

per **SAINT LAURENT**

HAND BOOK

PROGRAMMA

INTRODUZIONE BRAND

Statement

Pag.4

Pag.3

IDENTITÀ DEL BRAND

Storia

Pag.6

Pag.5

Stile

Pag.14

Codici

Pag.17

Communication & PR

Pag.20

MESSAGGI CHIAVE DEL BRAND

Messaggi chiave

Pag.23

Pag.22

INTRODUZIONE EYEWEAR

Statement

Pag.25

Pag.24

Cliente target

Pag.26

Principali competitor

Pag.27

IDENTITÀ EYEWEAR

Caratteristiche della collezione

Pag.29

Pag.28

Codici

Pag.30

Linee

Pag.31

Muse e stili chiave

Pag.35

Materiali e Artigianalità

Pag.38

Communication & PR

Pag.40

MESSAGGI CHIAVE EYEWEAR

Messaggi chiave

Pag.45

Pag.44

per **SAINT LAURENT**

INTRODUZIONE BRAND

Statement

UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI

CASE DI MODA DEL XX SECOLO.

Sin dalla fondazione nel 1961, Saint Laurent esercita un'influenza straordinaria sulle tendenze della moda e, in generale, sul più ampio contesto socio-culturale.

La Maison è da sempre associata all'immagine di giovinezza, libertà e modernità.

La forte identità del marchio e i suoi codici estetici sono facilmente riconoscibili e decisamente contemporanei.



per **SAINT LAURENT**

IDENTITÀ BRAND

Storia

IL FONDATORE

Yves Saint Laurent, insieme allo storico compagno **Pierre Bergé**, è il padre fondatore della Maison.

Nato a Orano, in Algeria, nel 1936, Yves Saint Laurent si trasferisce a Parigi dove inizia gli studi presso la *Chambre syndicale de la couture*.

Storia

DAL 1957

Saint Laurent prende le distanze dall'eleganza borghese degli anni '50, sognando **nuovi concept di design per le donne della sua generazione.**

Silhouettes morbide a trapezio, colori scuri e pezzi couture in pelle assumono importanza sotto la sua direzione creativa.



Storia

PRIMI ANNI '60

Nel 1961 nasce la **Maison YSL di haute couture** con un logo creato dal noto designer *Cassandre*.

Le prime collezioni Saint Laurent **infrangono le regole** e sono caratterizzate dai codici maschili degli abiti da donna, come il caban e il trench, e dall'introduzione dell'arte nella moda con la linea Mondrian.

Nel 1964, viene lanciata la prima fragranza Saint Laurent **Y**.



Storia

1966

Nasce la **Collezione prêt-à-porter di Saint Laurent** caratterizzata da un logo esclusivo realizzato da *Pierre Dinand*.

Saint Laurent è stato il primo couturier a inaugurare una boutique prêt-à-porter sulla **Rive Gauche**, la sponda sinistra della Senna a Parigi.

In quel periodo, nascono alcuni dei modelli e dei trend iconici più importanti della Maison come lo *Smoking* e la *Sahariana*.



Storia

Anni '70

Saint Laurent arricchisce la Maison con due nuove fragranze: ***Pour homme*** (1971) e ***Opium*** (1977).

Con il lancio di *Pour Homme*, Sant Laurent si trova al centro di uno scandalo: è la prima volta che uno stilista posa nudo per promuovere una sua fragranza.



Storia

Anni '80

In questo periodo, Saint Laurent riceve i riconoscimenti più importanti della sua carriera, come la voce *nel dizionario francese Larousse* e la *Légion d'Honneur*.

Viene inaugurato il *Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art Exhibition* (NY), in questa occasione si dedica a Yves Saint Laurent la prima retrospettiva dell'opera di un couturier vivente.

È questo il decennio in cui inizia il suo impegno nella lotta contro l'AIDS.



Storia

2012

Il brand cambia nome da Yves Saint Laurent
a ***Saint Laurent Paris***.

Lo scopo è tornare al brand originale della Maison, creato dallo
stesso Yves Saint Laurent nel 1966.

The logo for Saint Laurent Rive Gauche from 1966. It features the words "SAINT LAURENT" in a bold, black, sans-serif typeface. A red rectangular block is positioned to the left of the word "SAINT", and a red vertical line runs through the middle of the word "LAURENT". Below this, the words "rive gauche" are written in a black, lowercase, cursive script.

Saint Laurent Rive Gauche, 1966

The logo for Saint Laurent Paris from 2012. It consists of the words "SAINT LAURENT" in a large, bold, black, sans-serif font, with "PARIS" in a smaller, bold, black, sans-serif font centered below it.

Saint Laurent Paris, 2012

Storia

ANTHONY VACCARELLO

è nominato **direttore creativo** nel 2016.

Sotto la sua guida, la Maison si colloca al vertice dell'universo del lusso.

Famoso per la maestria nelle **tecniche sartoriali ultrasottili**, le sue contaminazioni e i riferimenti riflettono l'anima della Maison.



Stile

BRAND DI LUSO E RIBELLE COUTURE COOL

dal carattere *Rive Gauche* e dallo spirito *Haute Couture*.



Stile

ATELIER COUTURE TRADIZIONALI

Tecniche di Haute Couture
presenti in ogni collezione.



COUTURE COOL E CONTEMPORANEA

Yves Saint Laurent spesso realizza un *mix & match* tra i modelli couture e gli accessori casual, creando design estremamente moderni e contemporanei.

LA CULTURA OLTRE LA MODA

Le ispirazioni artistiche derivano dalla passione di Yves Saint Laurent e *Pierre Bergé* per l'arte e dalle loro relazioni con artisti.



D'ARCHIVIO ELEMENTI

Gli archivi continuano ad essere una fonte di ispirazione per le collezioni attuali grazie a design e temi forti e senza tempo.

Stile

SPIRITO LIBERO E RIBELLE

Yves Saint Laurent è stato il primo a sperimentare con le trasparenze nel 1968.



DONNE EMANCIPATE

Le creazioni più iconiche sono state prese in prestito dai codici maschili degli abiti per l'emancipazione delle donne. Vogliono essere il simbolo della possibilità per le donne di raggiungere le stesse posizioni lavorative degli uomini, indossando gli stessi outfit.

GIOVENTÙ E INTEGRAZIONE

Segnale di rinnovamento e di una visione rivoluzionaria della moda, i casting di Saint Laurent sono un mix equilibrato di top model e volti nuovi.



Codici

SAINT LAURENT MONOGRAM

Logo iconico della casa di moda creato intorno al 1961 dal designer *Cassandre*.



NERO

“Adoro il nero perché afferma, modella e crea. Una donna in abito nero è un tratto di matita” YSL.

STAMPE ANIMALIER

La stampa leopardata è ispirata alle giovani parigine che imitavano i look delle donne del quartiere di Pigalle e rappresenta un omaggio ai look dei red carpet di Hollywood negli anni Trenta.



COLORI METALLIZZATI

“L'oro rappresenta la purezza e il materiale a partire dal quale un corpo viene plasmato per dar vita a una linea perfetta” YSL.

Codici

FOLK

Dagli anni '70, Yves Saint Laurent reinterpreta i costumi tradizionali secondo una prospettiva occidentale: unendo la tradizione ai look di strada.



PELLE

Messaggio provocatorio, ispirato alle giovani parigine che acquistavano abiti presso i sexy shop nel celebre quartiere di Pigalle.

PARITÀ DI GENERE

Nel 1969, Saint Laurent introduce il guardaroba condiviso da uomini e donne nella linea Saint Laurent Rive Gauche.



CAPİ STREET STYLE

“Vorrei aver inventato il più pratico paio di jeans. I jeans sono espressivi, discreti e trasudano sex appeal. Tutto ciò che ho sempre voluto nei miei abiti” YSL.

Codici

LO SMOKING

Elegante simbolo di potere, ispirato alle giacche da sera maschili (1966).



LA SAHARIANA

Ispirata all'originale sahariana usata dai soldati dell'*Afrikakorps* (1998).



IL CABAN

Primo modello in assoluto disegnato da Yves Saint Laurent per la Maison e primo indumento militare introdotto nell'universo couture (1961).



SAC DE JOUR

Borsa moderna e capiente (2013).

ANJA PUMP

Tacchi a spillo in raffinato stile parigino (2017).



Communication & PR

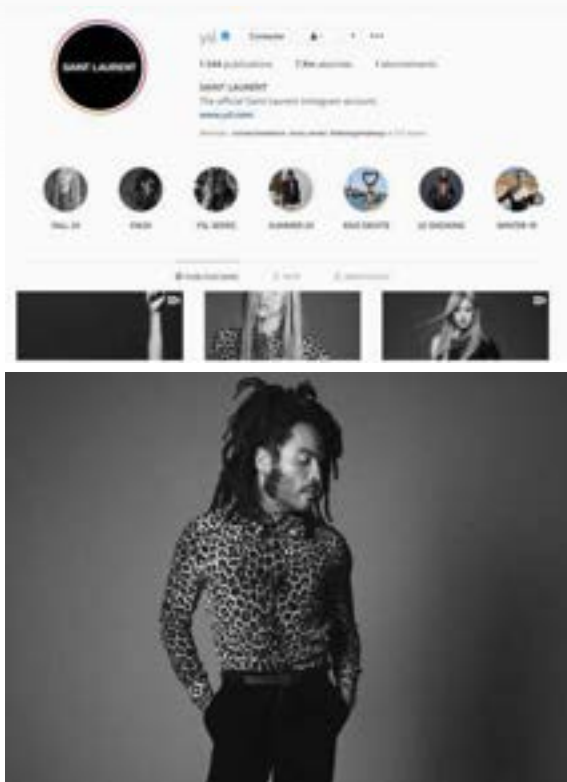
Campagna ADV Primavera Estate 2020



Communication & PR

SOCIAL MEDIA

Completamente integrati nelle prassi e nelle strategie delle attività di comunicazione globale.



INFLUENZA SULLA STAMPA

Influenza sulla stampa e copertura editoriale guidate da forti credenziali moda del brand.



per **SAINT LAURENT**

MESSAGGI CHIAVE DEL BRAND



**BRAND DI LUSO
COOL
IN LINEA COL PROPRIO TEMPO**

**ESPRESSIONE DELLO
SPIRITO LIBERO
DELLA CULTURA GIOVANILE**

**FEDELE AI PROPRI
ELEMENTI DISTINTIVI**



per **SAINT LAURENT**

INTRODUZIONE EYEWEAR

Statement

EYEWEAR DI LUSO

Modelli Eyewear **alla moda, desiderabili e facili da portare** dal posizionamento di prezzo invitante nel settore del lusso, con un forte appeal del marchio attraverso i generi, le generazioni e le aree geografiche.

L'Eyewear rappresenta al meglio l'approccio distintivo alla moda della Maison; **stile senza tempo e lusso contemporaneo.**

Le collezioni sono una raffinata selezione di **prodotti unici** contraddistinti dall'**alta qualità.**



Cliente target

SEGMENTAZIONE

- 20-45 anni
- 50% donne
- 50% uomini

80% di nuovi consumatori ogni anno,
> 60% sono millennial.

CHI

Clientela con uno stile **giovanile, anti-classico** e sicura di sé.



Principali competitor

SAINT LAURENT

COUTURE COOL

Eleganza audace e diversità unisex.

SRP 179 - 955 € (intera gamma)

SRP 255 - 325€ (core)



DIOR

Dior

MODA DI TENDENZA

Moderno New Look, elegante, strutturato e straordinariamente femminile.

SRP 210 – 700 € (full range)

SRP 270 - 325 € (core)

CHANEL

ELEGANZA SENZA TEMPO

Lusso di fascia alta e intramontabile femminilità.

SRP 260 - 1.100 € (full range)

SRP 300 - 380 € (core)



CELINE

CELINE

CONTEMPORANEO SENZA TEMPO

Casa di moda francese di lusso.

SRP 250 - 600 € (full range)

SRP 320 € (principale)

per **SAINT LAURENT**

IDENTITÀ EYEWEAR



Caratteristiche della collezione

DESIGN ICONICI

Le iconiche forme cat-eye e a cuore promuovono l'immagine della categoria e mantengono elevato lo **spirito cool del brand**.



ESTETICA DISCRETA

Linee eleganti ed essenziali e dettagli distintivi definiscono l'estetica unica di Saint Laurent, firmata dall'iconico marchio corner angle.

MODELLI LEGGENDARI

Le forme senza tempo sono definite dall'**iconico monogramma**, legato alla tradizione couture di YSL e unito a design moderni.



Codici

CORNER ANGLE

Marchio Saint Laurent su
montature in acetato.



LOGO SAINT LAURENT

Logo *Saint Laurent Rive Gauche*
del 1966.



MONOGRAMMA

Originale logo intrecciato Haute
Couture Yves Saint Laurent del
1961 creato dal designer
Cassandre.



ICONICO

Logo introdotto nella categoria
Eyewear per la collezione A19,
creando un forte legame con il DNA
del brand.



Linee

CLASSIC

Modelli e concept senza tempo
rivisitati collezione dopo collezione.



NEW WAVE

Offerta dalla durata limitata, nuova e stagionale,
legata ai temi e alle tendenze della stagione.



MONOGRAM

Offerta con logo iconico e un'ampia gamma di
occhiali da sole e da vista, forme femminili e
unisex, colori e materiali.



Linee

CLASSIC

CLIENTE TARGET

Clienti raffinati dal look contemporaneo e classico, in cerca di modelli iconici classici e senza tempo che non sono mai fuori moda.

CARATTERISTICHE:

- modelli di lusso sobri e contemporanei
- modelli iconici senza tempo, reinventati stagione dopo stagione



Linee

NEW WAVE

CLIENTE TARGET

Clientela amante delle tendenze e alla moda.

CARATTERISTICHE:

- tendenze cool espressione della libertà di spirito e della modernità della cultura giovanile
- colori e forme unici direttamente legati alla sfilata
- creazione dell'immagine della categoria
- miglioramento del livello del brand attraverso PR seeding e copertura stampa



Linee

MONOGRAM

CLIENTE TARGET

Ambizioso, amante del logo e del brand, in cerca di modelli iconici.

CARATTERISTICHE:

- glorificazione del logo leggendario del 1961
- un vero must iconico legato alla tradizione YSL couture in stile moderno
- forme leggere femminili e unisex



Muse e stili chiave

LOULOU DE LA FALAISE

Icona francese e musa senza tempo di YSL. Con il suo stile spontaneo, rappresenta tutto ciò che brilla nella moda. Molto è stato scritto sull'inebriante ed edonistica Parigi, palcoscenico della moda negli anni '70-'80, ed è quasi tutto vero.



LOULOU

Stile glamour e iconico con forma a cuore.



BETTY

Forma sofisticata d'ispirazione vintage, con logo inciso al laser e finitura smaltata.

BETTY CATROUX

Ex modella Chanel e icona fashion. È considerata una musa per YSL e Tom Ford. A circa 70 anni, Betty Catroux è protagonista della campagna ADV Autunno 2018.

BOB DYLAN

Finn Wolfhard è il volto della campagna Autunno Inverno 2019, un Bob Dylan dei nostri giorni, immortalato dal fotografo David Sims, mostra l'ultimissimo lavoro del Direttore creativo e trasmette vibrazioni estremamente nostalgiche.



DYLAN

Occhiali da sole a farfalla rettangolari con mezza montatura in acetato e ciliare in metallo, per un carattere rock ed elegante.



Muse e stili chiave



JERRY

Forma in metallo a farfalla estrema, con sottili aste in metallo.

JERRY HALL

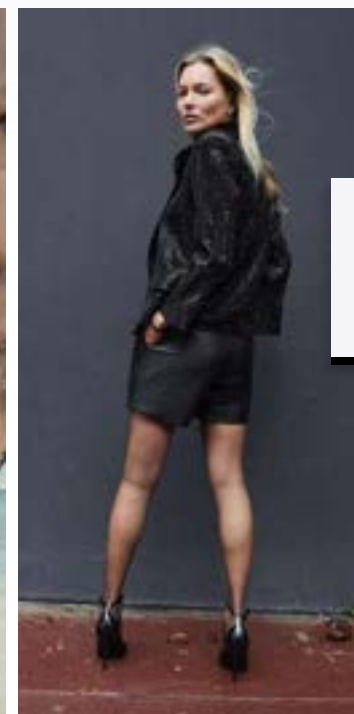
Attrice e modella americana, la prima sfilata di Jerry Hall è YSL, durante la quale indossa il famoso smoking; il suo primo fotografo è Helmut Newton. La sua carriera come modella decolla subito.

KATE MOSS

Iconica modella inglese e donna d'affari.

Nel 1988, inizia a lavorare all'età di 14 anni per Storm Model Management.

Emergendo alla fine dell'epoca delle top model, Kate conosce il successo a metà degli anni '90, come parte del movimento *heroin chic*.



KATE

Forma spessa e contemporanea, che riprende le montature cat-eye per una personalità di spicco.

Muse e stili chiave



LENNY

Occhiali da sole rettangolari a forma di cuscino in acetato, caratterizzati da aste spesse che avvolgono il viso.

SAINT LAURENT

LENNY KRAVITZ

Cantante, attore e produttore americano, Lenny è sempre stato un buon amico della Maison. Con il suo stile *retro rock*, incarna perfettamente il carattere Saint Laurent. L'eredità di *Kravitz* è rappresentata dalla figlia di Lenny Zoe, uno dei personaggi più importanti delle campagne AD e delle sfilate della Maison.

MICA ARGAÑARAZ

Modella e artista argentina. È famosa soprattutto per essere una musa Prada ed è considerata una *it girl* e un punto di riferimento nella moda. È oggi riconosciuta come un'icona del settore da *models.com*.



MICA

Forme contemporanee cat-eye e modelli audaci.



Materiali e artigianalità

CORNER ANGLE

Le montature in acetato caratterizzate da questo marchio sono sottoposte a 4 step di industrializzazione aggiuntivi, rispetto al processo tradizionale.

Il **processo artigianale** garantisce una **precisione millimetrica** per creare un prodotto perfetto in cui il corner angle sembra parte della montatura.



Materiali e artigianalità

STEP 1 STRUTTURA

Tecniche di fresatura trasformano una barra metallica in piccoli elementi singoli, consentendo di ottenere la massima precisione (centesimale) e una finitura impeccabile.



STEP 2 ASSEMBLAGGIO

I corner angle sono incollati sulla montatura a mano e uno ad uno, quindi sono pressati con uno speciale macchinario per garantire la coesione perfetta.

STEP 3 INTESTATURA DEI MUSETTI

L'acetato in eccesso viene rimosso con uno strumento a lama circolare, per assicurare un allineamento perfetto dei bordi in metallo e della montatura. Questa fase va eseguita con grande precisione per evitare il rischio di danneggiare il corner angle.



STEP 4 LAPPATURA E LUCIDATURA

Due mole abrasive diverse adeguano e rimuovono imperfezioni residue.

Communication & PR

Campagna ADV Primavera Estate 2020



Communication & PR

Social Media



Communication & PR

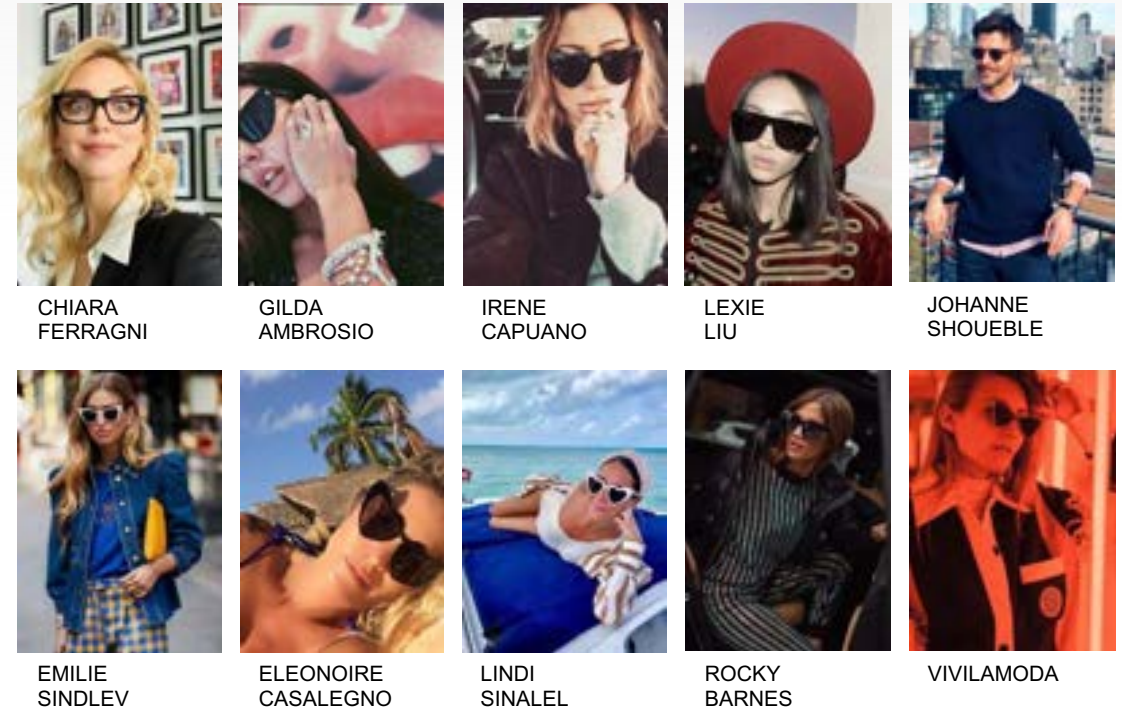
POSIZIONAMENTO EYEWEAR

Apparizioni durante il Festival di Cannes 2019.



CELEBRITÀ E KEY OPINION LEADER

Celebrità che indossano modelli Eyewear Saint Laurent 2019.



Communication & PR

Editoriali Eyewear.



per **SAINT LAURENT**

MESSAGGI CHIAVE DELL'EYEWEAR



**ELEGANZA
AUDACE**

**DIVERSITÀ
UNISEX**

**STILE AUTENTICO
CHE NON È MAI
FUORI MODA**





Empowering Imagination