

UNOde50

Tel.: +34 91 484 14 68

Fax: +34 91 484 14 65

web@unode50.com

www.Unode50.com



LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y SU INFLUENCIA
EN EL ÉXITO EMPRESARIAL

VOLUMEN 2



**“Como marca
nos diferencia
un espíritu libre
y único”
José Azulay**



UNOde50

UN UNIVERSO CREATIVO

Olvida todas tus creencias sobre joyería. Intenta imaginar algo nuevo desde cero. Ofrecer un punto de vista diferente. Exclusivo. Propio. Sin límites. Así empieza la historia de UNOde50.

Nacida en Madrid a finales de los años noventa la marca nace como respuesta a la necesidad de encontrar un estilo de joyería que rompiera con todo lo existente. Una revolución donde las técnicas y procesos de la joyería tradicional se pusiesen al servicio de una nueva forma de hacer las cosas.



El proceso de diseño parte de los bocetos de las piezas. Un equipo de diseño da forma posteriormente a las joyas en el taller ubicado en la sede central de la compañía

Es en esa misma fecha cuando José Azulay adquiere UNOde50 y comienza a dar forma a joyas únicas, con diseños diferentes y de marcada originalidad. Las pocas unidades diseñadas aportaban el carácter selecto y con personalidad. Y es que las primeras colecciones de UNOde50 estaban formadas únicamente por 50 unidades de cada diseño. Un compromiso con la calidad y la exclusividad que el éxito de la marca obligó a evolucionar.

Actualmente, UNOde50 continúa produciendo artesanalmente todas sus piezas como si fuesen únicas presentando, además, Ediciones Limitadas a 50 unidades con cada colección.

VALORES UNOde50

Creatividad en su estado más puro para encontrar una voz propia en el mundo de la joyería. Recorrer un camino inexplorado y hacerlo creando tendencia.

Creamos piezas genuinas que impulsan a nuestros clientes a expresar libremente su estilo de vida. Nuestro equipo creativo desarrolla piezas cuyo diseño exclusivo permite a sus clientes expresar su personalidad.

Estilo único. Junto a la utilización del cuero, la aleación usada por la marca es uno de sus principales rasgos diferenciadores. La aleación recubre diseños orgánicos inspirados en objetos cotidianos y en las formas de la naturaleza. Una iconografía propia en constante expansión que se materializa en las dos colecciones que UNOde50 lanza al mercado cada año.

Espíritu atrevido. Atrevimiento y creatividad para romper con lo establecido. Convertir cada pieza de la marca en una forma de diferenciación, en el reflejo de un espíritu creativo que acompaña a UNOde50 en cada nuevo proyecto.

HECHO A MANO EN ESPAÑA

Cada creación de UNOde50 tiene voz propia y es capaz de transmitir fuerza y energía por sí misma. El compromiso, como única forma válida de hacer las cosas, lleva a UNOde50 a diseñar y fabricar en su sede central ubicada en Madrid. De este modo, el Made in Spain, el ADN español que acompaña a cada una de las piezas de UNOde50, es también una garantía de la calidad y la seguridad propias de un trabajo creativo, libre y lleno de vitalidad, optimismo y alegría de vivir.



Todas las tiendas de UNOde50 cuentan con elementos decorativos y mobiliario creados por el equipo de arquitectos de la marca



PRESENCIA INTERNACIONAL

UNOde50 comenzó su expansión internacional en el año 2008 con la apertura de su primera tienda en EEUU, concretamente en Miami, seguida unos meses después de su primera apertura en París.

A día de hoy cuenta con más de 100 tiendas en más de 40 países y obtiene el 60% de sus ingresos fuera de España. Sus locales están ubicados en las calles más emblemáticas de las principales ciudades del mundo como Madrid, Barcelona, Nueva York, Roma, Tokyo, Milán, Berlín, París... y completa su distribución con su negocio ecommerce y más de 2.500 puntos de venta multimarca.

En el último año UNOde50 ha abierto nuevos puntos de venta en San Francisco, Montreal, Turín, Génova y París y ha estrenado su nuevo concept store en el Soho Newyorkino.

Tras triunfar en el mercado europeo y americano la compañía, presidida por José Azulay, ha asumido el reto de expandirse en el mercado chino donde prevé abrir entre 20 y 40 puntos de venta monomarca en los próximos tres años en las principales ciudades de China además de entrar en Tmall Global, la principal plataforma digital de ecommerce china.