



# Luxury pen

“ ... Luxury items are the spoils of a journey of exploration - the finest souvenirs of our civilization ”

” ZOWIE BROACH FASHION DESIGNER

Sempre vi no luxo, uma forma do homem desafiar as suas insatisfações. Ao longo da história, os ciclos de desenvolvimento e inovação foram sempre precedidos de épocas "barrocas", onde predominavam os excessos. O luxo é, por isso, mais do que uma forma absurda de satisfazer uma necessidade objectiva, um prelúdio de um novo estágio de consumo. A liberdade do supérfluo permite a criação de novas formas de satisfação das necessidades intangíveis, elevando o diálogo

dos produtos com os consumidores. Assim, sa "Luxury little things", que hoje aqui trago, são pequenos sinais de um mundo em mudança e constituem uma riquíssima fonte de inspiração. Saibamos nós, neste como em quase todos os outros casos, interpretar a imensa sabedoria das pequenas coisas.

Carlos Coelho

## PRODUCTION LINE

**REF 92** **Luxury pen**



**A centenária St-Dupont, famosa pelos seus isqueiros e canetas, lançou a sua primeira Luxury USB PEN.** Trata-se de um objecto que já faz parte do quotidiano dos utilizadores de informática, uma pen-drive, mas que assim se assume como uma jóia. A ST-Dupont sabe que o consumo de tabaco tende a ser socialmente reprovado e que as canetas são cada vez mais digitais, por isso, neste modelo que ostenta o seu clássico padrão - cabeça de diamante, mostra a sua capacidade de reinvenção das jóias masculinas, incorporando na sua tradição o novo desafio digital do mundo.

\* [www.st-dupont.com](http://www.st-dupont.com)


**REF 95** **Eye lingerie**



**Esta African Violet Eye Shadow, é uma das peças íntimas de "lingerie facial" apresentadas pela marca Dianne Brill.** O conceito de maquilhagem íntima assenta no facto de que esta deverá ser acima de tudo um activador de intenções, agindo de modo a realçar a beleza da mulher e assim a despertar o desejo do homem. O luxo reside, neste caso, no adicional de rendas e cetins imaginários que estão contidos nesta pequena embalagem e que acrescentam a este produto uma dimensão de sensualidade indispensável ao relacionamento humano.

\* [www.diannebrill.com](http://www.diannebrill.com)

**REF 93** **Luxury sports**



**A Puma já o tinha feito com outros designers, mas nenhum levou tão longe o conceito de coo-branding. Alexander McQueen,** o acutilante e super luxuoso mago da moda, ao criar a colecção de tênis McQueen/Puma, motivou a criação de um novo símbolo. O MANCAT é uma visão metamorfofóica que dá corpo a esta parceria. Trata-se de um ser assustador, que nasce da exuberância visionária de McQueen e que, deixando no ar uma nova feminilidade urbana, não tardará em desafiar a aparente tranquilidade e o status quo do actual Puma.

\* <http://alexandermcqueen.puma.com>


**REF 96** **Banana bunker**



**Paul Stremple é artista, inventor e arquitecto,** tralabhou para a Gucci, Pólo-Ralph Lauren, Louis Vuitton e Chanel, entre outras world luxury brands e no final parece querer, com a sua última criação, ser capaz de simbolicamente interpretar o verdadeiro sentido do luxo. O Banana Bunker é tão simplesmente um contentor de uma banana que a permite transportar intacta e assim poder usufruir desta fruta fresca no escritório. Existirá maior luxo que a, mesmo que importuna, inocência de uma ideia simples?

\* [www.bananabunker.com](http://www.bananabunker.com)


**REF 94** **Deluxe first aid**



**OUCH! É um kit de primeiros socorros de luxo.** Trata-se de uma pequena caixa de metal que contém 25 oportunidades de mostrar quanto imateriais são as próprias realidades. Em forma de coração (tender loving care), de boca (kiss it better), ou Camuflado (for army and leggy injuries), estes pensos rápidos prometem cuidar mais rapidamente das nossas pequenas feridas, através do adicional "poder curativo" do seu design. Um pequeno luxo, cuja fórmula é aplicável a um grande número de outros pequenos males da vida.

\* [www.npw.co.uk/onlinesales/search.php](http://www.npw.co.uk/onlinesales/search.php)

**REF 97** **Stop talking cards**



**Este conjunto de cartões de visita são um dos mais valiosos pequenos luxos, aos quais tive o privilégio de ter acesso.** Trata-se da possibilidade de mandar calar alguém da forma mais inteligente e subtil que já alguma vez tinha visto. Os pequenos cartões são imaculadamente brancos e têm apenas STOP TALKING impresso. O que, usados em situações de "emergência", nos devolvem rapidamente um dos nossos mais preciosos bens - o silêncio - que nestes casos é como dizem, mesmo de ouro.

\* [www.seteditions.com](http://www.seteditions.com)

## WAREHOUSE

[www.pradaparfums.com/](http://www.pradaparfums.com/)  
"Thunder perfect mind" poem short film By Ridley and Jordan Scott.

[www.millionaire.com](http://www.millionaire.com)  
Millionaire and billionaire lifestyle.

[www.goldvish.com/](http://www.goldvish.com/)  
The illusion of the ultimate luxury mobile phone.

[www.vertu.com/](http://www.vertu.com/)  
Handstes constellation : simply world class.

[www.luxuryinstitute.com](http://www.luxuryinstitute.com)  
The knowledge of luxury, the luxury of knowledge.

[www.egolifestyleshop.com](http://www.egolifestyleshop.com)  
Louis Vuitton leather Tulip E-Go.

[www.samsoniteblacklabel.com](http://www.samsoniteblacklabel.com)  
What type of traveler are you.

[www.motorestaurant.com](http://www.motorestaurant.com)  
Homaru Cantu's Chicago food lab.

[www.wally.com](http://www.wally.com)  
Outstanding superyacht.

[www.maybach-manufaktur.com](http://www.maybach-manufaktur.com)  
Dynamic luxury to perfection.

[www.oriolbalaguer.com](http://www.oriolbalaguer.com)  
Best Spanish hand made chocolates.

[www.barneys.com](http://www.barneys.com)  
New York Happy Andy Warhol-idays.