

Linha do Tempo

1ª fase

1945

Fundação da H.Stern – com um trabalho pautado pela inovação, na época, vislumbrou-se um novo negócio com as gemas de cor e tornou-se a primeira a fazer o marketing dessas pedras, divulgando-as internacionalmente.



1949

Inauguração de sua primeira loja internacional na cidade de Montevideu no Uruguai.

H.Stern

Linha do Tempo

2ª fase

1950

H.Stern criou um certificado de garantia internacional que assegurava os rígidos padrões técnicos e de qualidade das jóias.

1959

Foi a primeira a realizar desfiles no Brasil



desfile com
jóias da
marca

H.Stern

Linha do Tempo

3ª fase

1960

Expansão para os Estados Unidos com a abertura de sua primeira loja em Nova York.



1985

Lançamento da primeira coleção de relógios, chamada *Safira*, que está até hoje entre os best sellers da joalheria e são feitos artesanalmente. Investindo pesado em desenvolvimento, a empresa lançou, entre outras, as coleções *Form* (1998) e *Sfera* (2002).



H. Stern

Linha do Tempo

4ª fase

1990

Sob a liderança de Roberto Stern, o filho mais velho – que comandava a equipe de criação e era conhecido por buscar inspiração nas artes, arquitetura, moda e no comportamento de rua - a H.Stern agitou o mercado mais uma vez, calcada em nova estrutura empresarial e mudanças de impacto em seus produtos.

1995

Lançamento da *Coleção Mundial*, por ocasião do aniversário de 50 anos da marca, com um conceito simples e elegante.



H.Stern

Linha do Tempo

5ª fase

1997

Reabertura da loja da Quinta Avenida, em Nova York, com novo conceito arquitetônico, que passou a ser o padrão mundial das lojas da empresa.

2000

Lançamento da coleção *Orbis Descriptio*, em comemoração aos 500 anos de descobrimento do Brasil. As jóias foram inspiradas no trabalho da artista plástica carioca Anna Bella Geiger e resultaram em pequenos pingentes com o mapa do Brasil; anéis cravejados de brilhantes que lembram o leito de um rio e pulseiras de ouro texturizado, inspiradas nas ondulações do relevo .

Linha do Tempo

6ª fase

2003

Lançamento da coleção de relógios *Les Mekaniques*, toda em ouro, com mecanismos feitos à mão, peça por peça. Participou da feira de Basel, na Suíça – evento considerado a vitrine das principais grifes de luxo – iniciando o começo de uma nova era para a marca. Passou a trabalhar com uma rede de parceiros para representar a marca em diversas partes do mundo e em três anos com essa operação já havia aberto 38 novos pontos de venda.

2004

Lançamento da coleção *Diane Von Furstenberg*, inspirada na vida e na carreira da estilista que vive em Nova York.



H. Stern

Linha do Tempo

7ª fase

2005

Abertura de novas lojas
âncoras (flagship stores)
em Hamburgo, na Alemanha,
Cannes, na França,
Monterrey e Cidade do México.

2007

O conceito “shopping experience”
de ações que exploram todos os
sentidos de seus consumidores
é uma das ferramentas da marca
pela busca por novas experiências.
Em junho abriu um spa urbano
dentro de uma das lojas no
Rio de Janeiro.
Em outubro, morre Hans Stern,
fundador da marca

Linha do Tempo

8ª fase

2009

A marca continua o seu processo de expansão e internacionalização e aumenta cada vez a sua rede de parceiros pelo mundo, em países como: Espanha, Grécia, Suíça, Rússia, Estados Unidos, Portugal, Bahrain, Dubai, Cazaquistão, França, Inglaterra e Ilhas Cayman.

