

Braccialini
/ GRAZIELLA BRACCIALINI

F I R E N Z E

This is where the magic happens

UN NUOVO INIZIO

A NEW BEGINNING

Graziella Group ha annunciato l'acquisto della storica azienda fiorentina Braccialini nel marzo 2017. L'unione di queste due realtà, entrambe forti di un'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 diventato così parte integrante delle aziende controllate da Graziella Holding, contribuendo a potenziare le capacità del gruppo.

Una collaborazione rivoluzionaria è quindi iniziata tra Graziella e Braccialini, con l'intenzione di combinare moda e oro, tra borse e gioielli. Questa collaborazione ha visto una condivisione completa di know-how, strategie, percorsi produttivi e orizzonti commerciali, che ha trovato espressione pratica nell'unione ufficiale nel gennaio 2023 in una singola identità: Graziella Braccialini. Oggi, questo progetto è rappresentato da collezioni caratterizzate da eleganza, creatività e colore, ma anche da innovazione, artigianalità Made in Italy e glamour contemporaneo. Le borse sono adornate con pietre preziose, metalli, e i gioielli sono combinati con nuove linee di bijoux, posizionandosi nel dominio dell'alta moda e esprimendo la personalità forte ed esuberante del portatore, con una consapevolezza più vibrante che mai.

In March 2017, the Graziella Group 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.

A revolutionary partnership has, therefore, started between Graziella and Braccialini, with the aim of combining fashion and gold, between bags and jewellery. This partnership has seen a complete sharing of know-how, strategies, production pathways and commercial horizons, where the practical outcome was the official union in January 2023 into a single identity: Graziella Braccialini. Today, this project is represented by collections characterised not only by their elegance, creativity and colour, but also by their innovation, Made in Italy craftsmanship and contemporary glamour. The bags are adorned with gemstones, metals, and jewellery which are combined with new lines of costume jewellery, positioning themselves in the realm of haute couture and expressing the strong and exuberant personality of the wearer, with an awareness that is more vibrant than ever.



Braccialini
/ GRAZIELLA BRACCIALINI

F I R E N Z E

LA NOSTRA STORIA

OUR HISTORY





SETTANT'ANNI DI STORIA & CREATIVITÀ

Borse con 70 anni di storia, creatività, innovazione e passione. Gioielli con carattere inimitabile, attenzione ai dettagli e qualità del Made in Italy.

Dal 2017, l'eredità lasciata da Carla Braccialini è stata raccolta e rinnovata dall'azienda di oreficeria Graziella che ha dato vita ad un inedito e originale connubio tra borse e gioielli. I due marchi toscani hanno molte cose in comune: l'esperienza di Graziella è stata anch'essa avviata da una donna, Graziella Buoncompagni, che ha iniziato a creare gioielli in oro e argento nel 1958, con una forte componente di creatività, artigianalità e originalità. Osare e sperimentare, inventare e modellare: questa è la visione che ha animato Carla Braccialini, straordinaria fondatrice del marchio Braccialini. Creare e studiare le tendenze, innovare ed investire nei giovani: questa è la filosofia di Graziella Buoncompagni, fondatrice e presidente onorario del marchio Graziella. Sono passati 70 anni da quella prima borsa, 70 anni da quel primo laboratorio di oreficeria. Storia di successi nazionali ed internazionali che hanno fatto sì che oggi Graziella Braccialini rappresenta una delle aziende italiane più affermate e riconosciute. Questa sinergia è raccontata oggi da collezioni caratterizzate da eleganza, creatività e colore, ma anche da innovazione, artigianalità italiana e glamour contemporaneo.

Le borse sono impreziosite e arricchite dall'applicazione dei gioielli frutto dell'esperienza e della creatività degli artigiani di Graziella, andando così a proporre prodotti unici. Un'unicità rappresentata proprio dalla combinazione ideale di pelli, pietre preziose e metalli che dà vita a queste creazioni. Un must have per una personalità forte ed esuberante.

Se è vero che ogni borsa è l'estensione naturale delle mani di una donna, allora in essa entra ed esce la vita di ogni giorno con tutte le sue gioie e le sue fantasie.

Nella borsa c'è tutta la tua vita!

SEVENTY YEARS OF HISTORY & CREATIVITY

Bags with 70 years of history, creativity, innovation and passion. Jewellery with a unique character, attention to detail and Made in Italy quality.

Since 2017, Carla Braccialini's legacy has been absorbed and renewed by the jewellery company Graziella and this has resulted in a novel and original pairing of bags and jewellery. The two Tuscan brands have many things in common: Graziella was also started by a woman, Graziella Buoncompagni, who started her own gold and silver jewellery design business in 1958, with a strong component of creativity, craftsmanship and originality. Carla Braccialini, the Braccialini brand's extraordinary founder, was driven by a vision to dare, experiment, invent and shape. 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. 70 years have passed since that first bag, 70 years since that first jewellery making workshop. A history of national and international success that has made Graziella Braccialini one of Italy's most successful and recognised companies.

This synergy is shown today in collections characterised not only by their elegance, creativity and colour, but also by their innovation, Italian craftsmanship and contemporary glamour. The bags are embellished and enriched by the addition of jewellery, the product of the experience and creativity of Graziella's artisans, and thus offering unique products. A uniqueness exemplified by the ideal combination of leathers, precious stones and metals that give life to these creations. A must-have for a strong and exuberant personality.

If it is true that every bag is the natural extension of a woman's hands, then everyday life, with all its joys and fantasies, flows through this bag.

In your handbag there's all your life!

L'azienda conosce una rapida crescita sotto la guida del nuovo presidente Giovanni Battista Gori e di Maria Rosa Gori, con strategie imprenditoriali volte all'internazionalizzazione e all'affermazione nei mercati di tutto il mondo del brand Graziella Luxury.

The company experienced rapid growth under the leadership of the new CEO Giovanni Battista Gori and Maria Rosa Gori, with entrepreneurial strategies aimed at internationalisation and establishing the Graziella Luxury brand in markets all over the world.

Nasce il Centro Creatività, un vero e proprio laboratorio stilistico ideato per forgiare l'identità dell'azienda attraverso nuove linee di prodotti di lusso. Il centro fa affidamento sulle competenze di modellisti, artisti, scultori, designer e grafici per coniugare la tradizione orafa artigianale alle diversificate richieste dei singoli mercati.

The Creativity Centre was founded, a veritable styling workshop designed to forge the company's identity through new luxury product lines. The centre relies on the skills of model-makers, artists, sculptors, designers and graphic designers to combine traditional goldsmithing with the diversified demands of individual markets.

Nuovi orizzonti nei mercati orientali: Graziella inaugura il primo megastore a Istanbul che configura uno snodo cruciale con cui rinforzare il processo di internazionalizzazione e con cui consolidare ulteriormente la rete commerciale già attiva in numerosi Paesi di Asia, Africa e Est Europa.

New horizons in oriental markets: Graziella opened its first megastore in Istanbul, a crucial hub for strengthening the internationalisation process and further consolidating the sales network already active in numerous countries in Asia, Africa and Eastern Europe.

Graziella Braccialini apre nuovi punti vendita in Italia e all'estero. Seguono negozi a Roma, in Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti e franchising in Europa.

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 unisce gioiello e moda. Nuove aperture a: Firenze, Ponte Vecchio; Roma, via Condotti.

Graziella Braccialini combines jewellery and fashion. New openings in: Florence, Ponte Vecchio; Rome, via Condotti.

1958

In un piccolo laboratorio artigianale alle porte di Arezzo, la giovane Graziella Buoncompagni inizia a creare i suoi primi gioielli in oro caratterizzati da uno stile personale, elegante ed innovativo.

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

1990

2001

Non solo oreficeria: l'azienda estende la propria attività e iniziano gli investimenti in ulteriori settori, gettando le basi per il Graziella Holding. Questa rete di imprese in continua crescita è ospitata da una nuova sede moderna e polifunzionale ad Arezzo dedicata esclusivamente alle attività del gruppo.

Not only jewellery: the company extended its activities and began to invest in further sectors, laying the foundations for the Graziella Holding. This ever-growing network of companies was housed in a new, modern, multifunctional headquarters in Arezzo dedicated exclusively to the group's activities.

2004

2006

Taglio del nastro per il primo flagship store di Graziella nel centro storico di Firenze. Il consolidamento commerciale è affiancato da una parallela diversificazione della produzione con la linea Gold che è affiancata dalle nuove linee Diamond e Silver, e con l'ideazione delle linee di pelletteria Luxury Bag.

Ribbon-cutting ceremony for Graziella's first flagship store in the old town of Florence. Commercial consolidation was accompanied by a parallel diversification of production, with the Gold line flanked by the new Diamond and Silver lines and the creation of the Luxury Bag leather goods line.

2016

2017

Il percorso di brand extension conosce una tappa decisiva con l'ingresso nel Graziella Holding della storica maison fiorentina di pelletteria Braccialini che permette di dar vita un progetto innovativo nel settore della moda, scandito anche dal lancio di una nuova linea Bijoux abbinata alle collezioni di borse.

The brand extension process reached a decisive stage with the entry into Graziella Holding of the historic Florentine leather goods maison Braccialini, which enabled an innovative project to be launched in the fashion sector, also marked by the launch of a new Bijoux line combined with handbag collections.

2019

2021

Graziella Braccialini lancia un nuovo Retail Concept con le aperture a Firenze e Palermo. L'azienda presenta il progetto Gioiello e Moda che abbina due realtà del marchio - nasce una linea dedicata di bigiotteria e linea di Borse Gioiello.

Graziella Braccialini launches the new Retail Concept and opens new boutique 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 jewelled bags.

2022

2023

Introduzione della nuova linea Luxe in materiale pregiato utilizzando pelli in 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.

A PROPOSITO DI NOI

ABOUT US





COMPANY PROFILE

Graziella Braccialini rappresenta oggi una delle realtà più dinamiche nel panorama della moda in virtù dell'incontro tra borsa e gioiello. Profondamente radicata nel tessuto imprenditoriale italiano, l'azienda combina conoscenza e creatività per esprimere l'eccellenza dell'artigianalità toscana con una visione audace e internazionale. Europa, America, Africa, Russia, Medio Oriente, Cina, Corea del Sud e Giappone: in ogni angolo del mondo, il brand contribuisce alla costruzione dell'idea di irriproducibilità, autenticità e unicità del made in Italy.

COMPANY PROFILE

Graziella Braccialini today is considered one of the most dynamic businesses in the fashion industry by virtue of the fusion of bag and jewellery in its work. Deeply rooted in the Italian business landscape, the company combines knowledge and creativity to express the excellence of Tuscan craftsmanship with a bold and international vision. Europe, America, Africa, Russia, the Middle East, China, South Korea and Japan: in every corner of the world, the brand is helping to build the idea of the irreplaceability, authenticity and uniqueness of Made in Italy goods.

UNICO & UNIVERSALE

Graziella Braccialini presenta dei profili d'immagine che derivano dalla storia aziendale, dalle origini ad oggi. Ogni profilo è sviluppato in modo da determinare specifico posizionamento del prodotto attraverso le diverse linee di prodotti.

Valori universali del brand:

- **Graziella Braccialini**
Unicità = Creatività, Originalità, Estrosità contemporanea.

Valori unici delle linee:

- **Temì**
Made in Italy. Estrosità, Artigianalità, Unicità.
- **Braccialini**
Made in Italy. Connubio tra gioiello e moda.
- **braccialini *tw***
Glamour, Quotidianità urbana, Versatilità, Giusto mix colori, Trend del momento.

Graziella Braccialini è un'azienda che interpreta con maestria i desideri universali del pubblico per prodotti che siano al contempo attrattivi ed eccellenti. La combinazione di sapienza artigiana e Made in Italy, unita all'estro creativo nella scelta delle forme, dei materiali e dei dettagli, rende ogni creazione unica nel suo genere.

UNIQUE & UNIVERSAL

Graziella Braccialini presents image profiles that derive from the company's history, from its origins to the present day. Each profile is developed in such a way as to determine the specific placement of the product across the various product lines.

Universal values of the brand:

- **Graziella Braccialini**
Uniqueness = Modern Creativity, Originality, Style.

Unique values of the lines:

- **Temì**
Made in Italy. Style, Craftsmanship, Uniqueness.
- **Braccialini**
Made in Italy. A marriage of jewellery and fashion.
- **braccialini *tw***
Glamour, Urban everyday life, Versatility, Right colour mix, Current trends.

Graziella Braccialini is a company that skillfully interprets the universal desires of the public for products that are both attractive and of a high quality. The combination of the expertise of craftsmen and Made in Italy, together with the creative flair in the choice of shapes, materials and details, makes each creation unique.

METAFORA E SIMBOLO, SEGRETO E RAPPRESENTAZIONE

Ogni creazione di Graziella Braccialini rappresenta non solo un oggetto d'arte, ma anche un fulgore di inventiva e una vocazione alla sperimentazione. L'azienda è costantemente impegnata nell'esplorare nuovi materiali, forme insolite e contenuti innovativi, ponendo così la base per l'arte creativa che caratterizza il brand. Questa creatività è combinata con l'abilità di trasformare idee in linee di prodotti innovativi e distintivi.

Ogni borsa e accessorio è frutto di un attento processo creativo guidato da un team interdisciplinare di artigiani, designer e modellisti. Materiali come pelle, velluto, raffia e metallo - ciascuno con le proprie consistenze e connotazioni - diventano protagonisti assoluti. La sinergia con l'esperienza orefice di Graziella ha permesso di impreziosire ogni borsa anche con pietre, argento, oro e gioielli. Il risultato è una gamma di prodotti dall'aspetto leggero, moderno, e pieno di personalità, testimone della competenza e del savoir-faire delle due aziende. Una particolare sensibilità, inoltre, è sempre più attenta verso l'ecosostenibilità e la GreenFashion, con una marcata attenzione verso la ricerca e lo sviluppo di linee realizzate con materiali vegetali e con processi sempre più attenti all'ambiente.

Progetti e obiettivi:

- Posizionare l'azienda Graziella Braccialini in una precisa fascia di mercato, alta e di tendenza, rispondere alle aspettative del target agendo da una parte su una maggiore definizione, appartenenza e riconoscibilità del prodotto, ampliando dall'altra la gamma delle soluzioni e degli accessori offerti.

A chi si rivolge l'azienda:

- La donna Graziella Braccialini è colta e intraprendente, sempre desiderosa di farsi notare in modo originale e contemporaneo. Non è una che segue ciecamente la moda, ma piuttosto una che crea il proprio stile unico e arricchisce il proprio look in maniera audace e libera. Per lei, un accessorio non è semplicemente un complemento, ma un segno distintivo di qualità ed esclusività.

METAPHOR AND SYMBOL, SECRET AND REPRESENTATION

Each of Graziella Braccialini's creations represents not only an object of art, but also an outburst of creativity and a vocation for experimentation. The company is constantly engaged in exploring new materials, unusual shapes and innovative content, thus laying the foundation for the creative art that gives the brand its unique identity. This creativity is combined with the ability to transform ideas into innovative and distinctive product lines.

Each bag and accessory is the result of a detailed and thorough creative process led by an interdisciplinary team of craftsmen, designers and pattern makers. Materials such as leather, velvet, raffia and metal - each with their own textures and connotations - become the absolute protagonists. The synergy with jewellery-making experience of Graziella has allowed each bag to also be embellished with stones, silver, gold and jewellery. The result is a range of products with a light, modern appearance, full of personality, a testimony to the competence and savoir-faire of the two companies. In addition, there is an increased heightened awareness towards eco-sustainability and Green-Fashion, marked by an interest in the research and development of lines made from plant-based materials and processes that are increasingly environmentally friendly.

Projects and objectives:

- *Positioning the Graziella Braccialini company in a specific market segment, which is high-end and trendy, meeting the expectations of the target audience by acting on the one hand on a greater definition, affiliation and recognisability of the product, on the other hand expanding the range of solutions and accessories offered.*

Who the target audience of the company is:

- *Graziella Braccialini is an educated and enterprising woman, always eager to stand out in an original and contemporary way. She is not someone who blindly follows fashion, but rather someone who creates her own unique style and enriches its look in a bold and unrestricted way. For her, an accessory is not simply to complete something else, but rather a distinctive sign of quality and exclusivity.*

LA SEDE BRACCIALINI

BRACCIALINI HEADQUARTERS



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 COLLEZIONI
COLLECTIONS





Braccialini
/ GRAZIELLA BRACCIALINI

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 Graziella 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.

LUXE

Sapiente connubio tra maestria artigiana pellettiera ed alta gioielleria. Sofisticata ed eccentrica, realizzata interamente a mano, connubio perfetto tra tradizione pellettiera fiorentina e nuove tecniche di lavorazione ed espressione. Un gioiello ideale per chi desidera fare proprio un prodotto stravagante, esclusivo e raffinato.

LUXE

A skilful combination of leather craftsmanship and fine jewellery. Sophisticated and eccentric, made entirely by hand, the perfect combination of Florentine leather tradition and new processing and expression techniques. An ideal jewel for those who want to make their own distinctive, exclusive and sophisticated product.



TEMI

La collezione della linea Temi, nata nel 2002, è frutto della creatività di Carla Braccialini. Fin dalla sua creazione questa affascinante selezione di modelli si è rivelata un successo, uno strumento fondamentale per l'affermazione dell'immagine aziendale e la riconoscibilità del marchio Braccialini.

Ogni borsa della linea Temi viene interamente realizzata a mano: la caratteristica costruzione "in forma" segue i dettami della più alta lavorazione artigianale. Ogni borsa è composta da 50 a 100 componenti di base arricchiti da altrettanti accessori in metallo. Da più di 70 anni Braccialini coltiva la passione per l'alta qualità della lavorazione a mano e la lavorazione di materiale pregiati per creare prodotti artigiani il cui valore viene riconosciuto in tutto il mondo.

I nostri artigiani dedicano una cura costante a tutte le fasi della lavorazione, utilizzando materiali esclusivi e le tecnologie più all'avanguardia. Ogni capolavoro di stile e manodopera artigiana impegna in media dai 4 ai 6 mesi di lavorazione. L'uso di pellami pregiati, unito alla ricca selezione di applicazioni e ricami rende ogni borsa Temi un piccolo capolavoro dell'arte pelletteria italiana.

TEMI

The collection of the Temi line, created in 2002, is the result of Carla Braccialini's creativity. Since its creation, this fascinating selection of models has proven to be a success, a fundamental tool for the affirming the company's image and the recognisability of the Braccialini brand.

Each bag in the Temi line is entirely handmade: the characteristic "in form" construction follows the principles of the highest artisan craftsmanship. Each bag consists of 50 to 100 basic components enriched with as many metal accessories. For more than 70 years, Braccialini has cultivated a passion for the high quality of handmade workmanship and the processing of fine materials to create artisan products whose value is recognised all over the world.

Our craftsmen dedicate constant care to all stages of their work, using exclusive materials and the most advanced technologies. Each masterpiece of style and craftsmanship requires an average of 4 to 6 months of work. The use of fine leathers, combined with the rich selection of applications and embroidery makes each Temi bag a small masterpiece of Italian leather art.



AUDREY

Unica nel suo genere, Audrey è l'immane gioiello del guardaroba di una Donna sofisticata e di spiccato carattere.

Vero e proprio accessorio gioiello, grazie alla sua ricercata costruzione, alla sofisticatezza e alla stravaganza dei suoi pregiati pellami, alle elaborate tecniche di lavorazione pellettiera e alla raffinatezza degli esclusivi accessori in metallo, sancisce il connubio tra maestria artigiana pellettiera ed alta gioielleria.

Iconico modello senza tempo, dopo un'accurata ricerca, il suo primo prototipo nasce nel 2019, per poi essere depositato poco dopo sotto la Firma Graziella Braccialini.

Mai scontata, ogni stagione rinnova le sue pattine con tecniche di lavorazione innovative e di rottura, ogni volta inaugurando un design elaborato nuovo, combinato a dettagli in metallo di pregio e forte personalità.

Una borsa di indiscusso valore, realizzata con materiali pregiati e lavorazioni artigianali accurate. Un gioiello ideale per chi desidera fare proprio un accessorio esclusivo, stravagante e raffinato, studiato in ogni suo più piccolo dettaglio con dovizia di particolare e maestria artigiana.

AUDREY

One of a kind, Audrey is the must-have piece in the wardrobe of a sophisticated woman with a strong character.

A true jewellery accessory, thanks to its refined construction, the sophistication and extravagance of its fine leathers, the elaborate leather processing techniques and the exclusive metal details, it enshrines the combination of leather craftsmanship and exquisite quality jewellery.

An iconic and timeless model, the first prototype was developed following intense research in 2019 and registered shortly thereafter under the name Graziella Braccialini.

Never taken for granted, every season it renews its flaps with innovative and ground-breaking processing techniques, each time inaugurating a new intricate design, combined with high quality metal details and a strong personality.

A bag of undisputed value, made with high quality materials and meticulous craftsmanship. An excellent choice for those seeking a unique, lavish, and sophisticated accessory, designed with meticulous attention to detail and craftsmanship.





PENELOPE

Romantica e strutturata.
Romantic yet structurally defined.



LADY

Compatta e versatile.
Compact and versatile in functionality.



IRIS

Sinuosa e capiente.
Elegantly graceful and spacious.



LILY

Design classico, anima ribelle.
Classic design, rebellious spirit.



CLIO

Design innovativo, modello registrato.
Innovative design, registered model.

GIOIELLI
JEWELLERY



LE NOSTRE CREAZIONI GOLD

Lusso ed eleganza sono espressi attraverso l'eccellenza della tradizione dell'oreficeria Made in Italy reinterpretata in una chiave contemporanea per incontrare le esigenze dei diversi mercati.

OUR CREATIONS GOLD

Luxury and elegance are the hallmarks of the excellence of the Made in Italy jewellery tradition reinterpreted in a contemporary way to satisfy the needs of the most diverse markets.



LE NOSTRE CREAZIONI SILVER

Creatività e stile dell'alta gioielleria vengono declinati in linee dalle forme moderne e sinuose nate dall'unione tra argento, pietre naturali e materiali alternativi. Il tutto, in gioielli con temi e con forme caratterizzati dal gusto e dalla ricercatezza tipici delle produzioni griffate Graziella.

OUR CREATIONS SILVER

Creativity and style of high-end jewellery expressed in lines with modern and sinuous shapes that arise from the combination of silver, natural stones and alternative materials. All of this in jewellery that expresses themes and shapes characterised by the distinctive style and elegance of Graziella products.



LE NOSTRE CREAZIONI BIJOUX

Leggerezza e colore si combinano in linee di alta bigiotteria che, identificate da un tratto stilistico contemporaneo e occidentale, si prestano ad essere indossate anche nella quotidianità.

La qualità dei materiali utilizzati e la cura manuale della produzione rendono prezioso ogni prodotto bijoux.

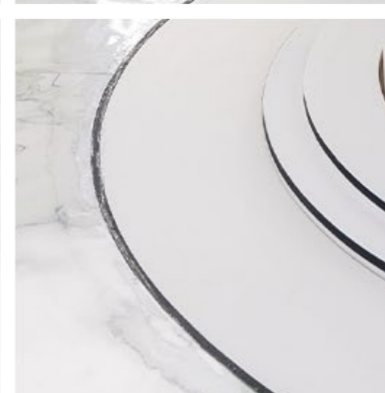
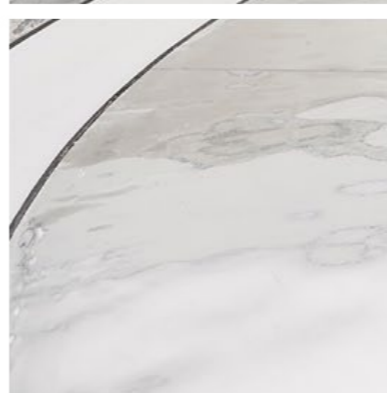
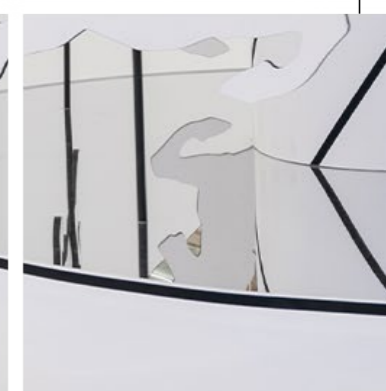
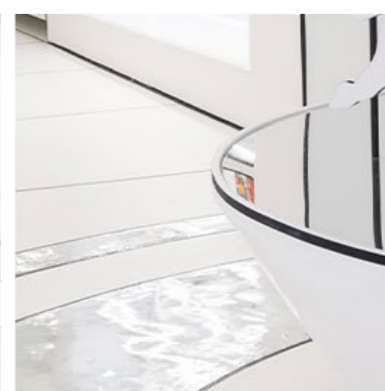
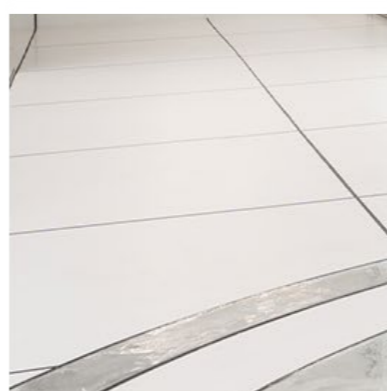
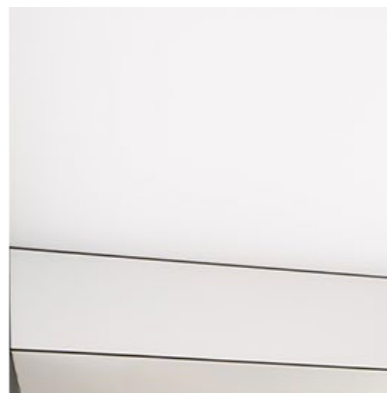
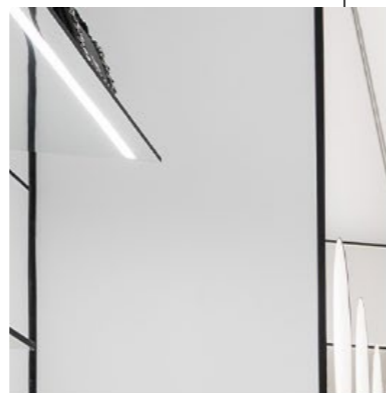
OUR CREATIONS BIJOUX

Lightness and colour come together in exquisite costume jewellery lines that evoke a contemporary, western style that are also ideal for everyday wear.

The quality of the materials used and the attentive manual production enrich every item of costume jewellery.

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 etherea, 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
Ponte Vecchio

ITALY



Braccialini
GRAZIELLA BRACCIALINI



FLORENCE
Piazza della Signoria

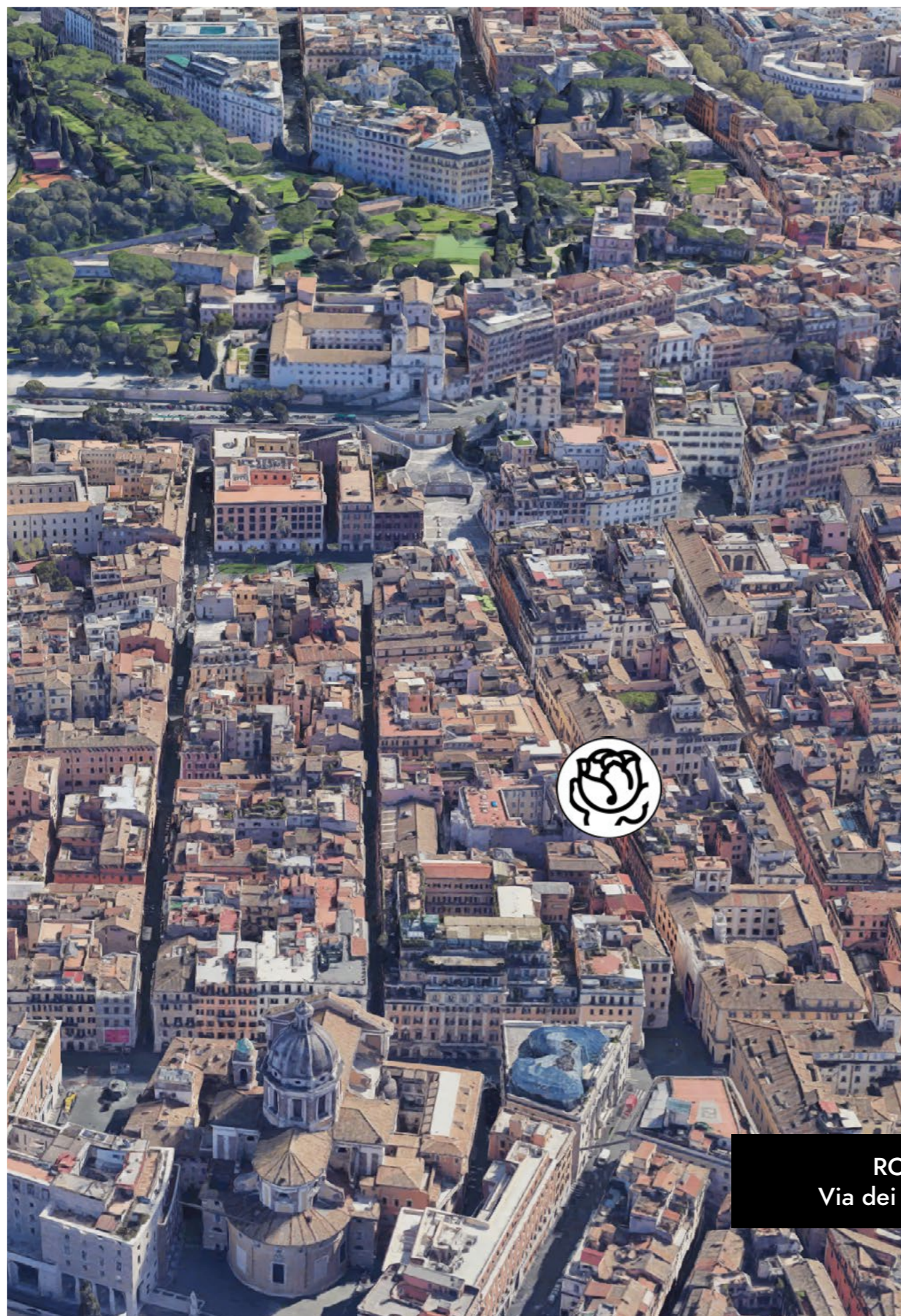




FLORENCE
Via dei Calzaiuoli

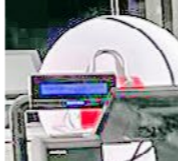
ITALY





ROME
Via dei Condotti

ITALY

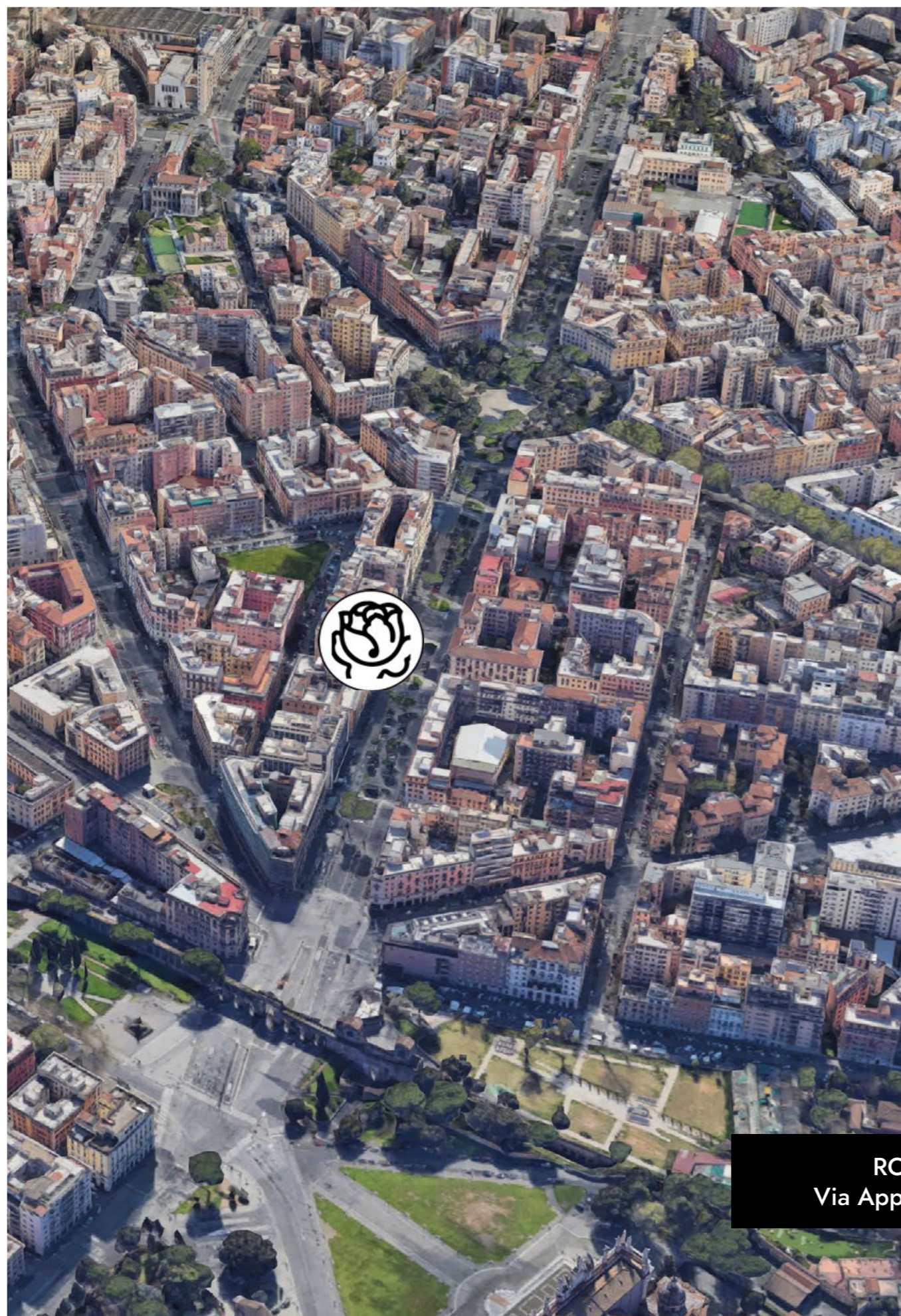




ROME
Via Frattina

ITALY

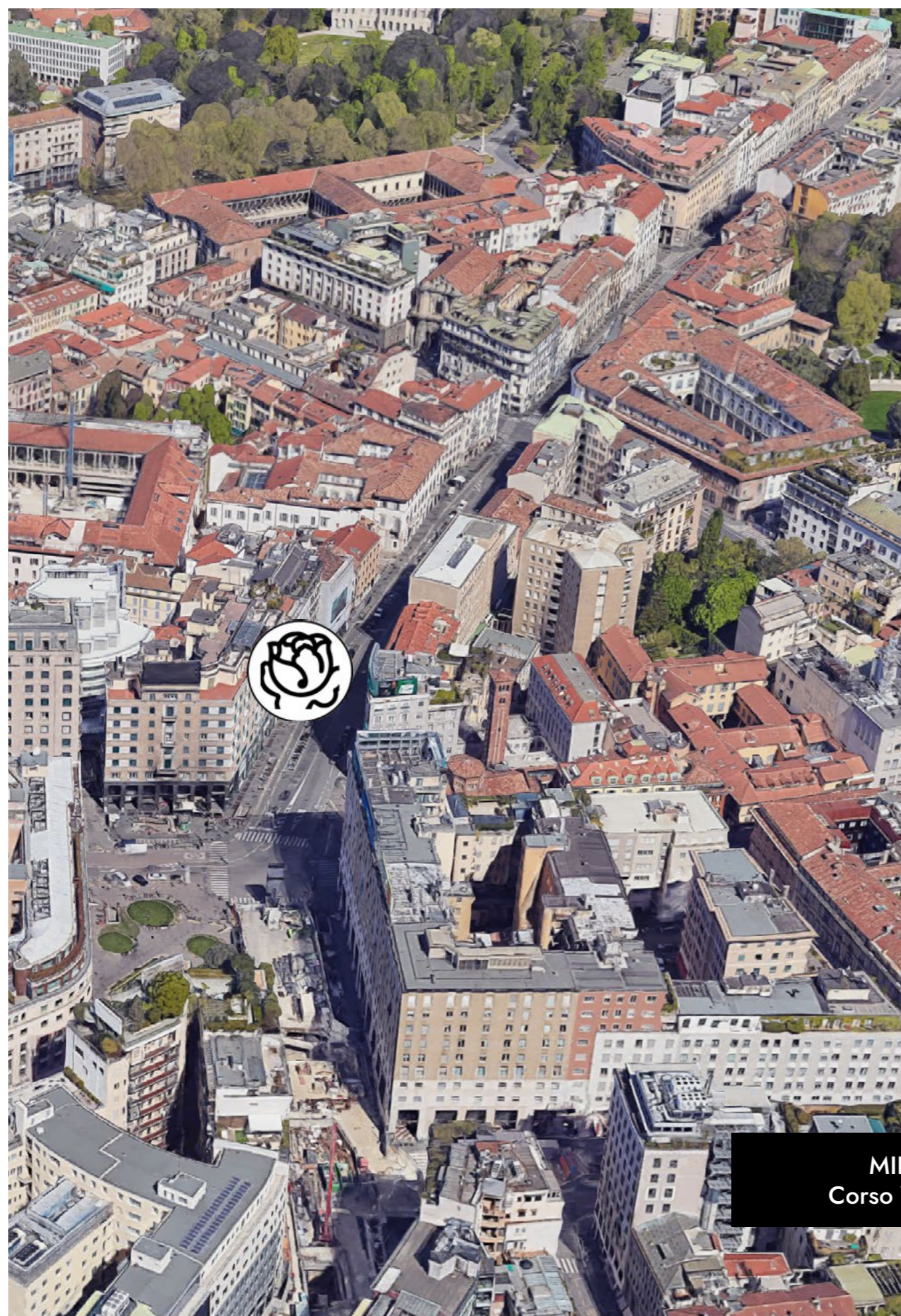




ROME
Via Appia Nuova

ITALY





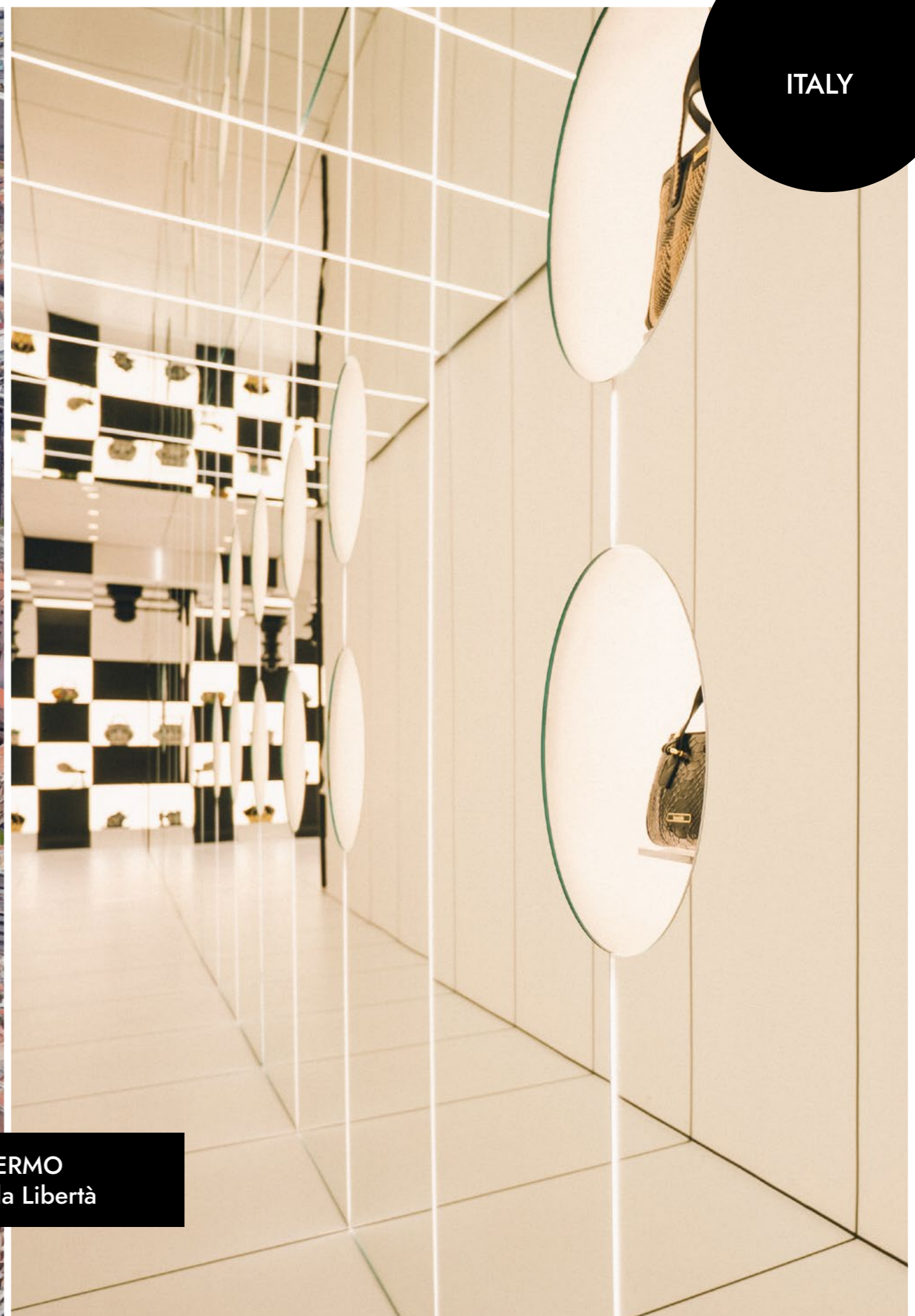
MILAN
Corso Venezia



ITALY



PALERMO
Via della Libertà





PARIS
Rue Saint Honoré

FRANCE

braccialini





PALMA DE MALLORCA
Calle Jovellanos

SPAIN

braccialini



ESTONIA

TALLIN
Viru tänav





HO CHI MINH
Union Square mall



PAJU CITY
Heyrimaeul-gil



SEOUL
Banpo-daero



ROSTOV ON DON
TRK Gorizont, ulitsa Nagibina





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.
- **Russia:** Rostov On Don.
- **Estonia:** Tallin.
- **Spain:** Palma de Mallorca.
- **France:** Parigi.
- **UAE:** Dubai.
- **Vietnam:** Ho Chi Minh.
- **Turkey:** Istanbul.
- **South Korea:** Paju City, Seoul.

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.
- **Russia:** Rostov On Don.
- **Estonia:** Tallin.
- **Spain:** Palma de Mallorca.
- **France:** Paris.
- **UAE:** Dubai.
- **Vietnam:** Ho Chi Minh.
- **Turkey:** Istanbul.
- **South Korea:** Paju City, Seoul.

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



Braccialini
/ GRAZIELLA BRACCIALINI
FIRENZE

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