

LE ULTIME

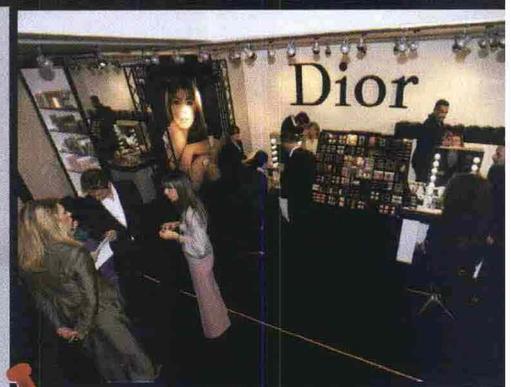
QUESTE PRIME PAGINE SONO... ULTIME.

DEBORA RIGATO
ACQUA DI PARMA

È *Debora Rigato* il nuovo Communication Manager Internazionale di *Acqua di Parma*. Profonda esperienza quella di *Debora*, già consolidata nel Gruppo *De Beers-JWT Italia* come PR & Press Office Manager. Di recente il ruolo di International PR Manager del Gruppo *Artemide*. Complimenti da *Daily Luxury*, con l'augurio di buon lavoro.

SE IL
SINDACO
È MORTO...Scrivere un
Libro giallo

con trama incentrata a *Bologna*, annunciando addirittura sulla fascetta di copertina che "Tutto iniziò con la morte del sindaco", vuol dire cogliere l'attimo con intelligente opera di marketing. *Bologna* infatti è sotto elezioni del primo cittadino e farnie un romanzo (giallo) sembra davvero seguire l'onda di immancabili polemiche e contrasti da campagna elettorale. Ma *Giuliano Musi* nel suo "I Glossatori" (titolo dell'opera, *Minerva edizioni*) non ha colto l'attimo: semmai l'attimo ha colto il suo lavoro che... va doverosamente letto per saperne di più su "quella" morte del sindaco. Giallo oblige, no?

DIOR,
TEMPORARY STORE

Dior, prestigio, professionalità e cortesia: ancora una volta confermati con l'invito "a vivere un viaggio nel cuore della bellezza" nel suo esclusivo e stupendo "Temporary Store" allestito presso la profumeria *Mazzolari* in *Piazzetta Giordano*, a *Milano*. I make-up artists della *Casa* hanno reso davvero protagonisti di un maquillage raffinato e sofisticato le rappresentanti della stampa.

"EXTREME BEAUTY
IN VOGUE"Questa è
un'immagine

creata e pubblicata da *Erwin Blumenfeld* per *Vogue America* nel 1950. È esposta al *Palazzo della Ragione* a *Milano* nel contesto di una mostra stupenda voluta da *Dolce & Gabbana* per il lancio del loro make-up (per ora in Italia solo alla *Rinascente Duomo di Milano*). "Extreme Beauty in Vogue" si intitola questo "incredibile" defilé di immagini firmate dai massimi della fotografia. Oltre ad *Erwin Blumenfeld*, *Richard Avedon*, *Clifford Coffin*, *Hiro*, *Gorge Hoyningen-Huene*, *Steven Klein*, *Annie Leibovitz*, *Steven Meisel*, *Sheila Metzner*, *Duane Michals*, *Helmut Newton*, *Irving Penn*, *Herb Ritts*, *Edward Steichen*, *Deborah Turbeville*, *Ellen Von Unwerth* e *Bruce Weber*. Per la scenografia, in accordo con il Comune di *Milano*, *Dolce & Gabbana* ha chiamato il genio di *Jean Nouvel*, architetto urbanista francese. La mostra aperta in marzo si conclude il prossimo 10 maggio.

COSMETICI
PERSONALIZZATI

Custom Private Label Program, ossia prodotti cosmetici personalizzati anche in piccoli volumi, possono essere ordinati, specialmente ad uso delle SPA, ad *Aquacosmetics*, via *Lamarmora 33*, *Milano*, telefono 02. 87393632. E-mail: info@aquacosmetics.com - www.aquacosmetics.com

ETHOS-CLINIQUE
E DUE 500 BIANCHE

"Premia la tua pelle con il sistema di Cura in 3 fasi Clinique!". È un concorso in atto dal 4 al 30 maggio nelle profumerie *Ethos*. Con una spesa minima di 29 euro di prodotti *Clinique* a scelta tra trattamento viso e 3-Step, la cliente *Ethos* riceve una cartolina da compilare e da inserire nell'apposita urna in profumeria, partecipando così all'estrazione di 2 nuove 500 *Fiat*. In quattro città selezionate si svolgerà

COPPOLA-ELIZABETH
ARDEN

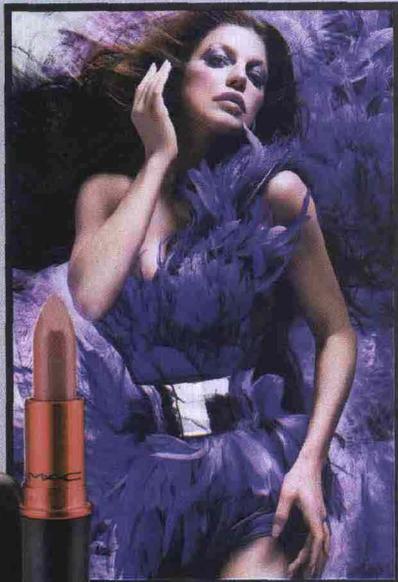
Con l'apertura della stagione Festiva, il prossimo maggio, lo splendido *Atelier Coppola* a *Porto Cervo* (foto) rinnoverà l'efficace collaborazione con *Elizabeth Arden* che già affida a tutti gli altri atelier *Coppola* (*Milano*, *Roma*, *Firenze*, *Como*) il suo prestigioso make-up *Skin Loving*. Di *Monica Coppola* la scelta dei prodotti per rendere eccezionale l'effetto capelli e trucco per la bellezza del volto. Della fragranza *Badgley Mischka - Elizabeth Arden*, avrà l'esclusiva l'atelier di *Porto Cervo* che, come tutti gli altri, disporrà per la clientela di trattamenti *Elizabeth Arden anti-age*, *Ceramide* e *Intervene Skincare*, l'antiossidante *Prevage* e la storica crema *Eight Hour*.

ENTRANO INFATTI IN ROTATIVA QUANDO LE ALTRE SONO GIÀ STAMPATE E RACCOLGONO LE NOTIZIE DELL'ULTIMA ORA.

contemporaneamente la seconda edizione del "Beauty Skin Tour": una 500 bianca brandizzata Clinique ed Ethos Profumerie, si sposterà in quattro città selezionate (Brescia 7 maggio, Vicenza 8 maggio, Varese 15 maggio e Parma 22 maggio) in prossimità di ristoranti, bar alla moda, locali frequentati da giovani, dove consulenti Clinique effettueranno l'analisi della pelle invitando a recarsi nelle Profumerie Ethos aderenti all'iniziativa per acquistare prodotti Clinique e partecipare al concorso.

IL ROSSETTO MAC PER L'HIV/AIDS

Una nuova edizione del rossetto MAC Viva Glam VI, testimoniato da Fergie, riporta l'attenzione sull'HIV/AIDS, così da procurare supporto al MAC AIDS Fund per raggiungere, nel suo 15° anno di attività, 150 milioni di dollari da devolvere alle organizzazioni che si occupano di fornire cibo, casa ed altri beni di prima necessità alle persone affette da HIV/AIDS. Il rossetto è disponibile in ogni punto vendita MAC da aprile al prezzo consigliato al pubblico di 17,50 euro.



BVLGARI: UN ANELLO DI SOLIDARIETÀ

In occasione del 125° anniversario della sua fondazione, Bulgari ha attuato un grande progetto di raccolta fondi per la difesa dei diritti dell'infanzia, significata dalla campagna internazionale di Save the Children "Riscriviamo il futuro". Obiettivo: raccogliere 10 milioni di euro entro la fine del 2009, un milione dei quali già donato da Bulgari. Un anello in argento creato appositamente per la campagna e recante all'interno l'incisione del logo Save the Children è in vendita in tutti i negozi Bulgari nel mondo e in alcuni selezionati department stores, al prezzo di 290 euro, 50 dei quali devoluti alla campagna. Che oltre all'anello avrà a disposizione una collezione di 11 esemplari di alta gioielleria e 7 di alta orologeria del valore complessivo di 3 milioni di euro, presentati ufficialmente il 20 maggio a Roma in occasione della retrospettiva "Tra Eternità e Storia", al Palazzo delle Esposizioni. Gioielli e orologi saranno presenti in eventi Bulgari di alto profilo in tutto il mondo e infine nell'asta che si terrà l'8 dicembre a New York, il cui ricavato sarà interamente devoluto a Save the Children.

DISEGNA IL FLACONE

Quattro flaconi di "Aquilina" contenenti acque corpo profumate e vestite alla moda: Animal, Pop, Rock e Lolita. È la novità, limited edition primavera-estate: un'idea che darà vita anche ad un concorso. I futuri quattro flaconi saranno vestiti infatti da giovani designer che parteciperanno a "Disegna la tua anima". www.selectiva-spa.it

C'È UN'INTELLIGENZA ESTETICA...

"Intelligenza estetica" di Piero Lorenzetti (Filo Editore) "è una raccolta di storie emblematiche che contengono emozioni e motivazioni dietro la decisione di ricorrere alla chirurgia estetica". Ognuna delle storie è espressione di un fenomeno mondiale che secondo i dati 2007 dell'American Society of Plastic Surgery, sancisce una statistica impressionante: 12 milioni di interventi chirurgici per una spesa di 8,3 miliardi di dollari e 4,7 miliardi per ritocchi, tossina botulinica, fillers. Piero Lorenzetti è chirurgo plastico e direttore scientifico di Villa Borghese Institute di Roma.

LE DONNE HANNO IN TESTA...

Le donne italiane hanno in testa una sola cosa" è l'operazione che Soco-Società Cosmetics attua con due concorsi già in vista in profumeria. L'uno "Lacca, Vinci & Gusta" dedicato alle consumatrici, l'altro "La vetrina più bella" riservato alle profumerie. Che potranno vincere un viaggio in Brasile, una settimana, per due persone. Quanto alle consumatrici, in palio prodotti Lavazza a cominciare dalla macchina da caffè "A modo mio". Da consultare il sito speciale www.ledonneitalianehannointestaunasolacosa.it oltre a www.cielolaito.it

UN'ESPERIENZA CLARINS

Clarins Experience è il titolo del nuovo sito www.clarins-experience.com per immergersi nel cuore del marchio attraverso un percorso in 3D che tocca benessere, quiete, relax, evasione, convivialità, dialogo, innovazione. Una vera esperienza firmata Clarins.

