

Braccialini
/ GRAZIELLA BRACCIALINI
F I R E N Z E

This is where the magic happens

UN NUOVO INIZIO

Dal 2017, l'eredità di Carla Braccialini è stata assorbita e rinnovata dall'azienda di gioielli Graziella, il che ha portato a una combinazione nuova e originale di borse e gioielli. Le due marche toscane hanno molte cose in comune: l'esperienza di Graziella risale al 1958 con l'imprenditrice Graziella Buoncompagni, che ha iniziato a creare gioielli in oro e argento, con una forte componente di creatività, artigianalità e originalità.

Audacia e sperimentazione, inventare e progettare: questa è la visione che ha guidato Carla Braccialini, la straordinaria fondatrice del marchio Braccialini. Creare e studiare le tendenze, innovare e investire nei giovani: questa è la filosofia di Graziella Buoncompagni, fondatrice e presidente onorario del marchio Graziella.

L'unione di queste due realtà, entrambe con una forte esperienza internazionale ed eredi dei valori della tradizione artigianale toscana, ha creato un nuovo gioiello imprenditoriale, aprendo nuove prospettive per il Made in Italy in Italia e nel mondo. Braccialini è così diventata parte integrante delle aziende controllate da Graziella Holding, contribuendo a rafforzare le capacità del gruppo.

Pertanto, è iniziata una collaborazione rivoluzionaria tra Graziella e Braccialini, con l'obiettivo di combinare moda e oro, tra borse e gioielli. Questa partnership, che condivideva know-how, strategie, percorsi produttivi e orizzonti commerciali, ha trovato la sua espressione pratica con la fusione ufficiale nel gennaio 2023 in un'unica identità: Graziella Braccialini.

A NEW BEGINNING

Since 2017, Carla Braccialini's legacy has been absorbed and renewed by the jewelry-making company Graziella and this has resulted in a novel and original combination of bags and jewelry. The two Tuscan brands have many things in common: Graziella's experience dates from 1958 with the entrepreneur Graziella Buoncompagni, who began creating gold and silver jewelry, with a strong component of creativity, craftsmanship and originality. Daring and experimenting, inventing and designing: this is the vision which drove Carla Braccialini, the Braccialini brand's extraordinary founder.

Creating and studying trends, innovating and investing in young people: this is the philosophy of Graziella Buoncompagni, founder and honorary president of the Graziella brand.

The union of these two realities, both with a strong international experience and heirs to the values of the Tuscan artisan tradition, has created a new entrepreneurial jewel, opening new perspectives for Made in Italy in Italy and in the world. Braccialini thus became an integral part of the companies controlled by Graziella Holding, contributing to strengthening the group's capabilities.

Therefore, a revolutionary collaboration began between Graziella and Braccialini, with the aim of combining moda and gold, between handbags and jewelry. This partnership, which shared the know-how, strategies, production paths and commercial horizons, found its practical expression with the official merge in January 2023 as one single identity: Graziella Braccialini.

LA NOSTRA STORIA

OUR HISTORY



STORIA DEL MARCHIO

Sono passati 70 anni da quella prima borsa, 70 anni da quel primo laboratorio di gioielli. Una storia di successo nazionale e internazionale, che hanno reso Graziella Braccialini una delle aziende di pelletteria più riconosciute e di successo in Italia.

Questa sinergia si manifesta oggi nelle collezioni caratterizzate non solo per la loro eleganza, creatività e colore, ma anche per la loro innovazione, artigianalità e glamour contemporaneo. Le borse sono impreziosite e valorizzate dall'aggiunta di gioielli, frutto dell'esperienza e della creatività degli artigiani di Graziella, offrendo così prodotti unici.

Unicità esemplificata dall'ideale combinazione di pelli, metalli, pietre preziose e design che danno vita a queste creazioni.

Un must per una personalità forte ed esuberante

NELLA BORSA C'È TUTTA LA TUA VITA!

HISTORY OF THE BRAND

70 years have passed since that first bag, 70 years since that first jewelry workshop. A story of national and international success, which have made Graziella Braccialini one of Italy's most recognized and successful leather goods companies.

This synergy is shown today in collections characterized not only by their elegance, creativity and color, but also by their innovation, craftsmanship and contemporary glamour.

The bags are embellished and enhanced by the addition of jewelry, the results of Graziella artisans' experience and creativity and thus offer unique products.

A uniqueness exemplified by the ideal combination of leathers, metals, precious stones and design which give life to these creations.

A must-have for a strong and exuberant personality.

YOUR WHOLE LIFE IS IN THE BAG!



Roberto and Carla Braccialini open a handcrafted bag workshop in Florence. The first brand "Braccialini Borse Fantasia" reflects the philosophy of the business.

Roberto e Carla Braccialini aprono un laboratorio artigianale di borse a Firenze. Il primo marchio "Braccialini Borse Fantasia" riflette la filosofia dell'azienda.

Braccialini opens the first Boutique in Florence.

Braccialini apre la prima boutique a Firenze.

Braccialini opens the monobrand Boutique in Milan and Tokyo.

Braccialini opens the monobrand Boutique Shanghai.

Braccialini apre la boutique monomarca a Milano e Tokyo.

Braccialini apre la boutique monomarca a Shanghai.

Braccialini opens the monobrand Boutique in Milan and the flagship store in Moscow. Rapid growth and retail expansion worldwide.

Braccialini apre la boutique monomarca a Milano e il negozio principale a Mosca. Crescita rapida ed espansione del retail in tutto il mondo.

The order of Merit for Labor is conferred to Carla Braccialini.

Viene conferito l'Ordine al Merito del Lavoro a Carla Braccialini.

Braccialini celebrates 60th anniversary with an exhibition at the Museo Marino Marini in Florence.

Braccialini celebra il 60° anniversario con una mostra presso il Museo Marino Marini a Firenze.

1993

2001

2006

2009

2014

1954

2017

1958

In un piccolo laboratorio ai margini di Arezzo, la giovane Graziella Buoncompagni iniziò a creare i suoi primi gioielli in oro, caratterizzati da uno stile personale, elegante e innovativo.

In a small workshop on the outskirts of Arezzo, the young Graziella Buoncompagni began to create her first gold jewelry, characterized by a personal, elegant and innovative style.

L'azienda cresce rapidamente sotto la guida del nuovo CEO Giovanni Battista Gori e di Maria Rosa Gori, con un processo di internazionalizzazione, stabilendo il marchio Graziella Luxury nei mercati di tutto il mondo.

The company grows rapidly under the leadership of the new CEO, Giovanni Battista Gori, and Maria Rosa Gori, through a process of internationalization, establishing the Graziella Luxury brand in markets all over the world.

Non solo gioielli: Graziella estende le sue attività e inizia a investire in ulteriori settori.

Not only jewelry: Graziella extends its activities and begins to invest

Il Centro Creatività Graziella è stato fondato per combinare l'oreficeria tradizionale con le diverse esigenze dei singoli mercati.

Graziella Creativity Centre was founded to combine traditional goldsmithing with the diversified demands of individual markets.

Il primo negozio principale di Graziella nel centro storico di Firenze. Diversificazione dei prodotti con l'introduzione delle nuove linee di Diamanti e Argento e la creazione della linea di pelletteria Luxury Bag.

Graziella's first flagship store in the old town of Florence. Product diversification with introducing new Diamond and Silver lines and the creation of the Luxury Bag leather goods line.

Viene conferito l'Ordine al Merito del Lavoro a Graziella Buoncompagni.

The order of Merit for Labor is conferred to Graziella Buoncompagni

Graziella apre il suo primo megastore a Istanbul, un hub cruciale per rafforzare il processo di internazionalizzazione e consolidare ulteriormente la rete di vendita già attiva in numerosi paesi in Asia, Africa e Europa orientale.

Graziella opens its first megastore in Istanbul, a crucial hub for strengthening the internationalization process and further consolidating the sales network already active in numerous countries in Asia, Africa and Eastern Europe.

1990

2001

2004

2006

2008

2016

2017

In March 2017, Graziella announced its acquisition of the historic Florentine company Braccialini. The union of these two companies, both of which benefit from a high level of international experience and have inherited the values of Tuscan artisan traditions, has created a new highly valued entrepreneurial enterprise that will open up new prospects for Made in Italy in Italy and throughout the world. Braccialini has thus become an integral part of the companies controlled by Graziella Holding, helping to enhance the group's capabilities.

In marzo 2017, Graziella ha annunciato l'acquisizione della storica azienda fiorentina Braccialini. L'unione di queste due aziende, entrambe con un'ampia esperienza internazionale e che hanno ereditato i valori delle tradizioni artigianali toscane, ha creato una nuova impresa imprenditoriale altamente apprezzata che aprirà nuove prospettive per il Made in Italy in Italia e in tutto il mondo. Braccialini è così diventata parte integrante delle aziende controllate da Graziella Holding, contribuendo a potenziare le capacità del gruppo.

Graziella Braccialini opens new boutiques in Italy and abroad. Rome, South Korea, United Arab Emirates as well as other stores in franchising open their doors to the brand.

Graziella Braccialini apre nuove boutique in Italia e all'estero. Roma, Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti, così come altri negozi in franchising, aprono le loro porte al marchio.

Graziella Braccialini combines jewelery and fashion. New opening on Ponte Vecchio, Florence, as a milestone for the union of the two Brands. New opening in Rome, via Condotti.

Graziella Braccialini unisce gioielli e moda. Nuova apertura sul Ponte Vecchio, a Firenze, come punto di riferimento per l'unione dei due marchi. Nuova apertura a Roma, in via Condotti.

Braccialini inaugurates the new store at the Euroma2 shopping center and celebrates the renovation of its headquarters.

Braccialini inaugura il nuovo store presso il centro commerciale Euroma2 e celebra il rinnovo della sua sede.

2019

2004

2022

2023

2024

2025

Graziella Braccialini lancia il nuovo concetto di vendita al dettaglio e apre nuove boutique a Firenze e Palermo. Il marchio presenta il progetto Gioielli e Moda che unisce le migliori pratiche dell'azienda - una nuova linea di bijoux in bronzo insieme a borse gioiello.

Graziella Braccialini launches the new Retail Concept and opens new boutiques in Florence and Palermo. The brand presents Jewelry and Fashion project that combines the best practice of the company - a new line of bronze bijoux - together with jeweled bags.

Introduzione della nuova linea Luxe realizzata con materiali di alta qualità, utilizzando pelli di coccodrillo, pitone e razza. Nuove aperture a: Firenze, Piazza della Signoria; Milano, Corso Venezia.

Introduction of the new Luxe line made of high quality material, using crocodile, python and stingray skins. New openings in: Florence, Piazza della Signoria; Milan, Corso Venezia.

Corner personalizzato a Sofia e l'espansione dei shop in shop in Italia e all'estero.

Customized corner in Sofia and the expansion of shop-in-shops in Italy and abroad.

A PROPOSITO DI NOI
ABOUT US





OGGI

Graziella Braccialini è oggi una delle aziende più dinamiche nel settore della moda grazie alla combinazione di borse e gioielli. Le sue radici, conoscenza e immaginazione rappresentano un'avventura imprenditoriale italiana.

Questo marchio esibisce l'eccellenza dell'artigianato toscano con una visione internazionale audace, dimostrata dalla sua rapida espansione commerciale. Europa, America, Africa, Russia, Medio Oriente, Cina, Corea del Sud e Giappone: in ogni angolo del mondo, con boutique presenti in oltre 40 paesi, il marchio contribuisce a plasmare l'idea della non riproducibilità, autenticità e unicità dei prodotti Made in Italy.

TODAY

Graziella Braccialini is today one of the most dynamic companies in the fashion sector by virtue of the bag and jewelry combination. Its roots, knowledge and imagination, represent an Italian entrepreneurial adventure.

This brand displays the excellence of Tuscan craftsmanship with a bold, international vision which is proven by its rapid commercial expansion. Europe, America, Africa, Russia, the Middle East, China, South Korea and Japan: in every corner of the world, with boutiques located in over 40 countries, the brand is helping to build the idea of the non-reproducibility, authenticity and uniqueness of Made in Italy goods.

Creatività, Eleganza, Artigianalità, Originalità.
Creativity, Elegance, Craftsmanship, Originality.

OUR OBJECTIVE

Per posizionare Graziella Braccialini nel più alto livello del mercato della moda; per rispondere alle esigenze e alle aspettative dei nostri clienti target attraverso una chiara definizione del prodotto e l'ampliamento della selezione offerta.

To place the Graziella Braccialini in the highest tier of the fashion market; to respond to the needs and expectations of our target client through clear product definition and broadening the selection on offer.

OUR TARGET CLIENT

Una donna istruita, dal gusto contemporaneo e sensibile all'originalità. Apprezza l'originalità e desidera utilizzare accessori che arricchiscono il suo look, soprattutto quelli realizzati con dettagli esclusivi e distintivi.

An educated woman, contemporary in taste and sensitive to originality. She enjoys unconventionality and is keen to use accessories that enrich her look, especially those made with exclusive, distinctive details.



LE INOSTRE LINEE

OUR LINES

Le linee Braccialini spaziano dalla ricchezza dei materiali e delle finiture, alla sobrietà delle linee contemporanee. Ma sempre con quel tocco di originalità e femminilità che soddisfa i gusti più raffinati e vanitosi. Da sempre Braccialini è sinonimo di capacità artigianali fortemente radicate nella tradizione della pelletteria. Un marchio d'eccellenza distintiva, nei contenuti stilistici, tecnici e qualitativi.

The Braccialini product lines range from the richness of the materials and finishes to the simplicity of the contemporary lines. But always with that touch of originality and femininity that caters to the most refined and discerning tastes. The brand has always been synonymous with deeply rooted traditional leatherwork skills. The brand is committed to maintaining high standards not only in design, but also in quality and production techniques.



Braccialini

FIRENZE

MADE IN ITALY
CREATO A FIRENZE

CREATIVITÀ
ARTIGIANALITÀ
UNICITÀ

Artigianalità, dalla Gioielleria alla Moda

MADE IN ITALY
CREATED IN FLORENCE

CREATIVITY
CRAFTSMANSHIP
UNIQUENESS

Craftsmanship, from Jewelry to Fashion.




braccialini

PROGETTATO A FIRENZE

Glamour, stile di vita urbano, tendenze attuali.

PROGETTATO A FIRENZE

Glamour, urban living, and the latest trends.





MADE IN ITALY
PROGETTATO E REALIZZATO AD AREZZO

CREATIVITÀ
ARTIGIANALITÀ
UNICITÀ

MADE IN ITALY
DESIGNED AND MANUFACTURED IN AREZZO

CREATIVITY
TECHNOLOGY
UNIQUENESS

LA SEDE BRACCIALINI

BRACCIALINI HEADQUARTERS

FACTORY C



LA SEDE BRACCIALINI

Uno stabilimento-giardino su una superficie di 4.000 mq, nel cuore del distretto manifatturiero della pelletteria e sullo sfondo della città simbolo della creatività italiana: Firenze. La sede di Graziella Braccialini è un gioiello di architettura ecosostenibile.

L'elemento di maggiore impatto è sicuramente la facciata principale, interamente sovrastata da un giardino verticale allestito con piante di gelsomino che protegge l'edificio dall'escursione termica esterna e che riduce in modo naturale l'inquinamento acustico. Lo stabilimento è inoltre alimentato da energia prodotta da fonti rinnovabili come un impianto solare termico e fotovoltaico, mentre il recupero dell'acqua piovana è funzionale all'alimentazione del giardino stesso.

BRACCIALINI HEADQUARTERS

This establishment is set up like a garden over an area of 4,000 square metres in the heart of the leather goods manufacturing district, against the backdrop of the city that is symbolic of Italian creativity: Florence. The headquarters of Graziella Braccialini is a jewel of eco-sustainable architecture.

The feature with the greatest impact is definitely the main façade. This is entirely dominated by a vertical garden created with jasmine plants that protect the building from fluctuations in external temperature and which naturally reduce noise pollution. The building is also powered by renewable energy generated from renewable sources such as a solar thermal and photovoltaic system, while the collection of rainwater allows the garden itself to be watered.



LE NOSTRE BOUTIQUE

OUR BOUTIQUES



NELLE MANI DI OGNI DONNA, IN OGNI ANGOLO DEL MONDO

La storia di Braccialini ha preso una svolta decisiva nel 2017 con i nuovi orizzonti delineati in sinergia con la gioielleria Graziella, che ha reso possibile creare una combinazione innovativa e originale tra moda e oro. Ambienti che riflettono e danno vita all'identità di Graziella Braccialini. Il Concept Retail dei nuovi negozi è stato concettualizzato con il doppio obiettivo di fornire emozione e trasmettere un ideale di eleganza, raffinatezza, prestigio e lusso in piena armonia con le collezioni in esposizione. La sofisticatezza di ogni prodotto trova continuità nella raffinatezza dei colori, delle luci, dei materiali e degli arredi combinati in accoglienti punti vendita immediatamente riconoscibili al marchio. Marmo bianco per pavimenti e rivestimenti murali, specchio rosa per i mobili, alcantara per le pareti e le superfici espositive: ogni dettaglio è la conseguenza di uno scrupoloso studio architettonico, con un concetto minimalista e contemporaneo mirato a esaltare al meglio le creazioni di Graziella Braccialini. In contrasto, l'illuminazione è una presenza quasi eterea, con eleganti tagli di luce profilati sugli scaffali per dare vita ai prodotti in esposizione. Immaginazione e frivolezza si possono vedere nel carosello motorizzato, dove passato e futuro si combinano in un pezzo d'arredo unico e altamente distintivo. La rete distributiva ha conosciuto un ulteriore ampliamento nel 2017 con la sinergia di Graziella che ha aperto nuovi orizzonti commerciali in virtù dell'inedita unione tra pelletteria e gioielleria che permette di rappresentare nel mondo il meglio dell'artigianalità toscana. Le boutique del brand si trovano oggi in oltre 40 Paesi, con sedi nelle location più esclusive del mondo tra Parigi, Firenze, Roma, Mosca, San Pietroburgo, Seoul e Palma di Maiorca, fino ad arrivare a spazi all'avanguardia come la Bluewaters Island di Dubai che rappresenta la più recente e iconica destinazione del commercio negli Emirati Arabi. Il progetto di apertura di nuovi negozi monomarca Graziella Braccialini è così una tangibile testimonianza della solidità del gruppo e del grande impegno rivolto allo sviluppo internazionale di un brand che è sinonimo di originalità, personalità, creatività e femminilità.

IN THE HANDS OF EVERY WOMAN, IN EVERY CORNER OF THE WORLD

Braccialini's story took a decisive turn in 2017 with the new horizons outlined in synergy with Graziella jewellery, which made it possible to create an innovative and original combination of fashion and gold. Environments that reflect and give life to the identity of Graziella Braccialini. The Retail Concept of the new stores has been conceptualised with the double aim of evoking emotion and conveying an ideal of elegance, refinement, prestige and luxury in harmony with the collections on display. The sophistication of each product is reflected in the elegance of the colours, lights, materials and furnishings combined in cosy sales points immediately associated with the brand. White marble for floors and wall coverings, pink mirror for the furniture, alcantara for the walls and exhibition surfaces: every detail is the result of the meticulous architectural design process, with a minimalist and contemporary concept aimed at highlighting the creations of Graziella Braccialini. In contrast, the lighting is an almost ethereal presence, with elegant cuts of light on the shelves to highlight the products on display. Imagination and frivolity can be seen in the motorised carousel, where past and future come together in a unique and highly distinctive piece of furniture. The distribution network underwent a further expansion in 2017 with the collaboration of Graziella. This opened new commercial horizons by virtue of the unprecedented union between leather goods and jewellery. This collaboration also showcased the best of Tuscan craftsmanship to the world. The brand's boutiques can now be found in over 40 countries, with outlets in the most exclusive global locations from Paris, Florence, Rome, Moscow, Saint Petersburg, Seoul and Palma de Mallorca, to cutting-edge spaces such as the Bluewaters Island in Dubai, the most recent and iconic commercial destination in the United Arab Emirates. The project to open new Graziella Braccialini single-brand stores is thus a tangible testimony to the group's solidity and to the significant commitment to the international development of a brand that is synonymous with originality, personality, creativity and femininity.





FLORENCE
Piazza della Signoria





FLORENCE
Via dei Calzaiuoli

ITALY

*This is where
★ the magic
happens*





ROME
Via dei Condotti



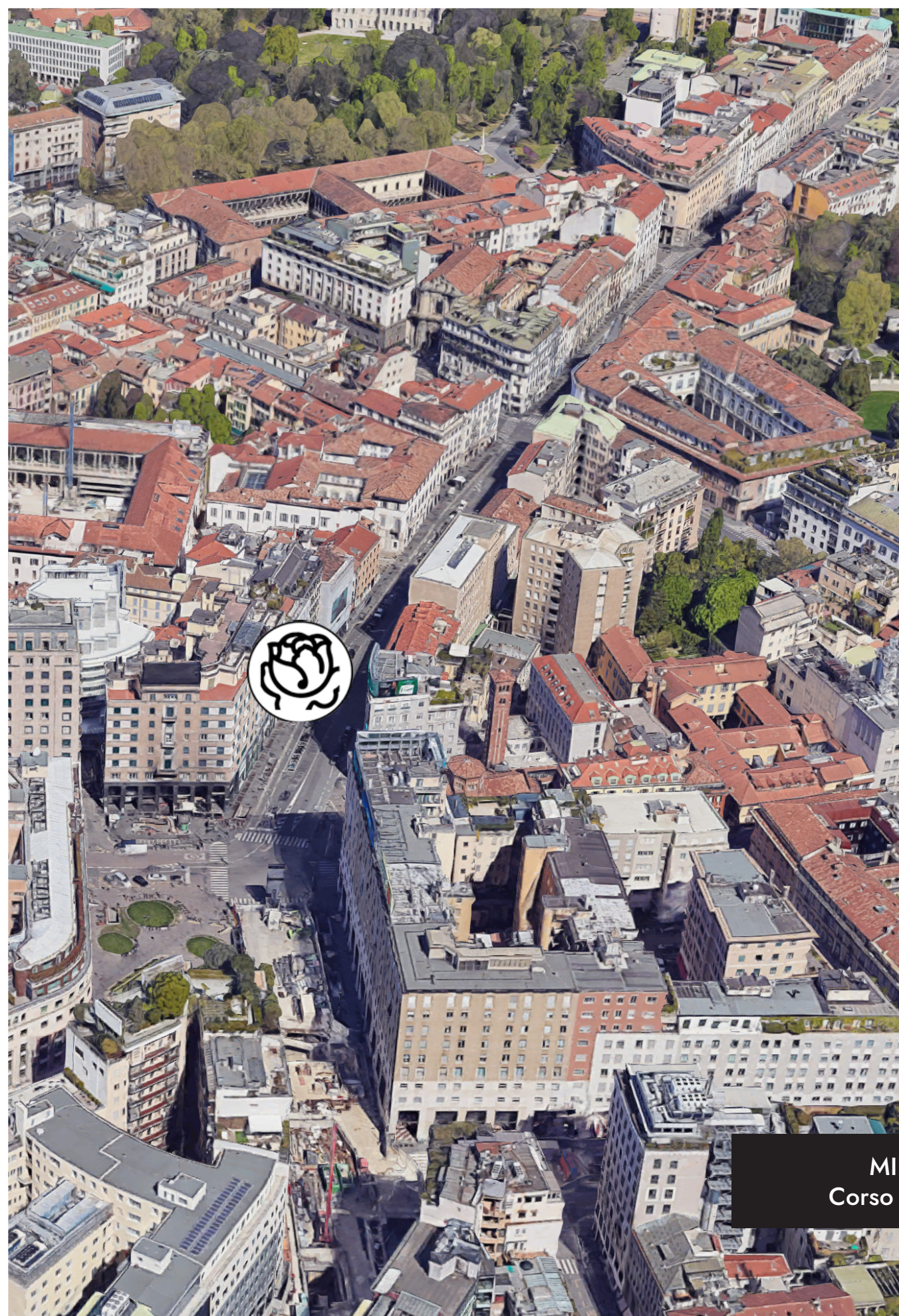
ITALY



EUROMA2



ITALY



MILAN
Corso Venezia



ITALY



PALERMO
Via della Libertà





PARIS
Rue Saint Honoré

FRANCE





PALMA DE MALLORCA
Calle Jovellanos

SPAIN

braccialini



TALLIN
Viru tänav



PAJU CITY
Heyrimaeul-gil



SEOUL
Banpo-daero



ROSTOV ON DON
TRK Gorizont, ulitsa Nagibina



GRAZIELLA
braccialini

DUBAI
Nakheel Mall

DUBAI
Dubai Mall

DUBAI
Ain Dubai

TURKEY

ISTANBUL
Nuruosmaniye Caddesi

FRANCHISING, CORNER & SHOP IN SHOP

Il concetto di boutique di Graziella Braccialini rievoca un ambiente idilliaco per l'insolito spirito che il mondo artistico del brand veicola. Un gruppo di architetti e designers ha ideato un nuovo e originale sistema per la creazione e l'allestimento di negozi monomarca in tutto il mondo, in sintonia con la filosofia e l'immagine del marchio.

Tra le formule commerciali più apprezzate e diffuse rientra il franchising che intende garantire un equilibrato sviluppo geografico della rete distributiva, una visibilità del marchio a livello locale e globale, e nuove opportunità di sviluppo imprenditoriale attraverso tre tipologie di "concept store" a seconda del livello di punto vendita richiesto e della location (dal più lussuoso flagship store al semplice monomarca).

Il Programma Corner e Shop-in-shop, infine, permette l'inserimento dell'immagine di Graziella Braccialini all'interno dei negozi multimarca: dai semplici spazi dedicati ai corner personalizzati, fino agli esclusivi shop-in-shop totalmente arredati, veri e propri negozi dentro un negozio.

Le nostre boutique nel mondo:

- | | |
|---|------------------------------------|
| ■ Italy: Firenze, Roma, Milano, Palermo. | ■ Spain: Palma de Mallorca. |
| ■ Estonia: Tallin. | ■ UAE: Dubai. |
| ■ France: Parigi. | ■ Turkey: Istanbul. |
| ■ South Korea: Paju City, Seoul. | |
| ■ Russia: Rostov On Don. | |

FRANCHISING, CORNER & SHOP IN SHOP

The Graziella Braccialini's boutique concept evokes an idyllic setting for the unusual spirit which the brand's artistic world conveys. A group of architects and designers have created a new and original system for the creation and setting up of single-brand stores all over the world, which are aligned with the brand's philosophy and image.

One of the most popular and widespread business models is franchising. This is intended to provide a balanced geographical development of the distribution network, visibility of the brand locally and globally, and new opportunities for entrepreneurial development through three types of "concept stores" depending on the level of sales points required and the location (from the most luxurious flagship store to the simple single-brand store).

Finally, the Corner and Shop-in-shop programme allows the Graziella Braccialini image to be inserted in multi-brand stores: from simple dedicated spaces to personalised corners, up to exclusive fully-furnished shop-in-shop setups, which are like stores within a store.

Our boutiques in the world:

- | | |
|---|------------------------------------|
| ■ Italy: Florence, Rome, Milan, Palermo. | ■ Spain: Palma de Mallorca. |
| ■ Estonia: Tallin. | ■ UAE: Dubai. |
| ■ France: Paris. | ■ Turkey: Istanbul. |
| ■ South Korea: Paju City, Seoul. | |
| ■ Russia: Rostov On Don. | |

LA MAGIA NASCE
DALL'UNIONE DI DUE MONDI:

BORSE & GIOIELLI

MAGIC COMES FROM THE
UNION OF TWO WORLDS:

BAGS & JEWELS



LA COMUNICAZIONE

Graziella Braccialini parla di sé non solo attraverso il prodotto, ma da sempre veicola la propria immagine e il proprio mondo esprimendosi sui principali canali di comunicazione con simboli e stili che rispecchiano il DNA del marchio. Con forte incisività, credibilità ed imprevedibile creatività. Oggi l'azienda investe per rafforzare l'immagine del brand e comunicare direttamente alla clientela di riferimento in modo sempre alternativo e stimolante. Stampa e affissioni, allestimenti nelle principali metropoli del mondo, spot sulle emittenti televisive, eventi e sfilate di moda con ospiti e vip di richiamo internazionale: tutto viene attentamente studiato dal team di marketing e comunicazione, con il supporto e l'attività di vari uffici stampa. La rete comunicativa è oggi animata dall'obiettivo di presentare l'unicità di Graziella Braccialini, con borse gioiello preziose e raffinate che vogliono regalare l'emozione di oggetti unici e artigianali, valorizzando la creatività del miglior made in Italy e raccontando una bella storia d'amore tra due aziende fondate da imprenditrici, due aziende al femminile e due aziende specializzate in prodotti rivolti alle donne.



LUXURY CAMPAIGN

COMMUNICATION

Graziella Braccialini does not advertise itself solely through the product. It has always promoted its image and its world through appearances on the main communication channels using symbols and styles which reflect the brand's DNA. With incisiveness, credibility and unpredictable creativity. Today, the company is investing resources to strengthen the brand image and communicate directly to its target customers in a constantly alternative and stimulating way. Press releases and billboards, displays in the major cities worldwide, television commercials, events and fashion shows with high-profile international guests and VIPs: everything is carefully planned by the marketing and communication team, with the support and activity of various press offices. The current driver of the communication is to present Graziella Braccialini's uniqueness, with precious, refined jewelled bags which reward customers with the emotion of owning a unique, handcrafted object. In so doing, they are highlighting the creativeness of the best Made in Italy products, while recounting a beautiful love story between two companies founded by women entrepreneurs, two female businesses and two companies specialising in products aimed at women.



MILAN



PARIS



MOSKOW



HONG KONG

LA MODA
DIVENTA GIOIELLO
FASHION BECOMES JEWEL





Graziella Braccialini S.p.A.

Sede legale: Via di Casellina 61/D 50018, Scandicci (FI) - P.I. 01388540518 - REA FI - 564449 - info@braccialini.it - PEC: graziella.group@pec.it