PALETTE CROMATICA CON NUANCES
DI TENDENZA
PATTERN INEDITI

MAX&Co.



PROFILO DEL BRAND

Qualità, originalità e versatilità. Sono queste le caratteristiche che hanno reso MAX&Co. uno dei brand più apprezzati dalle donne che amano la moda. Sin dal 1986 MAX&Co. definisce lo stile delle donne attive e dinamiche, sempre al passo con il cambiamento culturale e di costume. Segreto di eleganza tramandato di madre in figlia, MAX&Co. è al loro fianco, ispirandole ad esprimere la loro personalità attraverso la moda. Al cuore dell'ethos MAX&Co., la passione e l'impegno quotidiano affinché ogni donna possa sentirsi sempre al meglio in ogni occasione, dall'ufficio al tempo libero.

COLLEZIONE EYEWEAR

È il logo MAX&Co., che coniuga linee rette e dinamiche (MAX) con linee curve e morbide (&Co.), ad ispirare il design della collezione eyewear MAX&Co. Progettati a perfetto complemento delle collezioni abbigliamento e accessori, gli originali modelli di occhiali da sole e vista MAX&Co. by Marcolin, sono caratterizzati da linee eleganti, montature e rivestimenti colorati, realizzati con cura per coniugare stile e funzionalità.

TARGET

Le consumatrici MAX&Co. sono donne giovani e indipendenti che cercano abiti e accessori trendy, giocosi, eleganti in grado di rappresentare il loro unico modo di essere.



MAX&Co.



PROFILO DEL CONSUMATORE

DONNE INDEPENDENTI E SICURE DI SÉ
GIOCOSE E TREND SETTER
GIOVANI E ORGOGLIOSE

PUNTI DI FORZA

DESIGN ORIGINALE E SOFISTICATO
PERFETTO EQUILIBRIO TRA FUNZIONALITÀ ED ESTETICA
RICERCA COSTANTE SU COLORI E MATERIALI

MaxMara



PROFILO DEL BRAND

Max Mara è l'incarnazione del lusso e dello stile italiano. Come collezione contemporanea per la donna sicura di sé, composta da lavorazioni opulente e dettagli preziosi applicati al prêt-à-porter, i capi Max Mara incarnano femminilità e maestria. Simbolica per le sue silhouette impeccabili dalla sensibilità senza tempo e costruite con tessuti tra i più lussuosi, Max Mara è venerata per le categorie dei cappotti, abiti eleganti e accessori. Fondata nel 1951 dal visionario Achille Maramotti, Max Mara è ora disponibile in 2.378 sedi e presente in più di 100 paesi. Max Mara Fashion Group conta 9 marchi diversi. L'azienda rimane tuttora una società privata.

COLLEZIONE EYEWEAR

Sinonimo di stile e qualità, Max Mara è espressione della costante ricerca di perfezione e di equilibrio tra elementi materici, forma e colore. Forme geometriche, un dialogo armonico tra materiali, accostamenti cromatici di nuance soft contraddistinguono le montature del brand.

TARGET

La collezione Max Mara è dedicata alle donne glamour chic che amano riscoprire un look raffinato, dinamico e pratico nella quotidianità.



MaxMara



PROFILO DEL CONSUMATORE

DONNA MODERNA E CONTEMPORANEA CON UN'IMMAGINE
SOFISTICATA E RAFFINATA

LOOK IN LINEA CON LE TENDENZE E ADATTO ALLE DIVERSE
OCCASIONI DELLA VITA MODERNA

PUNTI DI FORZA

ALTA QUALITÀ
Sperimentazione
Respiro Internazionale
Modernità ed Eleganza



PROFILO DEL BRAND

Nato dall'atmosfera innovativa e rivoluzionaria degli anni '70 a Monaco ed emergendo come fresca alternativa al lusso più tradizionale, MCM incarna da subito l'essenza de "L'enfant terrible". Creando accessori esclusivi per l'audace jet-set dell'epoca, il marchio conquista da subito riconoscibilità a livello internazionale. Oggi, MCM esplora una nuova era di eleganza, coniugando il desiderio di viaggiare e l'inclusività con le più variegate esigenze del viaggiatore moderno e del nomade digitale odierno.

COLLEZIONE EYEWEAR

Le collezioni eyewear di MCM seguono i valori fondanti del brand, che ha sempre coniugato artigianalità, design e sostenibilità nelle sue creazioni.

TARGET

Millennial e Gen Z, tecnologici e genderless, di ogni età, indipendenti e liberi da regole o confini.





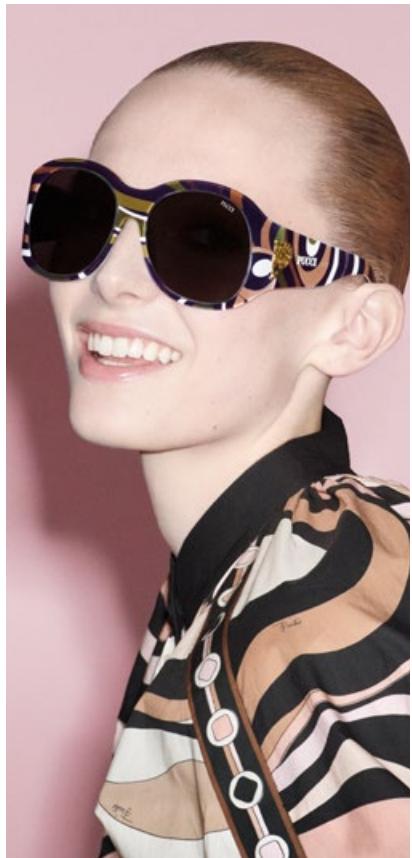
PROFILO DEL CONSUMATORE

MILLENNIAL E GEN Z
GENDERLESS E AGELESS
INDIPENDENTI E LIBERI DA REGOLE E RESTRIZIONI

PUNTI DI FORZA

ATTENZIONE AI DETTAGLI
DESIGN RICONOSCIBILE
TRADIZIONE INNOVATIVA
FORME NON CONVENZIONALI

PUCCI



PROFILO DEL BRAND

Pucci è sinonimo di gioia ed energia, freschezza dei colori e ritmo delle stampe dal 1947. Il suo inconfondibile lessico esprime il lusso della moda attraverso la poesia di tinte e disegni originali e l'essenzialità di capi che possono essere modulati in infinite combinazioni. La bellezza e la varietà della natura, con protagonista l'affascinante Mediterraneo, ispirano la continua evoluzione del brand e le raffinate collezioni Pucci, che da sempre raccontano l'eleganza come un gioco e un viaggio di emozioni.

COLLEZIONE EYEWEAR

Le collezioni eyewear riflettono l'allure lussuosa e spensierata del brand fiorentino. Esercizi di stile su colori e stampe danno vita a modelli sui quali motivi d'archivio sono rinfrescati e distribuiti secondo un senso estetico contemporaneo. La joie de vivre è l'eco di un marchio la cui visione creativa sa rinnovarsi con grande attenzione per le forme, i dettagli e le lavorazioni. Il risultato sono occhiali da vista e da sole dalle architetture sofisticate, simbolo di un'elegante femminilità.

TARGET

La linea eyewear si rivolge ad una donna estremamente femminile, amante di un'estetica raffinata e di un lifestyle di lusso dove creatività ed eleganza viaggiano di pari passo.



PUCCI



PROFILO DEL CONSUMATORE

+25 ANNI, DONNA

ESTREMAMENTE FEMMINILE

AMANTE DI UN'ESTETICA RAFFINATA

STILE ELEGANTE E DISTINTIVO

PUNTI DI FORZA

PALETTE COLORI IDENTIFICATIVA

STILE UNICO

LAVORAZIONI SOFISTICATE E CONTENUTI DI DESIGN

LIFESTYLE DI LUSSO

CREATIVITA' ED ESSENZIALITA'



PROFILO DEL BRAND

Nato nel 1992 in una beach house della California con un unico articolo: uno stivale da uomo, il brand Skechers è cresciuto nel tempo divenendo un brand diffusion a livello globale. E' l'azienda numero uno nella classifica delle società scelte per vestire tutta la famiglia e l'azienda numero 2 nella classifica dei produttori di scarpe in USA. Skechers sostiene diverse cause filantropiche e organizza ogni anno "The Skechers Annual Pier to Pier Friendship Walk", che dal 2009 ha raccolto oltre 13 milioni di dollari a supporto dell'istruzione pubblica e di bambini con esigenze particolari.

COLLEZIONE EYEWEAR

La collezione offre una vasta gamma di calibri per adattarsi perfettamente ai volti di adulti, ragazzi e bambini. Iconici elementi chiave sono presenti nella linea Eyewear, come stampe e pattern allegri, tocchi di colore vivaci e aste all'insegna del comfort e del design sportivo

TARGET

Pensati per giovani e adulti dallo stile di vita dinamico e sportivo e che ricercano il comfort in un prodotto leggero e che duri nel tempo, grazie all'utilizzo di materiali innovativi di alta qualità come la resina Ultem.





PROFILO DEL CONSUMATORE

BAMBINI 5-13 ANNI
25-45 ANNI, UOMO E DONNA
ATTITUDINE SPORTIVA
AMANTE DEL COMFORT
RICERCA DESIGN ALLA MODA

PUNTI DI FORZA

FORME MODERNE E EASY-TO WEAR
MATERIALI INNOVATIVI
VASTA GAMMA DI CALIBRI PER SODDISFARE VISI DI TUTTE
LE FORME E MISURE



PROFILO DEL BRAND

Timberland è leader mondiale nella progettazione e commercializzazione di calzature di qualità premium, abbigliamento e accessori per coloro che amano la vita outdoor. Realizza prodotti impegnandosi ad apportare il suo contributo per affrontare le sfide ambientali e minimizzare l'impatto sul pianeta. Dalla progettazione alla produzione, includendo la logistica, l'azienda è sempre alla ricerca di nuovi modi per essere più sostenibile per l'ambiente.

COLLEZIONI EYEWEAR

Versatili ed innovative, le collezioni eyewear incarnano i valori dell'iconico lifestyle brand, celebrandone l'heritage. Rispettando lo spirito di sostenibilità, vero cuore pulsante della cultura Timberland, la linea comprende modelli realizzati con materiale plastico bio-basico per almeno il 35% e per questo vengono ricondotti alla categorizzazione di Earthkeepers™. Le proposte sole e vista presentano un design accattivante e contemporaneo, risultato della costante ricerca del brand non solo sulle cromie ma anche sull'utilizzo di materiali bio-based. Dettagli sofisticati ed esclusive lenti polarizzate rafforzano il look e potenziano le performance di ogni singolo modello.

TARGET

Gli occhiali Timberland sono considerati l'accessorio ideale per i lifestylers che amano vivere all'aria aperta, affrontando ogni giornata all'insegna dell'avventura, alla scoperta della natura, nel suo rispetto.





PROFILO DEL CONSUMATORE

+ 30 ANNI, UOMO
14 - 18 ANNI, TEENAGERS
OUTDOOR LIFESTYLE
RICERCA DI COMFORT E FUNZIONALITA'
ECO-CONSCIOUS
AVVENTUROSO

PUNTI DI FORZA

HERITAGE E VALORI DEL MARCHIO TIMBERLAND
MATERIALI INNOVATIVI
LENTI POLARIZZATE
DESIGN CONTEMPORANEO
SOSTENIBILITA'

TOM FORD

EYEWEAR



PROFILO DEL BRAND

TOM FORD FASHION, parte del Gruppo Ermenegildo Zegna dal 2023 grazie a una licenza esclusiva a lungo termine con The Estée Lauder Companies Inc., rappresenta il settore moda della casa di lusso fondata dallo stilista Tom Ford nel 2005. La Maison incarna il glamour moderno e un livello di stile impareggiabile attraverso una sartorialità e un'artigianalità impeccabili. Il Gruppo Ermenegildo Zegna attualmente supervisiona l'attività end-to-end di TOM FORD FASHION - moda uomo e donna, accessori, alta gioielleria, prodotti tessili e di home design - dalla creazione e sviluppo delle collezioni al merchandising, fino alla produzione e alla distribuzione. Nel 2023, Lelio Gavazza è stato nominato CEO di TOM FORD FASHION. The Estée Lauder Companies Inc. è l'unica proprietaria del marchio TOM FORD, dei suoi marchi e di altri diritti di proprietà intellettuale.

COLLEZIONE EYEWEAR

L'essenza del brand si riflette nelle collezioni eyewear che esprimono lusso, glamour ed esclusività. Realizzate con grande attenzione a dettagli e alla qualità dei prodotti, le proposte sole e vista combinano influenze vintage e contemporanee. Forme classiche assumono nuovi sorprendenti tagli architettonici, linee minimal si legano ad elementi di design innovativi, colori tenui si alternano a tonalità audaci, per un risultato unico ed esclusivo. Tutti i modelli sono immediatamente riconoscibili per l'uso del "T" logo in metallo, simbolo indiscutibile che identifica il marchio.

TARGET

Le collezioni eyewear si rivolgono a uomini e donne dalla forte personalità, alla ricerca di oggetti di lusso sofisticati ed esclusivi con cui esprimere se stessi. Look audace, provocatorio e gusto minimalista contraddistinguono gli acquirenti del brand.



TOM FORD

EYEWEAR



PROFILO DEL CONSUMATORE

+ 25 ANNI, DONNA

+ 30 ANNI, UOMO

TREND SETTER

RICERCATO

SICURO DI SE'

SOFISTICATO

PUNTI DI FORZA

DESIGN INNOVATIVO E PROVOCATORIO

"T" LOGO IN METALLO

LUSSO ED ESCLUSIVITA'

ICONA DI STILE

GRANDE ATTENZIONE AI DETTAGLI E

RICERCA DI MATERIALI



PROFILO DEL BRAND

Nel mondo di WEB EYEWEAR, qualità e creatività si incontrano in una sinergia perfetta. Guidato dalla semplicità, dall'innovazione e dall'attenzione ai dettagli che fanno la differenza, il brand abbraccia i cambiamenti con un profondo rispetto per le proprie origini. Gusto, trasparenza e quiet luxury sono i valori fondanti che definiscono la sua essenza, dando forma a interazioni uniche e autentiche.

COLLEZIONE EYEWEAR

Un percorso distintivo e coerente che unisce qualità tecnica e innovazione estetica. La collezione WEB EYEWEAR reinterpretà i nuovi dogmi stilistici del brand con una cura straordinaria per le lavorazioni, i materiali e le forme contemporanee. Personalità e design si evolvono in silhouette realizzate con estrema precisione, offrendo un perfetto equilibrio tra funzionalità e bellezza. Ogni dettaglio è concepito

per tradurre il DNA del marchio in occhiali dall'identità sofisticata e ben definita, esaltata da particolari esclusivi. L'iconico torchon rappresenta un'eredità estetica trasformata in innovazione. I pins, presenti su aste e frontali, accompagnano lo sguardo tra il fascino retrò e l'audace celebrazione dell'eccellenza. Design essenziale, cromie naturali, effetti materici e trasparenze si fondono nella qualità superiore dei materiali lavorati con tecniche all'avanguardia.

TARGET

WEB EYEWEAR si rivolge a un pubblico di età compresa tra i 30 e i 60 anni, con una spiccata inclinazione per l'arte e la creatività. I suoi estimatori sono individui che riconoscono e apprezzano il connubio tra funzionalità e design, sempre alla ricerca di prodotti che rispecchino i loro gusti raffinati e il loro stile di vita distintivo.





PROFILO DEL CONSUMATORE

ETÀ: 30-60 ANNI

UOMINI E DONNE ELEGANTI E SICURI DI SÉ

AUTENTICI

CURIOSI

PUNTI DI FORZA

GUSTO

AFFIDABILITÀ

INNOVAZIONE: UN CONNUBIO TRA TRADIZIONE E DESIGN

MODERNO

PERFETTA FUSIONE TRA QUALITÀ E CREATIVITÀ

ZEGNA



PROFILO DEL BRAND

Ogni strada e percorso in ZEGNA inizia e conduce all'Oasi ZEGNA, la casa dei valori del brand. Il fondatore, amante della natura, ha dato vita all'eredità del marchio in materia di conservazione dell'ambiente quando, nel 1910, iniziò a piantare alberi nell'area circostante al suo lanificio. Oggi l'area ospita 500.000 alberi e non solo. Alimentando un sogno per il domani che è stato coltivato per generazioni, ZEGNA agisce in armonia con la natura e continua a preservare il fiorente ecosistema di 100 km² che è l'Oasi ZEGNA. L'esperienza del marchio nella produzione di tessuti è radicata nella tradizione italiana e risponde all'etica del "crafted for tomorrow", in cui ZEGNA si impegna a utilizzare tessuti di provenienza responsabile, dai filati di cashmere agli abiti. Con un'eredità di azioni iniziate generazioni fa, ZEGNA continua a essere guidata dalla sua strada verso il domani, nata nell'Oasi ZEGNA.

COLLEZIONE EYEWEAR

L'ispirazione per la collezione Eyewear nasce nell'Oasi ZEGNA, la dimora dei valori del brand, che si trova tra le Alpi del Nord Italia. Questo territorio naturale, che si estende per 100 km², è la fonte di ispirazione della collezione Eyewear Winter 2023 firmata ZEGNA, tra cui i nuovi modelli Orizzonte I e Aurora I, che riprendono i colori, gli scorci panoramici e i valori di questo luogo. Disegnati dal Direttore Artistico Alessandro Sartori, gli occhiali ZEGNA si integrano perfettamente nel guardaroba Luxury Leisurewear del brand, che si basa sui principi di modernità, versatilità e impareggiabile artigianalità.

TARGET

Le collezioni eyewear si rivolgono ad un uomo elegante e dallo stile inconfondibile, attento ai dettagli e alla ricerca di un prodotto eccellente Made in Italy.



ZEGNA



PROFILO DEL CONSUMATORE

+ 30 ANNI, UOMO

ELEGANTE

RICERCA UN PRODOTTO DI ALTA QUALITA'

ATTENTO AI DETTAGLI

STILE E GUSTO ITALIANI

PUNTI DI FORZA

ECCELLENZA MASCHILE MADE IN ITALY

STILE INCONFONDIBILE

ARTIGIANALITA'

USO CREATIVO DI MATERIALI

ACCURATAMENTE SELEZIONATI

PREMIUM-QUALITY

MARCOLIN

Marcolin SpA

Società con Socio Unico

Sede Sociale e Uffici Amministrativi: Zona Industriale Villanova, 4 – 32013 Longarone (BL) – Italy

Cap. Soc.: € 35.902.749,82 i.v. | Cod. Fiscale e Nr. di iscrizione al Registro Imprese: BL 01774690273 | R.E.A. 64334 Belluno

Part. IVA 00298010257 | T. +39 0437 777111 | www.marcolin.com

Tutte le informazioni, i dati, le immagini, la grafica e, in generale, tutto il materiale contenuto nella presentazione sono riservati e sono protetti dalla legge sulla proprietà industriale e / o intellettuale. Il destinatario si impegna a non copiare, modificare, divulgare o, comunque, a disporre dei suddetti contenuti senza l'espressa autorizzazione di Marcolin SpA. Marcolin non avrà alcuna responsabilità per qualsiasi uso non autorizzato del contenuto.