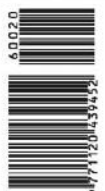


ELLE

ITALIA

elle.it



N. 19/20 - 05/06/2026
IN EDICOLA DAL 21/05/2026

BELLEZZA
A 360°
TREND, CORPO,
NUOVI KIT

LILA PANKOVA

THE BEAUTY ISSUE



ROLEX PRESENTA

OYSTER STORY

CELEBRIAMO I 100 ANNI
DI UN'ICONA

SU [ROLEX.COM](https://www.rolex.com)



ROLEX



ROLEX
OYSTER PERPETUAL
DATEJUST

28

SWISS MADE



Chloé



ELLE ANI 19.20

TORNA IL 4 GIUGNO



Copertina

Abito bustier di raso scuba con ricamo floreale e cappello in raso di seta, tutto **Balenciaga**.

MODELLA LILA PANKOVA/FASHION MODEL.
FOTO RACHELE DAMINELLI.
STYLING CAROLA BIANCHI.
HA COLLABORATO ELENA BOZZI.
CAPELLI MARCO MINUNNO
@ BLEND MGMT.
TRUCCO JURY SCHIAVI
@ BLEND MGMT.
MANICURE ROSIMAR VIANA
@ GREENAPPLEITALIA.

La scia sui polsi si miscela a quella dei fiori appena colti: Fragranza Corpo & Capelli N°14 con note gourmand, **Royal Beauty**.

IDEA MODA

Bracciale rigido con fiori d'oro giallo e diamanti, collezione **Frivole** di **Van Cleef & Arpels**.

Errata corrige. Su *Elle 18*, a pag. 61, il libro *Ralph Lauren Catwalk: The Complete Collections* è edito in Italia da L'ippocampo Edizioni col titolo di *Ralph Lauren. Sfilate*.

Il fotografo del servizio a pag. 68 è Any Okolie e non Giovanni Benvenuto. Ci scusiamo con gli interessati.

10 Editoriale

FRONT

12 **Essential**
14 **Moodboard**
22 **Elle Active!**
24 **Cultura**
30 **Libri**
32 **Sette su sette**

VOCI

16 **Corrado Formigli**
17 **Francesca Mannocchi**
18 **Raffaella Silvestri**
19 **Myriam Sylla**
20 **Piera Detassis**

STORIE

34 **Camille Cottin**
38 **L'arte del riposo**
46 **Il business della longevità**
54 **Cicatrici, segno di resilienza**

MODA

60 **Buzz**
64 **Cose belle**
66 **Blossom girls**
80 **Shopping**
84 **Confidential**

BEAUTY

88 **Desideri XXL**
97 **Verso il futuro**
102 **Il nécessaire**
113 **Seguire il sole**
119 **Mental fitness**
125 **Uno sguardo aperto**
130 **Best of the week**
133 **Essential**
136 **Elle Beauty Awards**
138 **Baci al miele**

LIFESTYLE

142 **New York, "bluetiful city"**
148 **48 ore a Seoul**
152 **Parade**
154 **Oroscopo**



EMPORIO  ARMANI

ELLE

Hearst Magazines Italia Spa - Via Bracco 6 - 20159 Milano - Tel. 0266191

Manuela Ravasio

Direttrice Responsabile mravasio@hearst.it

MASSIMO RUSSO Direttore Editoriale - mrusso@hearst.it

IVANA SPERNICELLI
Vicedirettrice Moda e Immagine
ispernicelli@hearst.it

ADRIANA DI LELLO
Vicedirettrice Moda
adilello@hearst.it

CRISTINA TORLASCHI
Vicedirettrice Beauty
ctorlaschi@hearst.it

TOMMASO GARNER Creative Consultant
DUNA GALLONE Art Director - dgallone@hearst.it
FEDERICA ROMAGNOLI Market e Multimedia Editor - federica.romagnoli@hearst.it
PIERA DETASSIS Hearst Editor at large Cinema & Entertainment - piera.detassis@hearst.it

Ufficio centrale

ALESSANDRA PON Caporedattrice centrale (Lifestyle) - apon@hearst.it
SILVIA LOCATELLI Vicecaporedattrice - slocatelli@hearst.it
ANNA BOGONI Caposervizio - anna.bogoni@hearst.it

Attualità

ADELAIDE BARIGOZZI (Cultura) - abarigozzi@hearst.it
DÉSIRÉE PAOLA CAPOZZO - dcaizzo@hearst.it
GLORIA GHIARA - gghiarra@hearst.it
ISABELLA LECHI - ilechi@hearst.it
DANIELA PASSERI - dpasseri@hearst.it

Moda

LAURA SEGANTI Caporedattrice - lseganti@hearst.it
LISA MANCINI - lmancini@hearst.it
LAURA SALSÌ - lsalsi@hearst.it
GIORGIA AFFINITO (Responsabile produzioni) - gaffinito@hearst.it
GIANNA RAUTO (Produzioni) - gianna.rauto@hearst.it

Vesti Moda

MARTA SALADINO Caposervizio - msaladino@hearst.it
GIOVANNI BATTISTA SPARACIO - gsparacio@hearst.it

Bellezza & benessere

FRANCESCA VARASI Caposervizio - fvarasi@hearst.it
BARBARA PELLEGRINI Vicecaposervizio - bpellegrini@hearst.it

Grafici

CRISTINA NEGRI Caporedattrice - cnegri@hearst.it
TANIA PIETRI Senior graphic designer - tania.pietri@hearst.it
SILVIA M. REPPA - sreppa@hearst.it

Photoeditor

ELENA CANZIANI - ecanziani@hearst.it
VALENTINA PORZIO - vporzio@hearst.it

Segreteria

ROBERTA TUTONE (Responsabile back office editoriale) - rtutone@hearst.it
SALVATORE SARCI (Amministrazione e Borderò) - ssarci@hearst.it

Digital

LUCA LANZONI Creative Director - llanzoni@hearst.it

elle.com/it

CARLOTTA MARELLI Digital & Engagement director - cmarelli@hearst.ch
FRANCESCA ZOTTOLA Digital Content & Engagement deputy director - francesca.zottola@hearst.ch
MARGHERITA MEDA Responsabile moda hub femminili - margherita.meda@hearst.ch
FRANCESCA SCRIMIZZI Digital brand officer beauty - francesca.scrimizzi@hearst.ch
FABRIZIA MIRABELLA Responsabile lifestyle hub femminili - mirabella@hearst.ch
GIULIA IENCO Responsabile social media - giulia.ienco@hearst.ch

Collaboratori

Alessia Cogliati, Maria De Battisti, Corrado Formigli, Francesca Mannocchi, Silvia Manzoni, Elisabetta Muritti, Chiara Roncaglia, Alice Rosati, Raffaella Silvestri, Myriam Sylla.
Moda: Fabiola Ballarini, Carola Bianchi, Stefania Bonacina, Elena Bozzi, Gabriele Ciciarello, Monica Curetti, Simone Fantuzzi, Gianluca Francese, Cecilia Gioetti, Patrizia Leuzzi, Marta Mariani, Micaela Sessa, Manuela Troletti.
Casting consultant: Simone Bart Rocchietti @simobartcasting

Publishing

MASSIMO RUSSO
Chief Content Officer - massimo.russo@hearst.it
KAREN NAHUM Chief Marketing & Digital Officer - karen.nahum@hearst.it
MICHELA ALPI Strategy Consultant Cinema&Entertainment specialist - malpi@hearst.it

Hearst Magazines Italia Spa

DEBI CHIRICHELLA
Presidente
GIACOMO MOLETTA
Amministratore delegato e direttore generale

THOMAS ALLEN GHAREEB
MARCELLO SORRENTINO
JONATHAN WRIGHT
Consiglieri

Hearst Magazines

DEBI CHIRICHELLA
President

Hearst Magazines International

JONATHAN WRIGHT
President
KIM ST. CLAIR BODDEN
SVP/Editorial & Brand Director
ELEONORE MARCHAND
Global Editorial Director, Luxury Brands

Hearst Global Solutions

ROBERT SCHOENMAKER
Chief Revenue Officer - rschoenmaker@hearst.it

PAOLA RINI
Global Commercial Director, Luxury and Lifestyle
paola.rini@hearst.it

ALESSANDRO CARACCIOLIO
Global Solutions Lab Director - acaracciolo@hearst.it

FABIO SEVESO
Hearst Live Director - fabio.seveso@hearst.it

ALESSANDRO VITALI
Sales Director Fashion - alessandro.vitali@hearst.it

PAOLA ZAMBONI
Sales Director Beauty - pzamboni@hearst.it

DANIEL DAVIDE
Sales Director Lifestyle
daniel.davide@hearst.it

Hearst Global Design

ROBERTA BATTOCCHIO
Managing Director - rbattocchio@hearst.it
ENRICO VECCHI
Global Business Solutions Director evvecchi@hearst.it

Abbonamenti

Per avere informazioni o per sottoscrivere/rinnovare un abbonamento visita il nostro sito www.abbonamenti.it oppure puoi contattare il Servizio Clienti Hearst Magazines Italia Spa tramite:
E-MAIL: abbonamenti@hearst.it; TELEFONO: dall'Italia 02 4957 2005 (servizio attivo dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 19:00. Costo della chiamata a tariffazione base, in funzione del piano tariffario in essere con il proprio operatore telefonico); dall'estero 0039.02.86.89.61.72; POSTA: Servizio Clienti Hearst Magazines Italia Spa - Ufficio Abbonamenti - c/o CMP ROSERIO MIO - 20157 Milano (MI). Gestione operativa: Direct Channel S.p.A., Via Mondadori 1 - 20090 Segrate (MI). L'abbonamento partirà dal primo numero raggiungibile. Servizio Arretrati a cura di Press-Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. - 20090 Segrate (MI). Per le Edicole richieste tramite sito: <https://servizioclienti.mondadori.it>. Per Privati collezionisti richieste tramite email: collez@mondadori.it

ELLE® è un marchio di Hachette Filipacchi Presse (H.F.P.) e una testata di Hearst Magazines Italia Spa
Tutti i diritti riservati © HEARST MAGAZINES ITALIA Spa P.IVA 12212110154 Registrazione: d.leg. n. 530 del 16 luglio 1987 presso il tribunale di Milano
STAMPA EICOGRAF SpA - Via Zanica, 92 - 24126 Bergamo - Italia
DISTRIBUZIONE Distributore per l'Italia e per l'Estero Press-Di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. - 20054 Segrate (MI)

Elle International

CEO Constance BENQUE, CEO ELLE International Licenses François CORUZZI, Chief Content Officer/International Director of ELLE Valéria BESSOLO LLOPDI, Deputy Editorial Director Virginie DOLATA, Fashion Director Alexandra BERNARD, Creative Director Iris ROMBOUITS, International Editorial & Syndication Coordinator Ekaterina MUDRIK, Copyrights Manager Kenzo ALLAL, Digital & Database Manager Cécile VASSEUR MORIN, Marketing Director Morgane ROHEE. www.elleinternational.com
INTERNATIONAL ADVERTISING: LAGARDERE GLOBAL ADVERTISING, Chief Revenue Officer ELLE International Media Licenses - Julian DANIEL, jdaniel@lagardere.com



ELLE è il giornale di moda più diffuso nel mondo con 4,5 edizioni internazionali

Argentina - Australia - Belgio (due edizioni) - Brasile - Bulgaria - Canada - Cina - Corea - Croazia - Danimarca - Finlandia - Francia - Germania - Giappone - Gran Bretagna - Grecia - Hong Kong - India - Indonesia - Italia - Kazakistan - Malesia - Messico - Norvegia - Olanda - Orientale - Polonia - Portogallo - Quebec - Repubblica Ceca - Romania - Russia - Serbia - Singapore - Slovenia - Spagna - Stati Uniti - Sudafrica - Svezia - Taiwan - Thailandia - Turchia - Ucraina - Ungheria - Vietnam





MaxMara

Nuda a -85° Justin Bieber, e un ghepardo con il kajal

| n una cabina che porta la temperatura a -85° per tre minuti mi trovo nuda con le ciabatte di plastica zeppate, gli slip, i guanti e una fascia in testa con cuffie integrate. Chiedo di mettere *Lonely*, pezzo incredibile di Justin Bieber. Due neon gialli e blu indicano quanto manca prima di uscire da quella doccia di ghiaccio così profondo da far rizzare i sensi, cristallizzare le ansie, concedere a qualche lacrima di prendere la strada e non sempre ritrovarsi sul viso. Ibernata per scelta, e piacere, ascolto una canzone di Justin su una base strumentale quasi nulla: pochissime distrazioni. Dovrei avere la metà degli anni che porto per ascoltare quel pezzo con quel trasporto. Invece la bellezza è trovarsi nuda ad ascoltare Justin Bieber e piangerci su. Mentre i minuti passano, e sono in quella doccia di crioterapia, il mio corpo prova a scaldarsi come può: i peli diventano miniature di betulle, si rizzano in rami candidi che cercano l'aria calda che non c'è. Quella voce appoggiata su dolori ben più marci dell'adolescenza sta per finire. Anche le strisce di neon stanno per diventare di un colore unico annunciando la fine dei minuti che donano un'altra pacatezza. esco. Due ragazzi mi superano sgommando con caschi fluo e le loro t-shirt bianche intrise di quel profumo che metti quando decidi che bacerai una ragazza. Tra quelle fragranze, un po' chimiche e sempre troppo dolciastre, abbiamo tutti imparato a baciare.

Il ghepardo è un felino che potrebbe sembrare un leopardo, non fosse per quel muso disegnato da un tratto nero che sembra kajal su bestie della savana. Il ghepardo sa di avere quel tratto speciale, e se ti capita di incrociarne lo sguardo ti inchioda: c'è l'alba dietro ma passa in decimo piano, lui, essere imprevedibile, ha le forme e i canoni dell'assoluto. Cindy con la sua gonna a matita viola si china per far suonare lattine di bibite gassate: lo spacco si sta aprendo, il suo corpo trattiene ore di volo, di orari che si mischiano, le gambe sono fasciate in collant contenitivi che le daranno sollievo quando toccherà terra. Muove il suo corpo con facilità, anche quando quello spacco è in trepida attesa di squarciarsi. Anche lei è imprevedibile. Con i piedi appoggiati al limbo di cemento L. sdraia il corpo nell'acqua, le mani dietro la testa a fare da cuscino, metà pelle in acqua metà che si sbuccia al sole,

il tempo fermo e l'ozio a dettare quell'equilibrio in cui tutti noi altri non esistiamo. Justin Bieber, un ghepardo, due ragazzi con il primo profumo dell'adolescenza, una hostess e un uomo che galleggia non hanno niente in comune, neppure si conoscono. Eppure condividono la stessa bellezza inconsapevole e spaccona. Qualcosa di raro che nessuno può toccare, fatto di quelle formule alchemiche per cui stare soli al mondo è una manna di pochi istanti, zero sensi di colpa, nessuno che debba piacerci per forza, affossate le conversazioni d'ordinanza. Tipo il gelato alla mattina, quelle cose che non ci autorizza nessuno fino a che non chiediamo a una sconosciuta che ci trova nuda davanti a lei di rischiare con il nostro cuore: "puoi mettere *Lonely* di Justin Bieber per favore? E facciamo i soliti 3 minuti e mezzo, magari la prossima volta andiamo a 4". •



MANUELA RAVASIO

Direttrice di ELLE Italia @ravasiomanu

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: TATIANA GERUSOVA © GUESS®, LLC 2026

GUESS

Denim House™



Bonne MINE

Che sia quell'innocente "rossore passeggero della timidezza", corroborato dall'aria frizzantina di mare, come nel proustiano *"All'ombra delle fanciulle in fiore"*, un più malizioso ardore che infiamma le gote abbassando lo sguardo, o il più virale *Cherry blossom makeup* che distilla giovinezza con qualche astuzia... Poco importa. Indispensabile è la custodia Pommette di Hermès, in pelle Madame rosa extreme, per regalare alla gestualità del final touch quell'eterno effetto wow.

Di MANUELA TROLETTI Testo di MARTA SALADINO



GIOVANNI RASPINI

PANTHÈRE NOIRE
gioielli da un bestiario felino

VISITA LA MOSTRA:

MILANO 22 - 31 maggio

ROMA 12 - 14 giugno

FIRENZE 25 set - 4 ott

info su giovanniraspini.com

Chi di verde si veste di sua beltà si fida... Il detto di una volta va decisamente esorcizzato o quantomeno messo in pratica. Fate un vero green washing al guardaroba, con completi "rigogliosi" a tinte menta, salvia, rosmarino... E osate il matchy con maxi bijoux en pendant, ombretti verde acqua e persino scie profumate... *Radical greeners.*

Di MANUELA TROLETTI Testo di MARTA SALADINO

Herbarium *de luxe*



1. Zomer. 2. Lacoste. 3. Lanvin. 4. Saint Laurent by Anthony Vaccarello. 5. Skin Food Rich Intensive Skin Care, Weleda. 6. Rendez-vous d'Eccezione Muguet by Ateliers Vermont, Guerlain.



MADE IN ITALY | PESERICO.COM

PESERICO

Punto Critico di Corrado Formigli

S

ono tre i segnali che arrivano dalla tragedia di Modena. Innanzitutto quello di una città di grande civiltà, subito mobilitata contro facili strumentalizzazioni. Un giorno dopo lo schianto folle di Salim El Koudri c'erano cinquemila persone in piazza ad arginare i discorsi d'odio. Tra di loro molti immigrati ormai inseriti nel tessuto sociale, come d'altronde si è visto durante la dinamica della tentata strage quando, a bloccare l'attentatore c'erano anche due coraggiosi

egiziani e due pakistani. Il secondo segnale è molto meno rassicurante e ci parla di disagio mentale e assenza di controllo sociale: per affrontare le patologie psichiatriche non ci sono risorse né sensibilità sufficienti, si fa perfino fatica ad accettare l'idea che la depressione sia una malattia capace di trasformarsi, se non curata, in rischio anche per la collettività. La vicenda di El Koudri ci parla di ossessioni e marginalità sommate a un'inquietante solitudine: Salim era uscito dai radar degli psichiatri che lo avevano in cura, nascosto tra le pieghe di una società sempre meno capace di esercitare un controllo "di prossimità" nei confronti del proprio vicino di casa, collega, concittadino. Scomparso nell'indifferenza e poi, appunto, ricomparso a cento all'ora con propositi omicidi.

Infine c'è un terzo segnale: il degrado senza fine di un pezzo della destra politica italiana. Subito dopo la tragedia, il vicepremier Matteo Salvini, evidentemente preoccupato che Vannacci

commentasse prima di lui, ha fatto questo post: «Salim El Koudri.

Questo il nome del criminale "di seconda generazione" che oggi a Modena ha falciato, con la sua auto a folle velocità, dei passanti». Notare le virgolette usate per mettere all'indice chi è nato in Italia da genitori immigrati, seguite a stretto giro dalla proposta di revoca del permesso di soggiorno agli stranieri che

delinquono. Peccato che non c'entri nulla con El Koudri che è cittadino italiano (di seconda generazione, appunto) e che il ministro delle infrastrutture abbia perso una buona occasione per tacere. E concentrarsi, casomai, sui ritardi dei treni e gli ingorghi autostradali. Facendo il mestiere per il quale noi cittadini lo paghiamo: il ministro delle infrastrutture. Senza virgolette, possibilmente. •



A Modena si sono viste due Italie: quella che cerca di arginare l'odio e quella che sfrutta una tragedia per propaganda.

La politica
delle virgolette

Lessico dal mondo di Francesca Mannocchi

Bellezza è una parola che la guerra costringe a cambiare significato. Nei luoghi attraversati dal conflitto, la bellezza perde subito la sua dimensione ornamentale, smette di coincidere con l'armonia, con l'idea di qualcosa che rassicura o consola. Diventa piuttosto una tensione continua tra ciò che il mondo distrugge e ciò che, dentro quella distruzione, continua ostinatamente a produrre forma, relazione, desiderio, vita. Beirut, dopo l'esplosione del porto, continuava a ricevere tramonti di una bellezza feroce; a Gaza il mare resta magnifico anche mentre la città viene compressa dentro la fame, le macerie, la morte; in Ucraina la neve cade sui checkpoint e sui crateri delle bombe con la stessa leggerezza con cui cadeva prima della guerra. La bellezza non interrompe il disastro e il disastro non interrompe del tutto la bellezza. Le due cose convivono, ed è proprio questa convivenza a produrre lo straniamento più difficile da raccontare. Nei luoghi di guerra si capisce molto chiaramente che la può abitare anche la devastazione, purché esista ancora uno sguardo capace di riconoscerla. Ed è uno sguardo che non ha nulla di ingenuo. Al contrario: la guerra rende la percezione della bellezza più severa, perché la separa dall'idea di felicità. La luce del sole resta bellissima anche

sopra una città bombardata; una donna resta elegante anche mentre attraversa una strada distrutta; una tavola apparecchiata conserva la sua grazia anche quando l'elettricità manca per gran parte della giornata. Forse la bellezza, in questi contesti, riguarda soprattutto la capacità umana di continuare a produrre ordine simbolico dentro il disordine materiale, non un ordine finto, non una rimozione della realtà, ma il tentativo continuo di impedire che la violenza diventi l'unico linguaggio possibile. Una madre che continua a pettinare sua figlia in un rifugio antiaereo; un anziano che annaffia le piante davanti a una casa colpita; le terrazze di Beirut piene di persone mentre il sud del Libano brucia. Non sono dettagli marginali. Sono modi di difendere una forma della vita contro la riduzione dell'esistenza alla sola sopravvivenza. La guerra lavora sempre per semplificazione. Riduce i corpi a numeri, le città a mappe militari, le persone a categorie, a vittime, a sfollati, a obiettivi. La bellezza compie il movimento opposto: restituisce singolarità, riporta attenzione sui dettagli, sulle sfumature, sui gesti che continuano a dire che una persona resta più grande della violenza che la attraversa. Susan Sontag scriveva che fotografare la sofferenza significa entrare in una tensione continua tra

testimonianza ed estetizzazione. È una tensione reale, che riguarda chiunque racconti la guerra. Perché il rischio esiste sempre: trasformare il dolore in immagine consumabile, fare della distruzione una scenografia morale.

La guerra produce già da sola abbastanza spettacolo. Per questo la bellezza, quando attraversa il racconto dei conflitti, deve restare legata alla verità materiale dei luoghi, dei corpi, delle conseguenze. Deve portare dentro di sé il peso di ciò che mostra. Eppure sarebbe altrettanto falso espellere la bellezza dai paesaggi di guerra. Sarebbe una forma diversa di semplificazione. Significherebbe immaginare che le persone smettano di desiderare, di innamorarsi, di vestirsi bene, di ridere, di danzare, di guardare il mare, solo perché vivono

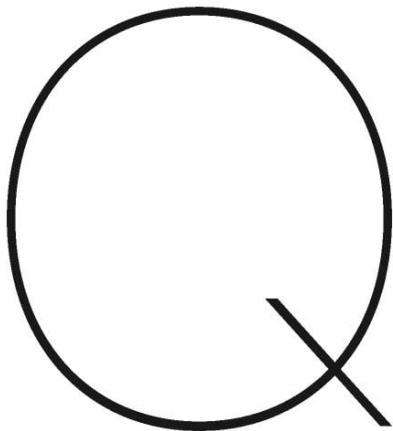
dentro la violenza. Ma la vita non si lascia ridurre così facilmente. Continua a produrre intensità anche dentro la catastrofe. Forse è proprio questo che colpisce di più attraversando a lungo i luoghi feriti: la scoperta che la bellezza non appartiene ai tempi felici, appartiene ai tempi vivi. Nasce ogni volta che qualcuno continua a costruire una relazione con il mondo invece di lasciarsi completamente assorbire dalla distruzione. È una forma di presenza. Una maniera di abitare la fragilità senza consegnarle tutto il significato dell'esistenza. Ed è forse proprio questo il punto più difficile da sostenere: la guerra cerca continuamente di convincere le persone che la vita coincida con la sopravvivenza. La bellezza, invece, continua a dire che vivere resta qualcosa di più grande. •



Una madre che pettina la figlia in un rifugio, un anziano che annaffia le piante davanti alle macerie. La bellezza è vita.

I GESTI che resistono alla guerra

Signora o signorina? di Raffaella Silvestri



uesto è il primo anno in cui sono preoccupata dalla prospettiva di spogliarmi per l'estate – in spiaggia, al mare, in piscina ma pure in città, con le gambe bianche che si intravedono attraverso le gonne ampie della primavera, o i piedi pallidi che sbucano dai jeans alla cavaglia. Non so com'è successo. Ho il ricordo di una ragazza sicura di sé, sicura in un modo che non c'era nemmeno bisogno di definire. Questa sono io, pensavo, e sono la migliore delle versioni possibili anche perché, comunque, non posso, non voglio cambiare e non cambierò per te (per te che guardi, sguardo maschile impersonale, sguardo maschile interiorizzato, *male gaze*). Era una sicurezza dato-di-fatto, che non avevo conquistato dopo lunghe battaglie di accettazione del mio corpo ma mi era stata data in regalo, forse da mia madre, che ci ha sempre detto che eravamo bellissime, forse da mio padre, che mi ha sempre trattato come un maschio, e non ha mai commentato – mai, nemmeno una volta, nemmeno per sbaglio – il mio aspetto fisico, estetico, i miei vestiti, il vascello femminile che era stato dato in dote al mio cervello.

Non vuol dire che non abbia fatto la mia normale dose di cerette, di mani – pedicure, un arsenale di pratiche beauty per così dire valorizzanti – “ti devi valorizzare” era uno dei comandamenti degli anni 2000, interessante perché valorizzare secondo il dizionario vuol dire “aumentare, far risaltare o attribuire il giusto pregio a qualcosa o qualcuno, accrescendone il valore economico, funzionale o qualitativo”. Certo che le ho fatte. Ho fatto tutto come una brava figlia del femminismo neoliberale, quello in cui non si bruciavano più i reggiseni, si poteva (si doveva?) essere femministe e femminili, incazzate e attraenti allo stesso tempo. Non mi è mai venuto il dubbio che qualcuno, guardando o toccando un pezzo del mio corpo, potesse pensare che non ero – dio mio – abbastanza, che non ero conforme alle sue aspettative. Mi rendo conto ora che questa potrebbe essere stata solo gioventù. O forse sono cambiati i tempi in peggio, forse sento anch'io questo backlash culturale, ora che vedo in palestra le donne giovani con la depilazione integrale. Ora che sento il mio corpo stanco, che non faccio nessun sollevamento pesi, che intravedo nella forma delle mie gambe quelle di mia nonna – una bella donna che è stata magra fino a 94 anni, ma comunque – ora che succede?

Capisco che l'intera questione beauty – pelle capelli unghie depilazione botox – più che un'imposizione è un modo di tenere sotto controllo cose che sono fuori dal nostro controllo. Non un nemico, ma una pratica palliativa alleata per “sentirsi a posto”. Così mi dicevano le amiche riguardo alle unghie e ai peli, “è importante essere a posto”, e io pensavo: a posto come? Quale posto? A posto per chi? Aver fatto tutto bene ti fa sentire ok, anche se poi non hai davvero fatto niente “bene”,



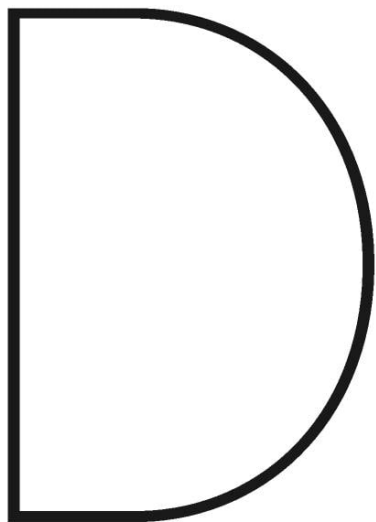
perché non ti muovi dalla scrivania da anni, e il tuo culo non ha attraversato il trattamento Miranda July, che in *A quattro zampe* (Feltrinelli) va in palestra tutti i giorni per mesi, proprio per prepararsi a una notte di sesso con un uomo giovane, una notte di sesso che poi non avverrà mai, non canonicamente. Ed è così che la preparazione stessa diventa il viaggio, il viaggio dell'eroina: diventare forte, la perimenopausa, ballare seminuda davanti alla telecamera, postare i balletti (come July fa sul suo Instagram), recuperare la sensualità e l'eroticismo.

L'anno scorso dicevo che volevo strapparmi il semipermanente a morsi: adesso che sono di moda le unghie naturali sono più in pace. Ancora mi rifiuto di fare la skincare, mi muovo però con una minuscola protezione 50 viso nella borsa, che riapplico ossessivamente per espiare le colpe di sole passate. Quello che ho capito quest'anno è che non bisogna resistere, bisogna riconciliarsi. Accettare che abbiamo interiorizzato dei condizionamenti, ma non è la cosa più grave del mondo. Si sta bene con un nuovo prodotto di makeup per le gambe. •

Non avevo mai pensato che qualcuno guardandomi potesse trovarmi non conforme alle sue aspettative. Cosa mi sta succedendo?

L'improvvisa PAURA di mettersi in costume

La schiacciata di Myriam Sylla

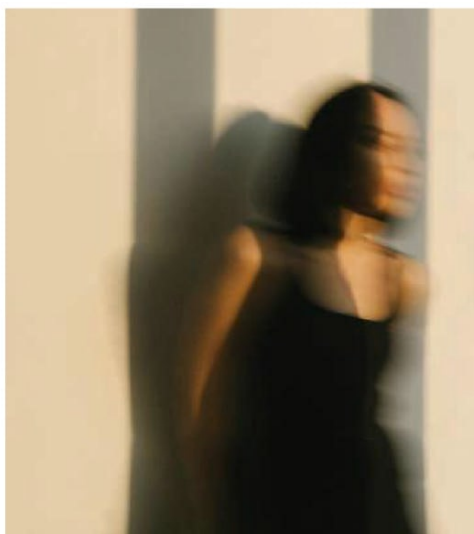


memoria di alcuni momenti perché non ci si sente abbastanza belle dentro un'immagine. L'abitudine di trovarsi difetti e di considerare le foto come un test da superare.

Forse tutto questo avviene perché siamo bombardati ogni giorno da immagini perfette, con persone sempre belle, felici, impeccabili. Ma è davvero vita vera? Mi è capitato di stare anche dall'altra parte, vedere uno scatto e poi passare un tempo infinito a correggere o accentuare dettagli, fino a renderlo abbastanza bello. Siamo consapevoli che molte immagini siano costruite per apparire perfette, eppure continuiamo a confrontarci. Non ci guardiamo più come persone, ma come spettatori. Non raccontiamo più i momenti, ma come vogliamo essere percepiti. Questi scatti non parlano più di noi e, nel tentativo di migliorarci, cancelliamo quello che c'è di vero. Una foto mossa, un'espressione buffa o una posa poco sensuale. Lasciamo che le immagini restino vere. I momenti valgono anche nella loro imperfezione. •

opo le gare mi capita spesso di incontrare tifosi che mi chiedono foto o video. Ho notato, soprattutto tra donne e ragazzine, una grande insicurezza riguardo al loro aspetto. Le ragazzine si coprono il volto e le donne, magari più grandi, vogliono immortalarmi da sola perché non si sentono abbastanza per apparire in uno scatto.

Da quando una foto diventa qualcosa da meritare? E perché nascondersi? La risposta arriva poco dopo, quando sui social mi ritrovo in questi selfie dove sono spesso sola o accanto a grossi smile messi per coprire il viso. Un momento così bello, dove incontri qualcuno che stimi, viene rovinato dall'idea di apparire, ma la paura nasce da come ci vediamo e da quello che pensiamo possano vedere gli altri. Arrivare a togliersi dalla



La pressione estetica dei social sta trasformando anche i ricordi più semplici in qualcosa da giudicare e correggere.

Un selfie senza
PAURA

Che cinema farà di Piera Detassis

La bellezza che a Cannes deve sorprendere è quella dei film eppure ogni anno il festival non si smentisce e l'ardore è ancora quello per l'imponente (e ormai affollato) tappeto rosso, spettacolo di star e di fantasiosi outfit da gran sera, talvolta volutamente ai limiti del pulp, come il peplo da imperatrice romana, tutto d'oro e cortissimo, con cappa di velluto verde, indossato da Diane Kruger per festeggiare i 25 anni di *Fast & Furious*. Bellezza bizzarra, come nel film d'apertura *La Vénus électrique* (nella foto un frame), la belle époque con i suoi corsetti e gli elegantissimi abiti da circo indossati dalla protagonista Anaïs Demoustier, la donna-fenomeno che con un bacio ti fulmina. Un fasto di gioielli art déco per la prima: si conferma il dominio assoluto delle maison di gioielli, quest'anno in particolare destinazione uomo, smeraldi e palmette di diamanti appuntati a mo' di broche sugli smoking.

Bellezza faustiana, in tema con il film su Thomas Mann *Fatherland*, poiché a Cannes è un business calcolato al dettaglio, tutto sponsorizzato cash, dai capelli al makeup, fino agli accessori. Secondo l'ultimo rapporto di Launchmetrics, barometro dell'influenza nella moda e nel lusso, citato da *Paris Match*: «Il Festival di Cannes ha generato, nel 2025, un MIV, Media Impact Value, totale di 1,1 miliardi di dollari, con 170.000 contenuti diffusi». I grandi brand, infatti, non negoziano più il semplice prestito di abiti e parure da red carpet, ma visibilità fotografica, interviste, contenuti Instagram, video di backstage, presenza alle cene e persino studiate inquadrature, con presenza obbligatoria

sui social. È il dietro le quinte che non vediamo di una passerella infinita e mai lasciata al caso: un giocattolo di lusso che influenza costume e genera nuovi orizzonti, anche d'età. Quest'anno han rubato la scena la 93enne Joan Collins, in bianco e nero e piume, e l'88enne Jane Fonda, capace di vendere le sue apparizioni glamour e, il giorno dopo, farsi arrestare per l'attivismo politico. Sono i paradossi di un divismo che non è più mistero, ma produzione di immagine globale.

Con una tendenza chiara: valgono di più le veterane come Demi Moore o Gillian Anderson, l'indimenticata Scully di *X-Files*, che infiamma Cannes con l'horror queer *Teenage Sex and Death at Camp Miasma*, dov'è una sorta di Norma Desmond di *Viale del tramonto*, ex diva che si ritrova a girare il remake della serie adolescenziale che la rese famosa negli anni Ottanta. Un incubo, ma non per Gillian che, a 57 anni, travolge il red carpet con audacia e ricci spetinati.

Il tempo delle starlette in spiaggia è archiviato, sulla *montée des marches* mediaticamente conta di più una bellezza vissuta e consumata, dove le rughe, seppur ben ritoccate, aggiungono senso e gravità, libere di osare, come la divina Isabelle Huppert, il fashion estremo con conquistata ironia, «in fondo è recitare». Non sfuggono alla regola i maschietti, vedi l'entusiasmo per gli ex idoli pop, il settantaduenne John Travolta al suo debutto come regista, o per Peter Jackson, 64 anni, Palma d'oro alla carriera; e Pedro Almodóvar, la cui capigliatura candida, a più di settant'anni, è un vero e proprio fumetto cult, un brand.

Non per caso la sublime Gong Li, compiuti da poco i sessant'anni, ha condotto la serata d'apertura mano nella mano con Jane Fonda. In attesa della Palma d'onore a Barbra Streisand e dopo la rinascita di Demi Moore proprio su questo red carpet due anni fa con *The Substance*, Cannes, per la bellezza âgée, meglio dire ageless, è la nuova belle époque. •



Tra fasti art déco e dive leggendarie, il festival riscrive il mito della beauty contemporanea, dove glamour e business si fondono.

La BELLE ÉPOQUE di Cannes

XERJOFF

ITALIAN LUXURY PERFUME



TORINO - MILANO - PARIS - MONTE CARLO - LISBOA - BARCELONA - FRANKFURT
LONDON - DUBAI - KUALA LUMPUR - MYKONOS - JAKARTA

XERJOFF.COM

Perché lavorare nel BEAUTY *attrae* TALENTI

UN SETTORE MODELLO DI CRESCITA E INCLUSIONE

Nell'industria cosmetica italiana la presenza femminile si attesta al 65%, con un 50% di ruoli apicali. Il 92% delle lavoratrici è assunto a tempo indeterminato.

L'industria cosmetica italiana è decisamente donna. Non solo perché il 65% del personale è femminile e il 50% dei ruoli apicali sono ricoperti da donne. Sul totale delle dipendenti inquadrare come "quadri", le donne risultano prevalenti con una quota del 53%; tra i "dirigenti", invece, la presenza femminile si attesta al 40%. Considerando in modo aggregato quadri e dirigenti, la percentuale di donne raggiunge un significativo 50%, un numero che suona come "parità di genere", condizione assai rara nel mercato del lavoro italiano, dove le dirigenti d'impresa sono il 23% e le quadro il 33%.

In più, da analisi di tipo

qualitativo, sappiamo che alle donne piace davvero lavorare nell'industria "beauty": intanto perché il 92% del personale è assunto a tempo indeterminato, fattore che contribuisce alla stabilità lavorativa, con tutte le garanzie che ne conseguono. L'attrattiva del settore si spiega poi con il fatto che la forza lavoro richiesta da chi produce cosmetici è altamente qualificata, l'ambiente è orientato alla ricerca, le imprese investono nella formazione e nell'innalzamento delle competenze per promuovere i talenti. In tutte le aziende vengono proposte azioni che favoriscono la crescita e la valorizzazione professionale, come gli incentivi

basati sui risultati raggiunti (79%), i sistemi di valutazione delle performance individuali (71%) e i piani di sviluppo carriera personalizzati (36%).

Interrogate su cosa le attrae del proprio lavoro, un campione di dipendenti di varie imprese italiane che fanno riferimento a Cosmetica Italia, hanno indicato per il 29% l'ambiente di lavoro, per il 28% la crescita continua delle competenze e la passione, il 26% le possibilità di carriera, la dinamicità del lavoro mai ripetitivo e la reputazione e notorietà del marchio, il 24% apprezza la possibilità di conciliare vita privata e professione, il 20% la retribuzione, il 16% il poco stress, il 12% il posto fisso (analisi InTribe per GI Group, 2024).

La consistente presenza femminile fa sì che un terzo

delle aziende abbia messo in atto misure per garantire l'equità retributiva tra uomini e donne, altro terreno ancora poco battuto in Italia. In una prospettiva di inclusione e di promozione delle pari opportunità, emerge che circa il 65% delle imprese ha attivato collaborazioni strutturate con istituti scolastici e università, finalizzate all'erogazione di borse di studio e all'organizzazione di percorsi di tirocinio, mentre una parte altrettanto significativa (63%) ha inserito persone con fragilità lavorativa e sociale. Inoltre, grande importanza viene data alla sicurezza: il 96% delle imprese ha in atto almeno una politica per garantirgli sul posto di lavoro, certificando il proprio sistema di gestione nel 39% dei casi.

— DANIELA PASSERI

ALVIERO MARTINI

1^A (LASSE)



Il sesto senso *di Ginza*



Destinazione finale Tokyo:
viaggio nella prima edizione
del Miu Miu Jazz Club.

Testo di
FEDERICA ROMAGNOLI

Sul palato il profumo di cirashi abbinato a una spolverata di caviale italiano. Nell'aria le note di un pianoforte Yamaha accarezzato dalle dita velocissime di una pianista vincitrice di un Grammy. In sala, lo sguardo ripercorre gli anni di storia testimoniati dalle pareti che ci circondano. Le mani si rinfrescano abbracciando un bicchiere ghiacciato di kissaten highball. Al Miu Miu Jazz Club le 21.30 somigliano a questo: una serata scandita dai cinque sensi della bellezza.

È Tokyo la città scelta da Miu Miu per ospitare la prima tappa del Miu Miu Jazz Club, il nuovo appuntamento del palinsesto culturale del brand dedicato all'ascolto e alla sperimentazione musicale ispirato al jazz giapponese. Per celebrare questo nuovo capitolo, oltre al legame di lunga data con il Paese, la maison dalla doppia M ha riunito per una sola notte a Tokyo moda, musica e creatività, tutta rigorosamente al femminile. Il progetto si ispira infatti all'heritage della musica jazz in Giappone e al ruolo che le donne hanno avuto nell'espandere e ridefinire il modo in cui questo genere poteva essere ascoltato, interpretato e suonato. A partire dagli anni 50 il jazz ha sviluppato la propria identità unendo la sua struttura organica con la sensibilità giapponese, le tradizioni locali e una cultura di ascolto molto attenta per diventare, nel corso degli anni, parte centrale della vita in città. All'interno di questa crescita, le donne erano non solo performer ma anche innovatrici e forze creative. È da qui che riparte Miu Miu, con un approccio riflesso del suo costante impegno nel valorizzare l'espressione inventiva di talenti femminili per raccontare il jazz non solo come genere musicale ma anche come simbolo di spontaneità, evoluzione, identità e definizione di sé. E ha scelto di farlo con una serata itinerante in tre coordinate cult della capitale.

6pm Prima tappa, Ginza. Ad aprire le danze, letteralmente, un cocktail negli spazi rinnovati del flagship store di Ginza. Riaperto ufficialmente a fine 2025, il nuovo negozio distribuito su tre livelli porta in città il range completo di collezioni in uno spazio colorato di velluto azzurro, legno di quercia e grandi vetrate affacciate sulla strada dello shopping di uno dei quartieri più amati della città. Nel tour percorso dagli ospiti, tra cui la star K-pop Jang Wonyoung ospite d'onore del rendez-vous in store, al primo piano borse e accessori anticipano la collezione di scarpe e ready-to-wear sul livello superiore. E al terzo e ultimo piano si fanno spazio agli ambienti dedicati a VIP e VIC (very important clients) con una lounge e tre camerini distinti per un'esperienza di shopping esclusiva. In occasione del Miu Miu Jazz Club anche un'anteprima della nuova collezione Upcycled 2026, presentata ufficialmente il 18 maggio.

9pm Dopo l'aperitivo, la serata prosegue in uno degli indirizzi simbolo della cultura musicale giapponese con una cena alla Dance Hall Shinseiki, club jazz che conserva ancora oggi la sala da ballo originale del periodo Showa. Un dialogo tra passato e presente, quello portato sul palco da Miu Miu, che rende onore alle voci simbolo di ieri facendo spazio ai nuovi nomi della scena contemporanea da conoscere. Tra le artiste salite sul palco a scandire la cena fusion tra tradizione giapponese e contaminazioni italiane l'artista multi-strumentale Lily, la trombettista, cantante, autrice e produttrice Reiya Terakubo e a chiudere il set in una performance fisica ed emotiva la pianista e compositrice vincitrice di un Grammy, Hiromi.

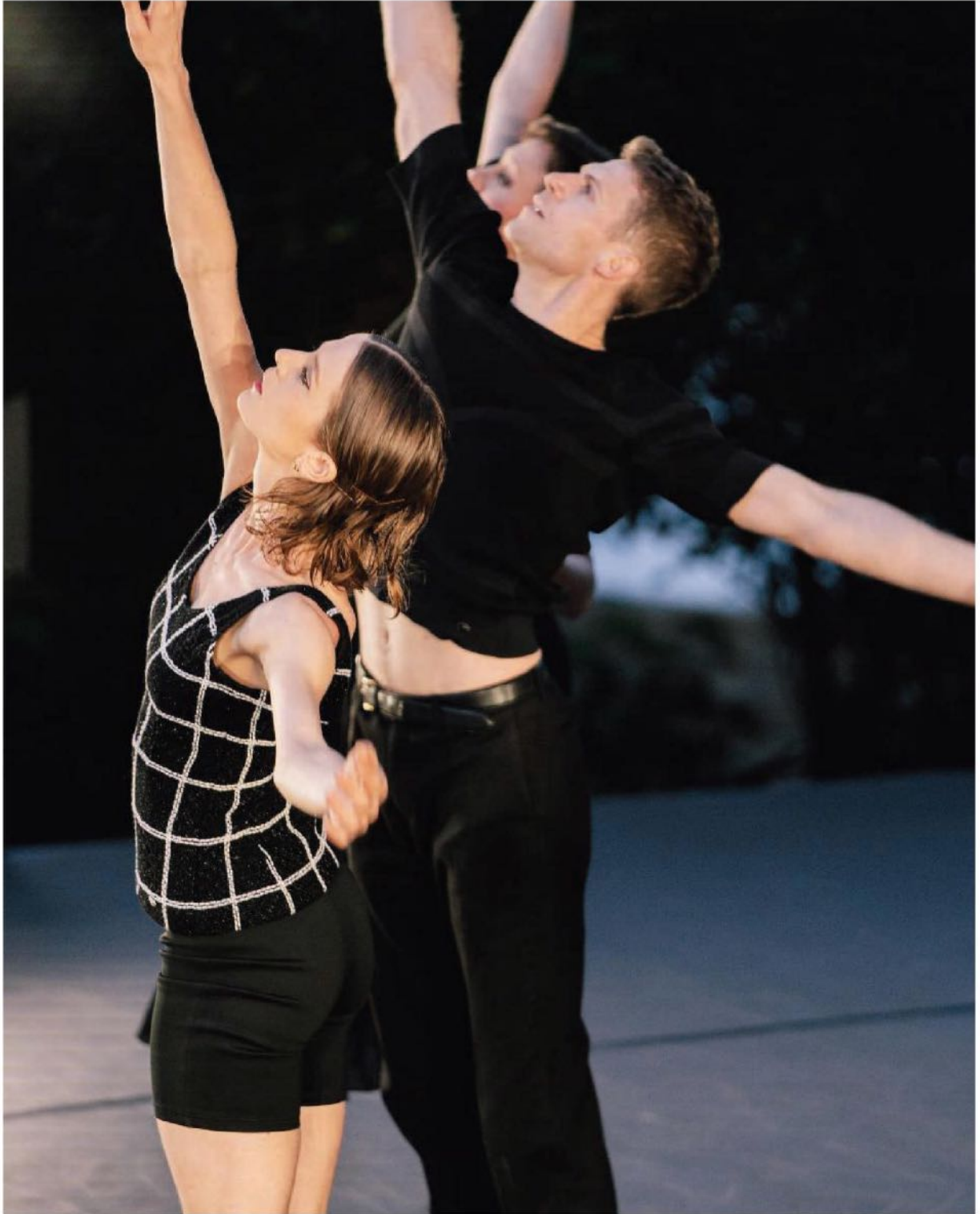
11pm La notte continua a muoversi all'afterparty ospitato nella porta accanto da un altro indirizzo storico, questa volta legato alla cultura cabaret e del cinema

È in scena un nuovo progetto culturale che intreccia musica jazz, creatività femminile e contaminazioni contemporanee.



locale. All'interno degli spazi del Tokyo Kinema Club una line-up internazionale ha fatto ballare gli ospiti con le note di Yuu Udagawa, Dj Yuna, Arlo Parks e Maya Jane Coles. Un nuovo capitolo popolato di tutte le parole del vocabolario Miu Miu. La continuazione di un racconto che parla un po' di tutte noi. •

NIGHTLIFE In alto. La locandina del Miu Miu Jazz Club. Sotto, la facciata della boutique rinnovata di Miu Miu a Ginza. Nella pagina accanto. La performance della cantautrice britannica Arlo Parks al Tokyo Kinema Club.



Fine DANZA
mai

Parlare di pensione per un artista sa di ossimoro, quasi di tradimento. Si può suonare, dipingere o scrivere fino all'ultimo respiro, ma per un ballerino è diverso, non si può sfidare la gravità per sempre. Tra le mura dell'Opéra di Parigi esiste poi una scadenza scritta nel contratto di lavoro: a 42 anni si esce di scena. Emilie Fouilloux, ex ballerina dell'Opéra e della Scala di Milano, oggi direttrice artistica del Cigognola Live Performance (dal 6 giugno al Castello di Cigognola), ci racconta nel docufilm *Metamorphosis* proprio quell'istante sospeso in cui sei ballerini devono imparare a camminare di nuovo sulla terra, lasciando le punte e il mito dietro di sé.

Emilie, come è nata l'idea di questo progetto?

Volevo raccontare una storia, che era anche la mia. Il tema del fine carriera è molto delicato; durante gli anni dell'attività non se ne parla quasi mai, è un po' un tabù. Ho aspettato di avere dei ballerini che conoscevo molto bene, perché solo con loro sarei riuscita a entrare nelle loro vite in modo profondo e semplice. Il sostegno di Chanel è stato poi fondamentale.

Perché *Metamorphosis*?

insegni o ti reinventi e magari impari un nuovo mestiere.

Cosa resta dei danzatori quando smettono?

Dipende dalla personalità di ognuno. Per quanto mi riguarda, resta una straordinaria scuola di vita e una disciplina ferrea, qualità che devo all'Opéra di Parigi. Resta poi la dedizione, il fatto di essere persone affidabili sul lavoro. La gente riconosce che il nostro è stato un percorso speciale e duro.

C'è anche da fare i conti con la mancanza dell'applauso, del pubblico, ma anche della routine quotidiana. Anche per te, Emilie, che hai smesso a 32 anni?

Sì, pensa che io sogno la danza quasi tutte le notti. Sono persino andata da uno psicologo per chiedere come gestire questa cosa. Nella vita di tutti i giorni ti ritrovi a ricercare quell'adrenalina, quello sguardo di ammirazione degli altri, è difficile farne a meno. Da una parte ricerchi quelle sensazioni, dall'altra devi accettare che non possono durare in eterno. Poi c'è il lavoro sul corpo: smettere di allenarsi quotidianamente è un trauma.

Cosa hai imparato vedendo questi sei professionisti rimettersi in gioco per la coreografia finale che

Chi smette di calcare il palcoscenico per raggiunti limiti di età (si parla di 42 anni all'Opéra di Parigi) deve fare i conti con il senso del limite. Ce lo racconta il docufilm *Metamorphosis* di Emilie Fouilloux: una riflessione sul balletto classico e, più in generale, sul senso della vita.

Testo di ANNA BOGONI

È il racconto di una trasformazione obbligata: il percorso inizia alla scuola di ballo, prosegue con la carriera professionistica e poi sfocia nella necessità di reinventarsi. Il cambiamento, nella danza, è una costante, ma a 42 anni non è più una trasformazione "morbida", è un punto e a capo.

È un'ingiustizia, una forzatura, secondo te?

No, è giusto così. Uno dei ballerini del film dice una cosa molto bella: "È normale, perché permette alla compagnia di rimanere giovane". Certo, esistono le eccezioni ma sono casi molto rari in cui i teatri si mobilitano favorendo condizioni e collaborazioni particolari. Per la maggior parte dei ballerini, quando il corpo non risponde più, devi accettare di smettere.

Nel film uno dei protagonisti dice che è difficile convivere con quella "scadenza", mentre una collega afferma: "È l'occasione per affrontare una nuova sfida".

Ci spieghi questi due atteggiamenti opposti?

Sono due facce della stessa medaglia: da una parte c'è la consapevolezza di qualcosa di doloroso e sofferto, dall'altra il rendersi conto che c'è un mondo intero ancora da scoprire. Nei sei protagonisti del film ho visto entrambi gli approcci, c'è chi ha dei figli ed è felice di poter vivere finalmente la sua paternità fuori dal teatro e chi vede nel ballo l'unica ragione di vita e vive il "salto nel vuoto" con un'angoscia profonda.

C'è anche un tema economico, se non sbaglio...

Esatto. Per noi la pensione percepita è minima e quindi o

danzeranno insieme a dei giovani danzatori?

L'idea del documentario era fare un film sulla danza con un messaggio universale: tutti affrontiamo uno shift prima o poi: cambiamo lavoro, partner, vita. Io ho visto nei sei protagonisti una grande umiltà. Siamo tutti alla ricerca di una verità e credo che le arti – musica, poesia, danza – ci permettano di avvicinarci a essa. Mi piace pensare che non si finisca mai davvero, che la "morte" artistica non sia la fine di tutto. Abbiamo sempre dei conti da pagare con la nostra passione.

Quale futuro immagini per *Metamorphosis*?

Abbiamo firmato con Sky Classica e stiamo lavorando per una distribuzione internazionale. L'idea è fare delle preview in tutti i posti dove ci sono compagnie di danza, perché il film è un veicolo di speranza per i ballerini, ma vorrei che arrivasse anche nelle accademie e nelle scuole perché lancia un messaggio universale che non riguarda solo i danzatori, ma chiunque si trovi di fronte a una riflessione potente sulla propria identità e sul proprio domani. •

OLTRE LA PERFORMANCE

Nella pagina accanto. Una scena del docufilm *Metamorphosis*, diretto da Isabelle Dupuy Chavanat, una produzione MeMo Films realizzata con il sostegno e i costumi di Chanel.

Sono un oggetto affilato. Se mi tocchi taglio”, dice di sé la voce narrante di *La ragazza d'aria* di Andreea Simionel (Rizzoli). Aryna ha 15 anni e un nome che a scuola nessuno sa pronunciare. È arrivata a Torino con la famiglia dalla Romania da un anno, ed è già una stu-

dentessa brillante. La sua durezza è una corazza: dentro, cova un malessere che la risucchia. Troppe cose sono cambiate, insieme al suo fisico da adolescente che si sta arrotondando. Tutto ciò che vuole ora è annullare la distanza che la separa dalla vita di prima, e agire sul suo corpo è la via più facile. Inizia così una veloce discesa nell'anoressia che la porterà in ospedale. Aryna ne uscirà grazie ai libri, alla sorellina e alla boxe. Simionel, al secondo libro, è un'autrice talentuosa che ha con la sua protagonista molti punti in comune. Nata nel 1996 in Romania, arrivata a Torino a 11 anni, da ragazzina ha sofferto di disturbi del comportamento alimentare. Il suo è un romanzo di formazione potente, che declina il disagio dello sradicamento attraverso un implacabile sguardo sul corpo, ma non solo, dosando le parole con sensibilità rara. Ne abbiamo parlato con lei.

Com'è nata l'idea di questo libro?

Stavo facendo il tour promozionale del mio primo romanzo e a fine presentazione una signora venne da me e invece di farsi firmare il libro, mi disse: «L'immigrazione e il corpo». Quelle parole enigmatiche mi sono entrate in testa. Finito il tour ho capito che dovevo raccontare una storia di immigrazione che parlando del corpo dimostrasse quanto un malessere identitario, geografico, possa essere anche fisico.

Quanto di te c'è in Aryna?

Io mi sono già raccontata nel mio primo romanzo, qui invece

parto sì dal mio vissuto, dal disagio di arrivare in un nuovo Paese con un'identità che diventa ingombrante, ma con la voglia di metterci mano, fare fiction. Per esempio, ho alzato l'età della protagonista e le ho dato una sorella minore, mentre nella realtà io ne ho una più grande. È stato un po' come entrare nelle sue scarpe.

Aryna lotta contro il proprio corpo che diventa la metafora di un conflitto tra una se stessa rumena e una se stessa italiana. È un disagio che hai vissuto?

Sì, anch'io ho avuto un'esperienza di ricovero quando ero più piccola. La prima stesura è stata la ricostruzione di com'è andata, però poi ho preso le distanze. Aryna in ospedale per la prima volta crea intorno a sé una comunità di persone, mentre prima respingeva chi gli era amico. Accetta di essere dove è giusto che sia in quel momento. E in ospedale nasce l'amicizia con Anna, una figura per me importante, una sorta di doppio: rappresenta e allo stesso tempo esorcizza ciò che ho davvero vissuto.

La difficoltà di avere un rapporto sano con il proprio corpo, e di prendersene cura, oltre a esprimere un malessere personale, riflette un disagio comune a tanti figli di migranti, che affrontano lo sradicamento nell'adolescenza?

Per quanto riguarda gli immigrati rumeni la risposta è sì, ma valeva soprattutto fino ai primi anni 2000. Si dice spesso che siano sfuggenti e nascondino le loro origini, mentre altre comunità se le tengono strette, ma questo era vero 20 anni fa quando integrarsi significava annullarsi, diventare invisibili. Oggi forse succede di meno.

Aryna infatti prova vergogna ogni volta che si sente "diversa", un sentimento che concentra sul suo aspetto fisico. Non riesce mai a vedersi bella.

L'annullamento è un trauma e in quanto tale è sempre portatore di vergogna. Oggi, però, non abbiamo bisogno di cambiare Paese per sentirci privi d'identità, o per vergognarci. Alle presentazioni del libro molte persone mi dicono: «Non ho sofferto di anoressia e vivo dove sono nata,

Raccontare il CORPO *è come tirare di boxe*

Scrittrice ed ex pugile di origine rumena, Andreea Simionel narra una storia potente di migrazione e identità negata. Con una protagonista che trova la bellezza dentro di sé.

Testo di ADELAIDE BARIGOZZI



però mi ritrovo con quello che scrivi». Vergogna, trauma, senso di identità, sono questioni che toccano tutti. A un certo punto della vita, può capitare di non riconoscersi. E la logica di raccontare questa storia è cercare di disegnare un percorso di risalita.

Esistono tanti libri che raccontano l'anoressia, quasi tutti memoir centrati su un solo punto di vista, quello di chi ne soffre. Come hai lavorato sulla sua narrazione?

All'inizio alcuni capitoli non li volevo nemmeno scrivere, per esempio quando Aryna inizia a perdere peso e corre di continuo sul tapis-roulant. Da ragazzina ho scoperto il trucco di nascondere il cibo nella manica leggendo *Wintergirls* di Laurie Halse Anderson, quindi il rischio di diventare un modello negativo mi terrorizzava. Per questo nel libro parlo pochissimo di peso, calorie e bilance. Aryna ne è ossessionata, ma non è quello il focus. Ha un problema di anoressia, ma potrebbe essere bulimia, tossicodipendenza, qualsiasi tentativo di regressione nel tentativo

di raggiungere la se stessa che è diventata.

Nel romanzo l'esperienza in ospedale è risolutiva. Lo è stata anche per te?

Sono stata seguita da un team medico e, come nel romanzo, sono rimasta ricoverata solo il tempo delle vacanze estive, in modo da non perdere l'anno, a scuola andavo benissimo e i miei genitori, come spesso accade tra gli immigrati, al mio rendimento ci tenevano molto. Non è stato questo, però, il motore della mia guarigione. Alla fine, quello che mi ha aiutato davvero è stato trovare una passione, la boxe.

In che modo la boxe ti ha aiutata a fare pace con il tuo corpo?

In questo sport è tutto molto semplice: se non mangi svieni, e se ti abbuffi vomiti. La boxe mi ha praticamente costretto a trovare l'equilibrio. Ed è stato da parte mia un innamoramento folle.

Per quanti anni l'hai praticata?

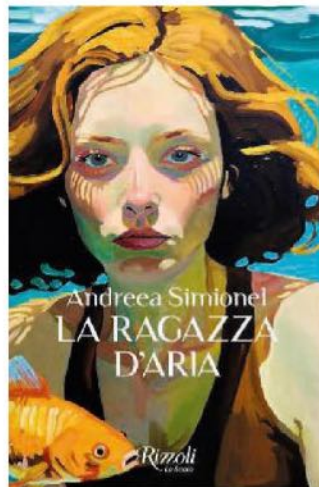
Dai 16 ai 22 anni. Facevo agonistica, andavo ogni giorno in palestra e trovavo una famiglia. L'ambiente della boxe, del resto, ha sempre accolto chi si trova in difficoltà, ragazzi dalla vita complicata, che scappano di casa. Non importa chi eri prima, lì diventi un'altra persona, che è poi quello che volevo per Aryna.

La scrittura è arrivata dopo?

Sì, la boxe aiuta a esprimere la propria rabbia, ma questo sentimento è molto utile anche nella scrittura. Per anni la dirigi contro te stessa finché non trovi il modo di trasformarla in un'energia costruttiva, un modo giusto di reagire.

La ragazza d'aria parla anche di cosa significa sentirsi bella o fuori contesto, attraverso lo sguardo degli altri. Cos'è per te la bellezza?

È uno stato che raggiungi dopo un percorso, e nel caso di Aryna non si tratta per forza di accettazione. Con questo libro voglio dire: va bene anche se non ti accetti, basta che fai pace con questa idea. Può darsi che tra 20-30 anni arriverai a piacerti per come sei e a esserne fiera. La bellezza ha più a che fare con l'armonia interiore che con l'estetica o i giudizi degli altri. •



IL LIBRO

La copertina di *La ragazza d'aria* (Rizzoli, pp. 352, € 18), secondo romanzo di Andreea Simionel (nella foto), scrittrice rumena naturalizzata italiana. Nata a Botoșani, in Romania, nel 1996, Simionel è arrivata in Italia, a Torino, con la famiglia quando aveva 11 anni.

Tra una crema e una maschera, anche leggere un libro può rientrare in una beauty routine che nutre e illumina da dentro. Magari grazie a un romanzo sulla bellezza ribelle della giovinezza, alla biografia di un mito o a un saggio che s'interroga su cosa voglia dire avere un fisico fuori dai canoni, mentre la fascinazione per la magrezza scheletrica portata in dono da Ozempic torna a indebolire il corpo delle donne, alla faccia della body positivity.

RIBELLE In *La ragazzina*, Feltrinelli (pp. 144, € 17), Valeria Parrella sottrae dall'iconografia della santità un personaggio storico fuori da ogni schema, per farne un simbolo contemporaneo pieno di fascino e grazia. Lei è Giovanna d'Arco, ma anche qualsiasi ragazzina che "in

autobiografici, da Anna Piaggi a Michela Murgia, da Pamela Anderson alla scrittrice Ruth Ozeki.

INNAMORATO Un uomo e una donna, nei tempi difficili del fascismo. Lui, bellissimo, lei secciona. Si ameranno qualsiasi cosa succeda, a dispetto delle atrocità della Storia, in *La vita sempre* di Elena Varvello, Guanda (pp. 336, € 20). Autrice, fra gli altri, di *Solo un ragazzo* (2020), Varvello trasforma la teoria in cui due opposti si attraggono in un grande affresco italiano.

SFACCIATO *Come si smette di avere una faccia* di Francesca Mattei, Effequ (pp. 214, € 18) è un romanzo conturbante diviso in capitoli da leggere



Storie e pensieri che prendono corpo per una beauty routine dell'anima

Un romanzo storico che parla di oggi e delle giovanissime che dicono "no", una guida per amarsi a qualsiasi taglia anche ai tempi di Ozempic, la biografia di una star intramontabile e molto altro ancora.

Testo di
ADELAIDE BARIGOZZI

ogni luogo del mondo si mette di traverso". Come Mahsa Amini, Greta Thunberg e le tante giovani attiviste che oggi più che mai dicono no alla guerra, all'ingiustizia climatica, ai tiranni, alla violenza, a costo di mettersi in pericolo.

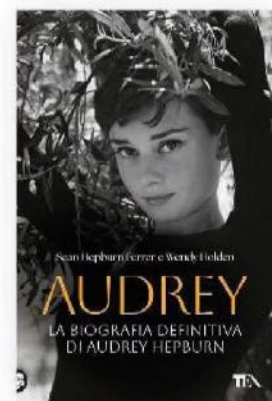
HOLLYWOODIANO *Allora arriverderci* di Gavin Lambert, Accento (trad. di Ilaria Oddenino, pp. 224, € 20), è una commedia brillante e sofisticata pubblicata nel 1971 e finora inedita in Italia, che racconta la Hollywood queer di fine anni '60, tra party popolati di uomini e donne bellissimi, sogni di successo più o meno infranti e inquietudini sotterranee. A raccontare con voce disincantata è uno sceneggiatore britannico, proprio come lo era Lambert, che stabilitosi in California – fu l'amante di Nicholas Ray, regista di *Gioventù bruciata* – divenne anche scrittore. Da riscoprire.

SARTORIALE Qual è il significato del rituale che ci accompagna quando scegliamo gli abiti per vestirci? E l'obiettivo quando ci trucciamo è sentirci belle, o c'è molto di più? Maria Luisa Frisa, studiosa e curatrice, in *Il corpo alla moda*, Einaudi (pp. 144, € 15) ci spiega come il look faccia di noi delle persone, apparecchiando i nostri mondi interiori. Un viaggio ricco di riferimenti anche

come racconti declinati intorno al corpo. In *Una faccia*, per esempio, leggiamo: "La cosa bella della faccia è che puoi metterci sopra praticamente qualsiasi cosa. Cosmetici, trucchi, maschere, colori, inchiostri e fluidi umani. La cosa brutta è che non puoi toglierla". Una voce originale.

AFFASCINANTE Per Sean Hepburn Ferrer, autore con Wendy Holden di *Audrey*, Tea (trad. Alessandro Zabini, pp. 304, € 20), la protagonista di *Colazione da Tiffany* e tanti altri film mitici, prima di essere una star e una donna coraggiosa (attiva nella Resistenza durante la Seconda guerra mondiale), era sua madre. In questa biografia corredata di fotografie inedite, ci offre un ritratto di Audrey Hepburn intimo e struggente, come nessun altro avrebbe potuto scrivere.

ATTIVISTA *Missing: Hai visto questo corpo?* di Muriel De Gennaro, Rizzoli (pp. 176, € 17) è "una piccola guida emotiva e politica sul corpo" scritta da una performer di burlesque, content creator e attivista lgbtqia+ e body positivity. Anche con l'aiuto di esperti, fra cui una psicologa, un medico e uno stilista, De Gennaro ci mette corpo e faccia per creare uno spazio sicuro di resistenza militante contro la grassofobia e lo sguardo tossico e giudicante dei social. •



CASAMORATI

1888



TORINO - MILANO - PARIS - MONTE CARLO - LISBOA - BARCELONA - FRANKFURT - LONDON
DUBAI - KUALA LUMPUR - MYKONOS - JAKARTA

XERJOFF.COM

Sette su Sette

Dal 21 maggio al 3 giugno numerosi eventi celebrano la bellezza nelle sue molteplici espressioni: mostre di arte, cinema, artigianato, festival di musica e letteratura...

FESTIVAL

Sabato 23

La maiolica artistica è sempre stata un vanto del Made in Italy. La manifestazione *Buongiorno ceramica!* vuole fare scoprire i laboratori artigianali a un pubblico di non addetti ai lavori, in 60 comuni italiani. Fino al 24 maggio. buongiornoceramica.it



Sopra. Un'immagine della Val Gardena, sulle Dolomiti, paesaggio dove si svolge la Biennale Gherdëina. In alto a destra. *Concetto spaziale, Attese*, di Lucio Fontana, idropittura e tagli su tela, 72 x 93 cm. Collezione privata. Sotto. Lavorazione al tornio a Urbania (Marche), durante la manifestazione *Buongiorno Ceramica!*, in diverse città italiane.

MOSTRE

Domenica 24

Max Bill è stato un importante esponente dell'arte moderna razionale e non figurativa. Il Centro culturale di Chiasso (Ch) raccoglie 150 opere, fra pitture, sculture grafiche e oggetti di design nella mostra *La grammatica della bellezza*. Fino al 12 luglio. centroculturalechiasso.ch

CINEMA

Lunedì 25

Arriva al cinema solo per tre giorni il documentario *Lucio Fontana, The final cut*, dedicato al pittore e scultore celebre per i suoi tagli nella tela, attraverso la testimonianza di artisti ed esperti del settore e l'utilizzo di materiali d'archivio per lo più inediti. nexostudios.it

MUSICA

Venerdì 29

Due giorni di musica elettronica e sperimentale a Roma con lo *Spring Attitude festival*: fra le tante proposte il mix di disco e funk della band Nu Genea, le tendenze psichedeliche dei Yin Yin e le vibrazioni house di Palms Trax. Fino al 30 maggio. springattitude.it



ARTE

Sabato 30

Una buona occasione per programmare un week end a Bilbao: il Guggenheim museum propone *Night Driver*, una mostra dedicata al precursore della Pop art Jasper Johns. Fino al 12 ottobre. guggenheim-bilbao.es

GREEN

Domenica 31

L'arte sale in vetta con la *Biennale Gherdëina* in Alto Adige (Bz). L'evento raccoglie sulle Dolomiti numerosi artisti contemporanei, per riflettere su come il giardino possa trasformarsi in uno spazio aperto a tutti, luogo di fioritura spirituale. Fino al 13 settembre. biennalegherdeina.org/it

CULTURA

Mercoledì 3

Musica, cinema, arte, letteratura e teatro, *La Milaneseana* è un concentrato di cultura, con eventi in 18 città italiane. Fra le varie proposte non perdetevi l'incontro con Milo Manara, in occasione dell'apertura della sua mostra alla Reggia di Venaria (To). Fino al 22 luglio. lamilanesiana.eu

A cura di
ISABELLA LECHI

A woman with long, wavy brown hair is posing on a beach. She is wearing a brown, form-fitting one-piece swimsuit with a halter-style top. Her right arm is raised, with her hand near her head. The background is a clear, bright blue sky and a sandy beach. The overall mood is sunny and relaxed.

ovs

LOVE PEOPLE. NOT LABELS.



Ci hanno provato in molti a spiegare la bellezza con formule matematiche, la verità è che rimane un affascinante mistero e nulla è più sexy di una leggera imperfezione che sparglia l'armonia e la rende unica. Camille Cottin, per esempio, è maledettamente sexy. Forse proprio perché il suo naso irregolare esalta gli occhi chiarissimi, la pelle luminosa, la voce morbida, la sua personalità e l'ironia tagliente. L'abbiamo raggiunta a New York, alla presentazione della nuova collezione di alta gioielleria di Tiffany & Co., di cui è ambassador.

Nata come attrice comica, non si è lasciata incasellare nel genere nonostante il carisma naturale. Ex insegnante di inglese, usa volentieri la sua visibilità per sostenere i diritti delle donne e affrontare il tema della violenza (si è espressa più volte sulla brutalità del caso Pelicot e la dimensione pervasiva della cultura dello stupro).

Cottin ha raggiunto la grande popolarità con la serie Netflix *Chiami il mio agente!* (*Dix pour cent*) che tornerà con un film e una quinta stagione. L'abbiamo vista in *House of Gucci* di Ridley Scott (interpretava Paola Franchi) e in *Tre amiche* di Emmanuel Mouret. In Francia, è appena uscito il suo nuovo film, con Louis Garrel, *Juste une illusion*, di Éric Toledano e Olivier Nakache (in Italia non ha ancora una data), ritratto di famiglia ambientato negli anni '80. Sarà nel prossimo film di Edward Berger (il regista di *Conclave*), *The Riders*, con Brad Pitt e Julianne Nicholson e nell'ennesimo adattamento di *Les misérables*, accanto a Vincent Lindon. Ha due figli, Léon di 17 anni e Anna Paloma di 11, avuti dall'architetto Benjamin Mahon, suo compagno da più di vent'anni.

Camille Cottin, 47 anni. Nella pagina successiva un'immagine del suo nuovo film, *Juste une illusion*, con Louis Garrel.

La felicità? Un gruppo di amiche inseparabili, un amore grande, due figli da crescere tra molte risate e una carriera internazionale di successo. L'attrice francese *Camille Cottin* ha un altro segreto: quei preziosi momenti di solitudine per ricaricarsi e prendersi cura di sé.

II TEMPO per me

Testo di
SILVIA LOCATELLI

Lei è ambassador di Tiffany & Co., i video per la campagna sono una celebrazione del women empowerment e dell'amore per se stesse: quanto le somiglia quella donna?

Mi piaceva l'idea di rappresentare una donna contemporanea e indipendente, di mostrare che i momenti di solitudine per noi, oggi, sono davvero preziosi. In passato, nelle società patriarcali, erano associati a forme di abbandono. In realtà è vero il contrario: sono assolutamente necessari. La donna moderna si porta un bel carico sulle spalle, spesso è un pilastro, soprattutto in ambito familiare, quindi prendersi del tempo per ricaricarsi è essenziale. È importante il concetto che si prenda cura di sé e si conceda dei piaceri, significa farsi dei regali e

non contare sugli altri per vivere momenti piacevoli: non aspettare che sia qualcun altro a darci il permesso di divertirci e stare bene ma riconoscere che è qualcosa che possiamo regalarci noi stesse. È stata una vera ispirazione e un divertimento riuscire a esprimerlo in pochi secondi con un sapore di commedia e un tocco di ironia.

Perché amiamo così tanto i gioielli?

I gioielli raccontano storie, possiedono un fulgore unico. Sono vicini al viso e sembra che nascondano qualcosa di antico, profondamente collegato ai mondi dell'arte e della natura, attraverso le pietre e i metalli. C'è qualcosa di fortemente organico nei gioielli, e allo stesso tempo di sofisticato. E poi, il loro scintillio richiama quello degli occhi, il bagliore dell'allegria e delle connessioni tra esseri umani. Spesso i gioielli nascondono una storia, ci ricordano qualcuno quindi, forse, la loro, è un'estetica intrisa di significati profondi.

Le tre cose che le mancano di più quando è lontana da casa?

Il mio fidanzato, mia figlia e mio figlio.

Tornerebbe ai suoi vent'anni?

Solo se lo potessi fare con l'esperienza dei 40, altrimenti non sono interessata, grazie (*ride*).

Un momento che riviverebbe all'infinito?

Per i miei 40 anni, i miei amici mi hanno fatto una sorpresa: hanno organizzato un weekend di festa a Valencia, in Spagna. Eravamo in 27, tutte persone molto care, ed è stata una gioia infinita. È gente che conosco da quando avevo 14 anni e mi ha accompagnato per tutta la mia vita, fino a qui: averli lì tutti insieme, in una città che per me ha un valore speciale, l'ha reso un momento davvero eccezionale.

Una conquista inaspettata, che apprezza, di questa fase della sua vita?

Credo che abbia a che fare con l'aver meno bisogno di una validazione esterna per sentirmi sicura di me e imparare ad accettarmi. Può sembrare banale ma è qualcosa che porta un bel po' di pace. Alla mia età, ti senti più a tuo agio su quel fronte. E hai anche un rapporto diverso col tempo: se da un lato è destabilizzante perché hai l'impressione che scorra più in fretta dopo i 40, lo senti anche come un alleato che ti aiuta ad aggiustare le cose. Il risultato è che tutto assume una sfumatura più serena.

I suoi valori imprescindibili nel lavoro e nella vita privata?



Il rispetto per il lavoro e il rispetto per l'integrità di ogni persona. Questo comporta un certo tipo di attenzione e di gentilezza. E io non voglio frequentare – anzi, cerco di evitare il più possibile – persone che non condividono questa visione.

Quando si sente più bella?

Quando sono felice (*ride*).

Cosa è sexy?

Essere vivi è sexy.

Flirtare è un gioco che le piace?

Penso che la seduzione, in generale, sia più limitante che gratificante, credo che possa diventare una gabbia. Vivere in uno stato di perenne seduzione, alla fine, ti dà quasi la sensazione di perdere una parte di te stessa, ti svuota. Invece, incontrare persone che ti interessano e ti sorprendono davvero, e renderti conto che può nascere un legame autentico con qualcuno che stai ancora conoscendo, questo sì ti dà una carica incredibile: scoprire un'intesa spontanea è energizzante.

Quanto è importante l'ironia nel crescere i figli?

Immagino che lei ne faccia un ottimo uso...

L'umorismo in generale è molto importante e, sì, cerco di utilizzarlo per smorzare le tensioni, almeno ci provo... In famiglia ci prendiamo molto in giro, tutti e quattro, e ci tengo che i miei figli sviluppino un senso dell'umorismo, che imparino a ridere di se stessi, dei loro difetti e delle loro debolezze. È molto importante. Ma di solito è qualcosa che arriva più tardi negli anni. Per rassicurare i bambini devi parlare con loro e spingerli a buttare fuori quello che provano con la voce.

Ha una ritualità con le sue amiche del cuore?

Organizziamo regolarmente delle cene, il gruppo fisso è di 7 o 8 ma possiamo arrivare anche a 14. E la parte più divertente di quelle serate tra ragazze è il giorno dopo, quando nella chat rievochiamo la serata precedente e ognuna dà la sua interpretazione di quello che è successo o abbiamo detto. È un passatempo delizioso.

La persona più elegante che ha conosciuto?

Meryl Streep. È una montagna di eleganza, perché è infinitamente dolce e immensamente gentile.

Chi è il grande amore della sua vita?

Il padre dei miei figli. È il mio miglior amico, il mio miglior amante, il mio tutto. •

pesade



L'ARTE *di* RIPOSARE

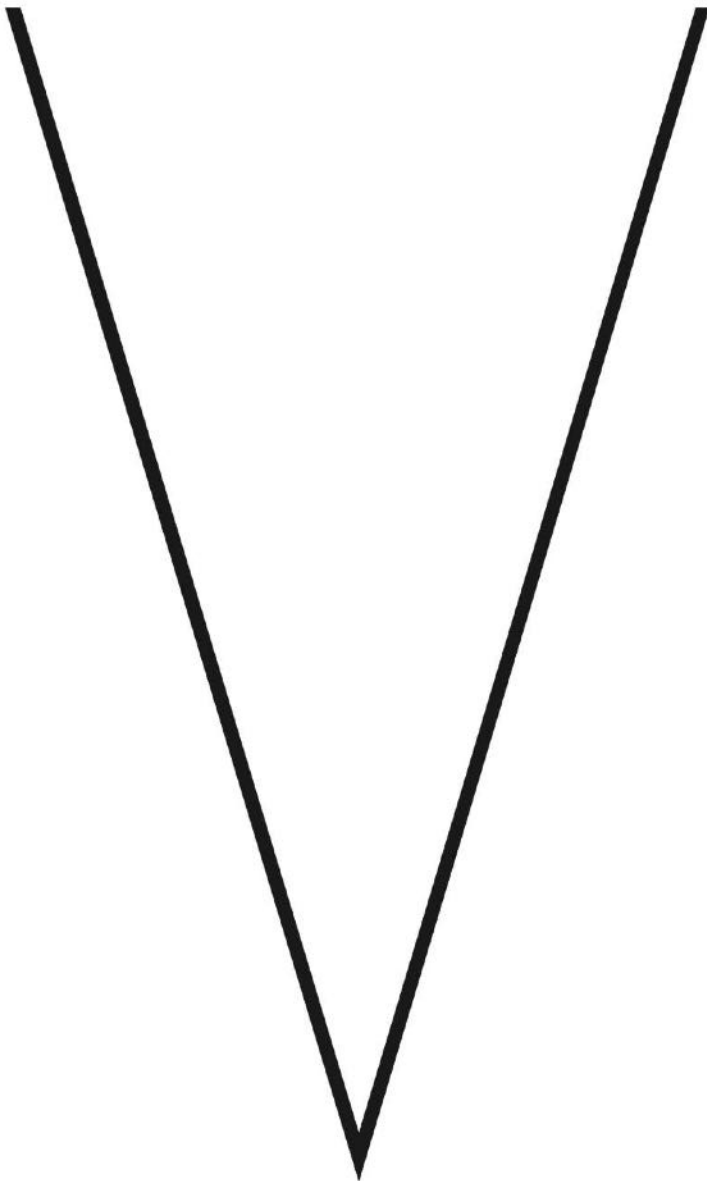
NEW YORK AL RALLENTATORE

Le immagini di queste pagine sono tratte da *Rallentando*, una ricerca della fotografa Nina Kling (ninaklingphotography.com) in corso dal 2021 che, attraverso l'obiettivo, riscrive il ritmo frenetico e casuale di New York, usando i passanti come note musicali di una sinfonia più lenta.

Tra atmosfere oniriche e sfocature intenzionali, il progetto raccoglie incontri casuali e impressioni momentanee: immagini che per l'autrice scaturiscono da una personale forma di meditazione e invitano a ricontestualizzare l'apparente caos della città in momenti quotidiani di bellezza.

La nuova frontiera
del benessere secondo
le neuroscienze? Lasciare spazio
al vuoto. Perché fermarsi non
significa spegnersi. Ed è proprio
nei momenti di inattività
e vagabondaggio mentale
che il cervello, insieme al corpo,
ritrova equilibrio, creatività
e bellezza.

Testo di GLORIA GHIARA
Foto di NINA KLING



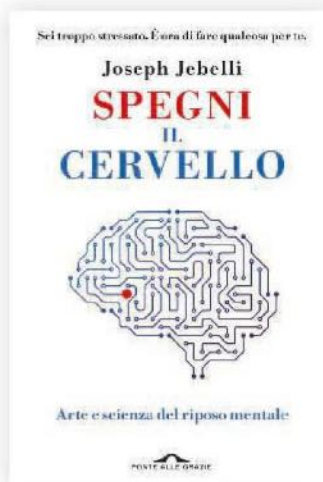
iviamo in uno stato di allerta permanente. Rispondiamo ai messaggi mentre camminiamo, controlliamo le mail appena svegli, riempiamo ogni pausa con uno schermo. Anche il riposo è diventato una forma di ottimizzazione: dormire meglio per lavorare meglio, meditare per performare meglio, rallentare solo se serve a ripartire più velocemente. Negli ultimi anni persino il benessere e la bellezza – momento slow per eccellenza – sono stati inglobati nella logica della performance: routine viso e corpo perfette, risultati visibili, pratiche da misurare e condividere sui social.

Eppure, come spiega il neuroscienziato Joseph Jebelli nel suo nuovo libro *Spegni il cervello - Arte e scienza del riposo mentale*, il problema non è ciò che manca alle nostre vite, ma il ritmo con cui le attraversiamo. «Il benessere non

è ciò che aggiungi, ma ciò che smetti di accelerare», sembra essere il sottotesto invisibile di tutto il suo discorso. Non si tratta quindi di fare ancora di più ma, al contrario, di lasciare finalmente spazio a quei momenti in cui il cervello smette di essere costantemente orientato alla produttività. Guardando le fotografie di queste pagine, tratte dal progetto *Rallentando* di Nina Kling, tra corpi sfocati, riflessi liquidi e immagini sospese tra presenza e dissolvenza che rallentano il ritmo frenetico di New York, viene spontaneo pensare a quello spazio mentale che Jebelli descrive nel libro: un territorio fuori fuoco, lontano dalla concentrazione forzata e dalla logica della prestazione.

«Ciò che trovo così affascinante nelle immagini sfocate di *Rallentando*», spiega Jebelli a *Elle*, «è che catturano la creatività e l'immaginazione proprio nei momenti detti "task-off", o "fuori fuoco", che riflettono ciò che accade nel cervello quando riposiamo. Non si tratta di perdita di concentrazione, ma della riscoperta della rete di default cerebrale, il "task off network", a cui possiamo accedere in qualsiasi momento, se solo lo permettiamo». La rete di default è un insieme di aree cerebrali che si attivano quando non siamo concentrati su un compito preciso. È la modalità "task off": quella in cui la mente smette di inseguire performance e attenzione focalizzata. E nelle immagini di Nina Kling questa attivazione invisibile sembra prendere forma.

È un concetto quasi controintuitivo. Per anni abbiamo pensato al riposo come a un momento passivo, una semplice assenza di attività. Quello che ti "concedi", spesso con una certa dose di colpa legato al *far niente*, dopo il quale i tratti del viso sono distesi, il corpo rilassato e ci si sente più belli. Ma non "produttivi". Le neuroscienze, che hanno appena iniziato a comprendere questo fenomeno, oggi raccontano invece qualcosa di molto diverso: «Il cervello non si spegne quando riposiamo, si attiva», precisa Jebelli. «Quando ci allontaniamo dal lavoro e dai compiti focalizzati, la rete di default, collegata alla riflessione, all'immaginazione e al recupero, entra in funzione. E quando la attiviamo con il riposo miglioriamo intelligenza, creatività, memoria e capacità di problem solving, riducendo anche il rischio di sviluppare malattie neurologiche come depressione e demenza». Il problema, però, è che raramente ce lo permettiamo davvero,



UNA BIBBIA SCIENTIFICA PER IMPARARE A "STACCARE"

Nell'epoca dell'iper-efficienza siamo sempre connessi, sempre produttivi, sempre stanchi. In *Spegni il cervello - Arte e scienza del riposo mentale* (Ponte alle Grazie, 304 pagine, euro 16,90), il neuroscienziato Joseph Jebelli ribalta (finalmente) tutto quel che pensiamo sul riposo: rallentare, fermarsi non sono una debolezza, ma una necessità biologica. Attraverso studi recentissimi, esperienze personali e consigli concreti, il libro mostra come lasciare vagare la mente migliori memoria, creatività, salute mentale, bellezza e persino performance lavorative. Una guida illuminante – e liberatoria – per imparare finalmente a godere del "far niente". Senza sensi di colpa.

TUCANO



specie nella quotidianità. «Viviamo in una cultura che glorifica l'essere sempre accesi», osserva Jebelli. E il sovraccarico mentale, avverte, è insidioso, non arriva improvvisamente: si costruisce lentamente. «Una delle cose più importanti da capire riguardo al burnout è che si sviluppa per fasi, e spesso ignoriamo le prime. Tutto inizia con una sensazione di insoddisfazione. Senti che qualcosa non va, ma è un sentimento gestibile, quindi lo ignori. Questo porta rapidamente al cinismo: non ti importa più del lavoro, è solo qualcosa che devi fare. Se si ignora anche questo, l'ultima fase è la deumanizzazione, un distacco emotivo completo da colleghi e attività. Si diventa irritabili, ansiosi e depressi. Questi stati possono diventare così profondi che, come descrivo nel libro, "iniziamo a indossarli come pelle". E incredibilmente, al cervello possono servire fino a tre anni per recuperare». Le conseguenze, però, non sono soltanto emotive. Nel libro Jebelli spiega come lo stress cronico modifichi fisicamente il cervello. «Neurologicamente, il sovraccarico assottiglia la corteccia frontale nello stesso modo dell'invecchiamento: letteralmente rende il cervello più vecchio di quanto sia. Come una foresta che scompare gradualmente, i neuroni perdono le strutture ramificate chiamate dendriti, che una volta perse sono difficili da recuperare».

Il burnout riduce anche l'ippocampo, fondamentale per memoria e apprendimento, e aumenta l'attività dell'amigdala, legata alla paura e allo stress, rendendoci più ansiosi e reattivi alle minacce percepite. Un rischio che aumenta anche le probabilità di declino cognitivo e malattie neurodegenerative come l'Alzheimer. Il corpo segue lo stesso schema: pressione alta, palpitazioni, insonnia, dolori cronici, sistema immunitario indebolito, stanchezza persistente, invecchiamento precoce. «Il sovraccarico colpisce ogni organo», prosegue lo scienziato. «Può causare infarto, ictus, diabete di tipo 2, problemi respiratori, disturbi gastrointestinali e dolore cronico». Fino a casi estremi: «In Giappone esiste persino una parola per la morte da lavoro: *karoshi*». Per questo, insiste, è fondamentale riconoscere i segnali precoci del sovraccarico prima che diventino cronici.

La parte più sorprendente del libro, però, è forse scoprire quanto il recupero possa nascere da gesti davvero minuscoli, da mettere in pratica ogni giorno. Non servono ritiri spirituali o fughe radicali. «Può essere qualcosa di semplice,

“Quando ci allontaniamo dal lavoro e dai compiti focalizzati, la nostra rete di default cerebrale, collegata all'immaginazione e al recupero, diventa attiva”

come uscire per dieci minuti senza telefono, lasciare vagare la mente, sedersi sui mezzi senza scrollare ossessivamente lo schermo o fare un sonnellino di 30 minuti», chiarisce Jebelli. Anche guardare fuori da una finestra mentre siamo in ufficio – «la strada, il cielo, il movimento delle foglie» – può attivare la rete di default e creare quella sensazione di sospensione e riposo che oggi sembra quasi scomparsa dalle nostre giornate. E migliorare la creatività. In fondo è proprio questo che la velocità contemporanea ci sottrae: la possibilità di sostare abbastanza a lungo da accorgerci di qualcosa. La serendipità, gli incontri minimi, i dettagli inutili ma essenziali, come nelle fotografie di Nina Kling, dove il mondo non viene controllato ma lasciato accadere.

Non a caso Jebelli collega questo stato mentale alla natura, piena di quelle che gli psicologi chiamano *soft fascinations*, elementi che catturano l'attenzione in modo rilassato e senza sforzo.

NUXE

P A R I S



+ 88%
RESISTENZA
ALLA ROTTURA⁽¹⁾

hair
Prodigieux®
LE SÉRUM
HYDRA-PLUMPING SERUM
HAIR & SCALP

I TUOI CAPELLI DA SOGNO DIVENTANO REALTÀ

INNOVAZIONE CAPILLARE

Il Siero Hydra-Rimpolpante per Capelli e Cuoio Capelluto racchiude l'expertise di 8.500 micro-sfere⁽²⁾ di Olio di Camelia Rosa Fermentata, Acido Ialuronico ed Estratto di Amla. Con un solo gesto idrata, fortifica e rivitalizza i capelli. Infusa con l'iconica fragranza Prodigieux®, ogni goccia dona nuova luminosità e morbidezza. Più di un trattamento, un sogno che diventa realtà.



NUXE LABORATORIO N.1 DEI TRATTAMENTI DI ORIGINE NATURALE IN FARMACIA E PARAFARMACIA IN FRANCIA[®]

(1) Test strumentale su ciocca di capelli. % di miglioramento dopo 30 applicazioni. (2) In media in un flacone da 50 ml. (3) GERSDATA - SOGEARLY - mercato dermocosmetico ricostituito - selezione del segmento naturale - vendite a valore (fatturato IVA inclusa in €) - farmacie e parafarmacie in Francia - MAT giugno 2025.



“Un esercizio utile? Il *mind wandering*, lasciar vagare la mente: anche pochi minuti, (senza distrazioni digitali) migliorano le capacità del cervello e la creatività”

«Trascorrere tempo in un bosco migliora la creatività e la capacità di problem solving del 50%, e la memoria del 20%. Uno studio su 20.000 persone ha dimostrato che due ore a settimana in spazi verdi migliorano significativamente il benessere psicologico e neurologico. L'obiettivo minimo dovrebbe essere 20 minuti al giorno».

Anche il classico sonnellino, apparentemente banale e spesso visto come una “perdita di tempo”, assume nelle parole del neuroscienziato una dimensione quasi rivoluzionaria. «Chi fa un sonnellino di 30 minuti al giorno ha un cervello più grande. La differenza è significativa: circa 15 centimetri cubici in più, come una piccola prugna». Una frase che sembra poetica ma che nasce da studi neuroscientifici precisi: dormire durante il giorno, spiega, può rallentare l'invecchiamento cerebrale fino a sei anni. Per Jebelli è fondamentale

anche praticare il *mind wandering*, il vagare mentale che oggi tendiamo a interrompere continuamente o addirittura a considerare in modo negativo. «Iniziate semplicemente prendendovi pochi minuti al giorno per fissare il vuoto. Non è mindfulness né meditazione: non è attenzione focalizzata sul presente, è qualcosa di molto più leggero», spiega. «È importante essere intenzionali nel lasciare vagare la mente, perché il *mind wandering* intenzionale – rispetto a quello casuale – offre una protezione maggiore dallo stress e dall'ansia». E aggiunge: «Quando le persone svolgono compiti ripetitivi, quelle che lasciano vagare di più la mente spesso ottengono risultati migliori, proprio perché attivano la rete di default, che aumenta la creatività». Per chi vive immerso nel rumore urbano o in giornate piene di impegni, il neuroscienziato insiste su una cosa semplice: «Anche pochi minuti senza distrazioni digitali – seduti sul divano, guardando le piante o fuori dalla cucina – migliorano le capacità del cervello».

Jebelli conclude con un terzo consiglio e con un'osservazione quasi brutale nella sua semplicità: «Lasciare il lavoro al lavoro. Mettere il telefono in un cassetto quando si torna a casa, smettere di controllare e-mail la sera e nei weekend. La rete di default del cervello ha bisogno di più attivazione. E se pensate di non avere tempo per “spegnere il cervello”, controllate il tempo di utilizzo dello schermo del cellulare. Se sono ore al giorno, il problema non è il tempo che manca, ma come viene usato». In un mondo che ci vuole sempre lucidi, efficienti e reperibili, *Rallentando e Spegni il cervello* sembrano suggerire la stessa cosa: che esiste una forma di intelligenza e di bellezza anche nella sospensione, nel vuoto, nel lasciare la mente libera di vagare senza meta. Perché rallentare non significa uscire dal mondo, ma entrarci meglio. E forse il vero lusso contemporaneo non è avere più tempo, ma avere finalmente un tempo non compresso, abbastanza aperto da permettere a qualcosa di inatteso di accadere. •

DOLOMIA

LA BELLEZZA È UN PRINCIPIO NATURALE

Respira ciò che senti LE NEUROFRAGRANZE

Nuove Eau de Toilette
ARMONIA, CALMA,
GIOIA, ENERGIA



Test in vivo condotti in cieco su 30 soggetti hanno confermato la risposta di benessere emotivo suscitata da ogni neurofragranza.

Scopri le nostre farmacie, trova la più vicina a te





IL BUSINESS della LUNGA VITA

Dal pro-age alla longevity economy il mercato globale del lusso punta su benessere, identità e innovazione. È il terreno su cui si giocherà il futuro.


Testo di ELISABETTA MURITTI
Foto di BOB WOLFENSON

“Il benessere si integra in così tanti ambiti da essere diventato in parte un’infrastruttura che plasma il nostro stile di vita, in parte un’identità che segnala i nostri valori e in parte un’ideologia che definisce la nostra visione del mondo”

longevità. Eccola la nuova parola d’ordine degli analisti del Luxury Market, il nuovo mantra da recitare per ottenere, contemporaneamente, sia la diagnosi che la terapia per un comparto che dovrebbe occuparsi solo di quello che ci fa stare bene. Accanto, una manciata di altri abracadabra utili a navigare nei mari turbolenti e, sì, carenti di equipaggi freschi: *silver economy*, *healthcare*, consumo esperienziale, *health-as-wealth*, *haute-wellness*, industria del ringiovanimento, *pro-age* (il termine anti-age discrimina i portatori sani di rughe), *boomer beauty*, *beauty-longevity*, *reverse aging* e così via. Fino alla *femgevity*, che scongiura menopause precoci, spesso associate a invecchiamenti di cattiva qualità. Dunque, è evidente fin dalla terminologia: il passare degli anni, se diventa non solo una lunga ma anche una bella e benestante serie di opportunità, e soprattutto se è accettato con grazia e re-indirizzato, si trasforma in un Eldorado.

All’insegna del lusso pro-age e della valorizzazione del proprio sé (facoltoso o/e istruito), in ciò trasformando moda e beauty e i modi di viverli. Del resto, su Instagram e TikTok sono cresciuti profili come quelli di Lyn Slater (@iconaccidental), insegnante al Lincoln Center trasformatasi in un’icona della moda a 63 anni, o di Grece Ghanem (@greceghanem), nata a Beirut nel 1964, influencer piccante e autorità in fatto di *beauty-in-age*. Certo, si

fa presto a parlare di longevità. Però... «Però la longevità necessita di lungimiranza. Due cose diverse, che per fortuna spesso convivono», spiega Maria Carmela Ostillo, Associate Professor of Practice di Marketing and Sales presso la SDA Bocconi School of Management (dov’è anche direttrice della Brand Academy). «La longevità rappresenta l’allungamento della durata della vita ed è spesso intesa come invecchiamento in salute, la lungimiranza è la strategia mentale e pratica necessaria per raggiungerla e gestirla. Non basta vivere più a lungo, occorre programmare il miglioramento della qualità degli anni a venire, attraverso scelte consapevoli e pianificazione a lungo termine. In sintesi, la longevità è il traguardo, mentre la lungimiranza è la “bussola” che guida verso un invecchiamento sano, attivo e soddisfacente. Un brand e una persona saranno longevi se si avvalgono dello strumento della lungimiranza». Precisa: «Ovvio che la lungimiranza vada inserita nell’ambito dell’economia aziendale. Cito un dibattito che si è svolto un paio di anni fa, all’interno del corso di Comportamento organizzativo dell’Università degli Studi di Napoli Federico II, perché il suo titolo diceva già tutto: *Il super-power della crescita: la lungimiranza*. Sì, molti brand storici hanno instaurato uno stretto rapporto tra continuità, longevità e lungimiranza. E, per essere longevi, oltre alla lungimiranza e all’intelligenza strategica, hanno messo in campo anche la resilienza». In questo quadro leggiamo il 24esimo Osservatorio *Altagamma*, che presenta i dati del mercato globale del lusso nel 2025 e offre le stime 2026 (due studi: *Altagamma Consensus 2026* e *Altagamma-Bain Worldwide Luxury Market Monitor 2025*). Alcune affermazioni catturano l’attenzione. «Il lusso è a un bivio tra esclusività e inclusività, tra profitto e scopo. Solo chi saprà coniugare creatività e coscienza trasformerà la transizione in longevità», dicono all’unisono Claudia D’Arpizio e Federica Levato, Senior Partner di Bain & Company. Il report informa che la crescita del comparto cosmesi nel 2026, stimata a +4%, è trainata dal rallentamento



SURF THE
GINGER WAVE

Parfum Nectar



SIMONE ANDREOLI
DIARIO OLFATTIVO
TIMELESS NOMAD



SIMONE ANDREOLI
DIARIO OLFATTIVO
FINE PERFUMERY

dell'invecchiamento cutaneo e dal wellness. Vero. Ma il nocciolo della questione è un altro: parliamo di una longevità che premia i brand, non esclusivamente di cosmetica, capaci di integrare l'etica nella propria *value proposition* e di instaurare un dialogo con i consumatori basato su intimità e integrità. Così la longevità non si limita più (o non solo) alle primavere vissute dalle consumatrici finali e diventa un monito di lungimiranza a lunga gittata diretto a un ambito, quello appunto dei consumi ad alto contenuto simbolico, che ultimamente pareva assaporare uno spericolato senso del presente.

Ostilio racconta di aver viaggiato in treno vicino a un bell'uomo maturo, elegantissimo, immerso nella lettura di un libro. Di cui ha sbirciato titolo e autore: *Il codice della longevità. Super Agers*, di Eric Topol (Newton Compton). Topol, medico e cardiologo, ha poi scoperto, è tra i 10 ricercatori più citati al mondo, posta sui social quasi ogni settimana, è una rockstar della scienza. Malattie come diabete, obesità e cardiopatie oggi possono essere combattute grazie all'intelligenza artificiale e allo studio delle bioscienze, perché, per Topol, siamo tutti entrati nell' "era della longevità" e tutti chiamati all'azione: le persone comuni perché cambino stile di vita, gli operatori sanitari e gli scienziati affinché esplorino le connessioni tra i fattori dell'invecchiamento, la società perché realizzi cambiamenti utili alla salute di tutti. Ora o mai più: Eurostat, l'agenzia statistica dell'Unione Europea, fotografa un Vecchio Continente sempre più vecchio: dal 2015 al 2025 l'età mediana è cresciuta di 2,1 anni, arrivando oggi a 44,9 anni, il che significa che una metà della popolazione europea ha meno di 44,9 anni e l'altra metà, invece, ne ha di più. Giusto per saperlo: nel 2031 avremo 3 milioni di italiani in più nella fascia over 55 e 4,6 milioni in meno in quella più giovane.

Patrizia Calefato, docente di Sociologia dei processi culturali e comunicativi e Honorary Doctor in Humanities del Center of Fashion Studies della Stockholms Universitet, nonché autrice del saggio *Sociologia della moda* (Carocci Editore), aggiunge un altro punto di vista: «Gli appelli ai tempi lunghi di analisti ed esperti non sono soltanto marketing. Ovvio, le società stanno invecchiando, e conseguentemente diventano sempre più attempati i consumatori e i loro desideri, ma la verità è che stanno mutando le scale dei valori. E tutto questo nonostante continuano a dominare modelli "sfacciati" del rapporto tra potere e ricchezza». Spiega: «Oggi c'è una sensibilità più diffusa, un'opposizione, un'avanguardia. Sta più a cuore il rapporto tra il bello e il durevole, tra il bello e la cura a tutto campo». E poi parla di una moda e di una cosmesi che finalmente imparano ad assicurare benessere e solidarietà il più a lungo possibile. Aggiunge: «Poi

riscontro un nuovo elemento: la dignità. Anche lo shopping può essere cura collettiva e procurare appagamento durevole a chi ci sta vicino». Calefato cita le parole di Carol Tulloch, studiosa inglese di abbigliamento e diaspora transnazionale, che racconta di aver incontrato durante un ricovero ospedaliero una malata terminale che "curava" sé stessa e le altre pazienti truccandosi perfettamente ogni giorno e profumandosi con essenze ricercate.

Stupisce il fatto che le riflessioni di Calefato in un certo senso si allineino a quelle di Monsignor Vincenzo Paglia, presidente della Pontificia Accademia della Vita, rese note durante il primo *Vatican Longevity Summit*, tenutosi l'anno scorso nell'intento di una riprogettazione dell'algoritmo del tempo. Papa Francesco ha fornito una vera "spiritualità della vecchiaia", ha ricordato Paglia, e ha favorito il dialogo tra le età. E a proposito: in questi giorni si è svolta la terza edizione del prestigioso *Milan Longevity Summit*, rinnovatosi all'insegna dell'approccio olistico *One Health*, ovvero una visione integrata della longevità che unisca persone, pianeta e progresso sociale; il secondo vertice vaticano lo segue dal 25 maggio, affinché i due eventi, interconnessi, creino un ponte tra riflessione morale e applicazione pratica. Insomma, il tempo, spina nel fianco di ciò che ha da fare con la nostra corporeità, oggi richiede una nuova misurazione. E una nuova etica.

Calefato estrae dal cilindro un'altra password dei nostri anni, ben più allarmante: lungotermismo, da *longtermism*, la filosofia elitaria che ha sedotto i *Tech Bros* della Silicon Valley e che, originariamente basata sulla responsabilità nei confronti delle generazioni a venire, approda oggi a un totale disinteresse morale e a una sottrazione di risorse nei confronti dei drammi attuali dell'umanità. «Quest'ideologia ha un'altra idea del tempo, è una sorta di *superomismo* selettivo che coinvolge solo i più ricchi», spiega. «Il benessere cui fa riferimento la "vera" longevità non può avere una tale idea di illimitatezza. La cura implica lentezza, chiede piena consapevolezza del tempo che abbiamo a disposizione. Poco o tanto che sia». Siamo di fronte a una sfida. Longevità "femminile", lungimirante, integrale e intrisa di grazia versus longevità "maschile", intesa come privilegio, titanismo politico. E, ovvio, business globale. Già, entro il 2040 la longevità potrebbe diventare la più grande industria mondiale, logico che brand e colossi del lusso abbiano fatto i loro conti. Kering ha ceduto la divisione beauty a L'Oréal per 4 miliardi di euro e l'accordo prevede una partnership tra i due gruppi focalizzata sulla lunga vita. Renzo Rosso ha dichiarato che la *longevity* sarà il suo prossimo focus imprenditoriale. Dior ha messo in campo una *task force* di esperti globali per agire su 12 biomarcatori dell'invecchiamento cutaneo e riavvolgere il

“La longevità rappresenta l'allungamento della durata della vita ed è spesso intesa come invecchiamento in salute, la lungimiranza è la strategia mentale e pratica necessaria per raggiungerla e gestirla”

PUPA

MILANO

VAMP! LIPFULL
STYLO LABBRA SFUMABILE
EFFETTO VOLUMIZZANTE

90%
LABBRA PIÙ
VOLUMIZZATE*

95%
LABBRA PIÙ
LEVIGATE*

*Soggetti che mostrano un miglioramento.
Test clinico dermatologico. 20 soggetti. Dopo 30 minuti.



“Il tempo disponibile per decidere se una comunicazione è interessante oggi è pari a 1,8 secondi. Nel 2005 erano 12 secondi, 8 nel 2013. E a chi mi rivolgo, in 1,8 secondi?”

nastro dell'età biologica; di concerto, persegue la longevità ambientale per garantire che la produzione sia sostenibile entro il 2030 e che un approccio olistico sostenga la desiderabilità del marchio nel lungo periodo. Poi, certo, ci sono le pratiche e le ricerche “estreme”. Alcune ancora studiate in laboratorio. L'elenco è lungo, *biohacking*, test epigenetici, ossigenoterapie iperbariche, saune all'ozono, fleboclisi con nicotinammide adenina dinucleotide ossidato (fondamentale per il metabolismo energetico e la riparazione del dna), terapie senolitiche di precisione volte a ridurre l'infiammazione cronica, fino alle trasfusioni di plasma intergenerazionale... Il 2026 parrebbe l'anno della messa a terra della scoperta fatta vent'anni fa dal Nobel Shinya Yamanaka: il *cell rewind*, e cioè un gruppo di geni che può riprogrammare le cellule e trasformarle in staminali pluripotenti.

Se ne sta occupando Life Biosciences, biotech cofondata da David Sinclair, il genetista star di Harvard autore del bestseller *Lifespan*, con l'obiettivo di applicare la “riprogrammazione epigenetica parziale”. Questa vera e propria industria del ringiovanimento fa vorticare capitali pompati da Jeff Bezos (Altos Labs), da Sam Altman (OpenAI, investe in Retro Biosciences), da Bryan Johnson, fondatore di Blueprint, con *Immortals*, il suo protocollo di eternità da 1 milione di dollari, e da Mohammad bin Salman, principe ereditario dell'Arabia Saudita e patron dell'Hevolution Foundation di Riad. Pensare che, nonostante tanto testosterone multimilionario, le HeLa, le cellule “eterne” che ancora adesso si riproducono indefinitamente nei laboratori del mondo, nel 1951 furono prelevate senza consenso dal tumore alla cervice dell'utero di una trentenne afroamericana (la storia è raccontata da Rebecca Skloot in *La vita immortale di Henrietta Lacks*, Adelphi). Calefato sorride: «Certo, la biologia è fondamentale. Ma preferisco di gran lunga un discorso più culturale. Un'ossessione faustiana non ci deve impedire di pensare alle nostre fragilità». Aggiunge Ostillio: «E se il benessere smettesse di essere qualcosa che facciamo e diventasse ciò che siamo? Le statistiche dicono che il mercato globale del benessere è in crescita: si stima che raggiungerà i 10mila miliardi di dollari entro il 2029 e che non è già più una categoria a sé stante. Ormai si integra in così tanti ambiti da essere diventato in parte un'infrastruttura che plasma il nostro stile di vita, in parte un'identità che segnala i nostri valori e in parte un'ideologia che definisce la nostra visione del mondo. Le nostre ambizioni in termini di benessere stanno diventando più mirate, più intelligenti e, in definitiva, anche più ottimistiche». Altro che Silver Model (solo per dire, l'artista Marina Abramović, 79 anni, con la linea beauty Abramović Longevity Method), avverte Ostillio: «La Generazione Z e i Millennial guidano il 41% della spesa annuale per il benessere, non solo alla ricerca di prestazioni ottimali (attraverso le tecnologie) ma anche di beni e servizi che sostengano in modo

duraturo la salute. Il 52% dei consumatori ritiene che esista un futuro “più sano” non tanto grazie a protocolli estremi da impiegare, bensì per una coerenza di base tra identità personale e ciò che effettivamente si ricerca nei consumi».

E allora? «I brand che hanno in pugno il futuro sono quelli che, come dice Topol, guardano alla longevità rendendo il benessere sempre più integrato e invisibile, con tecnologie, spazi dedicati al benessere pluri-sensoriale... Nel rispetto, però, di rituali della tradizione comprovati dalla storia. Occorre “sposare” la dualità: guardare avanti adottando intelligenza artificiale, biomarcatori, personalizzazione di precisione, scienza della longevità e guardare indietro affidandosi alle pratiche antiche, alla saggezza del territorio e delle origini, riutilizzando l'autonomia umana». Innovazione a braccetto con rituali, storia, saggezza, tradizione. A queste parole fa eco Calefato, che cita due stiliste, guarda caso donne, capaci di proporre una moda che diventa *biohacking* umano e virtuoso: la giamaicana Rachel Scott, fondatrice del brand Diotima e ora direttrice creativa di Proenza Schouler, e l'olandese Iris van Herpen.

Resta una curiosità: come comunicare credibilmente la longevità e la lungimiranza di prodotto, in queste nostre stagioni di ipervelocità e multi-verità? Andrea Maulini, docente universitario, Ceo di Profili, società di consulenza di marketing e comunicazione, e autore del saggio-manuale *Comunicare la cultura. Strategie, linguaggi, narrazioni* (Editrice Bibliografica) ammette: «Il tempo disponibile per decidere se una comunicazione è interessante oggi è pari a 1,8 secondi. Nel 2005 erano 12 secondi, 8 nel 2013. E a chi mi rivolgo, in 1,8 secondi?».

Maulini, come Ostillio e Calefato, percepisce però un mutamento: «I 30/55enni, tradizionalmente i responsabili dell'acquisto lussuoso, hanno cambiato il loro modo di consumare la comunicazione. Parallelamente, stanno “maturando” i loro social di elezione: TikTok, per esempio, non è più il regno dei 13enni. C'è quindi un'evoluzione dei giovani globali che influenzeranno il mercato futuro: aumentano i loro titoli di studio e sale l'età del loro ingresso nei social, ai quali arrivano più tardi, più strutturati e consapevoli. Per gente così la lentezza non può più essere un dato di superficie, implica la riflessione». E conclude: «Percepisco un bisogno di etica, di valori più “europei”, fondanti, comuni e di lungo periodo. Da rimpolpare, da confermare o da estrarre *ex novo*». •

NIVEA

L'ETÀ È LA TUA FORZA

CON 3X BOOSTER
DI COLLAGENE



NOVITÀ



SIERO RIPARATORE 3-in-1

Riduce le rughe profonde
e ridefinisce i contorni del viso

TRATTAMENTO INTENSIVO Giorno & Notte

NUOVA: Texture fondente in burro. Nutre intensamente
la pelle e rafforza la barriera di idratazione cutanea



Segni del destino che definiscono in modo ineluttabile un prima e un dopo. Una volta, tenute nascoste per pudore, oggi mostrate, se non con orgoglio almeno con tenerezza: le cicatrici non sono solo memoria di un evento, ma qualcosa che trasforma la pelle in un documento culturale, di nostra esclusiva proprietà. Nell'arte, nel cinema, nella fotografia, nell'antropologia, nella chirurgia, nella psicoanalisi queste tracce cutanee sono state oggetto di studio perché il loro potere è quello di raccontare una storia unica, e di conservare, come un amuleto magico, un pezzetto d'anima.

Vero è che affasciano, da sempre e tanto. Allargando la prospettiva, sono la prova della guarigione da un trauma, tema fulcro anche della 61ª Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia (fino al 22 novembre 2026) dal titolo *In Minor Keys* a cura della scomparsa Koyo Kouoh, dove tutto ruota intorno una "partitura collettiva" che esplora bellezza, resilienza e guarigione, all'interno della vita quotidiana e delle sue pratiche più semplici.

Argomento anche della mostra fotografica *Cicatrici* alla libreria La Balena a Milano conclusasi a fine marzo, promossa da La Balena Spazio Arte in collaborazione con l'associazione Il Doppio Sguardo. «Qui l'artista Giulia Manelli espone un'esperienza da cui si esce per forza trasformati», spiega Marco Garzonio, psicologo e giornalista presidente Il Doppio Sguardo. «Nella ferita è insita la possibilità di creare la ricucitura, passando dal dolore alla ripresa, con un'innata propensione a guardare al futuro. Sintesi questa della psicologia di ispirazione junghiana. Ricordiamoci che la rivoluzione culturale di Jung prima ancora che clinica si fonda su creatività, trasformazione e cambiamento».

Non solo le nostre, ma ci attraggono anche quelle degli altri: misteriose, magnetiche, anche sexy. Accessorio narrativo della storia incarnata di un corpo, ci intriga osservarle sulla pelle dell'essere amato. Dettagli che osserviamo anche sul grande schermo dove le cicatrici hanno fatto da architrave ad alcuni dei film più importanti della storia. Dario Cangemi, direttore responsabile di *The HotCorn*, magazine digitale italiano interamente dedicato al cinema, alle serie tv e alla cultura pop ne individua alcuni: «Faccio subito un esempio. Se *Elephant Man* di David Lynch, storia di un uomo sfigurato da una malattia, è stato precursore delle tematiche sulla diversità e ci mostra una società che già negli Anni Settanta costruiva l'identità partendo dall'estetica, *Bugonia* di Yorgos Lanthimos, in cui la protagonista Emma Stone dalla testa rasata e i segni sul

viso, ci immerge nel disturbante profondo, l'esatto luogo in cui ci troviamo adesso. La ferita poi non è solo fisica, ovviamente. Altrimenti non si spiegherebbe il successo di *Cime Tempestose*, in cui Heathcliff e Catherine sono eroi negativi portatori di traumi indicibili». Si entra quindi nel territorio dell'estetica della vulnerabilità, e delle autenticità contro i filtri digitali che tutto cancellano. «Da un punto di vista antropologico, siamo in un'epoca in cui esibire le cicatrici significa, grazie alle tecnologie comunicative e ai social, mostrarle a una quota di popolazione potenzialmente enorme e che non fa parte della nostra cerchia», racconta Rossella Ghigi sociologa e docente presso il Dipartimento di scienze dell'educazione dell'Università di Bologna. «A differenza del passato, le mostriamo anche a chi non condivide la nostra scala di valori. Non sono più simboli di riti di passaggio di identificazione comunitaria. Il cambiamento accade anche per lo sviluppo della chirurgia estetica nel corso del ventesimo secolo. Scegliere di tenere una cicatrice, invece di cancellarla, cosa oggi possibile, fa sì che essa assuma un significato di status symbol e di autodeterminazione del proprio corpo». Il punto è questo: se nel



Le cicatrici, da segni nascosti ad archivi emotivi di guarigione e resilienza. Dall'arte al cinema, dalla fotografia ai laser hi-tech, il corpo diventa narrazione.

Testo di BARBARA PELLEGRINI
Foto di ANAÏS TONDEUR

Memoria, guarigione ed estetica dell'autenticità

passato era impossibile tornare indietro, oggi a livello di medicina estetica si sono fatti passi da gigante nella cura e nel ripristino della pelle. Di questo ci parla Steven Paul Nisticò, professore di dermatologia e direttore della scuola di dermatologia Sapienza Università di Roma e coordinatore del gruppo di studio laser della SIDeMaST (Società Italiana di Dermatologia e Malattie Sessualmente Trasmesse). «Negli ultimi anni la medicina dermatologica ha compiuto passi da gigante nel trattamento delle cicatrici, trasformando quello che un tempo era considerato un difetto permanente in una condizione sempre più trattabile. Oggi il laser non rappresenta solo una soluzione estetica, ma uno strumento terapeutico capace di migliorare anche la funzionalità dei tessuti danneggiati. Le cicatrici, infatti, non sono soltanto un segno visibile sulla pelle: nei casi più complessi, come esiti di ustioni o traumi, possono limitare i movimenti e compromettere attività quotidiane e lavorative. È proprio in questo contesto che le nuove tecnologie laser stanno dimostrando la loro efficacia. I trattamenti più avanzati si basano sull'utilizzo combinato di due tipologie di laser. Il primo è il laser CO₂ frazionato, che agisce in profondità nel derma stimolando la produzione di nuovo collagene ed elastina. Questo processo, noto come neocollagenesi, consente alla pelle di recuperare parte della sua elasticità e compattezza, migliorando visibilmente l'aspetto della cicatrice e, in molti casi, anche la sua funzionalità. Accanto a questo, trova spazio il laser Dye, un laser vascolare particolarmente efficace sulle cicatrici più rosse e ricche di vasi sanguigni, come i cheloidi. Agendo selettivamente sul colore, il laser riduce la componente vascolare che alimenta la cicatrice, contribuendo a renderla meno evidente e più stabile nel tempo».

Le applicazioni sono numerose e riguardano un pubblico sempre più ampio. Si va dalle cicatrici post-operatorie – come quelle da parto cesareo o da interventi alla tiroide – fino agli esiti di acne, un problema che colpisce soprattutto i giovani e che può avere un forte impatto psicologico. Proprio in questi casi, gli specialisti sottolineano l'importanza di un messaggio chiaro: anche quando restano segni sulla pelle, oggi esistono soluzioni efficaci per migliorarli in modo significativo. Un aspetto che può fare la differenza non solo sul piano estetico, ma anche su quello emotivo e sociale. «Tra le condizioni trattabili rientrano anche le smagliature, oggi diffuse sia tra le donne sia tra gli uomini. Il trattamento varia a seconda dello stadio: quelle più recenti, di colore rosso o rosato, rispondono meglio alla combinazione dei due laser, mentre quelle più datate, di colore bianco, vengono trattate principalmente con il laser CO₂ per migliorare la struttura della pelle».

Nessuna bacchetta magica, ma risultati concreti. Gli esperti invitano tuttavia alla cautela: il laser non è una soluzione miracolosa. La pelle che ha subito un danno non tornerà mai esattamente com'era prima, ma può migliorare sensibilmente, fino a rendere la cicatrice poco visibile. Dal mondo della ricerca arrivano infine segnali promettenti: le nuove tecnologie puntano a trattamenti sempre più precisi e selettivi, capaci di colpire solo



i tessuti danneggiati risparmiando quelli sani. L'obiettivo è una medicina "su misura", costruita sulle caratteristiche specifiche di ogni paziente. In questo scenario, il laser si conferma non solo come alleato della bellezza, ma come uno strumento concreto di cura, in grado di restituire qualità della vita a chi convive con gli esiti di una cicatrice.

«Le cicatrici derivanti da interventi chirurgici sono tra le più comuni», spiega la chirurga plastica Alessandra Cecchini. «La loro qualità dipende in gran parte da come viene eseguita l'incisione. I chirurghi plastici, ad esempio, seguono le cosiddette linee di Langer, direzioni naturali della pelle che permettono di ridurre la tensione e ottenere segni più sottili. Post intervento, il decorso è naturale: la cicatrice appare inizialmente arrossata e più evidente, per poi schiarirsi nel tempo. In questa fase si può intervenire con cerotti in silicone, creme specifiche, infiltrazioni di cortisone nei casi più complessi. Alcuni pazienti, per predisposizione genetica, possono sviluppare cicatrici anomale come i cheloidi, che richiedono trattamenti mirati e spesso non chirurgici».

BOTANICA E FILOSOFIA

Le immagini di queste pagine sono tratte dal libro *Flowers of Fire*, (L'Artiere Edizioni, in apertura la copertina), progetto fotografico di Anaïs Tondeur, con il filosofo Michael Marder, sviluppato durante una residenza artistica a Napoli.

**LE
INFILI
E VIA!**

**SENZA CHINARTI.
SENZA TOCCARE LE SCARPE.
LE INFILI E VIA.**



Sofia

**SKECHERS
HANDS FREE
Slip-ins**



SUMMER 2026

pierremantoux.com

ELLE

MODA

Per far "sbocciare"
e rendere luminoso
il viso, occorre dissetarlo
quotidianamente.

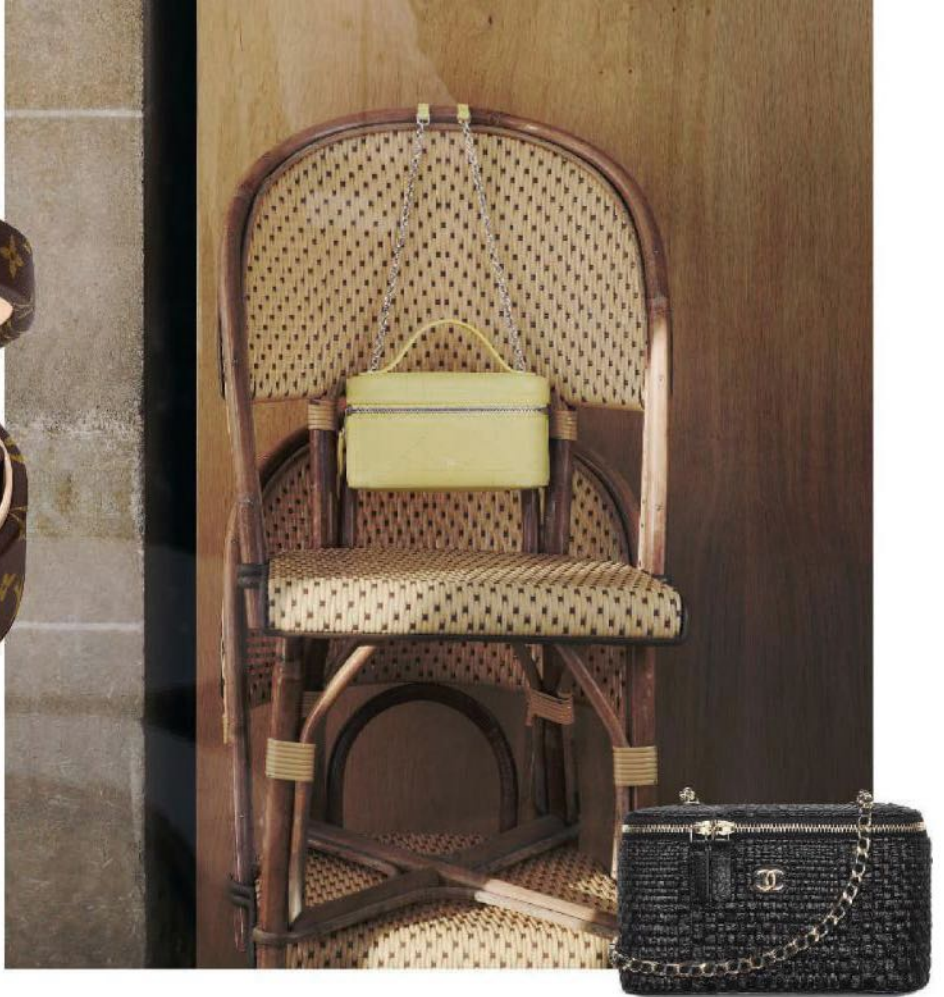
Da provare Isdinceutics
Hyaluronic Moisture
Normal To Dry Crema
Idratante, ricca di acido
ialuronico, Isdin.

Collateral *beauty*



Anatomia di un successo nato in privato,
 alla toeletta da trucco, per poi conquistare il mondo
 grazie a dive hollywoodiane e celebs nostrane.
 Da rigorosi scrigni di beltà a beauty case giramondo,
 ecco il fenomeno delle vanity bag.

Testo di
 MARTA SALADINO



Becky Sharp aveva una cura ossessiva nell'apparire, una maniacale ambizione sociale scandita da rituali strategici, come picchiettarsi il naso con colpi di cipria tra inebrianti nuvole di profumo. È lei, l'antieroina eppure il faro di quell'estetica che W.M. Thackeray pennella sapiente nel romanzo *La fiera delle vanità*, dove proprio la toeletta e il beauty case diventano metaforicamente lo scrigno segreto di quella ascesa nei ranghi. Da allora, la valigetta porta trucchi ha smussato i contorni che la volevano confinata nella salle de bain per far capolino in mano a celebs e dive cinematografiche, immortalata magari sulla scaletta di un aereo proprio come intimo nécessaire di bellezza da viaggio, e non solo. Quel cofanetto di pelle, custode di astuzie cosmetiche, ha solcato i decenni sempre qualche passo dietro le icon bag, per riprendersi la scena negli ultimi anni. Il motivo di questa insolita inclinazione lo abbiamo chiesto a Eleonora Chiaïs, ricercatrice all'Università di Torino che si occupa di fashion theories. «Si tratta di un accessorio capace di rompere la classica separazione tra ribalta e retroscena perché, originariamente immaginato per una dimensione privata, entra nella sfera pubblica trasformandosi da semplice "contenitore di bellezza" a oggetto bello di per sé». Con la complicità dei social, poi, la vanità del vanity case è diventata iperbolica. «La viralità dipende da una combinazione di fattori visivi e culturali», continua Chiaïs. «Da un lato è un accessorio molto instagrammabile grazie alla forma geometrica compatta, che entra alla perfezione nello spazio ridotto dello schermo e nel tempo esiguo di uno scroll. In "semiotichese" stretto potremmo dire che ha un alto grado di

“È un accessorio molto instagrammabile, che entra bene nello spazio ridotto dello schermo e nel tempo esiguo di uno scroll”

— ELEONORA CHIAÏS

iconicità sintetica, cioè comunica subito uno status senza bisogno di contesto. In più, propone l'estetica della cosiddetta *curated life*: molto di ciò che un tempo era backstage, come dedicarsi al makeup o alla skincare, oggi è spettacolarizzato». Insomma, la vanity bag potrebbe essere stilema di una generazione che fa del crossover uno standard, come ci conferma Eugenio Gallavotti, docente alla IULM e autore del libro *I racconti delle borse* (ed. FrancoAngeli): «Oggi moda e beauty non si limitano più a dialogare: si mescolano e si saldano, e la vanity bag è sintesi di quest'ibridazione, perché unisce due universi e li oltrepassa. In un'epoca dove tutto è condiviso, anche l'idea di "prepararsi" è parte della narrazione. Senza contare che il beauty piace sì perché è funzionale, ma anche perché è appetibile. Nella moda, il desiderio ha sempre l'ultima parola». •

IBRIDI DI CHARME

Dall'alto. Lipstick box Scott in tela Monogram di Louis Vuitton; vanity bag in pelle a motivo Cannage di Dior; di rafia e pelle con catena dorata di Chanel; a base cubica, in tela Triomphe, di Celine. Nella pagina accanto. Brigitte Bardot a Londra nel 1959, mentre scende dall'aereo con un beauty case in mano.



La fiera delle vanità

Panthère Noire, il prezioso bestiario felino di Giovanni Raspini, va in bella mostra itinerante. E trasforma i gioielli in arte pura. Mitologia sauvage.

Testo di MARTA MARIANI



La passione per tutto ciò che è antico si mescola con quella per l'architettura razionalista. La prima è un'eredità di famiglia, la seconda cresce quando è ragazzo, nelle aule dell'università a Firenze. Il legame con la Toscana di Giovanni Raspini, creativo poliedrico e fondatore dell'omonima Maison di gioielli, non è solo una questione di origini. È un'osmosi, riflesso di un incredibile patrimonio culturale e naturale che si riversa direttamente nelle sue opere. Ora l'architetto gioielliere, che definisce artista "colui che cerca lo stupore per trasmetterlo agli altri", si presenta con una nuova sfida. La mostra evento *Panthère Noire - Gioielli da un bestiario*

felino, è un progetto itinerante che parte il 21 maggio negli eleganti spazi della Residenza Vignale di Milano, e che attraverserà tre città italiane fino al prossimo ottobre. A Roma, dall'11 giugno, come sede espositiva è stata scelta la Coffee House di Palazzo Colonna, mentre per la tappa fiorentina, dal 25 settembre, sarà la maestosa cornice rinascimentale della Loggia Rucellai ad accogliere il bestiario de luxe di Giovanni Raspini. Dei 28 gioielli-scultura in mostra tra collane, bracciali, anelli e orecchini in argento, bronzo e gemme, 22 sono pezzi unici in cui sfuma il confine tra gioiello e arte.

Con *Panthère Noire* il creativo riporta in vita due tradizioni antiche: quella legata al tema animalier, tipico delle Maison ottocentesche, e la tecnica della fusione a cera persa. Seguendo un'interpretazione mimetica e viscerale tipica del realismo toscano, l'artista plasma pantere, tigri, leopardi, leoni e ghepardi, affascinanti predatori che vivono attraverso i preziosi intrecciando mondi reali e onirici. «I grandi felini non hanno una storia, solo mistero, eleganza e mito», dice Raspini che, da oltre cinquant'anni, trasforma la materia in narrazione. Star del percorso espositivo è la collana *Panthère Noire* in bronzo bianco brunito e smaltato, arricchita da grandi gemme di onice nera e piume, che culmina con una testa di pantera centrale. Catalizzatore di luce è, poi, il collier *Snow Leopard*, con quarzi di cristallo di rocca; imponente il *Tigre*, con gemme in quarzo idrotermale, agata muschiata e madreperla; variopinto il *Ghepardi*, in bronzo dorato smaltato, agata verde e corniola. E ci sono anche due parure in vendita ispirate all'evento, *Panthère Mirage Blue* e *Leopardo Jungle*, realizzate in argento brunito con gemme colorate e perle d'acqua dolce. Ieratiche guardiane della mostra sono, infine, due magnetiche pantere nere in bronzo a grandezza naturale, ambasciatrici di un'eleganza selvaggia e mitologica. •

ISTINTO ANIMALIER

A sinistra, il tripudio della collana *Wild* e, sotto, lo sketch del collier *Mariposa* di bronzo dorato e smalto nero. Sono due dei preziosi esposti alla mostra itinerante *Panthère Noire - Gioielli da un bestiario felino* di Giovanni Raspini, dal 21 maggio a Milano.



Potenzia l'abbronzatura naturale

Con o senza sole

Con attivi e antiossidanti,
+99% di origine naturale

Finish uniforme, graduale
e senza macchie

Risultati visibili in soli 3 giorni

Decidi tu il risultato



Freshly®

Dermocosmesi
naturale

Disponibile su freshlycosmetics.com e anche nei punti vendita Pinalli

↓ INVISIBILE AGLI OCCHI

Passepartout. Degli 8 lip balm con finish mat che arricchiscono da poco la collezione *Rouge Celine* di Celine, l'*Incolore* è il più sfuggente.

Ma idrata comme il faut, e al pari degli altri è contenuto in un astuccio ispirato al modernismo Art Déco.



Storia

naturale

Lip balm effetto nude, profumi che sanno di frutta estiva, accessori per stare all'aria aperta. Nuovi cult di moda e dintorni.

↑ **NOMADLAND** Vertice di escapismo. Etro e Globe-Trotter, storico brand inglese di valigeria di lusso, hanno avviato un dialogo creativo in cui il viaggio come esperienza senza confini è al centro di tutto. La collezione di bagagli che ne è nata unisce l'heritage tessile di Etro al savoir-faire del marchio british. Il tessuto Arnica col suo disegno paisley riveste di motivi jacquard le strutture di fibra vulcanizzata, ed è accompagnato da dettagli di pelle e dalla scritta "Since 1968", anno di fondazione della Maison milanese.



← **OLTRECONFINE** Blurry lines. Un po' mare, un po' città, un po' quello che ti dice il momento. La summer edit di Soeur è aperta a tutte le possibilità; sicuramente racconta di una femminilità inclusiva che prende in prestito capi e proporzioni del menswear, come pantaloni coloniali e completi fluidi, e li mixa a slip dress di jersey, casacche taglio kimono, top con inserti di pizzo e ballerine rosse. Il tutto raccontato da immagini che emanano serenità, per un mood nel chill.



← **KYOTO-GA** Rituale del Sol Levante. Vicky Tsai, taiwanese cresciuta negli Stati Uniti, a un certo punto molla tutto e va a vivere a Kyoto dove fonda Tatcha, brand culto di skincare da poco sbarcato anche in Italia, in esclusiva da Sephora. A base di Hadasei-3, concentrato di superfood, aminoacidi e AHA, Tatcha è ispirato dalla dieta jap e da una cultura votata all'armonia. *The Dewy Skin Cream*, crema antiage che protegge dallo stress ossidativo, è in linea con la sua filosofia.




↑ **MATCH POINT**

Tennis club. Nella stagione dei grandi tornei su terra battuta ed erba, Silvia Tcherassi gioca il suo match con la *Sofia Tennis Bag*, borsa effortless con motivo annodato in tessuto off-white effetto nido d'ape. A suo agio ovunque, tra resort, competizioni e sere d'estate.



↑ **BIZZARRO ASSAI** Eccentrico come il suo nome. La bizzarria è una rara varietà di agrume bitorzolato che può produrre sia frutti dell'arancio amaro che del limone cedrato. Osservato per la prima volta ai Giardini Medicei nel 1644, ispira ora il racconto olfattivo di una nuova linea dell'Officina Profumo-Farmaceutica Santa Maria Novella, che comprende eau de parfum, crema per il corpo e bagnoschiuma. Estivi, avvolgenti, assai singolari.



All'aria aperta, nella natura, o al mare Fusion Water Magic spf 50 si applica su viso e collo, anche per idratare e per un'azione antiossidante, Isdin.

IDEA MODA

Abito di duchesse e sottoveste di seta, tutto N21 by Alessandro Dell'Acqua; collier flessibili, extra large e medio, entrambi d'oro rosa, collezione Clash di Cartier.

Blossom *girls*

Di CAROLA BIANCHI
Foto RACHELE DAMINELLI

Pelle-bouquet con
Crema Fluida per il Corpo
Fiori d'Arancio
che ammorbidisce
e ha un profumo
che sa di agrumi e petali,
L'Erbolario.
IDEA MODA
Abito ricamato a mano
e top di viscosa,
tutto Bottega Veneta.

Vitalità e buonumore per
contrastare la stanchezza:
Fitorodiola è l'integratore
che supporta i ritmi
più frenetici, Solgar.

IDEA MODA

Abito lungo di pizzo con
vita arriciata e inserto di
piume, Valentino.





Si adatta a sorrisi ed
espressioni il correttore
Airbrush Flawless Blur
Concealer che copre
"senza pieghe",
Charlotte Tilbury.
IDEA MODA
Abito drappeggiato di
velluto devoré con motivo
floreale, Louis Vuitton.

La scia che rilevano i polsi
si miscela a quella dei fiori
appena colti: Fragranza
Corpo & Capelli N°14 con
crema di latte, fragola
torta al caramello e
vaniglia, Royal Beauty.
IDEA MODA
Bracciale rigido con fiori
d'oro giallo e diamanti,
collezione *Frivole* di Van
Cleef & Arpels.





Il viso è di luce con
Superdose Vit C +
Radiance Activator Freeze
Dry Serum Superdose Vit
C + Radiance Activator
Freeze Dry Serum, [Miamo](#).
IDEA MODA
Top di viscosa, [Bottega
Veneta](#).



Una nuvola rosa sulle
guance, My Crush Lip &
Cheek, 002 Oops I Did it
Again, Pupa Milano.
IDEA MODA
Orecchini di metallo
dorato, cristalli e lacca,
Flours di Dior.

Per ristrutturare capelli danneggiati e inariditi, anche da schiariture, c'è Actyva Linfa Proteica KB3 - Keratin Bond, Kemon.

IDEA MODA

Abito in raso di viscosa con profonde scollature sui fianchi e orecchini di metallo dorato con fiori, tutto Sportmax; cappello di rafia, Patty di Loro Piana.





Per il contouring delle
braccia c'è Slim [Mi] Up,
Rhea Cosmetics.

IDEA MODA

Abito a bustier in popeline
di cotone biologico con
ruches, Chloé, come gli
orecchini *Chloé Bloom*
e i sandali *Chloé Junie*.

Gambe levigate e pelle morbida con Urea Repair 10% Urea Emulsione Intensiva, Eucerin.

IDEA MODA

Abito in popeline di cotone biologico, Chloé, gambaletti di seta Maria La Rosa, mule con petali di pelle e tacco con punta di metallo a forma di diamante, *Boudoir* di Givenchy by Sarah Burton.



Ravviva il movimento
dei propri ricci
già dalla deterzione,
la linea KCurly parte
dallo Shampoo Idratante,
Creativa Professional.

IDEA MODA

Pantaloni flare in georgette
di seta, Sportmax,
collane: *Titan by Pharrell
Williams* d'oro giallo con
diamanti e *HardWear* d'oro
giallo, tutto Tiffany & Co.

Subito via le piccole rughe
con Siero Rimpolpante
Intenso Hydra +
Hyaluronic, Roc.

IDEA MODA


Abito a bustier di raso
scuba con maxi fiori
in rilievo, Balenciaga, come
il cappello in raso di seta
con piume applicate.



Effetto seconda pelle
con Love Fusion 24h
Moisture Radiant
Foundation, Kiko Milano.

IDEA MODA

Top di seta con volant
e spalline sottili e gonna
midi coordinata, tutto
Stella McCartney;
catena con spilla a fiore
d'oro giallo e diamanti e
bracciale rigido con fiori
d'oro giallo e diamanti,
entrambi collezione *Frivole*
di Van Cleef & Arpels.



Capelli particolarmente lucidi con l'applicazione extra di Sol 4 Solaris Sun Oil che dà morbidezza ai capelli durante e dopo l'esposizione al sole, System Professionals.

IDEA MODA

Abito d'organza con applicazioni e sottoveste abbinata di silk jacquard, tutto Fendi; orecchini chandelier Isabel Marant.

Modelle Maria Rosa/Next e Lila Pankova/Fashion. Ha collaborato Elena Bozzi. Pettinature Marco Minunno @ Blend Mgmt. Trucco Jury Schiavi @ Blend Mgmt. Manicurist Rosimar Viana @ Greenapple. Set design Lidia Lorenzon. Art director Tommaso Garner.



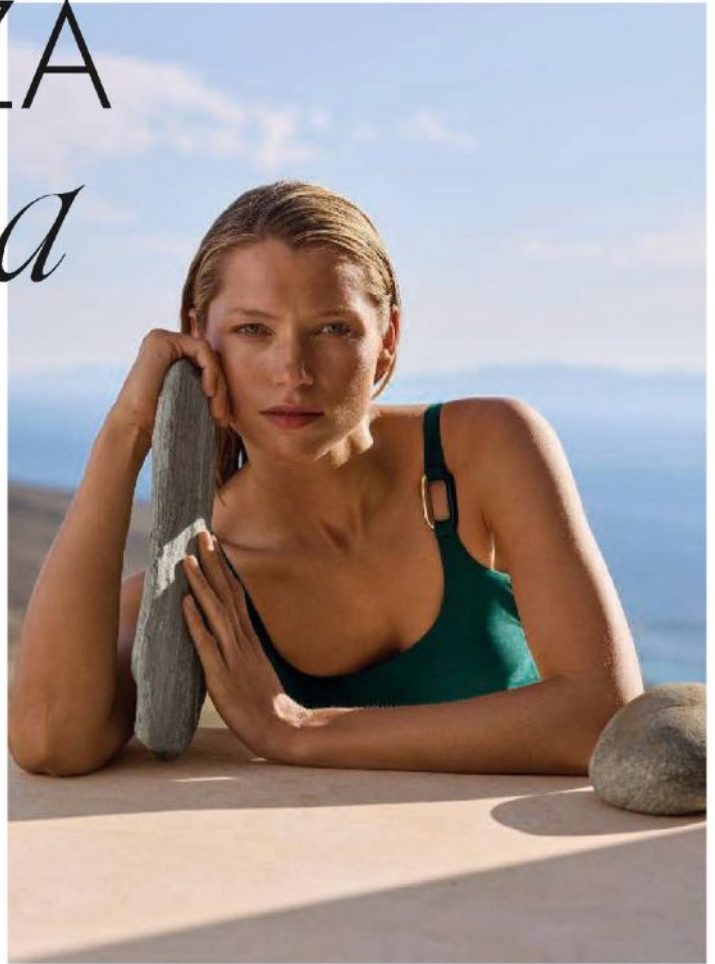
1. Aromatico e speziato, Torino21, Xerjoff (65 euro da 15 ml).
2. Dries Van Noten.
3. Nuovo formato da 50 ml per Expert Sun Protector Lotion Spf 50+, dalla texture trasparente e invisibile, Shiseido (da 28 euro).
4. Con iperfermentato di girasole, Latte Doposole Lenitivo Anti Rossore - Viso e Corpo, Bottega Verde (10,99 euro).
5. Hydra Water-Plump Siero Idratante Concentrato, Yves Rocher (19,95 euro).

Out of the *blue*

Keep calm and stay cool. Lenitivo, rilassante, antistress. Basta il colore blu per tuffarsi tra placide *onde di bellezza*, e un *mare magnum* di eleganza a fior di pelle.

L'ELEGANZA DELLA *forma*

ICONICI E DALLA VESTIBILITÀ
PENSATA PER ESALTARE LA SILHOUETTE
DI OGNI DONNA. I CAPI FIRMATI
MARYAN MEHLHORN NASCONO
DALLA MAESTRIA ARTIGIANALE
E TECNOLOGICA DELLA STORICA MAISON.



Alcune proposte firmate
Maryan Mehlhorn:
esaltano il corpo
con una linea scolpita
e architettonica.



L'essenza del lusso non si misura nell'eccesso, ma nella cura del dettaglio. Un principio che guida Maryan Mehlhorn, maison specializzata nel beach e swimwear che, dal 1946, sviluppa collezioni progettate per rispondere alle diverse esigenze femminili. Alla base, una storia familiare costruita su competenze e continuità, tramandata da tre generazioni nell'atelier in Germania. Un percorso che unisce lavorazioni artigianali e ricerca tecnologica, mantenendo costante l'attenzione alla qualità. "Un costume da bagno perfetto non nasce per caso: è il risultato di un lavoro di progettazione", spiega Maya Mehlhorn. "Sono a capo di un team che perfeziona meticolosamente ogni curva, ogni punto e ogni cucitura per garantire una vestibilità impeccabile. Il nostro sistema di progettazione digitale contiene oltre due milioni di modelli di costumi, ma nessuna macchina può sostituire il tocco finale delle nostre mani esperte". Nascono così bikini, costumi interi, abbigliamento resort, con vestibilità e qualità impeccabili, pensati per durare nel tempo, come la nuova collezione che propone capi per essere indossati, per muoversi con disinvoltura e per essere ricordati. maryanmehlhorn.com



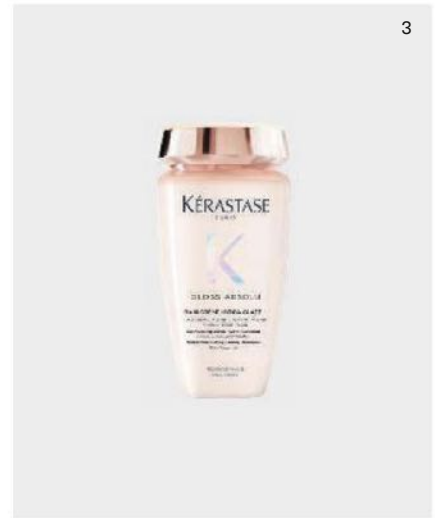
Chiedi alla polvere. Texture leggerissime, evanescenti nuance color carne e *finish delicati come una piuma* per un tocco di vanità ultra impalpabile. Vezzi poudré effetto *bonne mine*.



1



2



3



4



5



6



7



8

Girl pow(d)er

1. Blush, illuminante e contouring, 3D Verse Let's Contour, Interspace, Mulac (18,90 euro). 2. Stella McCartney. 3. Con acido ialuronico, Gloss Absolu Bain Crème Hydra-Glaze, Kérastase (32,90 euro). 4. Su guance e occhi, My Core Essentials Blushed & Beautiful Multi-Use Stick, C01 Peak Pose, Catrice (5,29 euro). 5. Luce pura: Prodigieux La Poudre, Nuxe (29,90 euro). 6. Ultimate Smooth Silky-Milk lascia i capelli morbidi, Wella Professionals (50,90 euro). 7. Abbronzatura "naturale" con Phyto-Touche Gel Matte, Sisley Paris (87,50 euro). 8. Legnoso-cuoiato, De Nude è unisex, Pesade (da 90 euro, fragransinfabula.com).

FGM04[®]

STILE E
PERFORMANCE
MADE IN ITALY



ACQUISTA ORA SU:
fgm04.com

Let's get physical. Nell'immaginazione più fervida potrebbe essere un doppio tra Farrah Fawcett e Madame Butterfly del manga Jenny la tennista. Questione di attitudine non solo mentale, ma soprattutto di allenamento estetico votato a un'eleganza di volée. Così è la collezione *The Club* di Falconeri che, come racconta Silvia Falconi, Head of Style del brand, regala vibe sportive senza sforzo.

Nel fermento degli Internazionali d'Italia, quali sono le sue reference di stile per il tennis club di Falconeri?



Eleganza di volée al circolo del tennis

→ CELEBRAZIONE DI UN'ICONA

Ben 70 anni di clogs mania in declinazione boho. Evviva il modello *Heritage Pescara* di Scholl! Ora in limited edition, con chip interattivo per scoprire la sua storia.



→ ALCHIMIE OLFATTIVE DA INDOSSARE

Dalla memoria tattile dei tessuti a quella impalpabile dell'aria. Questo il filo rosso seguito da Peserico per la sua prima linea di fragranze: un'acqua profumata e tre jus, tra cui *Aurora Nobile* (a destra), create dal naso Caterina Roncati. Essenze vibranti che accarezzano la pelle, estensione sensoriale dell'identità sartoriale del brand. D.P.C.

Per me il gusto sporty è fatto di eleganza effortless, di ritualità e di un'estetica che va oltre la performance. Penso a luoghi iconici dove lo sport incontra la socialità, e il gesto atletico si fonde con lo stile. Per Falconeri ho voluto tradurre questo mondo in capi che evocano quell'atmosfera: linee pulite, palette sofisticate e una femminilità rilassata ma sempre curata. Dalla partita al post match.

Un'icona o un'epoca che l'hanno ispirata?

Sicuramente gli anni '70 e '80 con quello charme un po' vissuto ma incredibilmente chic, in cui le donne vivevano lo sport con disinvoltura, senza ostentazione. Più che a un nome preciso, penso a una filosofia con codici estetici: silhouette morbide, eleganza semplice, capelli spettinati dal vento, e quella patina leggermente nostalgica che rende tutto più autentico.

Quali sono i pezzi che simboleggiano *The Club*?

Le classiche polo declinate in differenti filati per lei e per lui (a sinistra, un look), i completi di seta e la maglieria calata di cotone. Raccontano il Dna del brand: comfort elevato, materiali pregiati e un'estetica versatile, dalla forte identità.

Texture e tessuti: cosa rende un capo athleisure?

L'equilibrio tra funzionalità e raffinatezza; devono essere pezzi di abbigliamento piacevoli sulla pelle, naturalmente traspiranti e strutturati. Oltre a trasmettere qualità a prima vista, senza rinunciare alla praticità.

Secondo lei perché piace il gusto Old Money?

Credo nasca da un bisogno di autenticità e di sottrazione. Dopo anni di eccessi, si torna a valorizzare ciò che è discreto ma estremamente curato. *The Club* di Falconeri incarna questo approccio: capi che non gridano ma parlano attraverso la qualità, le proporzioni e i materiali. È un lusso silenzioso, che si percepisce più che mostrarsi, e per questo risulta così contemporaneo. M.S.





LUCE DA *indossare*

Ispirazione provenzale, ricerca tecnica, comfort elevato: i capi Indies in Sensitive® Fabrics avvolgono il corpo con naturalezza. E lo stile si fa chic.



DALLA PROVENZA, UN GUARDAROBA CHE UNISCE STILE E COMFORT.
TESSUTI TECNICI, LINEE FLUIDE E UN'ELEGANZA SOLARE. PER ACCOMPAGNARE
OGNI TUO MOMENTO. FIRMATO INDIES

C'è una luce precisa, quella del Sud della Francia, che sembra filtrare tra le fibre dei capi Indies. Fondata nel 1993 nei pressi di Aix-en-Provence, la maison di moda lavora da sempre a un'idea di guardaroba essenziale, ma ultra sofisticato, pensato per donne in movimento, che non intendono scegliere tra eleganza e comfort. Il linguaggio è quello di uno sportswear chic calibrato con rigore: linee pulite, vestibilità impeccabili e una ricerca tessile che diventa firma distintiva. Protagonisti sono i Sensitive® Fabrics di Eurojersey, tessuti tecnici made in Italy ultra-stretch, morbidi, indemagliabili e antipiega, capaci di seguire il corpo con naturalezza. Le tonalità luminose e le stampe esclusive amplificano questa sensazione di libertà, mentre l'attenzione a una filiera responsabile rafforza il progetto di fare moda consapevolmente. Per la primavera, i contrasti si fanno armonia: silhouette fluide, tocchi avvolgenti e una femminilità che è insieme forte e delicata.

↓ OLTRE LO SGUARDO

Una montatura da vista cat-eye con aste rétro di Yalea, brand del Gruppo De Rigo che utilizza gli occhiali per promuovere valori etici a favore del mondo femminile.



Non solo estetica e funzionalità, ma una linea di occhiali tutta al femminile che promuova valori etici a favore delle donne. È la filosofia alla base di Yalea, brand del Gruppo De Rigo che utilizza l'eyewear come mezzo di espressione. “Con la nuova campagna per la P/E 2026 abbiamo scelto di dare voce e volto a donne che hanno superato stereotipi e barriere, affermandosi in ambiti tradizionalmente considerati maschili”, racconta Barbara De Rigo, Chief Marketing Officer del Gruppo De Rigo, seconda generazione dell'azienda di famiglia fondata nel 1978.

Cosa ha imparato dai suoi genitori?

Da mio padre la determinazione e a guardare sempre lontano, da mia madre la concretezza e l'attenzione ai dettagli.

Com'è la nuova campagna Yalea?

Il progetto e tema dell'adv, “*Beyond the Glass Ceiling- Where vision meets empowerment*”, non intende celebrare il successo individuale, ma ribadire con forza che il talento non ha genere.

Chi sono le cinque protagoniste su cui avete puntato?

Sono volti veri che raccontano storie credibili in ambiti diversi. Isabelle Vivienne è un'influencer dell'artigianato, Manuela Nicolosi un arbitro di calcio, Marzieh Amidi un'atleta di Taekwondo e Tania Alvarez una pugile professionista. Tutte incarnano determinazione, coraggio e visione.

Che occhiali hanno scelto?

Modelli da sole e da vista dalle linee geometriche pulite, esaltate dalle tonalità sofisticate degli acetati più innovativi. Il design, le forme e i dettagli dialogano intensamente con l'identità di chi li indossa.

Vanno oltre la loro funzione quindi...

Sì, sono una sorta di filtro attraverso cui si sceglie di presentarsi al mondo. Incorniciano lo sguardo senza nascondere, e possono evocare forza, protezione. Sono l'accessorio che accompagna le donne nel loro percorso quotidiano, sostenendole per sentirsi più sicure, autentiche e libere di esprimersi. •

Donne visionarie. Dietro al concept degli occhiali Yalea ci sono i talenti femminili

Testo di MARTA MARIANI

Faloria

CORTINA D'AMPEZZO



IL TEMPO, FINALMENTE.

Un nuovo equilibrio tra corpo e mente

ELLE



Macro DESIDERI

I cosmetici
sono
un'esperienza
creativa che
parla di design,
scienza, nuove
energie e un
certo carattere.

A cura di
FRANCESCA VARASI
Testi di SILVIA MANZONI
Foto di WON BEOM SEOK

Beauty



1. Per il ventesimo anniversario, il Centre National du Costume de Scène di Moulins, nel centro della Francia, ha inaugurato una grande esposizione di costumi storici e produzioni firmate da celebri maison francesi. Le sue sale teatrali sono immerse in piume, metalli, velluti e luci dorate. Riflessi celebrati, con un finish madreperlato, in Les Beiges Poudre Illuminatrice Chanel, Oro Beige, in esclusiva nel Panier Les Essentiels D'Été, [Chanel](#) (250 €). 2. Di fama internazionale, il fashion and celebrity glam artist, Manuele Mameli, lancia con il suo brand gli strumenti del mestiere: i pennelli. Le setole sono studiate per ciprie in polvere o texture più cremose. Questo è BlushBrush, [Doubleum](#) (29 €). 3. Shine Bright Compact Face Highlighter, Dazzle Gold, arricchita da perle dorate scintillanti, sembra creata con la stessa tecnica di applicazione manuale di oltre 1.600 foglie d'oro con cui erano stati realizzati gli intarsi riportati in luce con la riapertura, dopo 40 anni di lavori, della camera di Luigi XVI alla Reggia di Versailles. Spazio quasi cinematografico, che mostra l'opulenza della corte francese alla vigilia della Rivoluzione, [Pupa Milano](#) (24,90 €).

4. L'artista olandese Sabine Marcelis sarà al Museum für Gestaltung Zürich con *Light and Color*, opere sensoriali fatte di bagliori, colori e materialità (dal 30/10/26 al 14/03/27). La sua ultima installazione era al Coachella: il "Maze", era un labirinto gonfiabile nei toni del crepuscolo riflessi sul deserto californiano. La Poudre Soleil d'Hermès Limited Edition ha la stessa palette, ma la maison si è ispirata a un tramonto mediterraneo, tra il beige e il rosa, [Hermès](#) (115 €). 5. A inizio anno in Antartide è nato il primo archivio del ghiaccio: una mega "biblioteca climatica" per conservare campioni naturali dai ghiacciai in scioglimento di tutto il mondo. Il Pennello, in legno di noce dalle foreste gestite responsabilmente e con setole vegane, aiuta l'applicazione di ciprie libere o compatte, [Aroma-Zone](#) (9,95 €). 6. All'Ashmolean Museum di Oxford l'appassionante mostra *In Bloom: How Plants Changed Our World* racconta l'influenza dei fiori e delle piante nella storia dell'arte, della scienza e del design. Le margherite sbocciano quest'estate anche sull'astuccio di ecopelle, insieme a una coccinella, nella Dior Forever Nude Bronze Glow, Coral Bronze, [Dior](#) (69 €).



“L'effetto sun-kissed più sofisticato non nasce dall'eccesso di blush, ma dal modo in cui luce, texture e colorito dialogano. Blush e bronzer “diffusi” si fondono senza stacchi, i bagliori sono calibrati, la pelle è fresca e le tonalità si scaldano nei punti in cui il sole colpisce naturalmente il viso: zigomi, tempie, ponte del naso e palpebre. Anche con texture cremose per mantenere naturale la grana della pelle ed esaltarne il valore”

— MANUELE MAMELI, FASHION AND CELEBRITY GLAM ARTIST





1



2



3

1. L'Università di Helsinki e il Natural Resources Institute of Finland studiano come la perdita di contatto con i microbi naturali delle foreste influenzi il sistema immunitario di chi vive in città. Il rapporto con la natura ispira sempre più idee per stare meglio, vedi le scie che influenzano le emozioni, basate sulla neuroscienza. Calma ha un bouquet di fiori bianchi, muschi, e ambra, che genera quiete, [Dolomia](#) (32 €). 2. Si chiama "archeologia olfattiva", e oggi prova a riportare in vita odori del passato. La collezione Fosol riconnette con i ricordi, trascendendo tempo e spazio. Ne fa parte Mada Extrait de Parfum con zafferano, lampone, gelsomino e muschio, [Anfas](#) (325 €, [fragransinfabula.com](#)). 3. La BBC ha trasmesso i documentari *Secret Garden* dedicati alla fauna selvatica nascosta nei giardini privati britannici, riportando l'attenzione su una nuova idea di green, vicino, quasi quotidiano. La crema per mani e collo I Am Verdant rinforza l'autostima e l'energia positiva, [Vyrao](#) (49 £, [vyrao.com](#)).

4. Grande successo in Australia e US, il romanzo *Dusk il puma*, di Robbie Arnott (NN Editore), inaugura una nuova categoria di fiction, definita dai critici i "Western Ecologici". È ambientato nei paesaggi selvaggi della Tasmania, in una natura che è presenza viva. Sensazione che dà Terracotta Summer Glow, versione artistica in cui il mosaico è realizzato in collab con gli artigiani di Ait Manos, [Guerlain](#) (61 €). 5. A Manhattan c'è la Green Hour, il momento del tramonto in cui le installazioni botaniche e gli specchi trasformano il giardino sospeso della High Line in una distesa verde quasi fluo. Fenomeno che ha riportato questo colore al centro dell'estetica urbana contemporanea. Come nel sapone-sfera Oba Aloe Vera, scultura dell'omonimo designer, [Matias Moellenbach](#) (49,95 €). 6. La fotografa Nan Goldin è al centro di una mostra immersiva al Grand Palais di Parigi fino al 21/06. Le immagini di *This Will Not End Well* raccontano una notte intima e sensoriale, lontana dal rumore digitale. Night Touch Candle da massaggio si scioglie in un olio profumato rilassante e nutriente, [Sitre](#) (65,95 €).



4



5



6

“Equilibrio tra istinto e armonia: è il verde, nell’arte. È il colore della natura, certo, ma anche della trasformazione, della profondità e della rinascita. Mi affascina perché cambia continuamente, diventando ora intenso, ora silenzioso. In profumeria le note verdi hanno questa qualità: evocano qualcosa di vivo, fresco e sofisticato, evolvendosi nel tempo in modo intimo e spontaneo”

— SERGIO MOMO, FONDATORE E DIRETTORE CREATIVO XERJOFF





1. Il triangolo è tornato al centro dell'arte contemporanea, dall'arredamento alle installazioni, come simbolo di equilibrio. Prada, già fedele a questa figura, la reinterpreta in chiave pop con un makeup dalla texture in crema-polvere, sfumabile e a lunga tenuta, Blush Prada Touch, Cherry, Prada Beauty (45 €). 2. Il design tech si ispira sempre più alle interfacce digitali immersive. Ha abbandonato gli spigoli netti per privilegiare forme a capsula, trasparenze e cromatismi sfumati. Il pack futurista del gloss 3D Hydra Xtreme Lipgloss, 11 Crimson Veil, in edizione limitata, richiama quest'estetica fluida. La formula volumizza e fa sì che le labbra siano specchiate, Kiko Milano (15,99 €). 3. Un recente studio pubblicato dal Massachusetts Institute of Technology ha mostrato come alcune saline naturali riflettano la luce in nuance rosate per un equilibrio tra sole, sale e vita microscopica. Sel à Vie richiama questa dimensione ispirandosi a giornate in riva al mare, con note agrumate, di gelsomino, ylang yang, tiaré e un accordo salino, Fascent (da 55 €).

1

2

3

4. Le nuove generazioni stanno liberando il rosa dagli stereotipi romantici, trasformandolo in un colore grafico con un'anima urbana e quasi street. Lo dimostrano le ultime sfilate, ma anche il modo in cui viene indossato, associato a colori strong. She is a 10 (il nome è firmato dall'artista Pietro Terzini), nel nuovo formato da 15 ml, concentra il pink-power nel vibrante centro di accordo di fragola, Max&Co. (25 €). 5. Nel 2026, il rosso vivo ispirato ai frutti estivi continua a essere un colore-faro e a dominare moda, food e cultura visiva, spinto dal ritorno delle tonalità "hyper-real". Il Color + Care Lip Balm, Rouge Framboise, cura le labbra grazie all'olio di camelina e vitamina E e dà loro una coloritura leggera e modulabile, Yves Rocher (5,99 €). 6. Le storiche località balneari americane, da Miami Beach a Palm Springs, tornano in vetta alle destinazioni turistiche, simboli di un'estetica nostalgica e spensierata. Ombrelloni color pastello, insegne rosa scolorite dal sole, atmosfere rétro reinterpretano il moderno American Dream. Classic Whip spf 30 cattura quest'immaginario con olio di cocco, aloe vera, vitamina E, Vacation (23 \$).



4

5

6

“Il rosso è linfa vitale, come un battito segreto sotto la pelle: è passione, calore, potenza. Ha l'odore selvatico dei papaveri d'estate, simboli di resilienza ed eleganza. Mi fa venire in mente il coraggio di un rossetto acceso e la dolcezza soffice delle gote rosse di mia figlia. È un colore che vibra, che mi ricorda la forza di chi sente tutto intensamente e non ha paura di mostrarsi viva”

— VALENTINA CABASSI, CONTENT CREATOR E MODELLO





1. I ricercatori dell'Università di Princeton hanno constatato che rivestendo gli edifici con materiali retroriflettenti (rimandano la luce solare al mittente) si combatte il surriscaldamento, abbassando la temperatura urbana. Sono i Cool Materials, architettura del domani. Basata sulla scienza che stempera i gradi delle macchie invece, La Cream lenisce e ripara la pelle, [Bonjout Beauty](#) (170 \$). 2. Le nuove immagini del telescopio Euclid mostrano galassie visibili grazie a minime variazioni di luminosità nello spazio profondo. Anche la luce più impercettibile diventa fonte di informazione. I formulatori lavorano su questi meccanismi. Un esempio è Brightening Serum Supreme che combatte la pigmentazione grazie ad attivi schiarenti come estratto d'alga luminescente, [Clé de Peau Beauté](#) (349 €). 3. Da alimento ancestrale a materia tech. Il Giappone ha inaugurato nuove sperimentazioni sul riso come biomateriale per i packaging: Rice FermentBeauty Brightening Sheet Mask contiene riso fermentato, acido ialuronico ed estratti botanici tensori, [Korika](#) (3,60 €, notino.it).

4. Il "soft minimalism" è un trend che mette in avanti oggetti funzionali dalle forme arrotondate, superfici lattiginose e colori neutri in contrapposizione al lucido vinilico degli anni passati. Colori più soft anche sulle labbra con un extra-value portato da ingredienti che ne curano l'idratazione. Come Kissable Drop Lip Balm, dalla forma bombata, è confortevole, [Kiko Milano](#) (5,99 €). 5. Oggi il viso è osservato soprattutto attraverso gli schermi: una luce frontale, digitale e costante che sta cambiando il modo in cui percepiamo l'immagine di noi stessi. Il nuovo Teint Idôle Shape Stick Highlighter, Flexing Lavander, promette una radiosità multidimensionale che tiene nel tempo, con un effetto Glass Skin in una sola passata, [Lancôme](#) (42 €). 6. A Tokyo hanno aperto due musei d'arte immersiva, Planets e Borderless. I visitatori passano da una sala all'altra come su un percorso fantastico, immersi tra colori, effetti speciali e particelle luminose che reagiscono al movimento. Esperienze ricordate da Illuminante Roll On Con Glitter per Viso e Corpo, 03, che scivola sulla pelle grazie al roll-on e lascia un velo scintillante, [Royal Beauty](#) (6,90 €).



“Il trend è Pilates Glow: l'elemento fondamentale è la luce. La pelle va preparata con texture fluide arricchite di perle e le labbra con balm a base di burri nutrienti e rimpolpanti. Magari già con micro-glitter. Da provare anche il pre-highlighting, cioè l'uso di formule iridescenti liquide in certi punti prima della base makeup. Punto da non dimenticare: il corner interno dell'occhio, diventa ipnotico per l'interlocutore”

— PAOLA COLOMBO, SENIOR TRAINER KIKO MILANO

EVOS PARRUCCHIERI UTILIZZA I PRODOTTI
CREATTIVA
PROFESSIONAL



EVOS
PARRUCCHIERI





Verso il FUTURO

Fanno diagnosi avanzate, analizzano le condizioni della pelle, intercedono sull'età. Device e cosmetica leggono il nostro domani.

Testo di SILVIA MANZONI
Foto di EKUA KING

la cui luce polarizzata penetra fino all'epidermide, mettendo in evidenza colore, pigmentazione e vascolarizzazione. Grazie a uno schermo diviso in due, consente di confrontare, affiancati, l'aspetto superficiale e quello profondo della pelle. E lo stesso vale per gli spazzolini da denti. Le loro versioni super tech sono ben più che un semplice dispositivo d'igiene: in soli 20 secondi di pulizia, analizzano l'alito per rilevare in modo non invasivo oltre 300 parametri di salute, tra cui diabete in fase iniziale e disturbi epatici (Y-Brush).

Non sorprende quindi l'entusiasmo di Guive Balooch, vicepresidente globale tech e open innovation di L'Oréal quando afferma: «Per mille anni il beauty è stato un settore basato sulla chimica. Oggi si aprono nuove frontiere, tra biotecnologie e intelligenza artificiale». E non è solo il bagno ad accogliere questi nuovi ospiti smart. In soggiorno arriva l'AI Multi-Therapy Rejuvenation Pod, una poltroncina con poggiatesta che offre dieci trattamenti in uno. I sensori analizzano parametri come postura, pelle e persino stato emotivo, erogando trattamenti personalizzati che combinano led e infusione di ossigeno, allineamento spinale e terapia termica. Un accessorio che ricorda gli Health Pod, cabine immersive che avvolgono il corpo in luci e nebulizzazioni ultra-sottili per idratare, tonificare ed energizzare. Oppure, gli Sleep Pod, da installare, come suggerisce il costruttore, in ufficio, per farsi un sonnellino rigenerante chiusi in una navicella spaziale di forma cilindrica.

E visto che la longevità non si misura solo sulle prestazioni fisiche, ma è il cervello a dover restare fresco e la memoria

a ricerca della longevità si sta spostando dalle cliniche alle nostre case. Una rivoluzione silenziosa in cui strani oggetti "per uso quotidiano" si trasformano in alleati per rallentare i processi d'invecchiamento. Tanti accessori che, potenziati dalla tecnologia, diventano strumenti intelligenti per proteggere il nostro capitale di salute e di giovinezza. Prendiamo lo specchio del bagno. In America spopola il Longevity Mirror, che ci indica le condizioni della pelle al presente, e tra 20 anni. Calcola anche, in 30 secondi, il Potenziale di Longevità, il Longevity Index, analizzando cinque criteri: rischio di malattie cardiovascolari, salute metabolica, cuore, età fisiologica, stress mentale. In alternativa, c'è il MediMirror (Polarized Light Mirror)

“Per mille anni il beauty è stato un settore basato sulla chimica. Oggi si aprono nuove frontiere, tra biotecnologie e intelligenza artificiale”

— GUIVE BALOOCH, L'ORÉAL



1. In edizione limitata, Orchidée Impériale Black La Crème si veste della preziosa porcellana di Bernardaud. La formula supporta l'autodifesa della pelle, Guerlain (1.480 €). 2. Ispirato alla fotobiologia, Sérum Spectral aiuta a rafforzare le risposte biologiche naturali della cute coinvolte nei meccanismi di foto-resilienza. E si è subito più luminose, Biologique Recherche (175 €). 3. Nuova formula arricchita con estratti dalle cellule staminali della Eternal Jasmine Youth Plant, che ha la capacità di rinnovarsi continuamente, così Magic Cream rivitalizza in 28 secondi e contrasta l'invecchiamento, Charlotte Tilbury (da 67 €). 4. Absolue Longevity MD Siero Reset, da abbinare alla Crema Reset promette + 55 % di pelle più rassodata e - 4 anni di età biologica della pelle, Lancôme (175 €). 5. Texture leggera che agisce sulle rughe di viso e collo, Retinol Correxion Deep Wrinkle Serum fa apparire più giovani, RoC (47).

FusionWater MAGIC

Fotoprotezione viso fresca e leggera come l'acqua

FULL SPECTRUM SPF 50

UVB SCOTTATURE SOLARI UVA PHOTODAGING DANNO DA LUCE BLU IR-A STRESS OSSIDATIVO INQUINAMENTO

Facial Mist

Fotoprotezione viso in spray
con texture leggera

Applicabile sul make-up

SPF 50

NUOVO



Entra nella community
LOVE ISDIN
Scansiona il codice QR,
accumula punti e vivi
esperienze esclusive

ISDIN
LOVE YOUR SKIN



sempre sveglia, ci sono anche i Mental Health Pod, cabine che combinano suoni, vibrazioni e stimoli sensoriali per ridurre stress e migliorare il recupero mentale. Bastano pochi minuti al giorno, integrando la pratica con un abbonamento a un podcast che aiuta a controllare gli stati di ansia, magari basandosi sulla regola del 3-3-3 che consiste nell'osservare tre cose che puoi vedere, tre cose che puoi sentire e tre cose che puoi muovere o toccare. Una strategia per gestire emozioni intense riportando la mente al presente. In versione più trasportabile, le Headband, molto popolari con i giovani, svolgono un ruolo analogo. Una volta posizionata sulla fronte, la fascia invita alla meditazione e controlla l'attività elettrica del cervello grazie a speciali sensori: ogni variazione dell'attenzione viene rilevata in millisecondi per adattare il programma in tempo reale.

In una società sempre più mobile, non potevano mancare le soluzioni nomadi. Le Longevity Pen sono dispositivi portatili pensati per introdurre nella routine quotidiana trattamenti un tempo riservati ad istituti dermatologici. Gli attivi contenuti nel tubo iniettabile (il nad+, molecola antiage che agisce sulla produzione di energia delle cellule, e ingrediente amatissimo dalle star e dagli sportivi americani) mantengono la pelle più giovane, luminosa e resistente nel tempo. Attivo che oggi esiste anche in versione patch, con un dosaggio meno concentrato.

Davanti alla concorrenza di questa lanciatissima beauty-tech, le marche di cosmesi non stanno con le braccia incrociate. Lancôme introduce per la prima volta nel siero Sérum Reset Longevity MD un attivo per la longevità

derivato dagli integratori alimentari (il Mitopure, una forma micronizzata e pura di Urolitina A, molecola che agisce sull'energia cellulare). Il trattamento ha l'obiettivo di una correzione dei segni visibili dell'età anche dopo la loro comparsa. Una forma di riprogrammazione, che sposta l'attenzione dall'età cronologica della pelle, rappresentata dagli anni, a quella biologica, variabile. E il siero interviene proprio su questo orologio interno, dissociando l'aspetto della pelle dal passare del tempo.

E qui il gruppo di cui fa parte il brand, L'Oréal, ha ricevuto il premio dell'Innovazione al recente CES (Consumer Electronics Show) di Las Vegas con lo SkinBoosters Jet, una tecnologia che utilizza un flusso ad alta velocità per trasformare i principi attivi in micro-particelle che vengono "spinte" nella pelle senza aghi, per un assorbimento più efficace e prestazioni simili ai trattamenti professionali. L'Oréal promette anche l'arrivo, nel 2027, di una maschera led anti-âge di ultima generazione, da applicare come una seconda pelle, che emette due lunghezze d'onda luminose combinate per rassodare e levigare.

Andando ancora più nel futuro, aziende come Life Biosciences stanno esplorando la riprogrammazione cellulare basata sui fattori di Yamanaka, dal nome dello scienziato giapponese che nel 2006 dimostrò la possibilità di "resettare" il nostro patrimonio biologico a uno stato più giovane. L'idea di rigenerare il nostro capitale cellulare è ancora lontana da applicazioni domestiche, ma rappresenta una delle direzioni più ambiziose della scienza della longevità. •

*È in arrivo una maschera
Led antiage di ultima generazione,
da applicare come una seconda pelle.
Emette due lunghezze d'onda luminose
che rassodano e levigano.*



1. Disseta, aiuta a prevenire le rughe, contrasta la comparsa di arrossamenti: Jaluronius Cream B Complex è un sollievo per la cute più secca e sensibile, Cosmetici Magistrali (43,90 €). 2. [R] Advanced Serum stimola la produzione di collagene grazie a Bakuchiol + Peptide, duo che mima l'azione del retinolo, rendendo la pelle più turgida e rafforzandola, Teoxane (115 €). 3. La base della longevità è la deterzione: Silky Purifying Cleansing Gel Water, la new entry nello step 1, rimuove makeup e impurità, in più contiene acido ialuronico per aiutare a proteggere la superficie cutanea, Sensai (59 €). 4. Collagene biomimetico, acido ialuronico 3D, vitamina C e niacinamide per CollagenAttivo Siero Viso Rimpolpante Ultra-Perfezionatore, L'Erbolario (32,90 €). 5. Una volta che Hydrogel Mask raggiunge la temperatura del corpo, libera acido ialuronico e un complesso botanico antiossidante, Gold Collagen (28,20 €).



RoC®

CLINICALLY PROVEN

NUOVO

IL 1° SIERO IDRATANTE IN STICK*

100 ORE DI IDRATAZIONE**

ACIDO IALURONICO - PEPTIDI BLU
PEPTIDI PRO-COLLAGENE

ACQUISTA
2 PRODOTTI
DELLA GAMMA
HYDRA+HYALURONIC

SUBITO IN REGALO*
LE CAPSULE
HYDRATE+PLUMP
CHE COMPLETANO
LA ROUTINE

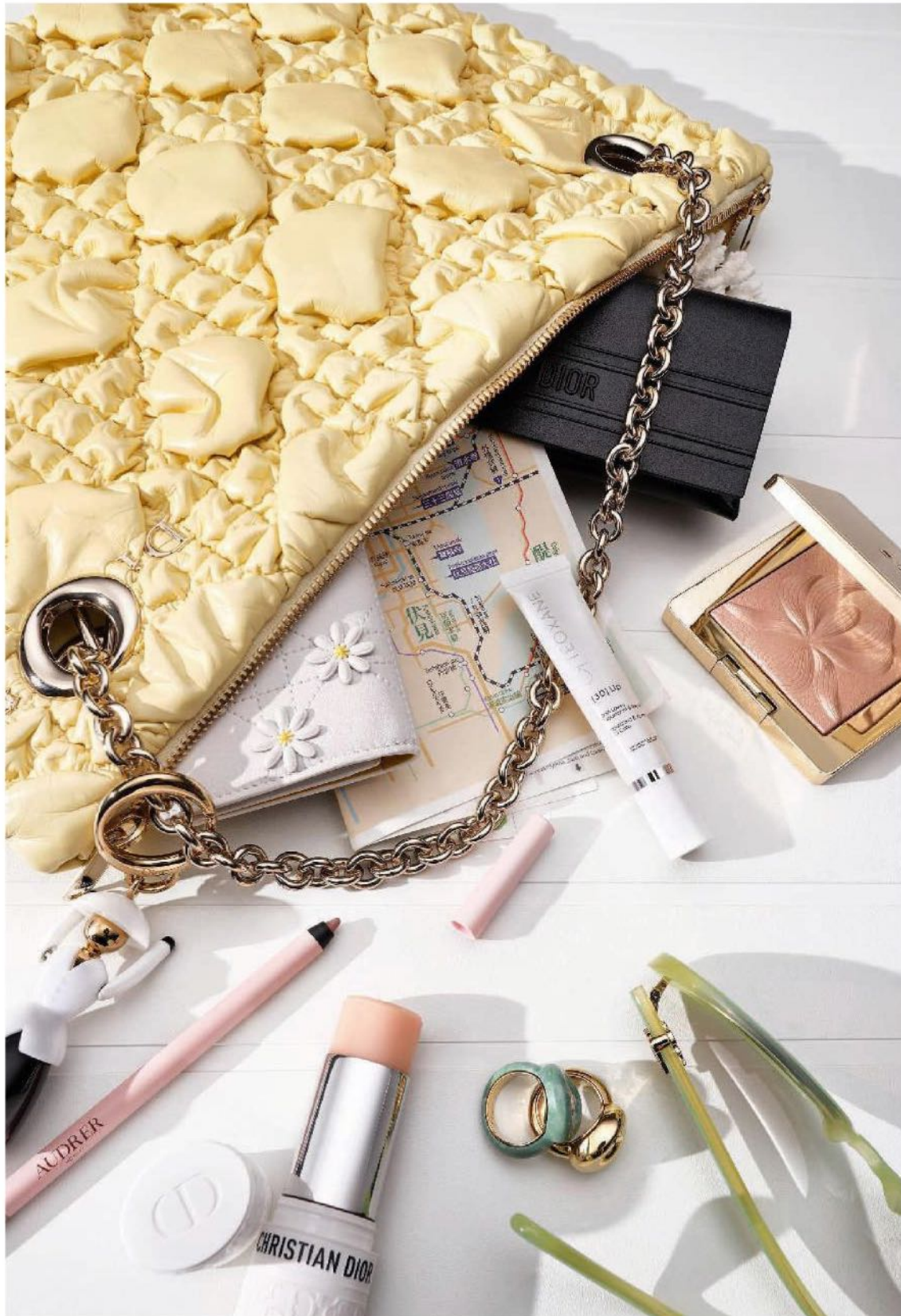


SCOPRI LA
FARMACIA
BENU
PIÙ VICINA



*Prodotto omaggio. Vietata la vendita.
Fino ad esaurimento scorte.

*Primo siero idratante in stick firmato RoC®
**Misurazioni corneometriche - aumento significativo del livello
di idratazione della pelle fino a 100 ore dopo l'applicazione - 30 soggetti - 100 ore



Overlining a lunga tenuta con Lip Contour, Nude VII, Audrer Beauty; retouch invisibile, anche sopra il makeup, Le Stick Uv Invisible spf 50 pa ++++ Matt Finish, con acido ialuronico e polvere soft-focus, Dior Beauty; polvere-gel dal bagliore modulabile: L'Orchidée Highlighter, Sisley Paris; ogni giorno, o dopo l'appuntamento dal medico estetico, 3D Lip Trattamento Labbra Nutriente e Rimpolpante, Teoxane. Borsa *Crunchy* di nappa con lavorazione *Puffy Macrocannage*, ciondolo per borsa *Dior Icon* e portafoglio con motivo *Dior Daisy*, tutto Dior, come gli occhiali da sole con astuccio e gli anelli di metallo smaltato.

II NÉCESSAIRE

Di PATRIZIA LEUZZI e FRANCESCA VARASI

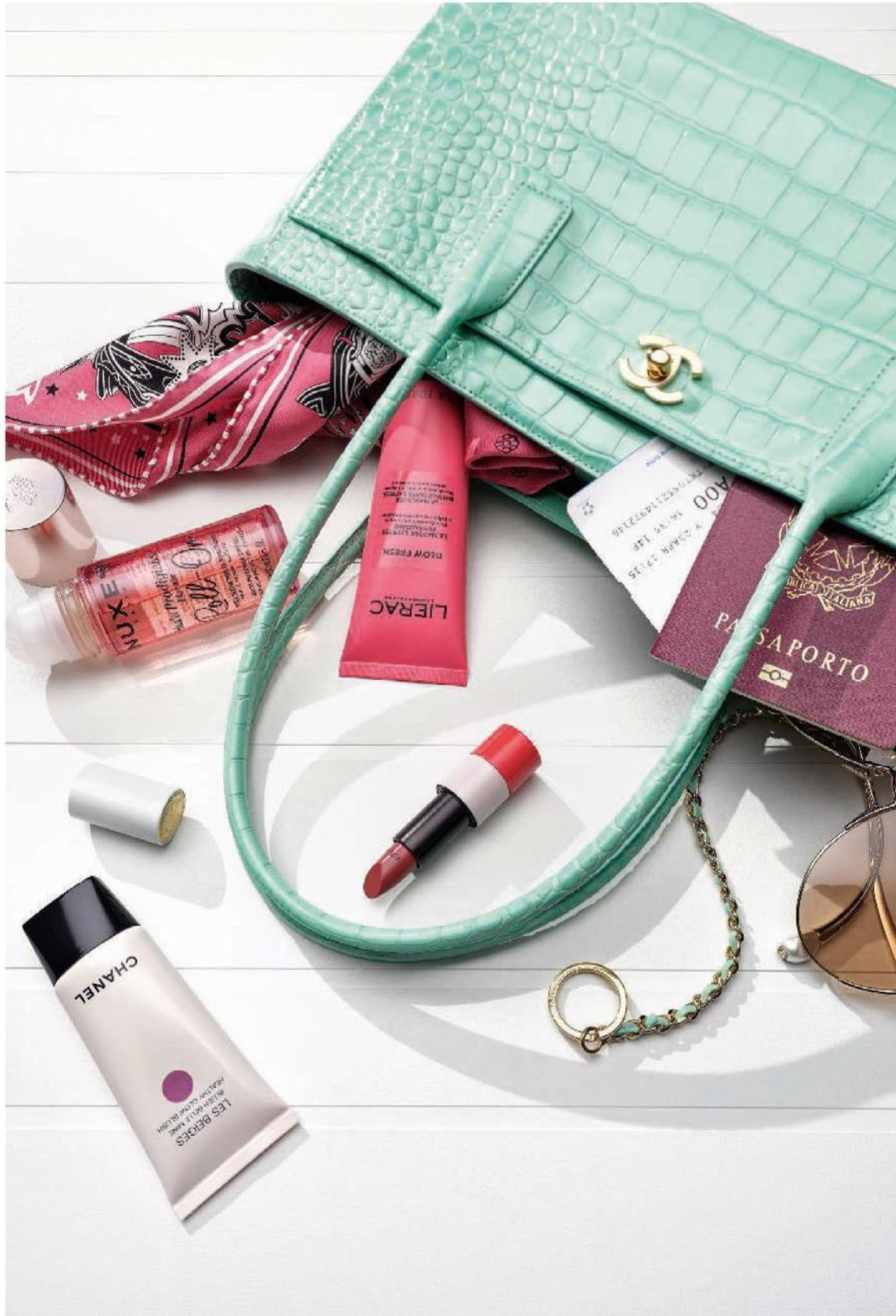
Foto MASSIMO BIANCHI



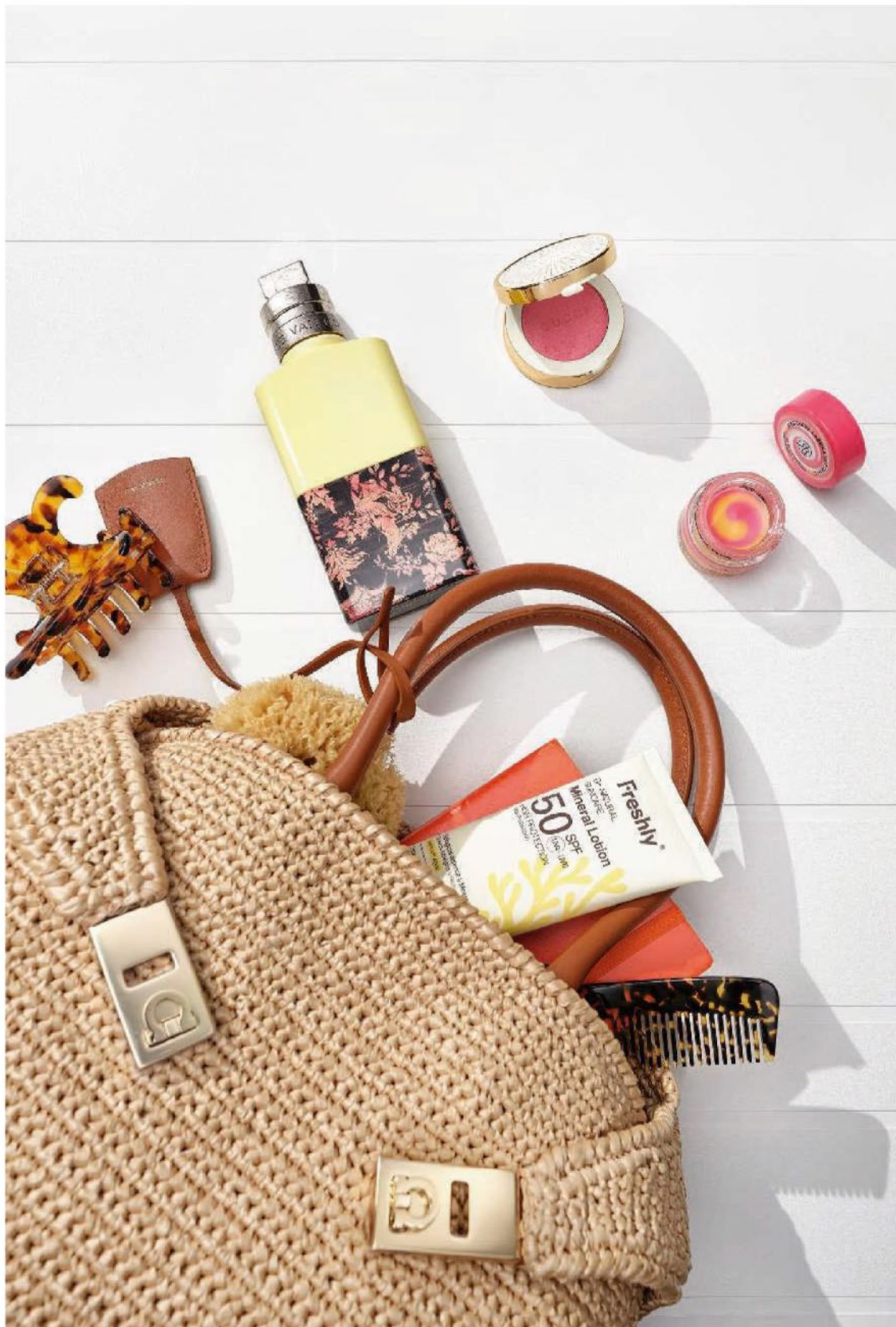
Extra nero, Lash Folie Mascara volumizza, definisce e curva le ciglia, anche degli occhi sensibili, Valentino Beauty; fondotinta Difesa spf 50 protegge, illumina e perfeziona l'incarnato, Dolomia; sotto la doccia per purificare, levigare e lenire, SoftyClay Mousse Argilla Lavante Corpo, Rhea Cosmetics; note di zafferano speziato, gelsomino, oud viene, patchouli, ambrox, è Oud Nacré Eau De Parfum, Armani/Privé. Borsa Panthea di suède e nappa motivo Chevron e collana con fili di perle e chiusura gioiello, tutto Valentino Garavani.



Prima e dopo l'esposizione solare, Riviera DD Cream si usa per evitare effetto crespo, secchezza e opacità, Creattiva Professional; il serpente che avvolge il tappo di Serpentine Luxury Purse Spray da 15 ml diventa un anello, mentre l'accordo è floreale-legnoso-ambrato, Roberto Cavalli; senza alcol è idratante e unisex, Acqua Profumata Idratante Per Corpo e Capelli Pesca & Ylang Ylang è in edizione limitata, L'Erbolario; con micro-perle dorate, Shine Bright Illuminante Fluido Scintillante Viso-Occhi-Labbra, Pupa Milano. Borsa Vivant di cuoio, Miu Miu, come gli occhiali a mascherina bianca e il charm da borsa di cuoio e rafia; quaderno Pineider 1774.



Nel nuovo formato per esaltare in modo più easy viso, corpo e capelli, L'Huile Prodigieuse Florale Roll-On, Nuxe; con estratto di tulipano antiossidante, Glow Fresh La Maschera Rivalizzante Express, in gel-crema, è uno shot di luce che rimpolpa, leviga e rinfresca in dieci minuti, Lierac; colore a lunga tenuta e formula a base di cera di candelilla e oli vegetali per Rouge Hermès Satin Lipstick, 60 Satin Rose Bungalow, Hermès; Les Beiges Blush Belle Mine, Nectar, ravviva la luminosità degli zigomi e il dorso del naso, Chanel. Borsa a mano di pelle e occhiali aviator con dettagli di perle, tutto Chanel; bandana di seta, Hermès.



Pompelmo, cipresso, cuoio, iris e vetiver per Bitter Splash, Dries Van Noten; texture ibrida in crema-polvere e riflessi perlati per Glow Blush, 02 Fresh Coral, Gucci Beauty; super gourmand, nutre e profuma di ciliegia, Maschera Labbra Nutriente Swirl, Aroma Cherry, Royal Beauty; D+ Natural Suncare Mineral Lotion spf 50 per il corpo, stimola la vitamina D, con filtri biologici e ossido di zinco, Freshly. Borsa *Hug* di rafia naturale con manici in cuoio, Ferragamo; hair claw d'acetato tartarugato, Celine; pettine fatto a mano personalizzabile e spugna naturale, tutto Officine Universelle Buly; quaderno fluo, Pineider 1774.



Cinque ombretti vellutati e brillanti in una trousse zebra, Gaze Wardrobe Eyeshadow Palette, Just Cavalli per Kiko Milano; idratazione à-porter grazie ad acido ialuronico e peptidi pro-collagene e pro-elastina, è Hydra + Hyaluronic Serum Stick dall'effetto ghiacciato, Roc; con note di pesca, finocchio, olio di cisto, di mirra, ambroxil e vaniglia del Madagascar, Tempio D'Acqua Eau De Parfum, Casamorati; formula bio, Crema Contorno Occhi Teina & Acido ialuronico lifta, riduce borse, occhiaie e agisce sulle palpebre cadenti, Aroma-Zone. Borsa Speedy Monogram di denim, Louis Vuitton; coniglio peluche, Adada Paris.



Per una frangia a prova di pioggia, una passata sulle lunghezze on-the-go o una paio di onde davanti, poi si rinfila nella borsa dentro alla custodia che protegge dal calore, Unplugged Styler Piastra è senza fili e resta accesa fino a venti minuti, [Ghd](#); viso plump, pelle elastica e colorito luminoso con Isdinceutics Hyaluronic Concentrate Serum aiuta anche a prevenire la comparsa delle prime rughe e a ridurre l'aspetto dei pori, [Isdin](#); una boccata d'aria fresca, è la sensazione che trasmette l'unisex, vivace e aromatico Verde Respiro Eau De Parfum con note di bergamotto, mora, salvia, lavanda, accordo cashmere e muschio di quercia, [Giardini di Toscana](#). Pochette [Lauren](#) di nappa intrecciata, portafoglio piccolo bi-fold e porta passaporto intrecciato, tutto [Bottega Veneta](#).



Formato stick pronto da bere, l'integratore Forte Liquid è un concentrato di collagene marino idrolizzato, acido ialuronico, vitamine, minerali e antiossidanti, Gold Collagen; colore al volo sugli zigomi con Flush Balm, Rouge, Merit; Nivea Creme, la latta versione Pride per celebrare la comunità LGBTQIA+ e dare sostegno psicologico a chi fa coming out, Nivea; la piramide olfattiva di This is Not a Blue Bottle 1\8 Sold Out!, ispirata a Magritte, resta un mistero, in quanto è "un'esperienza da vivere", come l'arte, Histoires De Parfums; se ci si imbarazza troppo, o si soffre molto il caldo, Pro Anti-Traspirante Roll-On, anche per le pelli sensibili, Bioclin. Cestino grande di rafia e pelle rossa e foulard di seta, tutto Celine; cuffie Bang&Olufsen.



Da city lover o per weekend fuori porta, 360° Water Gel Color spf 50+, Beige, è una protezione solare colorata che idrata, uniforma l'incarnato e resiste ad acqua e sudore, HelioCare; Color Wash Bronze Water Tint, Tanline mima l'abbronzatura, Victoria Beckham Beauty; trasporta nelle Antille francesi, Diario Olfattivo Timless Nomad Palm Oases Parfum Nectar profuma di mousse al cocco, crema Chantilly, vaniglia e fiori tropicali, Simone Andreoli; Absolue Longevity MD Meta Discovery Intercept The Cream [Pelli segnate] capta i segni visibili dell'invecchiamento, Lancôme; un insolito blu-viola da sperimentare con il vellutato e morbido Ombretto Mono Look, Rugiada, Euphidra. Borsa Fendi Way di cuoio e suède, collana con catena e corda e occhiali, tutto Fendi; porta passaporto, Fabriano.



Per celebrare dieci anni del profumo-stiletto la maison ha reinterpretato il gelsomino, che, oltre a decorare la bottiglia di Good Girl Jasmine Absolute, ne è il fiore protagonista. Mixato a mandarino, ribes nero, mandorla amara, diventa più gourmand con le note di toffee caramellato e fava tonka tostata, [Carolina Herrera](#); un viaggio notturno alla scoperta del Kerala, terra d'origine dell'occhio di tigre, gemma che ci connette all'energia della terra e del sole e celebrata oggi in Tygar Extrait De Parfum della Collezione Le Gemme, un accordo di pompelmo e ambra grigia, con assoluta di benzoino del Siam e balsamo peruviano, [Bvlgari](#). Borsa *Le City East-West*, portachiavi *Aki* e charms multicolore, tutto [Balenciaga su mytheresa.com](#).

NORDBERG
medical UNIQUE
SCIENCE



La bellezza non si crea. Si rivela.

Dalla ricerca svedese nasce un nuovo
acido polilattico con tecnologia in microsfeere,
recentemente premiato agli AMWC Awards 2026.

Un bioattivatore che stimola i processi di
rigenerazione del collagene, favorendo un
ringiovanimento profondo e graduale,
nel rispetto dell'identità individuale.*



Per maggiori informazioni
rivolgersi a un medico specialista.
www.nordbergmedical.com

LM-JUS0615-0111



Follow the SUN

Non solo al mare e in qualsiasi condizione metereologica, l'obiettivo, online e via dalle piattaforme, è preservare la qualità della pelle. Così l'spf diventa parte di una routine più consapevole.

Testo di MARIA DE BATTISTI

S

e non fossero anche realizzati da TikToker conosciuti, si potrebbe pensare che siano generati con AI, solo per il loro contenuto surreale. Sono video di giovani che si definiscono, “tanning expert”, diventati virali sulla piattaforma, e dove vengono condivise assurde routine di cicli rigorosi: 10 minuti lato fronte, 10 minuti lato schiena, pausa in acqua, riapplicazione della protezione, poi una sessione più lunga (20 minuti per lato) e, dopo un'altra nuotata, si finisce con gli ultimi 5 minuti al sole. Quanto alla crema (alla quale vanno aggiunti, secondo i post, acqua di mare e olio abbronzante), si parte da un SPF 50 e dopo il primo break si scende a 30. Consigli da

non sperimentare mai, perché avere una pelle dorata senza bruciature richiede disciplina, nessun cronometro alla mano, ma supporti hi-tech e cosmetici sempre più attenti al colorito, ma soprattutto alla salute della pelle. A supporto, ci sono per esempio App che monitorano i tempi e guidano l'esposizione in tempo reale. Oltre ad analizzare la cute e le condizioni climatiche circostanti per dare le migliori indicazioni sul tipo di schermo da scegliere e offrono programmi personalizzati per il training-tintarella. L'abbronzatura quindi torna in voga, sempre più “tecnicamente” controllata e ottimizzata, sempre allineata a una visione più ampia della skincare, in cui protezione e prevenzione diventano centrali.

«Quello che è cambiato nel 2026 è che l'spf è diventato parte della routine mattutina, subito dopo la crema idratante e prima del trucco», spiega l'agenzia di trend forecasting Slate, basata a New York. «Questo riposizionamento ha trasformato la protezione solare da prodotto di cura personale a prodotto per la salute della pelle. Quando un consumatore vede la propria crema solare come una protezione contro l'invecchiamento precoce, il rischio di tumori cutanei e il deterioramento a lungo termine della pelle, la valuta in modo diverso. Legge l'etichetta e inizia a confrontarla come farebbe con un siero alla vitamina C, non con prodotti da spiaggia».

Sull'onda di questo fenomeno, in Francia è appena arrivato il brand Sunlution, fondato dal dermatologo Thierry

“Oggi il consumatore valuta la crema solare in modo diverso. Legge l'etichetta e inizia a confrontarla come farebbe con un siero alla vitamina C, non con prodotti da spiaggia”

— SLATE, TREND FORECASTING



1. Alta protezione, sensorialità e texture impalpabile: è la Mousse Solare Spf 50 della linea Summer Paradise Suncare che si assorbe rapidamente lasciando la pelle morbida, uniforme e protetta, [Vagheggi PhytoCosmetics](#) (43 €). 2. Top Care Sunset Ritual Spray evita che i capelli si disidratino al sole, preserva il colore e previene i danni di cloro e salsedine, [Lisap Milano](#) (22 €). 3. Novità della linea Sole e Aria Aperta, Soleombra Spray Dopusole Setificante per Viso & Corpo, grazie a un fitocomplesso antiossidante, ristabilisce il tasso d'idratazione, mitiga irritazioni e fa sì che la pelle sia vellutata, [L'Erborario](#) (22,90 €). 4. Da passare su naso, orecchie, cicatrici, labbra, cuoio capelluto, ha una texture “cristallo” fondente, ed è tascabile. Bariésun Stick Solare Invisibile Spf 50 + combina effetto glow e super protezione. Per tutta la famiglia, dai tre anni, si passa anche sopra al makeup, [Uriage](#) (19,19 €). 5. Si condivide in doccia dopo una giornata in spiaggia o in piscina, Sol1 Solaris Hair & Body Shampoo rimuove filtri, sale e residui di cloro, [System Professional](#) (27,50 €).

MU-LAC
M I L A N O

**LASH CEO MASCARA,
A WORK OF ART.**



**MASCARA 3 IN 1
ONE STROKE ONLY, PERFETTO SUBITO**

100%* VOLUME

100%* CURVATURA

100%* DEFINIZIONE



**CIGLIA PIÙ LUNGHE E FOLTE
IN SOLI 30 GIORNI**

+7% VOLUME NATURALE DELLE CIGLIA**

+7% LUNGHEZZA NATURALE DELLE CIGLIA**

*Test di autovalutazione su 20 soggetti. % dei soggetti che hanno espresso un parere positivo sul parametro in esame.

** Test strumentale condotto con VISIA® 7th su 20 soggetti. Risultati statisticamente significativi. Valori medi.

Passeron, uno dei massimi esperti di protezione solare e pigmentazione (consulente anche per grandi brand cosmetici). La nuova tecnologia proposta da Sunlution è una protezione “modulabile”: i filtri UV sono incapsulati in micro-sfere e si attivano solo quando esposti alla luce. Questo consente una barriera più duratura (fino a otto ore in condizioni normali), più stabile e anche più sostenibile perché riduce gli sprechi. E cambia la prospettiva: la protezione solare non serve solo “quando c’è sole”, ma in qualsiasi condizione metereologica, se l’obiettivo è preservare la qualità della pelle.

«Per contrastare il fotoinvecchiamento si deve adottare un approccio globale e non agire soltanto sugli uvb», afferma il professor Passeron. «Il loro impatto sull’invecchiamento è relativamente limitato: i principali responsabili sono soprattutto gli uva. Penetrano più in profondità nella pelle, attraversano i vetri e perfino le nuvole. Proprio per questo risultano particolarmente insidiosi, perché non provocano scottature visibili. E qualunque sia il fototipo siamo tutti esposti ai loro effetti. La luce varia, si intensifica, si diffonde e la protezione deve sapersi adattare».

Il primato di moltitudine di spf, texture, effetti e formati continuano a detenerlo Corea e Giappone, dove le donne sono grandi utilizzatrici di solari e alle quali ci si ispira sempre di più nella beauty routine. Spopolano anch’essi su TikTok e affini grazie alle loro texture leggerissime, spesso in gel, fresche e a rapido assorbimento, capaci di

mantenere un buon equilibrio idrico della pelle. Un buon esempio è la One Step Airy Cream del giapponese Dhc: una crema tutto-in-uno che sostituisce lozione, siero, latte, crema e maschera, senza residui grassi. Anche la nuova Pdrn Collagen Cream del sudcoreano Mixsoon rinforza i meccanismi della pelle in estate fornendo la necessaria idratazione con la consistenza di un gel acquoso.

Arrivano sul mercato anche start-up che mirano a quelle fasce di pubblico meno inclini a usare la protezione solare. Skinmetal che con l’headline “Strong Skin For A Life Outside” e le sue formule con spf elevati, si rivolge proprio ad adolescenti e giovani uomini, in particolare negli Stati Uniti, dei quali solo l’8% utilizza la protezione solare quando è all’aperto, secondo il brand. Mentre Sunsolve Md per incentivare a normalizzare l’applicazione del solare, integra allo schermo attivi skincare per problematiche specifiche come iperpigmentazione o acne. Cresce poi l’attenzione per i trattamenti post-esposizione. «La protezione è solo metà della storia», afferma il brand inglese Zure Solaris, i cui prodotti di punta sono pensati per il recupero cutaneo dopo l’esposizione. Le maschere criogeniche (come quelle dei brand statunitensi Therabody e Shark Beauty), molto in voga, sono un’altra alternativa post-sun per il loro potere rinfrescante e inoltre aiutano a decongestionare e lenire la pelle. Ed ecco che tutto diventa subito più “cool”. •

“Gli uva penetrano più in profondità nella pelle, attraversano i vetri e perfino le nuvole, ma non provocano scottature visibili. E siamo tutti esposti ai loro effetti”

— THIERRY PASSERON, DERMATOLOGO



1. Look virale con morbide beach waves: I Solari Olio Bifasico Protettivo oltre a proteggere da vento, salsedine e cloro, definisce la forma naturale del capello, **Dott. Solaris Cosmetics** (24,80 €). 2. Novità della linea Sun Protect, MilkSun Latte Solare Spray per Viso e Corpo Spf 30 schermo da uva e uvb grazie a una microemulsione che aderisce come una seconda pelle. Il suo attivo ProTan favorisce l’abbronzatura, mentre IR (Shield) ha un’azione antiossidante e lenitiva, **Rhea Cosmetics** (59,50 €). 3. Addolcisce la pelle irritata riparando i danni da sovraesposizione: Dopolsole Sensitive Relief Face And Body è adatto a tutti i tipi di pelle, anche quella sensibile e allergica al sole, **Eucerin** (23,90 €). 4. Solare-makeup, Nivea Sun Uv Specialist Fluido Quotidiano Ultra Leggero, Medium, con Spf 50 +, acido ialuronico e pigmenti dal finish naturale, protegge, idrata e dà armonia all’incarnato, **Nivea** (12,99 €). 5. Nuovo Fotoprotector Facial Mist nebulizza sul viso una bruma ultraleggera e invisibile, con spf 50 e uno schermo efficace verso la luce blu, **Isdin** (19,90 €).



Lancôme inaugura Absolue Longevity MD, una nuova linea di skincare che si concentra sull'età biologica visibile della pelle. Con Mitopure™ by Timeline (Urolitina-A), per la prima volta in Lancôme, la linea si articola in tre protocolli: ANTICIPATE, INTERCEPT e RESET



LONGEVITÀ *formato*

LANCÔME PRESENTA ABSOLUE LONGEVITY MD,
NUOVA LINEA SKINCARE MULTI-AZIONE CON FOCUS
SULL'ETÀ BIOLOGICA VISIBILE DELLA PELLE

PELLE

Non si parla più di anti-age, ma di biologia della pelle. Con la nuova Absolue Longevity MD, Lancôme sposta il confine della skincare verso la longevità cutanea, agendo sull'età biologica visibile della pelle. L'unica davvero dinamica e, secondo la nuova scienza, modulabile. Al centro della formula c'è Mitopure™ by Timeline, una forma di Urolitina A, attivo utilizzato negli integratori alimentari e introdotto per la prima volta in una linea skincare di Lancôme, con l'obiettivo di sostenere la funzione mitocondriale, chiave della vitalità cellulare. La linea si struttura in tre protocolli di precisione. ANTICIPATE lavora rafforzando la resistenza della pelle prima che i segni compaiano. INTERCEPT intercetta i segni visibili dell'età mentre emergono, lavorando su rinnovamento cellulare e densità cutanea. RESET, infine, agisce quando i segni sono già presenti, migliorando compattezza e tono e riducendo rughe e ruglette. Un approccio destinato a trasformare la tua pelle. In ogni fase della tua vita. Testimonial speciali, per ogni fascia di età: la top Ella McCutcheon e le star di Hollywood Zoe Saldana e Demi Moore.





cantabria labs
DIFA COOPER

HELIOCARE

SOLO IL
MEGLIO
DEL  SOLE

Protezione UVA, UVB,
luce visibile e infrarossi

Texture sensoriale



La funzionalità della **VITAMINA D** è ottimizzata grazie alla nuova tecnologia brevettata **ASPA-FERNBLOCK®(1)**

LA SCELTA DI FIDUCIA DEI DERMATOLOGI(2)

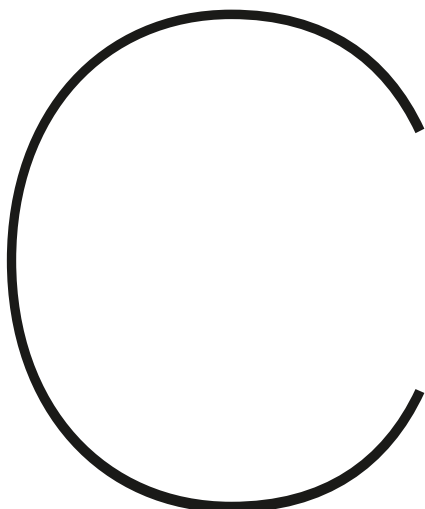
(1) Poster congresso CILAD: Mascaraque, M., et al. Expresión del receptor de vitamina d en piel expuesta a estrés oxidativo y el efecto protector de Aspa-fernblock. 2024.

(2) Dati riferiti a Cantabria Labs Difa Cooper – Ricerca IQVIA_Studio Zoom Competitive Assessment, Reputation, Brand Equity Dermatologia. Base:100 dermatologi. Trimestre Q4 2024.

Allenare la mente è una pratica capace di ridefinire il rapporto con la fatica, l'errore e il successo. Processo che richiede costanza e molta pratica, ma soprattutto una migliore conoscenza di sé.

Testo di ALICE ROSATI Foto di EVA WANG

Mental FITNESS



onta fino a dieci prima di parlare”. quante volte ce lo siamo sentite ripetere. In realtà, secondo le neuroscienze, il tempo necessario affinché la mente ritrovi lucidità è più breve: bastano sei secondi perché la corteccia prefrontale torni a guidare un'ipotetica risposta. Sei secondi in cui l'impulso di dire cose di cui ci si potrebbe pentire può trasformarsi in una scelta ponderata. È in questo spazio di sospensione che prende forma una linea invisibile che connette la performance sportiva alla vita quotidiana: l'allenamento mentale, una pratica capace di ridefinire il nostro rapporto con la fatica, l'errore e il successo. È

un training che insegna alla mente a fare economia, cioè la capacità di mantenere controllo, lucidità e calma anche sotto pressione, evitando quella dispersione di pensieri ed emozioni che erode concentrazione e presenza. Chi compete ad alti livelli lo sa bene, atleti come Federica Brignone o Jannik Sinner affiancano al workout fisico un lavoro sistematico sulla mente, non come complemento, ma come condizione stessa della performance. Non si tratta di pensare positivo, ma di ridurre il rumore interno. Su questo principio si fonda il metodo del dottor Riccardo Ceccarelli, medico dello sport, Ceo e fondatore di Mental Economy, startup dedicata all'allenamento mentale che applica le neuroscienze allo sviluppo della performance e del benessere. «Nei primi anni Duemila, quando lavoravo per la Formula 1, mi resi conto che il pilota migliore era quello che sprecava meno energia mentale», racconta il medico, «per confermare

questo dato a livello scientifico feci uno studio con dei neuroscienziati dell'Università di Pisa e analizzando il cervello con la risonanza magnetica funzionale, ci accorgemmo che la differenza tra piloti professionisti e persone normali della stessa età non stava nelle performance, ma nel fatto che questa parte del corpo dei piloti si attivava molto meno. Cioè c'era meno attività mentale e quindi meno emozioni, meno dubbi, meno insicurezze». I pensieri non funzionali fanno consumare tanta energia inutilmente, ecco perché la chiave sta nel riuscire a controllare la mente. Il metodo elaborato da Ceccarelli - oggi applicato anche al di fuori dello sport - si basa su una misurazione oggettiva di questi processi: attivazione della corteccia prefrontale, variazioni della frequenza cardiaca, tensione muscolare. I dati diventano una mappa per costruire strategie personalizzate. L'obiettivo non è spingere oltre il limite, ma raggiungere la

Gli atleti affiancano al workout fisico un lavoro sistematico sulla mente, come condizione stessa della performance. Non si tratta di pensare positivo, ma di ridurre il rumore interno. È un training che insegna a mantenere lucidità anche sotto pressione.



1. Miss't Deep Tonka Seed And Oud Essenza Ristrutturante per i Capelli è una nuvola che avvolge testa e corpo con note di zafferano, vaniglia, legno di cedro e oud, mentre estratto di iris e micro-cheratina vegetale da canapa e riso rinforzano la fibra, Mulac (33,90 €).
2. È formulata con un mix di attivi dolomitici, vedi melissa, biancospino, rosa canina e sambuco, così, mentre deterge, Botanical Fit Doccia Crema tonifica e rivitalizza, Dolomia (18,80 €).
3. Con estratto di giglio e burro di karitè, Expert Forms Pure Hydration Latte Idratante Corpo dà elasticità e morbidezza, Germaine de Capuccini (54 €).
4. Trattamento-urto che non solo attenua smagliature - e cicatrici - ma ne previene la comparsa: MorphoShapes 3, Rhea Cosmetics (58 €).
5. La testa va allenata e coccolata dopo il workout: Lisaplex Bond Saver Shampoo ripara e idrata i capelli lasciandoli leggeri e ariosi, Lisap (24,40 €).

**WELLA**
PROFESSIONALS



TROVA IL SALONE
O LA PROFUMERIA
DOUGLAS
PIÙ VICINO A TE

ULTIMATE COLOR COLORE VIBRANTE FINO A 10 SETTIMANE*

CAPELLI RIVITALIZZATI
DAL PRIMO LAVAGGIO
NEI MIGLIORI SALONI WELLA E DA **DOUGLAS**



* Con l'uso regolare della linea Ultimate Color in salone e a casa

massima resa con il minimo dispendio, una forma di equilibrio dinamico che, a un certo punto, smette di coincidere con la prestazione e si traduce in benessere percepito. Nel caso degli atleti, la preparazione riguarda tutti gli aspetti della performance, abbigliamento compreso. «Il tessuto è diventato parte integrante della prestazione, non solo per sentirsi comodi, ma per eliminare tutte quelle distrazioni che tolgono energia: troppo caldo, troppo freddo, il sudore sulla pelle. Se non sei distratto da queste sensazioni, ti alleni meglio e più a lungo», spiega Francesco Magri, Managing Director di Woolmark, azienda che supporta i brand sportivi nell'implementare le loro fibre. In una cultura che tende a identificare il valore con la produttività e l'ottimizzazione, l'idea di disperdere meno energia potrebbe sembrare l'ennesima declinazione dell'efficienza. In realtà, il punto è essere più presenti a se stessi. Non esiste una strategia che vada bene per tutti, ma c'è un fil rouge che unisce i grandi campioni: «Sono umili e hanno intelligenza analitica. Non scappano dalla paura di scoprire i propri difetti, anzi li cercano, senza scuse».

Gli errori, del resto, sono sempre un'opportunità di crescita e non definizione del proprio valore. «Il coaching serve per uscire dalla narrazione automatica che si ha di se stessi. Noi non siamo

solo un risultato, ma persone che hanno vinto, perso, provato», condivide Lucilla Andreucci, ex maratoneta e oggi coach di molti sportivi, tra cui Giuliana Chiara Filippi, atleta paralimpica di Art4sport Onlus, associazione fondata da Bebe Vio e dai suoi genitori, e ambassador Bioclin. «La mente non si può zittire, ma possiamo imparare a orientarla, cioè portarla, con intenzione, verso ciò che è utile e funzionale all'obiettivo, evitando così l'autosabotaggio. Allenare la mente significa proprio questo: non eliminare i pensieri, ma scegliere a quali dare spazio, riportando l'attenzione su ciò che serve davvero, qui e ora. È un processo che richiede costanza, consapevolezza e pratica».

Il nostro cervello è orientato al risparmio energetico e alla sopravvivenza, non alla ricerca intenzionale della complessità o della fatica. Ma in un contesto contemporaneo iper-stimolato, dove

le sollecitazioni sono continue, questa tendenza può trasformarsi in una forma di rinuncia. Per Roberta Liguori, coaching expert e triatleta Ironman, si tratta di stanchezza cognitiva che porta ad evitare per quanto possibile conflitti e scomodità emotive. «Sempre più spesso, anche in età adulta, emerge la sensazione di essere intrappolati in routine svuotate di scopo e significato. Per questo, la prima cosa che insegno è scardinare il dialogo interno depotenziante, frutto della propria storia personale, ma anche di questa cultura che ci spinge sempre a notare tutto ciò che non va», afferma Liguori. «La prima misura da adottare non è migliorare ma diventare consapevoli del proprio dialogo interno, mettendosi in meta-osservazione dei propri pensieri, allontanandosi dall'idea di essere sbagliati». In fondo, anche oggi, tra neuroscienze e coaching, resta valido un principio antico: conosci te stesso. •

In una cultura che tende a identificare il valore con la produttività e l'ottimizzazione, l'idea di disperdere meno energia potrebbe sembrare l'ennesima declinazione dell'efficienza. In realtà, il punto è essere più presenti a se stessi.



1. Versione da 30 ml da portare a pilates, Fiore d'Ulivo accosta l'omonimo protagonista a note di limone di Amalfi, loto, basilico, semi di ambretta magnolia e benzoino, [Casamorati](#) (110 €). 2. Il dessert dopo la fatica: Crema Corpo Fluida Fragranza N°12 sa di cioccolato, caffè, latte, vaniglia e fava tonka, [Royal Beauty](#) (9,90 €). 3. Rinnovare pensieri e pelle con una texture oil-to-milk: Golden Radiance Body Scrub è 100% naturale, ricca di particelle di bambù e semi di frutto della passione, [Freshly Cosmetics](#) (22,95 €). 4. Honey Infused Hair Perfume Coco-Cacao suggerisce un sogno tropicale scaldato dal sole. La sua "essenza" a base di miele Mirsalehi, combina cocco, cioccolato al latte e legno di sandalo, [Gisou](#) (22 €, da Sephora). 5. Trattamento modellante e riducente per le zone più soggette agli inestetismi, Fuoco Burro Corpo Modeling Butter Age 50+, va bene anche in menopausa, [Vagheggi Phytocosmetics](#) (69 €).

L'abbronzatura amica della tua pelle



*Promozione valida dal 10/10/2020 al 31/03/2026. Il regolamento è disponibile presso L'Erborario SPA - viale Milano, 74 - 20100 Lodi (LO) - Tel. (0371) 4911.

A. D. Angelo Sganzerla

- ☀ Senza filtri Octinoxate e Oxybenzone, banditi dal Trattato Coralli Hawaii in quanto ritenuti i principali responsabili dello sbiancamento dei coralli.
- ☀ Con estratti, oli, burri e cere vegetali.
- ☀ Senza siliconi, parabeni e oli minerali.
- ☀ Formule spray senza propellenti chimici.

- ☀ Imballi realizzati con materiali riciclabili, al 70% ottenuti da fonti rinnovabili (canna da zucchero) o da materiali riciclati.
- ☀ Astucci in carta certificata FSC® a supporto di una gestione responsabile delle risorse forestali.
- ☀ Sito produttivo dotato di certificazione ambientale ISO 14001 fin dal 2002.



Inquadra questo QR code
per scoprire tutti i Solari
e la promozione

Con l'acquisto dei Solari L'Erborario in omaggio per te
la Pochette e il Pareo Fantasia Foulard!*

L'ERBOLARIO

Società Benefit, perché per noi, da sempre, cosmetica fa rima con etica.

ROYAL BEAUTY



**SWIRL IT.
FEEL IT.
LOVE IT.**

IL RITUALE CORPO
CHE CAMBIA IL TUO MOOD



NEI DRUGSTORES, IN PROFUMERIA E SU WWW.ROYALBEAUTY.IT

Riconoscersi con uno sguardo diverso. Il mio. Dopo anni di "indagini" ho trovato il modo per osservarmi con più indulgenza.

Testo di FRANCESCA VARASI Foto di NICOLE HEINIGER

A close-up photograph of a woman's eye, heavily stylized with makeup. The eye is a light, almost greenish-blue color. The eyelids are framed by thick, dark blue and black makeup, creating a dramatic, almost abstract effect. The skin around the eye is fair and has a soft texture. The overall mood is artistic and contemplative.

Diario di una
BLEFARO



o passato gli ultimi due anni a zoomare ogni mia foto e a storcere il naso. Su tutte le immagini le dita convergevano verso i lati opposti dello smartphone, così tanto, da doverle fissare alle estremità dello schermo. Solo e sempre per ingrandire le palpebre. Mi avvicinavo ai pixel fin quasi a vedere sfuocate quelle increspature in cui non mi riconoscevo più. Per gli altri era un continuo «ma neanche si notano – non sei così come ti vedi tu – esageri – la blefaroplastica (superiore) alla tua età? È presto!». Ho iniziato a informarmi, a cercare chi si fosse già stato operato, a trovare

consiglio dal mio dermatologo, a chiedere a chiunque intervistassi in ambito estetico. «Conosci un bravo chirurgo in blefaroplastica?», credo sia stata una delle domande che ho posto di più lo scorso anno. E poi ho iniziato a guardare sui social.

Poco dopo l'algoritmo aveva permeato la home di Instagram con video di chi spiegava come truccare gli occhi incappucciati, come fare face gym per i muscoli orbitali e soprattutto con video “prima e dopo” la blefaroplastica superiore. Ho scrollato, salvato, creato una lista di nomi, indagato come dovessi lavorare a un podcast di true crime, fino ad arrivare a una rosa di cinque finalisti in tutta Italia. Poi però quei reel hanno iniziato a sembrarmi troppo patinati, le pazienti troppo tirate, i “prima e dopo” eccessivamente cinematografici. E infine l'eccessiva attitudine virale di alcuni chirurghi mi ha portato a un distacco graduale. Mi sembrava passassero più tempo a fare i protagonisti dei loro social, che a operare. Infine, qualche mese fa, in una delle mille conversazioni

sul tema una collega mi dice sicura: «Ma vai da Bellinvia! Io mi sono operata con suo padre, ora ha preso tutto in mano il figlio, e ho sentito sia altrettanto bravo». Un albero genealogico di chirurghi esperti in blefaroplastica, un heritage di famiglia, un imprinting: trovato! Ho iniziato a cercarlo sui social e non ho scovato praticamente nulla. In compenso il nome di Giacomo Bellinvia, medico chirurgo, esperto in blefaroplastica, l'ho sentito in seguito da più persone, in ambiti personali e professionali diversi. Old style: è conosciuto per il passaparola di esperienze positive (ovviamente quelle che ho sentito io) e non per i follower. Con questa autorevolezza offline, prenoto la visita nello studio di Milano.

Anche il dottore all'inizio sembra osservarmi dubbioso come i miei amici. Io sono assertiva: «No senta, non mi dica anche lei che è presto o che non ne ho bisogno, eh!». Così valutiamo insieme, lui mi spiega subito il “percorso” e il risultato che possiamo raggiungere. Realistico e pragmatico, come me lo ero immaginato. Dopo la breve visita passano circa un paio di mesi, il tempo di trovare una data libera nella sua clinica e fare le analisi pre-operatorie: emocromo, elettrocardiogramma etc. Io la prenoto un mercoledì, a metà settimana, così in caso di ematomi o gonfiore ho il tempo per riprendermi.

Ore 8 del mattino, il giorno dell'operazione mi sento felice, già alleggerita. Viene

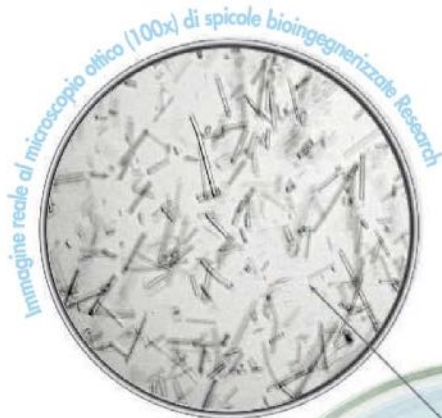
Leccessiva attitudine virale di alcuni dottori mi ha portato a un distacco. Sembrava passassero più tempo a fare reel, che a operare. Mi ha conquistata il vecchio “passaparola” sui risultati offline di esperienze reali.

1. Creatività per lo sguardo con i colori dell'edizione limitata della palette Diorshow 5 Couleurs, 162 Summer Azur, Dior (72 €). 2. Un siero per contorno occhi e ciglia – le fortifica – che idrata, lenisce e supporta la resilienza della zona: Longevity Multi-Recovery Eye & Lash Serum, Miamo (59 €). 3. A base di retinolo, niacinamide, resveratrolo e Proxygen, attiva la microcircolazione: Derm Correxion Eye Repair, RoC (39 €). 4. Appena si può fare il bagno, Waterproof Sport Mascara, con cere naturali, lascia le ciglia morbide e ben separate, Vagheggi Phytocosmetici (28 €). 5. Contorno occhi effetto tensore con micropigmenti illuminanti, Tensage Radiance Eye Contour aiuta a ridurre borse e rughe superficiali, Endocare (38 €).



research
PRECISION·MOLECULAR·SKINCARE

Rigenera la pelle con il Micro-Needling Cosmetico.



Formule avanzate con
milioni di Spicole Bioingegnerizzate
che agiscono come micro-agohe intelligenti
per una profonda stimolazione antiage
non invasiva.

2026
FINALIST

SKIN CARE PRODUCTS

COSMOPROF
Awards

in partnership with
BEAUTYSTREAMS



Dopo 1 applicazione:

95% La pelle appare più
levigata e compatta*

Dopo 28 giorni di utilizzo:

95% Il viso ha un aspetto
più **liftato***

*Test clinici eseguiti sotto controllo Dermatologico.

www.researchskin.com

n. verde: 800-015422



Trova l'Istituto più
vicino per diagnosi
e trattamenti professionali

“L’importante è non perdere mai di vista il miglioramento che si ha avuto, rispetto a “quel millimetro in più che si sarebbe potuto eliminare”. Perché il massimo del risultato lo determina anche la soddisfazione del paziente che vive al meglio quello che ha ottenuto dall’intervento”

— GIACOMO BELLINIA, MEDICO CHIRURGO, ESPERTO IN BLEFAROPLASTICA

con me un’amica, perché al ritorno non si può guidare, è meglio essere accompagnati. Nonostante la sensazione di serenità, e nonostante non ne faccia uso, pre-operazione è necessario assumere un ansiolitico: «La sedazione, prima dell’anestesia locale, fa effetto sull’emotività e sulla reattività. Serve a tranquillizzare». Si attendono circa tre quarti d’ora che le “goccine” facciano effetto. In questo prequel, in una sala ad hoc, rilassata su una poltrona tipo del dentista, un medico dell’équipe entra per disegnare intorno agli occhi una tratteggiatura nera, come l’imbastitura di un abito couture. «Non esiste un intervento standard e il “disegno” varia da paziente a paziente, è realizzato in base agli occhi della persona, alla forma, all’età e a ciò che si vuole ottenere. È molto personale, ed è la parte più delicata, quasi più dell’intervento, perché è quella che richiede ancora più esperienza da parte nostra: è fondamentale capire “quanto” asportare. Intendo pelle e grasso periorbitario, (il tessuto adiposo che si fa notare come

“gonfiore” all’interno della cavità oculare, ndr). Lo specifico perché tendenzialmente non tratto il muscolo», specifica Bellinia. Infatti una volta sdraiata sul lettino della stanza dell’intervento, il dottore riprende in mano il pennarello e lo modifica leggermente: «Ci tengo a ridefinirlo io stesso, è quasi una firma», specifica.

Si passa all’anestesia locale con piccole iniezioni intorno agli occhi (sì, dà un po’ fastidio). Il tutto poi dura circa mezz’ora. L’atmosfera in ambulatorio è rilassata, io alterno stati onirici al partecipare alle conversazioni tra l’équipe. Subito dopo mi alzo e torno nella sala con la poltrona un’altra mezz’ora, per vedere eventuali reazioni, aspettando con impacchi freddi.

Il ghiaccio non è necessario, e al ritorno a casa proseguo solo con gli impacchi con acqua borica e garze sterili per una ventina di minuti, circa tre volte al giorno, «fanno in parte da “disinfettante”, e in parte servono a tenere la zona pulita», seguiti dalla crema antibiotica oftalmica.

Tornata a casa l’incisione chirurgica è

evidenziata a tratti da un filo nero. Nessun gonfiore, nessun livido. E nessun bruciore. Invio orgogliosa un po’ di foto qua e là dal divano, dove chiacchiero con l’amica che mi ha accompagnata. A volte mi addormento per poi riprendere a parlare. So di essere stata anche fortunata. Sette giorni e torno a togliere i punti. Da quel momento toccarsi con delicatezza, niente sole diretto e creme cicatrizzanti, «ma soprattutto non perdere mai di vista il miglioramento che si ha avuto, rispetto a “quel millimetro in più” che si sarebbe potuto eliminare. Perché il massimo del risultato lo determina anche la soddisfazione del paziente che vive al meglio ciò che ha ottenuto». Costo 1.800 euro (studiobellinia.eu). Io ovviamente sono felice, da subito mi sono riconosciuta con lo sguardo più aperto. Se non lo dico io nessuno lo nota, per poi aggiungere: «Aaaaaa ecco cos’era! Pensavo: “ma cos’ha fatto che ha proprio un bel viso oggi!”». Ho smesso di zoomare sulle foto. Anche se ora nella home del mio Instagram appaiono capelli rossi, e tette. •

1. Quel super scintillio diverso con Eyeshadow, 001 Golden Hour, della collezione Shine Bright, ha una formula effetto wet, e una consistente percentuale di perle multi-riflesso che esaltano il colore, Pupa Milano (20,90 €). 2. Oro, peptidi e bisabololo, Contorno Occhi Anti-Rughe Defaticante prosegue il miglioramento dell’aspetto della zona perioculare, Royal Beauty (16,90 €). 3. Nasconde occhiaie, rossori e imperfezioni senza depositarsi nelle rughe sottili, Concealer Stick, Fair 2, con Spf 20, Kess Berlin (28 €). 4. Una volta cicatrizzato, si può passare sul viso, per 45 secondi, la nebbia ultrafine di ossigeno ionizzato e acido ialuronico che ammorbidisce la pelle: HydroGlow Oxygen Ionize è device più fiala di acido ialuronico, Exponent (168 \$). 5. Occhi ancora più aperti con Exagger-Eyes Easy Eyeshadow Stick, Nude Sculpt. Una formula ultra-leggera che scorre sulle palpebre senza sforzo, Charlotte Tilbury (35 €).



75.25 COSMETICA DI PRECISIONE

SIAMO DI FRONTE AD UNA RIVOLUZIONE NEL MONDO COSMETICO, PER LA PRIMA VOLTA UN BEAUTY DEVICE VIENE STUDIATO APPOSITAMENTE PER AUMENTARE L'EFFICACIA DEI PRINCIPI ATTIVI DI UNA FORMULAZIONE.

Valeria Cavalcante, CEO Vagheggi S.p.A



“Con la linea viso 75.25 abbiamo aperto una nuova strada con risultati testati e unici e il suo Efficacy Booster Device evolverà la tua skincare in un'esperienza mai sperimentata prima.”

I principi attivi della linea 75.25, corredati di test specifici con A.I. permettono di ridurre l'età biologica della cute fino a -8,2 anni.



1. Longevity Day Cream + Efficacy Booster Device



vagheggi.com | shop.vagheggi.com



2. Longevity Pre-Serum Toner e Longevity Melt-in Scrub

Le materie prime di 75.25 sono state selezionate per contrastare gli effetti dei 12 hallmarks responsabili dell'invecchiamento. La formulazione si distingue per la molecola di longevità NAD+ activator che stimola i processi rigenerativi e previene l'inflammaging. L'attivo estratto dalla corteccia del Lapacho contribuisce a proteggere il DNA e contribuisce al ritardo dell'invecchiamento cellulare, aiutando la produzione di acido ialuronico. L'estratto di Lavandula Hybrida risincronizza il ritmo circadiano cutaneo e potenzia la ricarica immunitaria della pelle durante la notte, consentendo alle cellule di rigenerarsi mentre il Peptide da biofermentazione inibisce



3. Longevity Eye Contour
Longevity Lip and Contour Balm
Longevity Face Perfector

l'ossidazione con un'azione lifting visibile in soli 28 giorni diminuendo ptosi, rughe, borse e occhiaie. L'innovazione dell'Efficacy Booster Device è nella sua luce rossa a 630 nm che stimola la produzione di collagene e riduce le rughe, mentre le microcorrenti favoriscono la riparazione delle cellule, il calore migliora la circolazione e le vibrazioni aiutano a ridurre ristagni e gonfiori; 75.25, una linea rivoluzionaria.



Scopri tutta la linea 75.25 e i nostri Centri Estetici

VAGHEGGI
PHYCOCOSMETICI

Best of the Week

A cura di
FRANCESCA VARASI

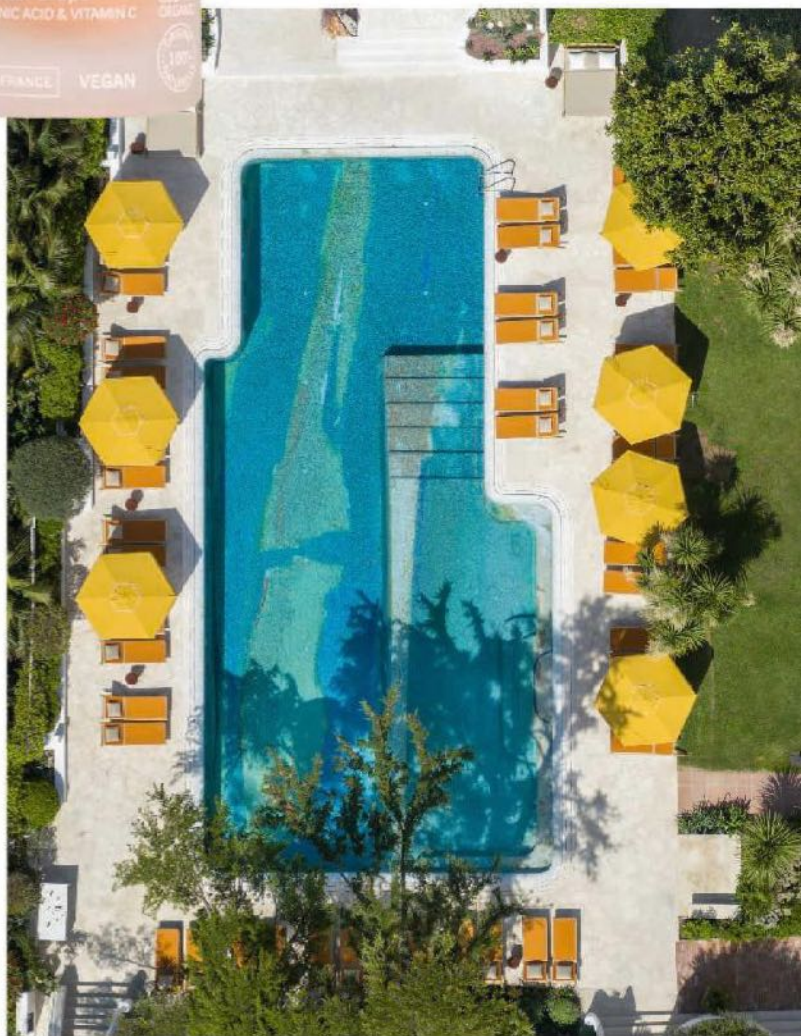
→ DIFFERENZE SOTTILI

Sono quei dettagli sussurrati che plasmano la medicina estetica attuale. Lo confermano anche i trend definiti da Nordberg Medical: *Rigenerazione*, dall'effetto riempitivo alla cura della struttura della cute, *Nude Look*, la ricerca di un aspetto naturale, e *Quiet Luxury Face*, il desiderio di intervenire, ma con trattamenti che non si notino. «Oggi siamo testimoni di un cambiamento profondo che segna il passaggio da un approccio puramente correttivo a una visione rigenerativa della qualità della pelle», spiega la dottoressa Chantal Sciuto, key opinion leader di Nordberg Medical. E il menu della Medical Spa del Jumeirah Capri Palace (a destra la piscina del resort), di cui la dottoressa è alla guida, si è appena arricchito proprio con trattamenti personalizzati che combinano medicina rigenerativa e tecnologie estetiche avanzate, come *Forma Collagen Lift*. Il risultato è un rinnovamento graduale e armonioso della pelle, che valorizza le caratteristiche naturali senza alterarne autenticità ed equilibrio. Protagonista un biorigeneratore a base di acido polilattico dal design in microsferi in grado di stimolare il collagene: una produzione autologa che non va a stravolgere i volumi, e ha un basso impatto infiammatorio. Info jumeirah.com.



← CREARE ENGAGEMENT

È una connessione solida e duratura tra vitamina C e acido ialuronico con le Gocce Illuminanti che fanno da trucco e da trattamento. Con una texture fluida evanescente, hanno una formula completamente naturale e certificata bio che combina perle minerali rosa, oro e arancio per tutte le carnagioni. Di Aroma-Zone, a 5,50 €.



← SÌ AL CONGELAMENTO

Freeze dry – liofilizzazione – prevede raffreddamento estremo, sublimazione ed essiccazione, processi con cui viene trasformato Superdose Vit C + [C,L] Radiance Activator Freeze Dry Serum in una polvere ultra-stabile, protetta da ossidazione e contaminazione. Il risultato è una vitamina C (che fa da antiossidante e illuminante, mixata ad attivi anti-glicazione, protettivi e anti-infiammatori) che mantiene potenza, migliora efficacia e tollerabilità per un tono uniforme, una texture levigata, e una pelle più vitale. Da 39 €.

IL MIO VISO *risplende*



IL TRATTAMENTO TEOXANE
BABYGLOW™ DÀ SUBITO
ALLA PELLE LUMINOSITÀ
E FRESCHEZZA IN MODO
NATURALE. UN PROTOCOLLO
DERMICO CHE NE MIGLIORA
QUALITÀ E TEXTURE

*Teoxane babyGLOW™ migliora la qualità
e la compattezza della pelle, elimina le zone d'ombra
e dona un finish radioso, senza alterare
i lineamenti del viso*

Avere una pelle del viso fresca e luminosa è il sogno di tutti. Ma poi stress e quotidianità, la spongono e rendono sottile. Dalla medicina estetica arriva ora un grande aiuto: Teoxane BabyGLOW™. Non è una biostimolazione classica. È un trattamento dermico che dona un effetto contouring immediato, senza make up. Dà subito luce senza alterare i lineamenti. Il trattamento, della durata di pochi minuti, agisce sulla qualità cutanea, idratazione e compattezza, quindi sulla capacità di riflettere la luce. Il risultato è un effetto "nude glow" immediato. Alla base del trattamento – che utilizza acido ialuronico più un complesso dermo-ristrutturante che contiene aminoacidi, antiossidanti e vitamina B6 – c'è una tecnica che consente una distribuzione uniforme del prodotto e la creazione di punti luce. A confermare l'efficacia sono anche i dati di uno studio real world condotto in Europa su quasi 80 donne: il 98% delle pazienti ha riportato un effetto glow immediato. Il trattamento è stato inoltre valutato come rapido, ben tollerato. La durata dell'effetto? Fino a sei mesi dal protocollo di trattamento.



Il nuovo trattamento Teoxane babyGLOW™
firmato Teoxane dà subito luminosità e freschezza in modo
naturale, senza effetto ritocco.

ILLUMINANTE

ANTI-OSSIDANTE

UNIFORMANTE

AROMA-ZONE SIERO CONCENTRATO DI VITAMINA C 10% E ASTAXANTINA

Formula 100% di origine naturale altamente concentrata (10%) per illuminare, uniformare l'incarnato e proteggere la pelle dallo stress ossidativo

- COSMOS NATURAL
- VEGANO
- PRODOTTO IN FRANCIA

EFFICACIA PROVATA

Senza profumo
né allergeni

95%

la pelle ritrova la sua
luminosità*

95%

della carnagione è più
luminosa*

85%

delle macchie scure è
sbiadito*

85%

delle linee sottili e delle
rughe è levigato*

**Test di laboratorio eseguiti sotto controllo dermatologico su un totale di 40 persone. Panel di 20 volontari con pelle matura (dai 40 anni in su) e 20 volontari con macchie scure (dai 18 anni in su). 10 uomini e 30 donne. 21 persone con pelle sensibile.*



Disponibile in eco-ricarica

AROMA-ZONE



Golden HOUR

Bellezza interiore, memoria emotiva e ritorno alla natura, indicano una geografia interiore che ha risuonato in Silvia Martinelli, fondatrice e anima creativa di *Giardini di Toscana*. Da questi paesaggi dell'essere è nata una trilogia di eau de parfum unisex e intime. Una è proprio *Oro e Miele*. Gourmand poudré ha un'apertura morbida con fior di mandorlo, rosa ed eliotropio. Nel cuore, il calore del miele millefiori amplifica la dolcezza fondendosi con vaniglia e cocco. Infine la sensualità discreta dell'iris, sussurra a muschi bianchi, sandalo e fava tonka.

Testi di FRANCESCA VARASI



Viaggio OLFATTIVO

Entrare a occhi chiusi in uno dei resort Bvlgari, in qualunque parte del mondo, e riconoscerne l'atmosfera. Anche per quell'inconfondibile aroma muschiato ed energizzante. Firma olfattiva che oggi diventa espressione sensoriale da indossare: *Thé Impérial* è la nuova tappa della collezione *Eau Parfumée* di *Bvlgari* che prende il suo nome dai simboli degli scambi tra Oriente e Occidente all'epoca dei grandi imperi. Parliamo del tè nero dello Sri Lanka, con le sue armonie tonificanti, e delle vibranti nuance degli agrumi italiani. Un'eau de toilette simbolo di un'unione attesa.

keraplant®

Lisap
MILANO



Dai Laboratori Lisap Milano: l'evoluzione Keraplant®

La nuova linea che veste i capelli di autentica bellezza.

Colorazioni performanti e rituali di benessere che uniscono cura di sé e rispetto per l'ambiente.

Lisap Laboratori Cosmetici S.p.A | Milano - Italy | www.lisapitalia.com

TROVA IL SALONE
PIÙ VICINO A TE



WE DO
beautiful
HAIR



Continuano le votazioni di Elle Beauty Awards 2026

Il decimo appuntamento è con lo skincare viso: creme, sieri e patches per ogni tipo di obiettivo. Ecco le nomination, e i commenti, della giuria. Ora tocca a voi scegliere i preferiti su elle.it.

1. The Elixir, [Augustinus Bader](#). «Ho sentito che prometteva di rimandare l'appuntamento dal chirurgo. Non confermo, ma fa davvero la differenza». «Il viso è più rimpolpato».
2. Cellular Epigenetics Siero Ringiovanente, [Nivea](#). «In due settimane ho notato meno i segni». «Va benissimo per il mio stile di vita non proprio sanissimo».
3. Silver Future Serum, [Cecilia Holistic Beauty](#) ([beautyaholicshop](http://beautyaholicshop.com)). «Effetto botox-like, e mi vedo più spianata quando lo metto». «Peptidi potenti e acido ialuronico, più un profumo da addiction».
4. Sublimage L'Extrait Huile Lèvres, [Chanel](#). «Un oggetto stupendo che contiene un olio morbidissimo per le labbra». «Ripara e definisce il contorno».
5. Youthful Eye Balm, [Gallinée](#). «Lifting istantaneo e protezione per il contorno occhi». «Mi piace perché non parla solo di rughe, ma anche di microbioma».
6. Hyaluron Trattamento Liquido Barrier Repair, [Garnier](#). «Ricarica per la pelle!». «Ripara la barriera cutanea e costa poco».
7. Time Filler Intensive 5xp Siero, [Filorga](#). «Mi ha sempre incuriosito il suo complesso neuropeptidico». «Una valida alternativa light ai protocolli di medicina estetica».
8. Hyaluron Active Procedure Crema Effetto Lifting, [Avene](#). «La pelle è subito molto più levigata». «Stimola la rigenerazione cellulare».
9. Linea Roséliane Siero Levigante Anti-rossori, [Uriage](#). «Fresco e lenitivo». «Mi arrosso facilmente e questo siero stempera subito la pelle».
10. Eye Rescue Pads, [Alumièr](#). «Quando sono stanca questi cuscinetti rinfrescanti in gel mi salvano». «Una soluzione fast per le borse sotto gli occhi».



Un gesto, OGNI GIORNO

UNA BEAUTY ROUTINE CHE SI ADATTA AL RITMO
QUOTIDIANO: GOLD COLLAGEN® FORTE LIQUID RENDE
LA CURA DI SÈ SEMPLICE, ANCHE FUORI CASA.



FORTE LIQUID di GOLD COLLAGEN® è il formato monodose pronto da bere: collagene, vitamine e antiossidanti per una beauty routine semplice, da integrare nel ritmo quotidiano.

La cura di sé oggi si distribuisce nella giornata: non occupa uno spazio preciso, ma segue il ritmo delle cose, adattandosi agli spostamenti e ai tempi disponibili. E un cambiamento sottile ma evidente, ed è in questo scenario che si colloca GOLD COLLAGEN® FORTE LIQUID nella versione monodose pronta da bere, pensata per accompagnare la beauty routine in un formato che rende possibile la continuità: leggero, immediato, facile da portare con sé e nato per integrarsi senza attrito nelle abitudini quotidiane ovunque tu sia. La formula concentra 8.000 mg di collagene marino idrolizzato insieme ad acido ialuronico, vitamine, minerali e un blend di antiossidanti, contribuendo a sostenere idratazione, elasticità e luminosità nel tempo. Un apporto completo che lavora dall'interno e che, con l'uso continuativo, accompagna la pelle nei suoi processi naturali. Il punto sta qui: integrare un gesto nella quotidianità garantendo la costanza, e farlo diventare parte del ritmo con cui si vive ogni giorno.

Disponibile in farmacia, parafarmacia, su Amazon
e su gold-collagen.com



VOLARE ALTO «Adoro il pack decorato con il motivo a nido d'ape e così sottile. Sembra un gioiello. Mi piace anche quando lo apri e trovi questo piccolo insetto impollinatore inciso sullo stick. E poi i colori ispirati a un giardino in fiore, ne sono ossessionata», ci racconta Laurence Maestrello, Guerlain Global Creative Make-up Artist sul nuovo KissKiss. Ricaricabile, contiene miele, cera d'api, pappa reale ed estratto di propoli. In 20 tonalità (in basso a destra la 510, Petal Red), a 39 €.

A ogni pagina del libro *O'Keefe* (con 300 opere multicolore dell'omonima pittrice statunitense), il suo entusiasmo cresce. Picchietta con il dito sui boccioli più vivaci e accarezza macro pennellate, come a voler captare dalla carta quella sensazione tattile vellutata. Vedere tanta vivacità in Laurence Maestrello, Guerlain Global Creative Make-up Artist, fa venire voglia di provare il nuovo rossetto KissKiss Kissproof Honey Lipstick. La sensazione è quella di un petalo carnoso: morbido, colore intenso, effetto blurred mat, ma con una luce particolare. Una volta indossato si percepisce che resterà fisso. «La parte più bella è il processo creativo che seguono con la maison. Adoro mettere le mani nei pigmenti ed è sfidante continuare a migliorare le formule, spingersi oltre mantenendo eccellenza, sostenibilità e naturalità».

È vero che le parole hanno una forza diversa con il rossetto giusto?

Le labbra oggi sono la parte più emozionale del volto. Il rossetto giusto può far emergere qualcosa di importante su di te, può cambiare il modo in cui ci si esprime, la bocca è il mezzo per dire la nostra, per comunicare, più degli occhi!

Un modo cool per applicarlo?

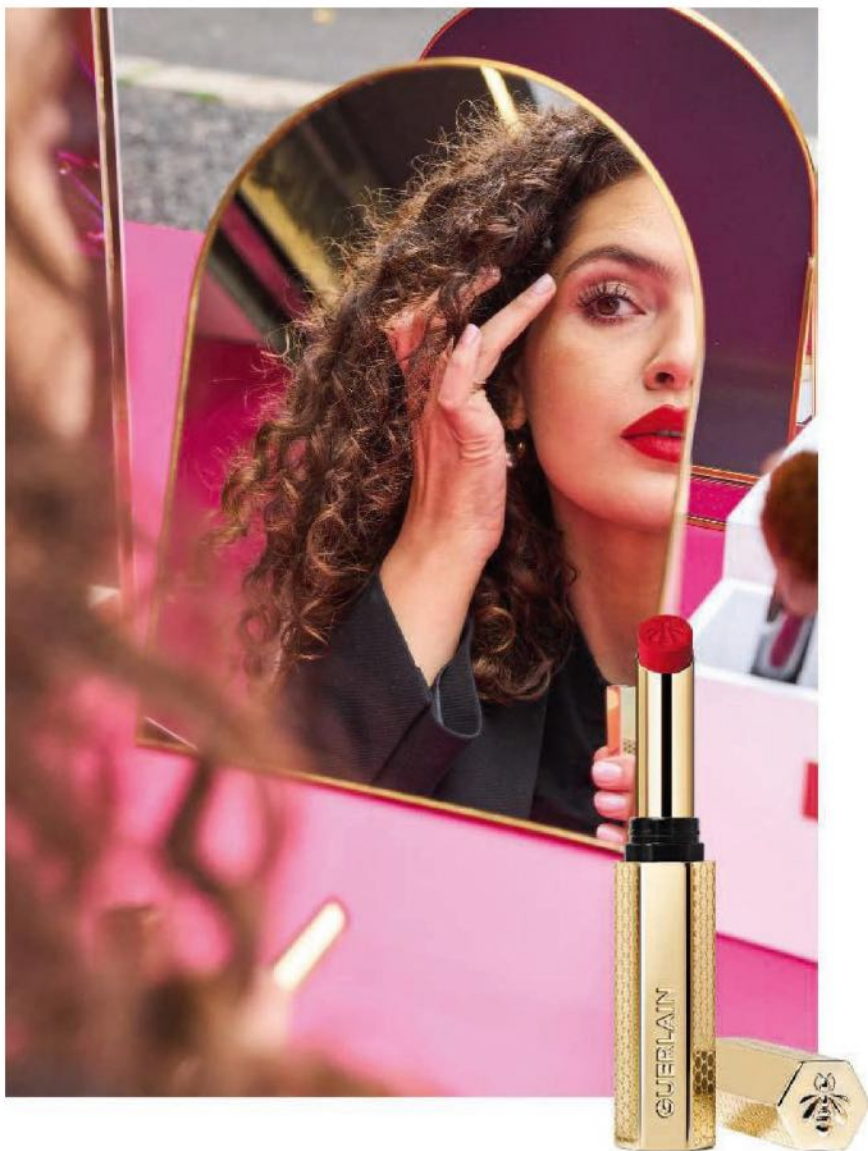
Prima al centro, con il dito e poi con una leggera sfumatura dégradé verso i bordi. Così si può usare anche un rosso intenso, ma in un modo più *effortless*. Oppure la combo: rosso più fucsia, non si devono vedere due colori distinti, ma va creata un'unica nuance vibrante.

Il makeup è solo una comfort zone, o è anche un'avventura?

Penso sia qualcosa che un giorno dirò a mia figlia: va bene sentirsi al sicuro, ma a volte un po' di disagio può portarti più lontano, a una nuova fase della tua vita. Quindi direi che è entrambe, ma amo mettermi un po' alla prova, anche con il makeup. Sperimentate!

Per tua figlia cosa significa "bellezza"?

Ha solo cinque anni, ma mi osserva quando lavoro da casa e per lei è "giocare con i trucchi". A volte li prova con un: «Mamma, sono bella?», e io: «Tu sei bella comunque, così come sei». Voglio farle capire che è importante l'autostima



C'è di nuovo quel ronzio piacevole

“Qual è la tua energia oggi?”, una makeup artist che “sente” le persone ci ha parlato di sé e di un rossetto a prova di bacio al miele e con ingredienti tech.

e che il makeup è un piacere, non qualcosa che si sente di dover usare per diventare bella.

E cosa ti piace di più quando trucchi?

Sentire le vibrazioni della persona che ho davanti, mi piace chiedere: «Qual è la tua energia oggi? Chi vuoi essere in questo momento?».

Giochiamo con l'ape, chi pungeresti?

Forse qualcuno che ha bisogno o che desidera un po' di audacia, giusto per darle una scossa e dirle: «Vai! Puoi farcela!». •

Testo di
FRANCESCA VARASI

NUTRIRE *l'equilibrio*



Con la funzione Nutrition, disponibile su Garmin Connect+, è possibile monitorare alimentazione e macronutrienti insieme ai dati di attività e salute, per una visione più completa e consapevole del proprio benessere.

CON NUTRITION SU GARMIN CONNECT+,
L'ALIMENTAZIONE ENTRA NEL RACCONTO DEL
BENESSERE: UNO STRUMENTO SEMPLICE PER
CONOSCERSI MEGLIO, OGNI GIORNO

Negli ultimi anni il benessere ha smesso di essere una questione di performance per diventare, sempre più, una pratica quotidiana. Non si tratta solo di allenarsi, ma di capire come ogni scelta, dal sonno al movimento, fino all'alimentazione, contribuisca a definire il proprio equilibrio. È in questo scenario che Garmin introduce Nutrition, la nuova funzione disponibile per gli abbonati a Garmin Connect+, che permette di monitorare calorie e macronutrienti all'interno di un'unica piattaforma, integrandoli con i dati già raccolti su attività fisica e salute. L'obiettivo non è il controllo, ma la consapevolezza: grazie alla Garmin Active Intelligence™, è possibile registrare i pasti in modo semplice, anche con una foto, oppure attingendo a un database globale. I dati raccolti vengono restituiti in report chiari e accessibili, che aiutano a leggere le proprie abitudini e a capire come l'alimentazione influenzi energia, recupero e qualità del sonno. Un approccio fluido, che si inserisce nella routine senza appesantirla: perché conoscere meglio il proprio corpo non significa controllarlo, ma imparare ad ascoltarlo.





ELLE
BEAUTY
REPORTER

Sera dorata

Grande lancio per il nuovo fluido dal cuore hi-tech.

Testo di BARBARA PELLEGRINI

Un evento dall'atmosfera 24 carati in un palazzo Liberty ricco di cultura. Ospiti in bianco e oro – tra cui celebrità italiane e guest internazionali –, postazioni interattive e una prima sorpresa scintillante: al centro del grande salone del Circolo Filologico di Milano, si staglia un parallelepipedo gold, un caveau. Al suo interno si rivela il prezioso protagonista del lancio internazionale della serata: Hyaluron-Filler+Elasticity Fluido Giorno Ultra-Leggero spf 50 di Eucerin: «Innovativo, ultra light e avallato dalla scienza», lo descrive Barbara Schuster, Regional Medical Manager Derma Europe di Eucerin. «È speciale perché combina un spf potente, ma impercettibile, un'attività dall'azione intensiva, il Collagen-Elastin Complex, che migliora la compattezza cutanea, e il Thiamidol, il nostro ingrediente più efficace per correggere e prevenire le macchie. Tutto in una texture peso piuma». Lo andiamo a scoprire alle tre postazioni dedicate, apprezzandone anche la profumazione delicata. «La protezione solare quotidiana è fondamentale perché oggi trascorriamo più tempo all'aria aperta e viaggiamo spesso: cioè ci esponiamo maggiormente. Questo porta alla perdita di elasticità e di compattezza, alla comparsa di macchie e all'invecchiamento precoce.



A meno che non ci si protegga ogni giorno», approfondisce Barbara Schuster. Che è proprio lo scopo per cui è stato formulato Hyaluron-Filler+Elasticity Fluido Giorno Ultra-Leggero spf 50. Durante l'evento, ci incuriosisce anche il talk scientifico in cui si racconta come questa formula contemporanea risponda alle esigenze dei consumatori di tutti i Paesi: avere un colorito più uniforme e una pelle soda. Il pubblico attento si sposta per la cena nella biblioteca foderata di antichi volumi dai soffitti altissimi, tra stile e storia. Opzione non lasciata al caso: «Abbiamo scelto la città di Milano perché rappresenta l'incontro tra eccellenza scientifica e cultura della bellezza», sottolinea Carlo Sorbara, Eucerin Business Unit Director Pharma Italy. Tutto a ricordarci di essere sempre persone illuminate. •



TRA GLAM E STORIA

Dall'alto, in senso orario. Il caveau dorato che cela il lancio internazionale della serata. Il flacone di Hyaluron-Filler+Elasticity Fluido Giorno Ultra-Leggero spf 50 di Eucerin. Installazione ludica. Durante la presentazione, grande attenzione da parte degli ospiti. La cena nella sala della biblioteca del Circolo Filologico di Milano.

CANCELLA VINCI^e SUBITO

100 €

ACQUISTA ULIVETO O ROCCHETTA,
GRATTA LA CARTOLINA CON I

4 AMICI DELLA SALUTE

**E SCOPRI SUBITO SE HAI VINTO
UNO DEI 1000 BUONI SPESA**



CARTOLINA
ALL'INTERNO DELLE
CONFEZIONI DI ULIVETO
E DI ROCCHETTA DA 1,5L





COOL IMMERSION

L'iconico skyline di Manhattan visto dalla maxi piscina open air della spa QC Terme New York, a Governors Island: un'oasi di benessere over water di ben 4mila metri quadrati.

The "BLUETIFUL" city

La grande bellezza della Grande Mela.
Un beauty tour nei templi del bien-être, tra oasi fitness, spa ultra griffate e device futuristici. Rituali quasi mistici per estete che non dormono mai...

Testo di MARTA SALADINO

La città blu ha mille luci, non dorme mai, è algida come una donna sveltante su affilati stilette, maniacalmente rigorosa nel suo labirinto schematico di strade, a tratti pure felina, ma sempre dannatamente bella. Di quella “bellezza feroce”, come scriveva Paul Auster in *Moon Place*, «in quella verticalità che si stagliava contro il cielo come un miraggio, con un senso d'ordine che sfidava il caos sottostante». Quella ricerca edonista da esteti è linfa e al tempo stesso terreno di Manhattan; trascende la mera vanità metropolitana per diventare uno stato mentale, anzi, quasi una religione con un'infinità di adepti – basta, infatti, sbirciare fuori dalla finestra di ogni building per vedere brulicanti ragazze in divisa mattutina di ordinanza, aka leggings e felpa Alo Yoga, cappotto lungo nero e occhialone; tutto total dark con l'eccezione del calzino bianco, yoga mat sotto il braccio e cup con tè Matcha in mano. Se l'anelito del bien-être, qui, ha un che di mistico, le spa sono dunque i templi dove ritrovare armonia interiore e soprattutto esteriore, con doverosa citazione di Carrie Bradshaw che in *Sex and the City* predicava: «A New York, quando la tua vita spirituale è in crisi, non vai in chiesa. Vai in una spa. Cercavamo l'illuminazione tra un massaggio con le pietre

calde e un trattamento ai fanghi del Mar Morto». Ed eccomi allora pronta a redimermi dai miei peccati di gola alla ricerca della bellezza (s)perduta, con una mappa dettagliata di place-to-be e beauty tips da testare. Per darmi subito un “tono”, e liftare quantomeno l'apparenza e il côté sociale, punto dritta all'Upper East Side per concedermi un'abluzione nella nuova sede di Aire Ancient Baths. Queste terme metropolitane vantano calidarium e tepidarium, il Suspended Flotarium con piscina ultra salina effetto Mar Morto,

dove restare sospesi a pelo d'acqua accompagnati da suadenti melodie under water – davvero un sogno *flottant* – oltre a rituali di ordinanza, tra scrub e massaggi signature come il *Wine Bath Experience*. Il tutto, in un edificio di inizio '900 dove il fascino raw di un ex magazzino d'arte del MoMa mescola dettagli volutamente industriali con tubi, mattoni e travi a vista illuminati dal chiarore delle candele. Ah, per gli amanti delle terme, vale il viaggio a Governors Island anche l'imponente QC Terme Spa, perfetta per fare

“A New York, quando la tua vita spirituale è in crisi, non vai in chiesa. Vai in una spa. Cercavamo l'illuminazione tra un massaggio con le pietre calde e un trattamento ai fanghi del Mar Morto”



INTO THE WINE... Sopra. La *Barrel Sauna* nella terrazza di Equinox per un detox letteralmente nella botte seguito da un'abluzione frozen e con vista. A destra. Il leggendario foliage di Central Park è una delle tappe del *City fit tour* proposto dall'hotel Plaza, per allenarsi e avere un assaggio della Grande Mela.





un'intera giornata a mollo con le amiche, grazie a panoramiche piscine open air riscaldate. Dopo un tuffo letteralmente nel passato mi proietto, invece, direttamente nel futuro, e persino un po' nel cosmo, grazie alle terapie avveniristiche di 111Skin Spa all'interno del leggendario Plaza. Una clinic spa ultra scientifica che non a caso ha brevettato dei trattamenti a base del complesso NAC Y²™ (formula high-tech originariamente sviluppata per rigenerare la pelle degli astronauti nelle condizioni estreme dello spazio), dove non posso non testare il lusso galattico, è il caso di dirlo, del *Celestial Black Diamond*, un rituale con particelle di diamante nero che fanno penetrare in profondità gli ingredienti anti-age... dal prezzo decisamente stellare. E già che si è in hotel, meglio prenotare subito il "run, Plaza, run", una sorta di *running concierge* per corse mirate, tipo la *Reservoir* sulle tracce dei film e delle serie cult che hanno animato i vialetti di Central

Park, o semplicemente immergersi nel *forest bathing* all'interno del parco per riconnettersi nella natura, sentire il fruscio delle foglie, degli animaletti che la abitano e godersi il silenzio, avvolto dai grattacieli, di quella cattedrale verdeggiante. Se si desidera respirare ancora quel bling bling cinematografico, l'indirizzo, molto da *Gossip Girl*, è uno solo: Waldorf Astoria. Hotel-stilema di una sofisticazione senza tempo che può fregiarsi, al quinto piano, di una delle spa più grandi di New York, firmata nientemeno Guerlain. Una Wellness Spa, dispiegata in 1.400 metri quadrati votati a una sontuosa bellezza, dove indugiare tra il prodigioso massaggio *Spirit of Achievement* – che coniuga l'inconfondibile *je-ne-sais-quoi* francese all'energia powerful di Manhattan – o il tailored made treatment al viso, di ben un'ora e mezza, che regala una pelle radiosa e ringiovanita senza filtri. Il tutto, irrorato da flûte di champagne da sorseggiare languide nel mega

ZENITUDINE A REGOLA D'ARTE

Sopra, da sinistra. Atmosfera minimal e cucina stellare per il ristorante The Modern, situato all'interno del MoMa. Design organico concettuale e sovrano olistico nella Bamford Spa del 1 Hotel Brooklyn Bridge.

Quella ricerca edonista da indefessi esteti è linfa e al tempo stesso terreno di Manhattan; trascende la mera vanità metropolitana per diventare uno stato mentale, anzi, quasi una religione con un'infinità di adepti.

salotto sdraiate tipo Paolina Borghese, seguito, dulcis in fundo, da una sessione personalizzata di makeup griffato Guerlain, per essere impeccabili una volta uscite.

Abbandonate i quartieri alti per fare un upgrade del vostro stile, visto che ormai il nuovo potere della Grande Mela ha un solo nome – “Miranda Priestly” – e un affilato simbolismo: quello tagliente e laminato di Hudson Yards. Con la complicità del sequel de *Il Diavolo veste Prada*, infatti, i grattacieli di vetro e acciaio fanno la loro scalata verso il cielo e il successo, anche grazie a un avveniristico quanto onirico tempio dedicato “all’high-performance living”: l’Equinox Hotel. Oltre a un “tempio” pressoché infinito dedicato al fitness club con piscina panoramica

sull'imponente *Vessel*, controversa scultura a nido d'ape, questo hotel ha la mission di mettervi idealmente tra le braccia di Morfeo grazie a camere e suite progettate da psicologi del sonno come “oasi di rigenerazione”: insonorizzate, con tende oscuranti, materassi futuristici e sistemi di illuminazione che seguono il ritmo circadiano. Se questo non bastasse, viene in soccorso la Spa Equinox con crioterapia, sauna al led, trattamenti di bio-hacking, per avere quel glow riposato anche se si è nottambule, come l’MLX i3Dome, una sorta di cocoon termico con tecnologia “touchless detox” ai raggi infrarossi corredato da maschera al led e tecnologia al plasma con tre luci differenti: la rigenerante rossa per il collagene, quella verde per favorire il

rilassamento e lenire la pelle e la blu più purificante. Giusto il tempo di una impeccabile manicure condita da quattro chiacchiere nello chicchettoso Plaza M, una specie di salotto sociale e socialite che racchiude il nouveau glamour newyorkese proprio ai piedi dell’Hudson Yards, per andare dall’altro lato della Grande Mela, e gustarmela con quel mood squisitamente intellò à la Woody Allen prima maniera: ossia dall’altro lato del ponte di Brooklyn. Lì, tra edifici di mattoni rossi e ferro battuto, facciate di cemento dall’estetica industriale consunta dal tempo e dal vento che sferza l’East River, si nasconde, quasi camuffato, un gioiello olistico: la Bamford Wellness Spa all’interno del 1 Hotel Brooklyn Bridge. Un’alcova di ispirazione brit che coniuga design organico, legno di recupero, pietre naturali e prodotti bio per una remise en forme green oriented. Non resta che indugiare tra il *Bamford Signature Treatment*, che combina stone therapy, riflessologia e tecniche orientali e l’*Awaken Resurfacing Facial*, che grazie alle virtù botaniche promette un incarnato ultra glow, da festeggiare, una volta saliti al Harriet’s Rooftop, sorseggiando un drink e bevendo con gli occhi tutto lo skyline di Manhattan. Ed eccola lì, la vera bellezza: delicata, potente, feroce nella sua fragilità, così fugace come la giovinezza, eppure senza tempo. •



EDONISMO ONIRICO E DESIGN INDUSTRIALE

Sopra. La *Crystal Cave*, attrazione immersiva del grattacielo Edge NYC a Hudson Yards. A destra. Gli immacolati interni della Spa Guerlain al Waldorf Astoria. Nella pagina accanto, da sinistra.

Tubi a vista e architettura raw per le terme metropolitane Aire Ancient Baths e uno scorcio della Presidential Suite al The Carlyle Hotel.





Guida Pratica

COME ARRIVARE

Lusso politicamente corretto per **La Compagnie**, compagnia aerea che collega fino a sei voli diretti la settimana Milano a New York regalando un'esperienza di volo esclusivamente in Smart Business Class con prezzi competitivi da 1.500 euro (lacompanie.com). Tra i plus, oltre al fast-track e all'accesso alla lounge premium, un servizio di bordo attento con experience culinarie e un wi-fi per veri workaholic.

DOVE DORMIRE

Presidenziale nel suo charme sin dagli anni '30, non per nulla prediletto pure dai Kennedy, **The Carlyle**, a **Rosewood Hotel** continua a sedurre chi sogna quell'atmosfera un po' polverosa stile Art Déco, grazie anche al vivace Bemelmans Bar. Celebre per i murales di Ludwig Bemelmans quanto per gli inebrianti cocktail, offre frizzanti serate di jazz nel Café Carlyle, che sembrano davvero uscite da un film di Woody Allen, dove non è raro avere il privilegio di sentire suonare l'habitué Peter Cincotti

(rosewoodhotels.com). Ci si addentra, invece, quasi in una jungla pop teatrale difficilmente etichettabile nel nuovo **Faena**, a Chelsea, che mescola e azzarda sapientemente velluti rossi, tocchi animalier e pantere, ma anche opere d'arte tra cui il murale monumentale dell'artista Diego Gravinese. Oltre alla spa Tierra Santa Healing House vanta un nutrito calendario di intrattenimento ed eventi musicali per veri socialite locals che l'hanno consacrato a nuovo place-to-be (faena.com).

DOVE MANGIARE

Sfizioso e dall'allure rilassata è **Aldo Sohm Wine Bar**, per wine pairing studiati ad hoc, con piatti gourmand da condividere – provate *roasted spiced carrots façon Marrakech* – ed etichette interessanti (aldosohmwinebar.com). Decisamente a regola d'arte, invece, è la proposta culinaria della **Bar Room del The Modern**, variante non stellata, ma altresì instagrammabile, del ristorante del MoMa, dove assaggiare l'iconico *Caviar dog*, una sorta di salsiccia di capasanta e frutti di mare con bun e caviale (themodernnyc.com). Atmosfera caliente si respira a **La Boca**, regno del leggendario chef argentino Francis Mallmann all'interno del Faena, con spettacolari prelibatezze alla brace, come il signature *Siete Fuegos*, o le indimenticabili *Empanadas Mendocinas* (faena.com). Per un aperitivo decisamente chill sbirciate tra le proposte musicali dell'**Aman Jazz Club**, concepito come fosse un raffinato speakeasy sotterraneo e con un rigoroso codice di abbigliamento all'insegna di "dress with intention" (thejazzclub.com).

PER INFORMAZIONI

New York City Tourism + Conventions, nyctourism.com.

SEOUL POETICA (& estetica) del futuro

Itinerario
alla ricerca del bello
nella capitale sudcoreana.
Dai laghetti di fiori di loto
dove specchiare l'anima
all'eleganza del vento,
dalle boutique di brand
emergenti ai nuovi templi
della *glass skin* per gli ultimi
rituali hi-tech.

Testo di
ALESSIA COGLIATI

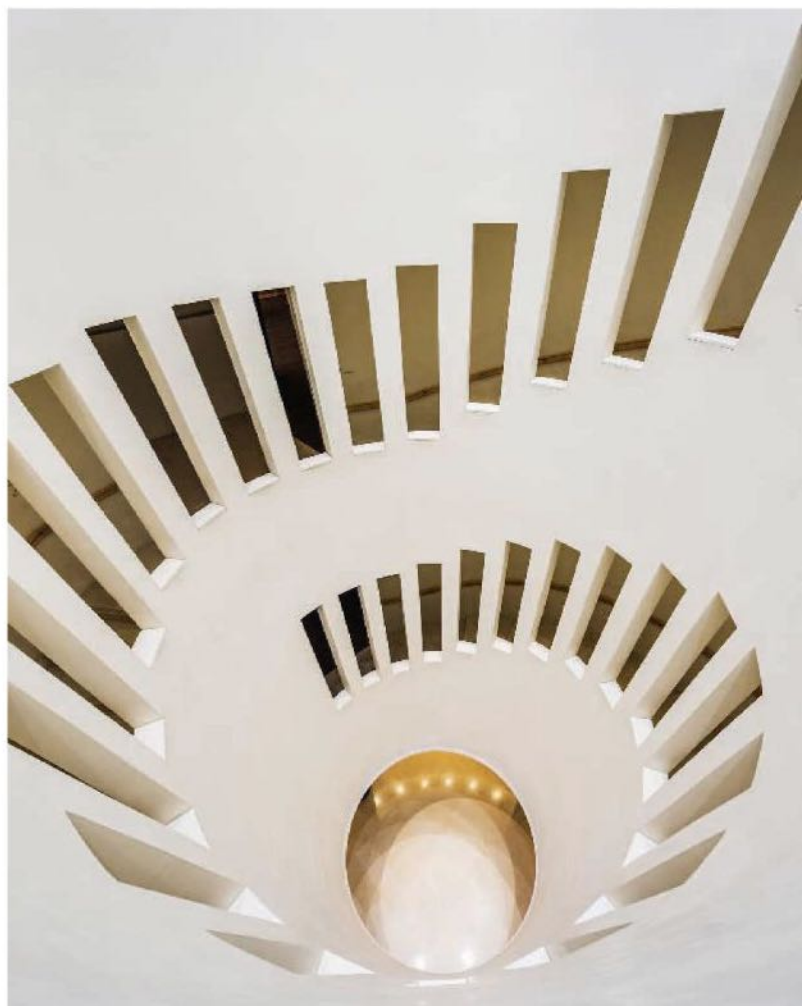
curve e spazi vuoti. I tessuti si muovono fluidi sul corpo e a ogni passo l'ampia gonna si gonfia leggermente come fluttuasse sul terreno. Nel negozio è tutto un fruscio di sete naturali e nastri, i capelli vengono acconciati in trecce e chignon impreziositi da pietre colorate e fermagli brillanti, gli accessori sono ricoperti di pizzo e broccati. La madre della proprietaria cuciva abiti tradizionali per le cerimonie, ora la figlia Lucia Hea li affitta e può realizzarne uno su misura (*hanbokday.com*). Oggi qui si lasciano trasformare anche le first lady in visita, dato che la sede del Ministero degli Esteri non è lontana. Come, a pochi passi, si trova l'ingresso del palazzo dove, vestiti in questo modo, si passa come fosse casa propria, senza dover acquistare il biglietto.

Ore **10:00** L'entrata principale del palazzo Gyeongbokgung, ricostruito nel 1867, richiama i turisti proprio a quest'ora, quando tra tamburi e alte uniformi si tiene il cambio della guardia. All'interno un susseguirsi di cortili e stanze, una sala del trono e un padiglione sostenuto da 48 pilastri di granito in mezzo a

GIORNO 1

Ore **08:00** Quando, a inizio del nuovo Millennio, in Corea tutti ancora bevevano caffè istantaneo in bustina con zucchero e panna vegetale, gli esperti di Namusairo volavano fino in Etiopia, Kenya e Colombia per scegliere chicchi di alta qualità. La proprietaria del marchio, Jun-sun Bae, pianista affermata, sognava di creare un luogo dove le persone potessero incontrarsi con naturalezza, ascoltando musica e leggendo un libro. Così è nato un brand pioniere che fa assaggiare miscele curate ai clienti e al 21 di Sajik-ro 8-gil occupa gli ampi spazi di un *hanok*, una casa tradizionale coreana con tetto di tegole di argilla scura, dove il profumo del legno si meschia a quello del caffè (*en.namusairo.com*). A pochi passi di distanza attende la bellezza del palazzo reale Gyeongbokgung, ma prima di esplorare i suoi cortili e i colonnati, c'è una sosta da fare appena fuori dalle sue porte.

Ore **09:00** L'atelier Hanbok Day regala la magnifica illusione di fare un salto indietro nel tempo quando principi e principesse vestivano secondo "l'estetica del vento". L'*hanbok* non è un semplice abito tradizionale, ma una lezione di portamento perché invita a una postura regale e a movimenti lenti. È un susseguirsi di linee



L'*hanbock* non è un semplice abito tradizionale, ma una lezione di portamento perché invita a una postura regale e a movimenti lenti. A ogni passo si gonfia come fluttuasse sul terreno.

un lago di fiori di loto. Originale e meglio conservato è invece il palazzo Changdeokgung (nel quartiere di Jongno-gu, a circa 15-20 minuti a piedi), l'esempio di come i reali volessero vivere: non dominando la natura con simmetrie forzate, ma assecondandola e adattando gli edifici a colline e alberi. Il giardino segreto era il rifugio dei sovrani che, tra padiglioni incastonati nella natura, vi leggevano e scrivevano poesie.

Ore **14:00** Per prolungare la sensazione di vivere in un passato glorioso il pranzo va prenotato da Mishmash, che propone cucina coreana contemporanea con ingredienti di stagione in un *hanok* vista palazzo reale. Tra i piatti dello chef coreano-danese Windy Han, maiale croccante con marmellata di kimchi e peperoncini shishito fritti (47 Changdeokgung-gil).

Ore **16:00** Uno dei templi della *glass skin* coreana è il vicino Sulwhasoo Bukchon Flagship Store che, in ampi spazi ricavati da un *hanok* degli anni Trenta e da una casa occidentale degli anni Sessanta, compie il miracolo di far incontrare ingredienti antichi, come il ginseng, con la tecnologia ipermoderna per regalare il sogno della pelle di vetro. Nella spa i massaggi prevedono pietre riscaldate, giada e porcellana bianca che favoriscono l'assorbimento di ingredienti pregiati (int.sulwhasoo.com). Pochi passi più in là, Tamburins Samcheong, il brand "costola" di Gentle Monster, eleva la profumeria a installazione artistica con una galleria dedicata alle *Meok Candles*, candele-scultura ispirate ai pannetti d'inchiostro della calligrafia. Qui l'estetica è dettata dalla cantante Jennie delle Blackpink, volto del marchio (e di Chanel, Adidas, Calvin Klein), che ha reso virali i profumi del brand, da



Chamo agli ultimi Bottari (tamburins.com). Infine, Olive Young, lo store più frequentato: in città ci sono tantissimi punti vendita, ma per schivare la folla bisogna sceglierne uno piccolo come quello della stazione Gyeongbokgung.

Ore **20:00** Dopo aver provato tutto lo street food possibile nel mercato coperto di Gwangjang (da non perdere i leggendari *kalguksu*, i tagliolini tagliati al coltello dalla proprietaria del banco Gohyang Kalguksu), il modo migliore per fare urban detox è una passeggiata lungo il Cheonggyecheon, il torrente che scorre tra i grattacieli della città e che è diventato il suo polmone zen. Qui opere d'arte e creazioni 3D vengono proiettate sull'acqua e sembrano mosse dalle increspature delle piccole onde. L'emozione ipnotica si gusta assieme ai local che si incontrano sotto il Gwanggyo Bridge per i primi appuntamenti.

Ore **23.00** Per chiudere in bellezza la giornata servono un cocktail e della buona musica suonata da un giradischi. Il Seochon Blues, LP music bar, è intimo e accogliente. Il proprietario è anche fotografo di viaggio e alle pareti vende le sue opere. Sui tavoli ci sono foglietti per fare richieste al deejay (17-1 Jahamun-ro). Per la notte si torna all'accoglienza dell'albergo diffuso Rakkojae Village, case tradizionali con pavimenti di giada che favoriscono l'energia positiva durante il sonno (rkj.co.kr).

LA LEGGE DELL'ARMONIA

Sopra, a destra. Il padiglione dei 48 pilastri di granito del palazzo reale di Gyeongbokgung che circonda un lago di fiori di loto.

Nella pagina accanto. La scala a chiocciola disegnata dall'architetto svizzero Mario Botta all'interno del Leeum Museum of Art, progetto della Fondazione Samsung.



GIORNO 2

Ore **10:00** Una passeggiata sulla Seoulllo 7017, la high line made in Corea lunga un chilometro e ricavata da un vecchio cavalcavia, è il modo migliore per iniziare la giornata tra il profumo di pini, aceri e ciliegi. Mezz'ora di camminata perfetta per sorseggiare uno *strawberry matcha latte* e sbirciare tra le finestre dei grattacieli. Il punto di arrivo è Hoehyeon-dong, il quartiere dalle stradine in salita, edifici di mattoni e piccoli laboratori artigianali, che ospita un centro culturale ambizioso. Il Piknic, ode al minimalismo glam, unisce arte, design, musica e gastronomia. Il museo ospita esposizioni dedicate ai grandi fotografi e al design (fino al 25/9 *Autobiography of Hilton Seoul* ripercorre la storia dell'albergo pietra miliare dell'architettura modernista coreana), il caffè ha un lungo tavolo comune sormontato da un lampadario a goccia, il design shop vende pezzi introvabili altrove (*piknic.kr*). Chi vuole proseguire con lo shopping può fare tappa da Comfort, boutique di streetwear coreano, charms e fragranze (*comfortseoul.com*).

Negli spazi di un *hanok*, la casa tradizionale coreana secondo i principi di armonia del Feng-shui, si incontrano ingredienti antichi come il ginseng e la tecnologia ipermoderna per regalare il sogno della "pelle di vetro".

Ore **13:00** Ampie finestre e interni minimal fanno da quinta ai piatti studiati dallo chef Jung Ha-wan nel ristorante Gigas, all'interno del Piknic. In scena va la cucina mediterranea stagionale con verdure ed erbe fresche dalla fattoria di famiglia dello chef. Un *farm-to-table gourmand* da provare (30 Toegye-ro 6ga-gil).

Ore **14:00** Gli edifici che come in un puzzle compongono il Leeum Museum of Art meritano da soli una visita (*leeumhoam.org*). Il primo, M1, è una fortezza rivestita di mattoni di terracotta e pietra disegnata da Mario Botta che ha ideato la scala a chiocciola bianca interna come un cono invertito. M2, opera di Jean Nouvel, è un insieme di scatole di vetro e acciaio che sembrano fluttuare nello spazio. Il centro culturale che li collega, in cemento nero, è firmato Rem Koolhaas. All'interno ceramiche della dinastia Goryeo e porcellane bianche della Joseon, ma anche opere di Rodin, Ernst e Rothko. Il museo si trova nel sofisticato quartiere di Hannam-dong punteggiato da boutique cool come Beaker che seleziona il meglio dei coreani emergenti, Low Classic, quintessenza del K-cool, ed Elore, brand di fragranze.

Ore **17:00** Passare dall'eleganza minimalista al pop virale è un attimo se si arriva a Gangnam e alla scultura dorata con le mani incrociate ode alla hit di Psy, antesignano dei BTS. Si trova proprio di fronte al COEX, centro commerciale che custodisce una delle biblioteche più belle al mondo, la Starfield Library. Questa cattedrale del sapere è sorretta da quattro torri di libri alte 13 metri che raggiungono un soffitto di vetro (*starfield.co.kr*). Non ci sono tessere né abbonamenti: chiunque può prendere uno dei 70mila volumi o una delle 400 riviste internazionali.

Ore **19:00** Sebbene splendida, non si può dire che questa sia una delle biblioteche più silenziose del mondo, per trovare tranquillità bisogna spostarsi poco più in là, nel tempio Bongeun-sa. Fondato nel 794, durante la dinastia Silla, è uno dei più antichi della città e tra fiori di loto, lanterne bianche, incisioni di testi sacri e statue del Buddha trasporta in una dimensione meditativa.

Ore **20:00** La giusta conclusione a una due giorni di immersione nella cultura millenaria e moderna di Seoul è ai tavoli del Jungsik (*jungsik.kr*). Ogni piatto dello chef stellato Jungsik Yim è un'opera d'arte, a partire dal *Gimbap*, un rotolo di riso e alghe croccanti che si trova a ogni angolo di strada, ma qui viene elevato all'ennesima potenza. Un altro esempio di come Seoul sia capace di creare un ponte tra radici e avanguardia. •



PIACERI DA LADIES

A sinistra. Gli interni del marchio di profumeria Tamburins Samcheong, raffinati come una galleria d'arte. In alto, a sinistra. Colazione da Namusairo: grazie alla proprietaria, ex pianista di fama internazionale, si è diffusa anche in Corea la cultura del caffè.

Presentano

Food & Healthiness. Dialoghi per vivere meglio.

16-17 / 23-24 maggio 2026
CityLife - Milano

Il programma

16 maggio

ore 11.00 - Cibo e socialità:

un dialogo tra sapere, pratica e racconto
Con **Davide Campagna, Rosy Chin, Ilaria Vitale**

ore 17.30 - Alimentazione e sport:

energia, performance, recupero
con **Roberto Bolle, Myriam Sylla, Filippo Tortu**

17 maggio

ore 11.00 - Zero waste. L'impegno contro

lo spreco alimentare parte da noi
Con **Fulvio Marino e Andrea De Lillo**

ore 17.30 - Il cortisolo, il terzo incomodo:

stress, metabolismo e differenze di genere
Con **Anna Cavallero e Stefania Piloni**

23 maggio

ore 11.00 - Generazione Z e rapporto con il cibo

con **Eva Andrini, Eleonora Caressa, Matilde Caressa**

ore 17.30 - Mental health, coaching alimentare e nuovi guru del benessere.

Con **Marco Bianchi, Agnese Cannistracci, Andrea Favaretto**

24 maggio

ore 11.00 - Dal bisogno al piacere (e ritorno):

come è cambiato il nostro rapporto con il cibo.
Il cibo come specchio della società
Con **Daniela Compassi, Iginio Massari, Roberto Valbuzzi**

ore 17.30 - Proteine vs Carboidrati:

falsi miti, benefici reali e scelte consapevoli
per il benessere quotidiano
Con **Massimo Gualerzi, Giuliano Ubezio, Tino Vettorello**

Patrocinio



SCOPRI IL PROGRAMMA
Ingresso gratuito

Iscrizioni a partire dal 4 maggio

A TUTTO VOLUME

La cassa Bluetooth portatile Lexon Mino+ in collaborazione con Pantone.



SE



BEACH CLUB
La pochette *Striped Paris* di cotone riciclato, Ganni Club.

SUMMER TIME

I racchettoni da paddle, per sfide da campioni con vista mare, Sunnylife.



ANTILUCIDO

Per pelli miste e grasse, Bariesun Aqua Fluid Ultra Mat Spf 50+, Uriage.



BON APPÉTIT
Il piatto con lettering di porcellana, H&M Home.



CHE LUCE!
Protegge e illumina, Fluido Solare Uv Glow Spf 30, Weleda.



HAPPY



PROMENADE
Enjoy yourself con la tote bag di rafia ricamata, Meri Meri.



TINTARELLA
Sulla sdraio *Lipstick Pink* della collezione Toiletpaper by Seletti.



BEACH VOLLEY
Con la palla da spiaggia per grandi e piccini, Zara Home.

ASTI DE



EDIZIONE LIMITATA
Supergolosa, La Gelateria Crema Eau de Toilette, Bottega Verde.

di LAURA SALSÌ

Elle Italia presenta gli

ELLE GOURMET AWARDS 2026

12 PREMI A 12 INNOVATORI

DELLA CUCINA
E DEL LIFESTYLE

4 GIUGNO
ORE 19.00
TRIENNALE MILANO

Seguici live sui canali social di Elle Italia

Servizio di Patrizia Leuzzi / Foto di Massimo Bianchi



VIGNOLA



FRANCIACORTA

**MONOGRANO
FELICETTI**



MURGELLA

OL.MA.
S.p.A.
Collegio Nazionale degli Olioitaliani

bimby
VORWERK



ARIETE

DAL 21 MARZO AL 20 APRILE

Un affare che si chiude, una risposta di lavoro che dà slancio, un viaggio che rimette in moto: questo periodo vi porta oltre il perimetro delle solite possibilità. Certo, in amore vi sentite ancora sulla difensiva e pretendete sicurezze, ma non tutto va affrontato a muso duro. Concedetevi un massaggio avvolgente: ritrovare morbidezza sulla pelle è il primo passo per far respirare di nuovo il cuore.



TORO

DAL 21 APRILE AL 20 MAGGIO

Siete un concentrato di magnetismo, pronte a prendere l'iniziativa e a sbloccare finalmente una questione economica. In amore la sensualità è alle stelle: vi rende irresistibili, perfette per attrarre nuovi incontri, specie se single. Attente solo a non irrigidirvi se qualcuno vi provoca apertamente. A volte basta un olio profumato per esaltare la vostra bellezza... e farvi scivolare addosso le gelosie.



GEMELLI

DAL 21 MAGGIO AL 21 GIUGNO

La mente gira a mille, e con la battuta pronta riuscite a smuovere trattative che sembravano bloccate. In amore o sul lavoro, è tempo di sedersi al tavolo e decidere cosa volete davvero da un rapporto. Voi le idee chiare le avete già, ora tocca all'altro dimostrare di essere all'altezza. Con un eyeliner scuro, poi, è tutto più facile: uno sguardo deciso è l'arma segreta per ottenere ciò che desiderate.



CANCRO

DAL 22 GIUGNO AL 22 LUGLIO

Una luce speciale vi avvolge, attirando occhi indiscreti e nuove occasioni. Venere è sempre nel segno, lasciatevi corteggiare; così come in coppia strappate una promessa al partner. Sul lavoro, però, le responsabilità pesano e qualcuno prova a mettervi sotto pressione. Voi non cedete e riorganizzate la vostra routine – e pure la beauty routine – per portare tutto a compimento e senza segni di fatica.

ELLE

L'OROSCOPO

di Simon & The Stars

DAL 21 MAGGIO AL 3 GIUGNO



SAGITTARIO

DAL 23 NOVEMBRE AL 21 DICEMBRE

È ora di mettervi sotto i riflettori. Con la Luna Piena nel segno, siete pronte a raggiungere un traguardo duraturo. Se dovete chiudere una trattativa o mettere le cose in chiaro con il partner, non abbiate paura di dire ciò che pensate. Celebrate questo momento con un siero illuminante, fate brillare il vostro viso: è il modo migliore per riflettere la luce di un cielo che finalmente vi premia.



LEONE

DAL 23 LUGLIO AL 23 AGOSTO

La vita sociale si riaccende, portando con sé inviti irrinunciabili e incontri preziosi. Se poi qualcuno ha già bussato alla porta, ora capirete se è vero amore. Sul lavoro, però, le tensioni non mancano. C'è una prova di forza da sostenere o qualcuno che cerca di pestarvi i piedi. Non cedete alla rabbia. Piuttosto a un rituale ayurvedico, che scioglie i muscoli e vi prepara a una ripartenza luminosa.



VERGINE

DAL 24 AGOSTO AL 22 SETTEMBRE

Siete arrivate al punto di rottura, ma è una rottura salutare. Avete perso la pazienza per i discorsi a vuoto e le ambiguità: che si tratti di recidere un accordo di lavoro o di pretendere chiarezza da un partner, ora volete risposte concrete. Qualcuno non vi tiene il passo? Siete pronte a lasciarlo indietro. Un po' come uno scrub vigoroso, che scarica le tensioni e toglie vie le cellule morte.



BILANCIA

DAL 23 SETTEMBRE AL 22 OTTOBRE

Sentite questo vento di novità? Aiuta a rimettere in circolo le idee, i contatti e una gran voglia di leggerezza. Arriva finalmente una risposta o un via libera che vi permette di sbloccare un progetto importante. In amore l'equazione "meno diplomatiche, più spensierate" funziona: attraete solo chi sa farvi ridere e viaggiare con la mente. O col corpo: il benessere riparte da una spa fuori città.



SCORPIONE

DAL 23 OTTOBRE AL 22 NOVEMBRE

Non lasciatevi innervosire da chi vi mette fretta o sembra sfuggire alle vostre richieste. Il lavoro richiede pazienza, ma i risultati stanno per arrivare. In amore, intanto, si respira dolcezza. I contorni di un recente incontro si fanno più squillanti, mentre le single sgranocchiano occasioni durante il ponte del 2 giugno. Fate scorpacciata di emozioni: ciò che fa bene al cuore, nutre anche l'anima.



CAPRICORNO

DAL 22 DICEMBRE AL 20 GENNAIO

In questi giorni la Luna Piena agisce nel profondo. Vi permette di rilasciare un'ansia, di perdonarvi uno sbaglio, di chiudere finalmente un capitolo emotivo che vi portavate dentro da tempo. Mentre le coppie superano uno stallo imparando a dialogare meglio, le single accolgono un'intuizione che chiarisce chi valga la pena di frequentare. Tra nuove consapevolezza e tisane detox, via le scorie invisibili!



ACQUARIO

DAL 21 GENNAIO AL 19 FEBBRAIO

Se in casa c'è un po' di subbuglio o una spesa imprevista da gestire, non fatevi risucchiare: uscite, parlate, condividete. L'aria migliore è fuori dal loop dei problemi, e in dialogo con il mondo. Chissà che proprio lì non ci sia una nuova collaborazione o l'amore di domani ad attendervi. Giocate con la vita, e magari con un rossetto color fuoco: il colore giusto per chi vuole rompere le regole col sorriso.



PESCI

DAL 20 FEBBRAIO AL 20 MARZO

Tra le decisioni lavorative che premono e qualche trambusto da sistemare in famiglia, la stanchezza si fa sentire. Ma avete un rifugio meraviglioso a cui tornare: l'amore. Venere addolcisce le giornate, riportando un'intimità rassicurante nella coppia e qualche sguardo intrigante tra le single. Se l'altro però esita, scegliete una fragranza magnetica: sarà il vostro modo per farvi ricordare... e cercare.



LUNA PIENA IN SAGITTARIO

Questa Luna Piena accende le aspirazioni, le intuizioni, il coraggio. Ha il passo dell'ottimismo, di una luce interiore che rimette slancio nelle giornate. E ha il colore della vitamina C, che carica il mattino di energia e l'incarnato di quella luminosità fresca che somiglia tanto alla voglia di futuro che vi sta conquistando. Pelle radiosa, sguardo avanti: ora sì che siamo tutti pronti a scoccare la nostra freccia.

KIKO

MILANO

3D HYDRA LIP GLOSS

Preparati a brillare!
Sfoggia un sorriso in 3D
Il gloss n.1 di KIKO

GLOSS
UP
YOUR
LIFE!

Emily indossa la shade 05

**Celebriamo
dieci anni di:**

Idratazione fino a 10 ore*
Luminosità 3D leggendaria
Zero effetto appiccicoso
Lucentezza Next-Gen



*Test strumentale.

cartier.it - +39 02 3026 548



Cartier