

Rex 1933, nel segno di un'impresa

L'impresa pionieristica del Rex che nel 1933 riuscì, in soli 4 giorni, a coprire la distanza Gibilterra-NewYork, rivive nel brand Rex 1933, creato da una società svizzera che ha stabilito il proprio headquarters a Porto Mirabello e lo showroom a Lerici (La Spezia) proprio nella casa del capitano Francesco Tarabotto, comandante del celebre transatlantico. I fondatori del marchio Daniele Perotto e Bombina Abossida hanno ricercato, sin dall'inizio, un posizionamento selettivo, sia in termini di qualità produttiva che di distribuzione, privilegiando concept store e boutique di moda, all'interno delle quali saranno create delle "vetrine" dedicate alle limited edition. Perché gli orologi Rex 1933 saranno disponibili solo in pochi esemplari, a sottolineare un heritage filologico legato all'esperienza unica dell'"andar per mare". Il design degli orologi, con movimenti Swiss Made, ricorda elementi costruttivi del transatlantico e della sua storia: il numero 4, ad

esempio, è stato scelto come "family feeling" dei modelli, riprendendo il numero delle eliche, delle campane, i quattro giorni impiegati per la traversata. Elementi ai quali non deroga il modello *Ambrose*, a richiamare il Faro Ambrose, situato alla convergenza di diverse rotte marine in arrivo nella baia di New York, punto di passaggio obbligato per navi in uscita o in entrata rispetto ai porti della città: quando il Rex riuscì a superarlo, la leggendaria impresa era compiuta. Meccanico automatico, realizzato in acciaio (2.400 euro) e in titanio (2.600 euro), su cassa carré galbé, questo solotempo con datario al 4/5, prevede una lunetta applicata con viti torx (foro con sezione a stella con punte arrotondate), fondello e corona a vite con guarnizione speciale, per un'impermeabilità garantita fino a 200 metri. Il vetro zaffiro ricurvo protegge un quadrante smaltato nero con decoro a rilievo. Al 6, la silhouette del Rex. ■



Nasce Parker 5th, la «quinta scrittura» Con Ingenuity ecco l'ibrido stilo-roller

La nuova Parker non è soltanto un nuovo modello che arricchisce un catalogo di prestigio e raffinato design. È un brevetto. Ufficialmente è nata una nuova stilografica, *Ingenuity*, dalla linea elegante e aggressiva, presentata da pochi giorni e ora in commercio. In realtà ha qualcosa di diverso, rispetto alle altre stilografiche. La tecnologia *Ingenuity* è infatti denominata anche «Parker 5th», ovvero la «quinta scrittura». Con questa nuova linea anche le stilografiche, dopo le auto, raggiungono la frontiera dell'ibrido. Dopo le tradizionali versioni (stilografica, sfera, roller e portamina) *Ingenuity* accoppia l'eleganza della stilo e la praticità del roller. Fusione delle tecniche. Dotata di pennino tradizionale, design tipico di una

penna a inchiostro per soddisfare gli amatori della stilografica, sposa la comodità del ricambio sostituendo semplicemente la cartuccia che in realtà è un refill. Una linea per piacere a tutti. E costi accessibili.

Due i modelli in gamma, *Daring* e *Classic*, entrambi in versione large o slim. *Daring* dal corpo vellutato e anelli cromati, *Classic* laccato in tinta unita. Tutti hanno il cappuccio a pressione con marchio Parker e l'emblematica freccia. Tre i colori disponibili: nero antracite per uomo, avorio e marrone per donna con la penna dal corpo più affusolato. I prezzi vanno dai 135 euro della *Classic* ai 160 della *Daring*. Il refill costa 6,50 euro. Attualmente, di recente uscita, è in vendita da Fnac e Coin. ■

