

# Keep Out<sup>®</sup>

## bracelets

Secondo un'antica leggenda dell'America Latina, le nonne avevano l'usanza di regalare a figlie, nipoti e nuore, un ditale in argento per proteggerle da ogni sorta di pericolo.

Un po' di magia, un po' di leggenda.

Tutto ciò che devi fare è crederci!

Indossalo per sempre.

**NEL POSTO  
GIUSTO AL  
MOMENTO  
GIUSTO**

*"Lavoro da 11 anni nel campo delle pietre preziose, pietre sciolte senza montatura.*

*Ogni pietra ha un'anima, una storia da raccontare: il paese di provenienza, il colore, la purezza, la forma.*

*Amo raccontare la loro vita, ed è proprio questa passione che mi ha permesso di creare una collezione di gioielli con una forte identità, lontana dal semplice accessorio di moda del momento.*

*Mia madre ha avuto una merceria per vent'anni, ditali, bottoni, nastri, sono immersa in questo mondo da sempre.*

*La storia di Keep Out nasce per caso: alcuni anni fa, regalai un bracciale con un ditale da merceria e sfere di legno ad una cliente francese di origine sudamericana, la quale, colpita dall'originalità del mio regalo, iniziò a raccontarmi la storia di una meravigliosa tradizione del suo paese che aveva come protagonista proprio il "ditale". Si narra infatti, che le nonne, un tempo, regalassero questo piccolo oggetto a figlie, nuore e nipoti in procinto di lasciare il sicuro focolare domestico, per iniziare una nuova avventura. Il ditale era quindi un simbolo di protezione dai pericoli della vita. L'ascoltai per ore.*

*Affascinata da questa storia da raccontare, nel 2013 iniziai, supportata da uno staff di professionisti del settore, ad approfondire le ricerche che durarono 6 mesi. "sarà vera questa storia?", "come mai nessuno ha mai pensato di creare una collezione di gioielli con il ditale?"*

*Riuscimmo a scoprire che il brevetto ufficiale del ditale apparteneva ad una coppia di francesi che non ha mai dato l'autorizzazione di utilizzare questo piccolo oggetto per realizzare accessori.*

*Forse è vero che a volte ci si trova nel posto giusto al momento giusto, chi lo sa ... certo è che Keep Out ora è la mia famiglia, è una parte di me che amo condividere ogni giorno con tutti coloro che credono in questo progetto.*

*In fondo il ditale è nelle case di tutti, senza distinzione di razza, religione, ceto sociale, paese e sesso: un buon presupposto per portare Keep Out in tutto il mondo e raccontarne la sua storia.*

*Ed infine chi non vorrebbe provare ancora quella dolce sensazione di protezione che riuscivano a trasmetterci le nostre amate nonne?*

*Buon Keep Out a tutti! "*

Stefania Gagliardone



## L'AZIENDA

Il brand italiano Keep Out nasce dalla passione e dalla straordinaria creatività della giovane imprenditrice casalese Stefania Gagliardone, dealer professionista del settore delle pietre preziose da diversi anni e fondatrice dell'Azienda Hang Loose con sede a Casale Monferrato dal 2014.

L'intuizione di rendere il ditale da cucito il protagonista di un'elegante linea di gioielli "portafortuna" in argento, prende vita dal racconto di un'antica tradizione dell'America Latina secondo la quale, il piccolo oggetto, ormai desueto, veniva un tempo regalato dalle nonne come simbolo di amore e protezione.

Affascinata dalla storia, Stefania Gagliardone, affiancata da un team di professionisti del settore, crea nel settembre del 2014 il marchio Keep Out, un brand tutto italiano, registrato, brevettato e protetto in tutto il mondo: bracciali, collane, orecchini e anelli, vengono esclusivamente realizzati a mano Valenza, città leader in tutto il mondo nel settore della gioielleria e oreficeria.

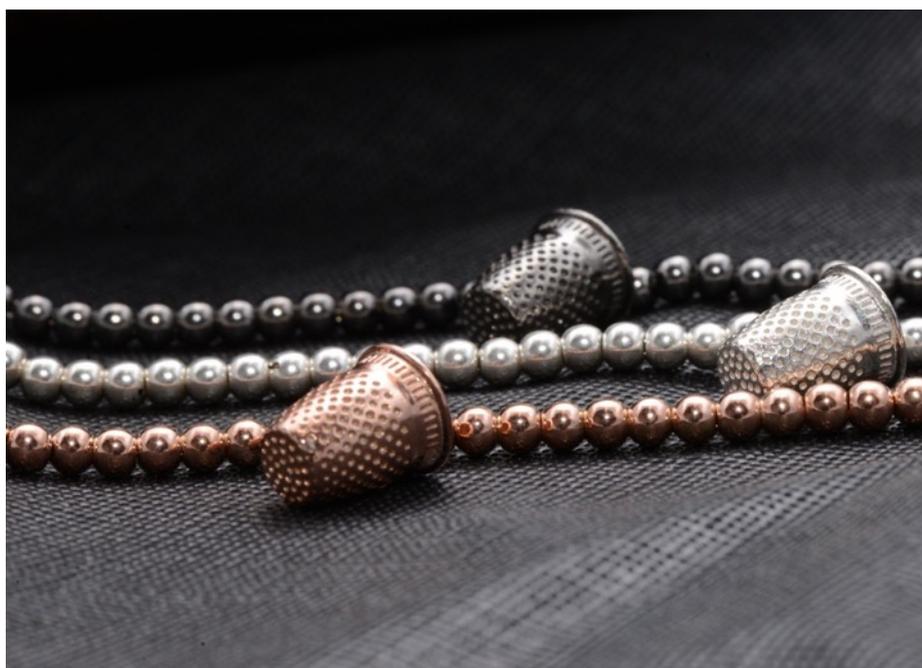
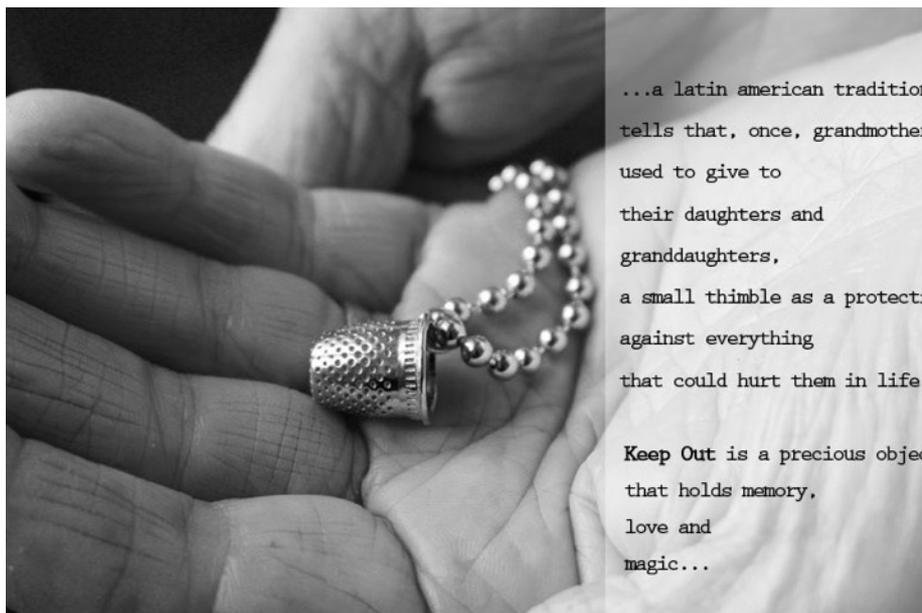
Oggi, il brand è esteso, oltre alla gioielleria, anche a diversi settori commerciali come abbigliamento, accessori, gadgets, cosmesi, food&beverage.



## LA STORIA DI KEEP OUT

In una società in continuo cambiamento come la nostra, tramandare tradizioni, riti e simboli di generazione in generazione è molto importante per mantenere viva la cultura e la storia di un Paese.

L'idea di **Keep Out**, nasce proprio dal racconto di un'antica usanza dell'America Latina, che narra la storia di un gesto d'amore, di tradizione e di famiglia. Si racconta, infatti, che un tempo le nonne, regalassero alle figlie e alle nipoti, pronte a lasciare la sicurezza del focolare domestico, un piccolo ditale, simbolo di protezione da tutto ciò che "punge nella vita". Il piccolo oggetto da cucito veniva poi tramandato di generazione in generazione, fortificandone il suo potere protettivo negli anni.



## LA MISSION

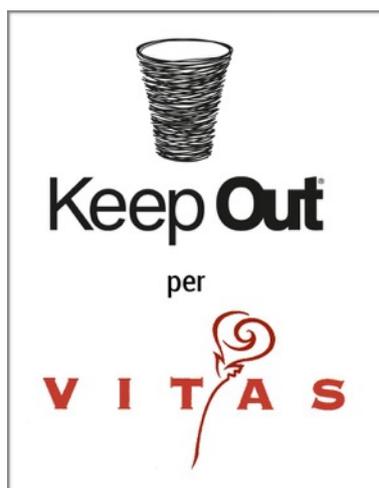
Il successo di **Keep Out** è legato al significato racchiuso in questo piccolo gioiello: *Keep Out* è un gesto d'amore, un racconto, è magia.

Chi indossa un Keep Out deve percepire quella piacevole e rassicurante sensazione di protezione da tutto ciò che ci può "pungere" ogni giorno, proprio come quella dolce sensazione che riuscivano a trasmetterci le nostre amate nonne.

Mission dell'azienda è quindi comunicare il fascino di una tradizione da tramandare attraverso la bellezza di un prodotto curato nei minimi dettagli, dalla scelta delle materie prime, al design finale che rispecchia perfettamente la qualità e la classe dei prodotti "Made in Italy".

Il valore che *Stefania Gagliardone* è riuscita a trasmettere rivisitando questo piccolo oggetto da cucito e l'equilibrato rapporto fra qualità e prezzo, hanno permesso all'azienda di diventare, nel giro di pochi anni, un marchio affermato in Europa e negli Stati Uniti.

**Keep Out**, inoltre, da più di un anno, supporta l'associazione casalese *Vitas Onlus*, dedicata all'assistenza domiciliare ai malati di cancro in fase avanzata, devolvendo 1 euro per ogni gioiello venduto.



Acquistando 1 Keep Out, 1 Euro verrà devoluto all'Associazione *Vitas Onlus* di Casale Monferrato, che si occupa dell'assistenza domiciliare ai pazienti malati di cancro in fase avanzata.

*Un regalo speciale. Un aiuto concreto.*

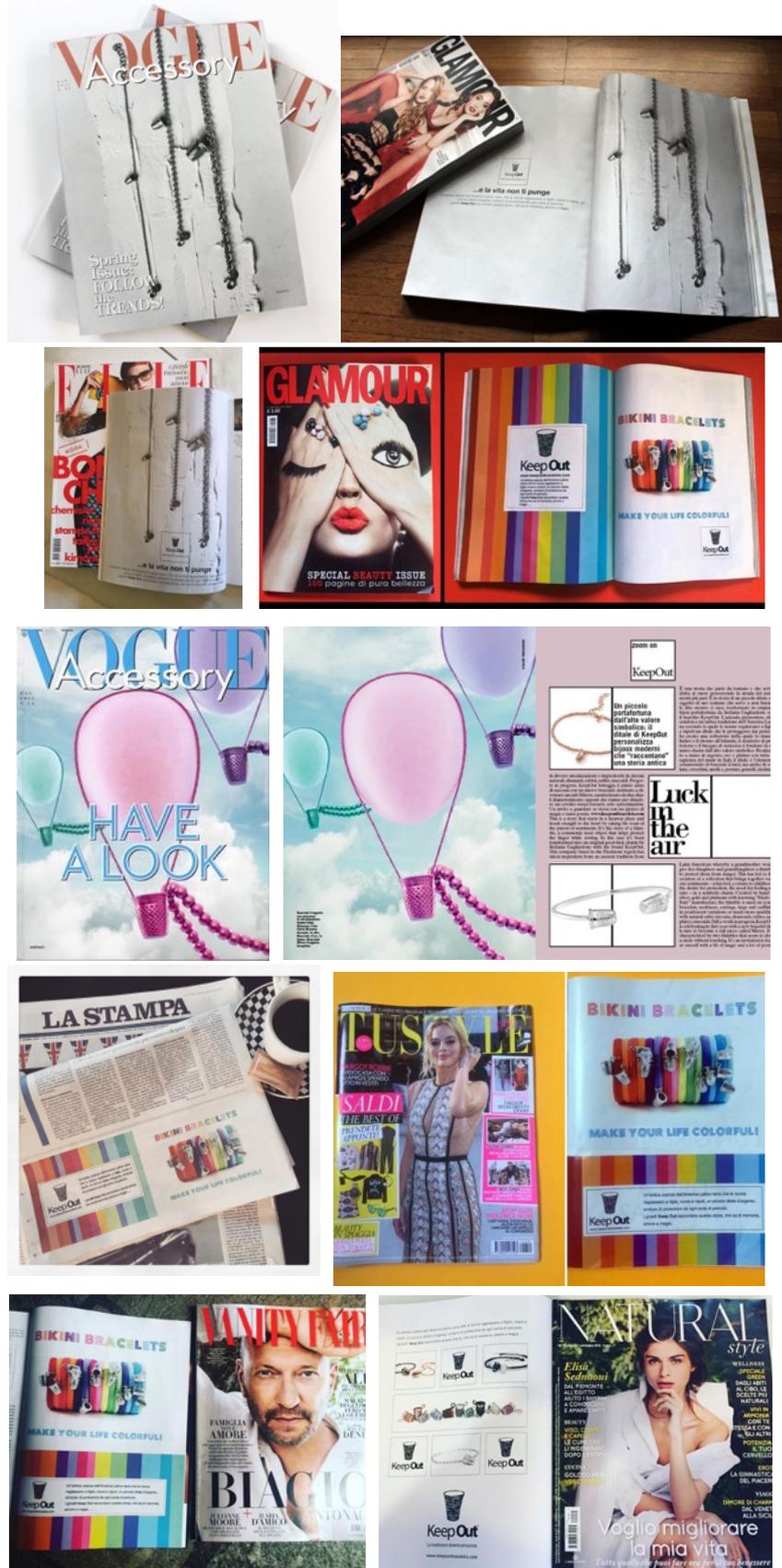
Grazie

## LA COMUNICAZIONE

Una comunicazione calibrata secondo le esigenze di un brand giovane. Le campagne pubblicitarie del marchio sono, infatti, pianificate sulle principali riviste specializzate, sui più importanti fashion magazine e sui principali Social Network.

Completano la strategia del brand, la partecipazione alle più importanti fiere di gioielleria e la partecipazione ad eventi pubblici durante i quali vengono proposte le nuove collezioni.

## RIVISTE



TV: LA 7/LA7d



Spot: "E la vita non ti punge"  
[www.keepoutbracelets.com/pages/video](http://www.keepoutbracelets.com/pages/video)

SOCIAL  
NETWORK &  
FRIENDS:  
Facebook/  
Instagram



*buon appetito!*



[selvaggialucarelli](#)



[@barbarasnellenburg](#)

EasyRepost.com



## LE COLLEZIONI

La collezione **Keep Out** offre un'ampia scelta di gioielli: bracciali, collane, orecchini, anelli, gemelli e molto altro ancora.

Ogni pezzo viene realizzato a mano da artigiani specializzati e prodotto in argento 925 con la variante in zirconi naturali.

I **Keep Out** possono anche essere realizzati in oro, platino e pietre preziose.

### BRACCIALI



### COLLANE



### ANELLI



### ORECCHINI



### WEDDING COLLECTION



## KEEP OUT JEWELS AND MORE

Il giovane brand di gioielli Keep Out Bracelets, legato alla tradizione sudamericana che narra l'usanza delle nonne di regalare a figlie, nuore e nipoti, un ditale da cucito come simbolo di protezione, effettua un passo importante lanciando i primi negozi monomarca "Keep Out Jewels and more".

Il concept e la brand identity dei nuovi punti vendita sono stati sviluppati dallo studio Vemworks (architetti Marco Dellatorre, Emanuele Corte e Vittoria Fiorito), al quale è stato affidato il compito di esprimere i valori e l'immagine che caratterizzano lo stile del marchio (<http://www.vemworks.com>).

*"L'idea progettuale parte dall'analisi morfologica del ditale, elemento basilare di tutta la linea Keep Out, senza però cadere nella riproposizione tout court dell'oggetto in maniera ossessiva", racconta l'architetto Marco Dellatorre. "Si è voluto piuttosto ricordare questo oggetto estrapolandone dei dettagli, come se si utilizzasse uno zoom.*

*Per cui la lamiera forata dei due lati corti del bancone centrale ne riprende la punzonatura superficiale, gli specchi concavi alle pareti suggeriscono la visione del ditale dalla base verso l'interno, lo stesso lampadario ne vuole stilizzare la forma. Anche i vasi all'ingresso riprendono la forma del tronco di cono.*

*Per cui la forma del ditale e il suo apparato decorativo ritornano in molti dei dettagli dello spazio, ed il ditale viene evocato in maniera molto discreta.*

*Lo spazio risulterà per il resto molto neutro, con materiali grezzi come il cemento e il ferro e la decorazione sarà affidata ad un arredo volto ad esaltare il prodotto.*

*Il concept illuminotecnico vuole privilegiare una luce d'accento sul prodotto e sulle pannellature che ne raccontano la genesi.*

*E' uno spazio coerente fatto di dettagli, dove la loro somma va a costituire l'ambiente. "*

Ogni elemento è stato disegnato nel dettaglio e personalizzato: dagli espositori dei gioielli al packaging, dalle shopping bag alle tazzine da caffè. Infatti, a completare lo spazio, un bancone bar e un piccolo salottino dove poter degustare un delizioso caffè per rendere più gradevole e rilassante la shopping experience nei nuovi negozi Keep Out.

Il negozio pilota, inaugurato a Maggio presso la sede di Keep Out in Via Guglielmo Marconi 3/A a Casale Monferrato (AL), ha già riscontrato un notevole successo. Le prossime aperture sono previste entro fine 2017 a Roma e Novi Ligure; seguiranno le aperture a Vigevano, Verbania, Arona, Varese, Parma, Venezia e Napoli.





# Keep Out<sup>®</sup>

bracelets

Il brand **Keep Out** è proprietà della società **HANG LOOSE S.R.L.**  
Via Garibaldi, 20 - 15033 Casale Monferrato (AL)  
P.IVA/C.F. 02449000062  
e-mail: [info@keepoutbracelets.com](mailto:info@keepoutbracelets.com)

[www.keepoutbracelets.com](http://www.keepoutbracelets.com)