

woman

madame
FIGARO

Nº 380 mayo 2024
2,50€ Canarias 2,65€
woman.es

En portada
**DEVA
CASSEL**

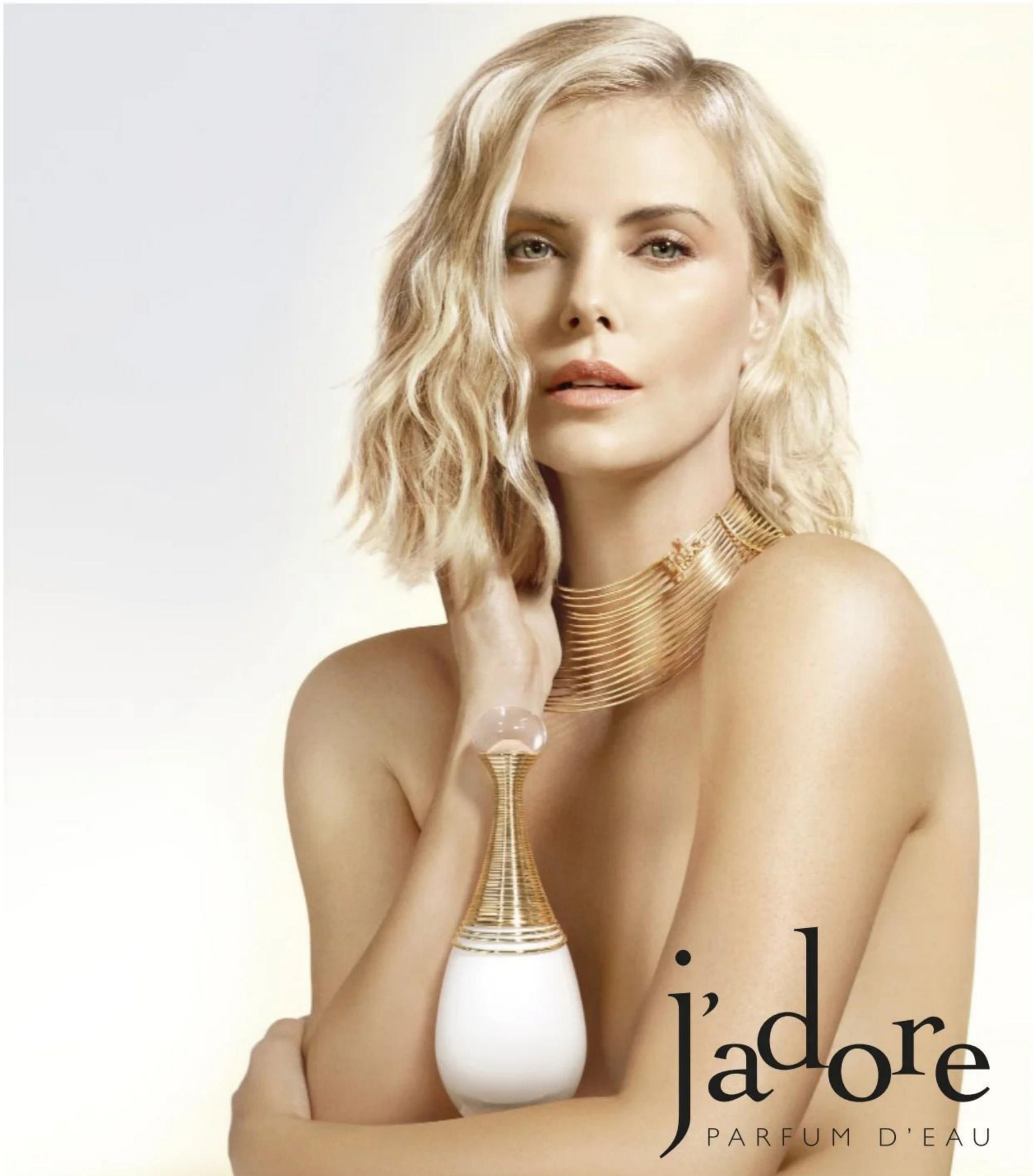
**París,
JE T'AIME**
.....
DIRECCIONES CHIC, BELLEZA
Y EL ESTILO DE LA
PARISINA

**com
plás**
ACCESORIOS
que elevan
el LOOK



Hablamos con
ANNE HATHAWAY | MARIANA ENRÍQUEZ | KIRSTEN DUNST





j'adore
PARFUM D'EAU

DIOR

Lock by Tiffany



Lock by Tiffany

Un icono atemporal inspirado
por un broche creado en 1883.

Una expresión de la eterna
protección del amor.

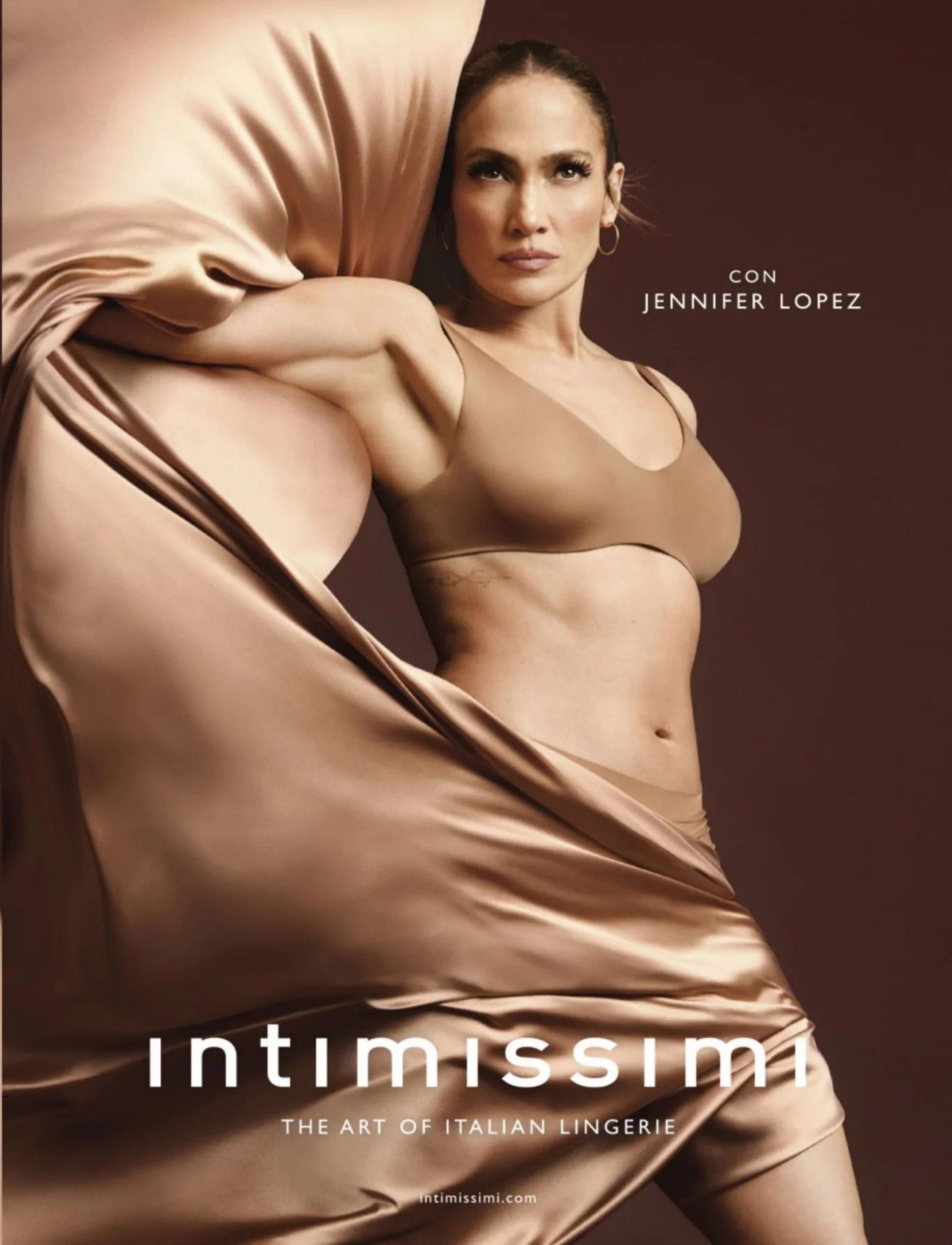
With love, Since 1837 **TIFFANY & CO.**





E F E C T O S E D A
S O B R E T U P I E L

D E S C U B R E N U E S T R A M I C R O F I B R A

A full-page advertisement for Intimissimi featuring Jennifer Lopez. She is wearing a tan, form-fitting bra and a matching skirt, posing with her arms raised and hands behind her head. The background is a dark, solid color. The text 'CON JENNIFER LOPEZ' is in the upper right, 'intimissimi' is at the bottom center, and 'THE ART OF ITALIAN LINGERIE' is below it. The website 'intimissimi.com' is at the very bottom.

CON
JENNIFER LOPEZ

intimissimi

THE ART OF ITALIAN LINGERIE

intimissimi.com



BVLGARI

ROMA 1884



Carta de la editora

Arantza Sarasola

París acogerá este verano los Juegos Olímpicos, un acontecimiento que añade atractivo a una ciudad que figura en los primeros puestos, cuando no en el top 1, de todos los rankings internacionales sobre preferencias de los turistas.

Las experiencias que ofrece esta urbe al visitante son mundialmente conocidas. Es referente en lo gastronómico (segunda ciudad con más estrellas Michelin, tras Tokio) y en lo cultural, con exponentes como el Louvre, que es el museo más visitado del mundo. La majestuosidad de monumentos como la Torre Eiffel y la grandiosidad de templos como Notre Dame o el Sacré Coeur de Montmartre convierten a París en una ciudad fotografiada y filmada hasta la saciedad.

París es además la gran cuna de la moda y el lujo, el corazón editorial de *Woman Madame Figaro*. Fue allí donde, en 1960, el británico afincado en Francia Charles Frederick Worth inventó la modalidad de presentar sus creaciones a través de desfiles para un público selecto. El diseñador también cambió, al mismo tiempo, la manera de exponer las creaciones acudiendo a mujeres de carne y hueso en vez de maniquís. De hecho, su esposa, la francesa Marie Vernet, está considerada como la primera modelo de la historia.

Tras el cambio de paradigma que supuso el nuevo concepto impulsado por Worth, otros diseñadores se

encargaron de posicionar París como capital de la moda, encadenando diversos hitos sartoriales. Paul Poiret, por ejemplo, liberó a la mujer del corsé; Madeleine Vionnet apostó por el corte de las prendas al bias; Christian Dior firmó el mítico *New Look*, compuesto por la chaqueta 'Bar' y la falda de vuelo bajo la rodilla, que devolvió cierto optimismo estilístico tras la Segunda Guerra Mundial; Yves Saint Laurent añadió la chaqueta sahariana y el esmoquin al armario femenino, y la siempre revolucionaria Coco Chanel introdujo piezas de inspiración masculina, como el sastre de *tweed*, elevó la bisutería casi al nivel de la joya, potenció los tacones sensatos (*kitten*) y los zapatos planos e innovó con el bolso con cadena que podía colgarse y sustituía al de mano. Es el caso del codiciado modelo 2.55, que debe su nombre al mes y al año en que se creó.

Otro emblema nacional es Louis Vuitton, creador de prestigiosos artículos de cuero marcados, de forma absolutamente original, con las iniciales de su padre. En la actualidad, estas iniciales siguen figurando ni más ni menos que en el nombre del principal conglomerado del lujo mundial, LVMH (Moët Hennessy). Esta enseña engloba marcas de moda tan prestigiosas como la citada Louis Vuitton, Fendi, Celine o Christian Dior; de vinos y licores como Ruinart o Moët & Chandon; de relojería y joyería como Bvlgari, Chaumet o Hublot, y de perfumería y cosmética como Givenchy o Guerlain. También en belleza encontramos en París firmas míticas como Sisley y Clarins, o empresas como el potente grupo L'Oréal (L'Oréal París, Lancôme, Yves Saint Laurent, Biotherm, Armani, Kérastase...).

La 'ciudad de la luz' es la patria de la alta costura. La Cámara Sindical que regula su actividad nació en 1968 y protege el término *haute couture* (alta costura) por ley, imponiendo requisitos de excelencia a las contadas firmas que tienen el privilegio de ostentar esta denominación.

Referente en lo
gastronómico y en lo
cultural, París es
además la gran cuna de
la moda y el lujo.

Recarlo



Collezione ANNIVERSARY MORE



FOTO ALEX RIVERA.

Siempre nos quedará París



La Ciudad de la Luz, el cliché romántico urbano, la monumentalidad, el escenario infalible para cualquier película, serie o sesión de fotos. Y, en breve, también de los Juegos Olímpicos que se celebrarán este verano. Desde que dirijo *Woman Madame Figaro*, hace ya 13 años, visito la capital francesa mínimo 4 veces al año (dos para asistir a los desfiles de prêt-à-porter, y otras dos a los de Alta Costura), amén de algún otro viaje profesional para asistir a algún evento organizado por las marcas con las que trabajamos, o personal porque, sí: París, *je t'aime*. Para mí fue una epifanía descubrir, la primera vez que la visité de pequeña, cómo cuida esta ciudad a la moda, como un tesoro nacional (lo mismo que hace con otros sectores, como el cine, por ejemplo). No solo es su industria, es parte de su cultura y presentarla de manera apropiada ante el mundo es esencial. Esto se palpa desde el modo que tienen de mimar las citadas fashion weeks (he ido a varias en las que había huelgas tremendas, pero alrededor de la localización donde se celebraban los shows todo fluía) hasta cómo las boutiques presentan sus escaparates. ¡Qué digo! se percibe hasta en el modo en el que la parisina se coloca el pañuelo al cuello. A nuestra cover, en un balcón del emblemático hotel Intercontinental, con la Ópera a sus pies, se asoma la prometidora Deva Cassel, vestida de otro icono parisino, Dior. La carta de presentación ideal para un número en el que homenajeamos al corazón del lujo.

MAYKA SÁNCHEZ PASTOR

DIRECTORA

@MAYKAWOMAN

EDITOR'S CHOICE

Tres caprichos muy parisinos y más lujo: el de cuidarme con un cosmético fabuloso y con una lectura que te recomiendo vivamente.



Femenino y singular

Por sus venas corre el amor por el periodismo y esto se nota en la novela de Olga Ruiz Minguito. "La redacción" (Suma) está situada en los años 60, en una revista de moda, y es, además, una oda a la mujer.

Moderno
Louis Vuitton es un tesoro nacional. Y, para tesoros, este anillo de la colección Blossom de la enseña, abierto, en oro blanco y diamantes.



Effortless chic

O sea: *chic sin esfuerzo. El estilo de la parisina lleva implícita esta despreocupación, y se construye con básicos como una camisa masculina. Esta, de IKKS.*



Regeneración

Zombie Cell Clearing Sérum Face, de Nescens, rejuvenece los tejidos del rostro con su avanzada investigación (en The Beauty Concept Store y el spa TBC en Mandarin Oriental Ritz).



Besar el suelo...

... por donde pisan unos salones de Roger Vivier. La firma, popularizada por Catherine Deneuve en el filme de Buñuel "Belle de Jour", crea joyas como esta pieza.



Portada

Foto **RUBÉN VEGA**. Estilismo **MARTA LASIERRA**. Maquillaje **LÉTIZIA CARNEVALE**. Peluquería **OLGA HOLOVANOVA**. **DEVA CASSEL** (@devacassel) viste total look de la colección Primavera-Verano 2024 DIOR.

Inspírate

26 Bolsos con un TWIST.

30 El ICONO Deneuve.

36 Un PERFUME luminoso.

arte&cultura

40 Anne Hathaway, Kirsten Dunst y más **ACTRICES** con charme.

58 LIBROS: Mariana Enríquez explora el miedo y el horror.

Moda

66 **DEVA CASSEL** arrasa.

86 SHOPPING.

100 **MARCAS** francesas.

belleza

134 **CLAVES** para lucir pelazo.

140 **MADE** in France.

160 **TRABAJAR** el cuerpo.

Living

168 Mi **PARÍS** favorito.

174 **HOTELES**: playa y shopping.



GRUPO ZETA

woman

madame
FIGARO

Edita Ediciones Reunidas S.A.U.

Directora: **Mayka Sánchez Pastor**

Subdirectora: **Andrea Arabia**

Director de Arte: **Raúl Celestino** rcelestino@woman.es

Directora de Moda: **Marta Lasiera** mlasierra@woman.es

Redactoras Jefas: **Myriam Serrano** mserrano@woman.es (Barcelona) y

Marta Bonilla mbonilla@woman.es (Madrid)

Directora de woman.es: **Andrea Arabia** andrea.arabia@woman.es

REDACCIÓN woman@woman.es, Isabel Loscertales (responsable de Ocio y Cultura) iloscertales@woman.es, Laura Potrony (Edición y Cierre) lpotrony@woman.es, Patricia Álvarez-Palencia (coordinadora web) palvarez-palencia@woman.es, Clara Hernández (Estilo de vida) chernandez@woman.es, Silvia Vázquez (Moda) svazquez@woman.es, Tamara Conde (Moda) tconde@woman.es y Álvaro Martínez (RRSS).

MODA Ester Aguado (jefa de sección) eaguado@woman.es y Begoña García Areces (estilista) bgarcia@woman.es **PRODUCCIÓN** Elena Gil elena.gil@woman.es

DISEÑO GRÁFICO Ana Martínez Gil (jefa de sección) anamartinez@woman.es y Óscar Álvarez oalvarez@woman.es **EDICIÓN GRÁFICA** Virginia Lázaro vlazaro@edicionesreunidas.es

Colaborador@s Redacción Carme Barceló, Raquel Benito y Alejandra Yeregui (reportajes). Carole Matray y Agnès Poulle (estilismo). Jonas Bresnan, Óscar Calleja, JC de Marcos, Mirta Rojo, Alberto Sagar, Félix Valiente, Sophie van der Perre y Rubén Vega (fotografía).

REVISTAS

Ediciones Reunidas S.A.U.

Director General: **Óscar Voltas Ramos**

Director de Operaciones: **Pedro Suárez García**

Redacción Barcelona: Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

Tel. 934 846 600. Fax: 932 324 630.

Redacción Madrid: Pedro Muñoz Seca, 4. 28001 Madrid. Tel. 915 863 300. Fax: 915 863 411.

MARKETING

María García Díez

Suscripciones y atención al lector: 915 862 220 de 09:00 a 14:00 h

PUBLICIDAD

Prensa Ibérica 360 S.L.U.

Directora Comercial Revistas: **Ana Belén Cruz**

Pedro Muñoz Seca, 4, 28001 Madrid. Tel. 915 863 419. Fax. 915 863 563. CENTRO: Ana Lloréns e Irene Mateos. Tel. 915 869 757. CATALUÑA Y BALEARES: Verónica Boada. Tel. 934 846 600.

INTERNACIONAL: Natalia Segovia. Tel. + 915 863 331. Coordinación de Publicidad: Celia Sánchez.

COLABORADORES: ITALIA: Studio Villa SRL: Francesco Ravanello. Tel. + 39 02 311 662.

FRANCIA Y BÉLGICA: Infopac S.A. Jean-Charles Abeille. Tel. + 33 146 431 630. USA: World

Media. Melissa Worrell. Tel. + 1212 244 5610.

PRODUCCIÓN

Directora de Producción: **Victoria Ibáñez**

Impresión: Artes Graficas del Mediterraneo (AGM). Escudillers, s/n. Edificio Levante. 46014 Valencia.

Tel. 963 992 310. ISSN Premium: 2014-6221. ISSN Pocket: 2014-685X. Impreso en España.

Distribuye: **BOYACÁ**, M-206, km 4,5, 28890 Madrid. Tel. 902 548 999.

WOMAN MADAME FIGARO

Es una publicación mensual editada por Ediciones Reunidas S.A.U. CIF A08435497, bajo el acuerdo exclusivo con Société du Figaro.

Esta publicación es miembro de la Asociación de Revistas de la Información , asociada a la Federación Internacional de Prensa Periódica (FIPP). Difusión controlada  por . Depósito Legal: B-10223-2012 Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: 5,65   incluida sobretasa aérea.

madame
FIGARO
INTERNATIONAL EDITIONS

Woman Madame Figaro (Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat. Barcelona. España) es una revista publicada por acuerdo con Société du Figaro 14 bd Haussmann 75009 Paris, France.

Chairman: **Charles Edelstenne**. CEO: **Marc Feuillée**. Deputy CEO: **Jean Luc Breyssse**. In cooperation with: **Madame Figaro**. Editor: **Anne-Florence Schmitt**. Creation Director: **Gwenola Couedel**. Deputy Editor: **Joseph Ghosn**. Editorial Coordination: **Anne Anthonioz**. **Madame Figaro International**. Publisher: **Eileen Le Muet**. Syndication Director and reproduction rights: **Valérie Th  veniaud-Violette** (madamefigaro-international@lefigaro.fr). Tel. 00 33 1 57 08 56 09. Fax: 00 33 1 56 52 27 43. Advertising Department: **MEDIA.figaro**. Tel. 00 33 1 56 52 27 40. Fax: 00 33 1 56 52 27 43. 9, rue Pillet-Will 75009 Paris, France. Madame Figaro tiene ediciones internacionales en China, Chipre, España, Francia, Grecia, Hong Kong, Japón y Líbano.



LOEWE

Paula's Ibiza 2024
Photographed by Gray Sorrenti

perfumesloewe.com





 *Loro Piana*

loropiana.com

inspire



NUEVE OPCIONES

El icónico Jazzmaster Performer, elegante, actual y versátil, amplía su gama en nueve modelos, de diferentes tamaños y colores. Si quieres un reloj 24/7, que te acompañe en un finde de aventuras y, al día siguiente, en una cena de gala, con precisión suiza, es tu modelo (1.225 €). hamiltonwatch.com

POR ESTER AGUADO
FOTO JC DE MARCOS
REALIZACIÓN BEGOÑA GARCÍA

Desde Hollywood llega el relojero de las estrellas: ¿sabías que los Hamilton han aparecido en más de 500 PELÍCULAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN? Además, te traemos accesorios dignos de cualquier alfombra roja o de lucirlos de la mañana a la noche cual celebrity, porque la elegancia, ya lo sabes, es una actitud.

OUI, C'EST CHIC

POR ESTER AGUADO FOTO ALBERTO SAGUAR REALIZACIÓN MARTA LASIERRA

París será la ventana al mundo este verano, con la celebración de los Juegos Olímpicos (26 julio), por eso replicamos esa simplicidad elegante tan propia de las parisinas, muy hábiles combinando prendas básicas pero de gran calidad –un buen fondo de armario–, para parecer sofisticadas pero con un punto desenfadado. Su *je ne sais quoi* –¡ay, ese moño despeinado tan genial!– refleja un encanto tan natural que, aunque estudiado, parece logrado sin esfuerzo. ¿Sus clásicos atemporales? Gabardinas, camisas blancas, camisetas de rayas marineras, vaqueros rectos, faldas midi, bolsos lady, pañuelos al cuello, bailarinas, tweed y vestidos florales. Y menos siempre es más.

TACÓN KITTEN

Los salones destalonados, además de cómodos, te permiten aportar el toque preppy: combínalos con vaqueros de vuelta alta, pantalones capri o faldas midi.



Salones plateados Maxi Tequila Sling 50, AQUAZZURA (1.295 €).



De charol Signoria, GUCCI (895 €).



Con print animal y punta fina, UNISA (115 €).



Con hebillas, PULL&BEAR (27,99 €).

100 % CHIC

Bomber oversize
CHRISTIAN LACROIX X
DESIGUAL (179 €),
falda midi de punto
SÉZANE (130 €),
bolso de piel con
aplicaciones PONS
QUINTANA (295 €) y
zapatos metalizados
MAJE (295 €).





VUELTA AL CUADRADO

Bolso marrón con cierre de hebilla MICHAEL MICHAEL KORS (350 €) y bolso azul efecto serpiente con cierre metalizado SÉZANE (365 €).

CON CUERPO
El bolso de moda se lleva al hombro y mejor si es rígido. Cuadrados, buckets, barrels... el caso es aportar elegancia, aunque lo acompañes de sport.



Bolso Kensington Mini Raffia, KURT GEIGER (210 €).



Rígido de piel Snip, BURBERRY (1.890 €).



Flap T Timeless en piel mini, TOD'S (2.100 €).

MESSIKA

PARIS



COLECCIÓN MOVE NOA

DE PUNTILLAS
 Son la estrella de la temporada: terminadas en punta, redondas, atadas con hebillas o lazos y vestidas de raso o animal print. Las bailarinas reinan.



CAFÉ AU LAIT

Pantalón de jacquard SILVIA TCHERASSI, bailarinas satinadas con tachuelas MANGO (39,99 €) y bolso CH CAROLINA HERRERA (750 €).

PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE KIKE CRESPO PARA THE ARTIST TALENTS (KEKA) CON PRODUCTOS ICON. MODELO MARINA KASIANOVA (TREND MODELS). ASISTENTE FOTO SANDRA ANGSTADT. ASISTENTE ESTILISMO Y BOOKER BEGOÑA GARCÍA. PRODUCCIÓN ELENA GIL.



Bailarinas Kristen Swarovski, PRETTY BALLERINAS (249 €).



Modelo Songen con grogrén desflecado, DIOR (890 €).



Con cinta, MARTINELLI (99,95 €).



Con tachuelas y hebilla, BIMBA Y LOLA (185 €).

sisley
PARIS

BAUME-en-EAU
à la
Rose Noire



Toda la potencia de una rosa extraordinaria en una textura sorprendente:
confortable como un bálsamo, sedosa como un aceite, ligera como el agua.
Repulpada en profundidad, la piel está radiante.

 SisleyParisSpain

 @sisleyparisofficial

Descúbralo en [sisley-paris.com/es-ES](https://www.sisley-paris.com/es-ES)



VUELVEN LAS "7 EASY PIECES" DE DONNA KARAN

En los 80, Karan fue una de las pioneras en celebrar **el cuerpo de la mujer**. Con su mezcla de confort y funcionalidad, en Nueva York supuso toda una revelación para aquellas deseosas de librarse de ese look tan *strict chic*: la creadora quería simplificar la vida a las activas madres trabajadoras. Por eso creó su fondo de armario, bautizado "**7 easy pieces**", la primera colección cápsula de la historia de la moda (1985): un body, una chaqueta y un pantalón sastre, un vestido ajustado, una falda tubo, unos leggings y un accesorio. Para esta primavera 2024, la marca acaba de lanzar una súper campaña fotografiada por **Annie Leibovitz** (In Woman We Trust) con súper modelos de las últimas décadas –Carolyn Murphy, Shalom Harlow, Amber Valletta, Karlie Kloss, Liya Kebede, Linda Evangelista, Cindy Crawford e Imaan Hammam– y de revisitar sus prendas icónicas.

TODO *lo que* VIENE



Cual Cenicienta, ahora podrás calzarte el zapato de cristal: *Jimmy Choo* lo acaba de reinventar. Se llama *Crystal Slipper 85* y está realizado con cristales de *Swarovski* en forma de corazón. *Un exclusivo capricho de 4.200 €.*



Bajo el mar...

Swarovski acaba de lanzar la audaz y creativa colección Venus, inspirada en la magia del universo submarino. Giovanna Engelbert, su directora creativa, ha creado una campaña muy potente inspirada en la iconografía de esta diosa romana del amor, la fertilidad y el empoderamiento con la ayuda del gran Steven Meisel a la cámara y súper modelos de la talla de Irina Shayk, Imaan Hamman, Karlie Kloss, Fei Fei Sun y Abby Champion. Anillo Idyllia en pavé, perlas y Swarovski Zirconia (280 €).

SANDRO X LOUIS BARTHÉLEMY

El multidisciplinar artista, ilustrador y diseñador textil francés, que vive a caballo entre Marrakech, El Cairo y París, vuelve a colaborar con la marca gala por segunda vez. Con este proyecto, Louis pretende preservar y revitalizar la artesanía tradicional y Evelyne Chetrite, la creadora de Sandro –que creció en Marruecos, en Rabat–, hacer un homenaje a su infancia y a su abuelo, sastre camisero y la abundancia de colores en su vida diaria.

es.sandro-paris.com



H&M X ROKH

Espectacular es la nueva colaboración de H&M con el diseñador coreano Rok Hwang, admirado por sus giros experimentales en prendas básicas, que tienen como resultado piezas diferentes, personalizadas pero con una elegancia poco convencional. Nos han enamorado sus gabardinas de doble capa y sus vestidos con dobladillo desmontable, junto con divertidos bolsos, joyas y zapatos: prendas conceptuales pero muy ponibles, con el plus del precio. Desde el 18 de abril, en tiendas.



- Y LLEGÓ VICTORIA -

Si uno de estos días veis una muchedumbre agolpada delante de las tiendas de Mango, no os sorprendáis: la firma española lanza colección cápsula con la señora Beckham. Una original sastrería perfectamente ejecutada, vestidos femeninos y versátiles, prendas de punto, bolsos, calzado y accesorios... son las propuestas que están llamadas a convertirse en piezas imprescindibles de la temporada y que celebran el 40 aniversario de Mango.



FERRAGAMO REABRE

El arquitecto Vincent Van Duysen ha reinventado el concepto de tienda de la firma en la milanesa **Via Montenapoleone**. Y le ha quedado un espacio elegante, exigente, racional y sensual, muy en línea con lo que propone Maximilian Davis, director creativo desde 2022. El escenario es el Palazzo Carassola Grandi, construido en el siglo XV y, fiel a su espíritu renacentista, la nueva boutique acoge las creaciones de una nueva generación de artistas, como la mesa de **Andrea Mancuso**.

FICHAJES

Tres ideas (brillantes) en nuestro radar...



Thomas Sabo x Haribo

La firma de ositos gominola presenta su primera colección con el mundo de la joyería con piezas en cristal, plata reciclada y pavé de circonitas. Charm (49 €).



Elegante 2 en 1

La colección *Caractères* de Alain Afflelou te propone un eficaz sistema para poner pantalla solar a tus gafas graduadas, mediante un discreto y poderoso clip magnético (199 €).



Fans de K-Way

La popular firma de impermeables italiana –que los niños llevan al cole– se relanza en nuestro país, con apertura de tienda (Fernando VI, 31, Madrid) y unas propuestas innovadoras y chics. Nos atrevemos.

Respira™



PENÉLOPE CRUZ
FOR

GEOX

De arriba abajo, modelo Lee Radziwill en piel natural, TORY BURCH (1.200 €). Bolso Buckle, de piel ciruela, PRADA (4.800 €). Modelo Alma 103, en piel clara, LOUIS VUITTON (7.500 €). Y bolso Hug, en piel verde, FERRAGAMO (2.450 €).

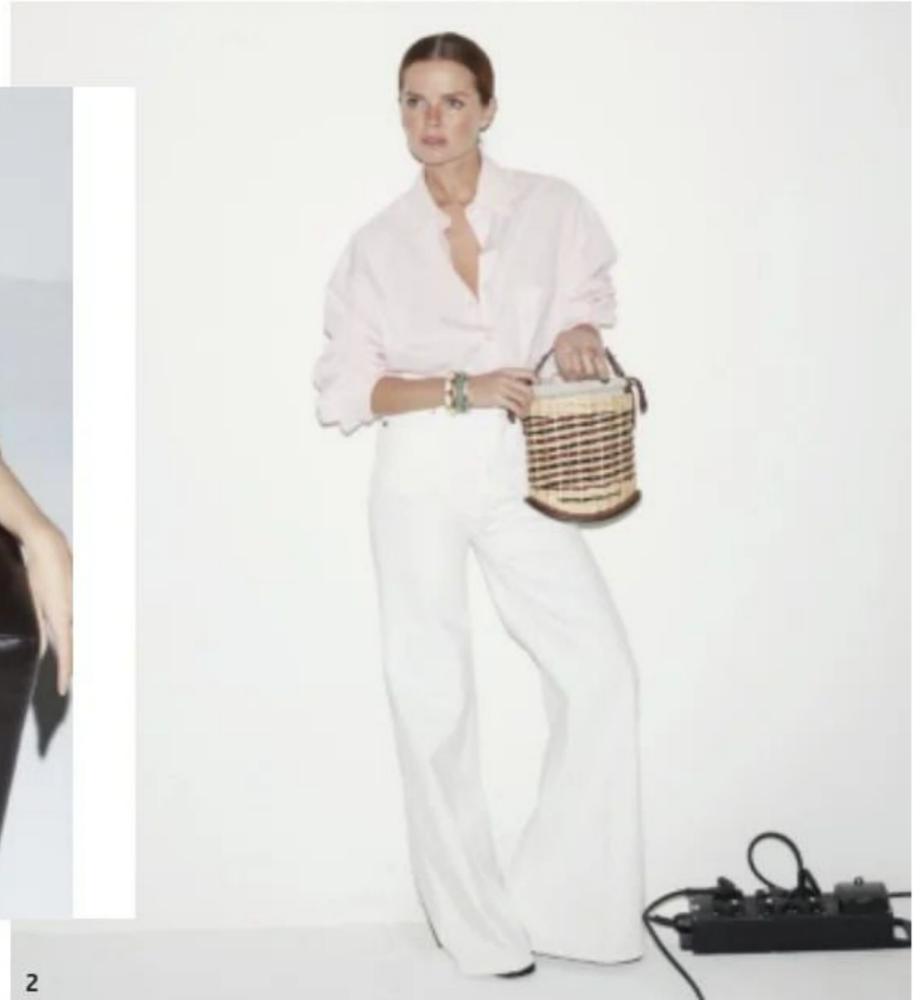


bien ATADO

Esta temporada, los bolsos se apuntan al formato XXL y además se ponen el cinturón. Pero, cuidado, las verdaderas fashionistas lo llevan desabrochado, al estilo del *je ne sais quoi* -soy chic naturalmente- tan parisino.

ELENA MIRÒ





MINIMAL CON MÁXIMO EFECTO

1. Bolso modelo Cedar, en mimbre y cuero blanco, LORO PIANA (4.200 €).
2. Modelo de mano Pin Mini Bucket, en mimbre, DELVAUX (3.000 €).
3. Bolso de mano en rafia GUESS ACCESSOIRES (240 €).
4. Bolso modelo Riviera Tote, en ratán y cuero negro, AQUAZZURA (1.195 €).



ENCANTO *natural*

¿El colmo de la elegancia en la ciudad? Hacer un guiño a la naturaleza con una cesta de mimbre.

CAUDALIÉ

Nº1 Antimanchas⁽¹⁾

Vinoperfect Sérum Resplandor Antimanchas

El Sérum Vinoperfect extrae lo mejor de la naturaleza. Está formulado con Viniferina, un potente activo derivado de la savia de la vid, 43% más eficaz que la Niacinamida al 10%.⁽²⁾

Adecuado para pieles sensibles. No fotosensibilizante.

Eficaz en todos los tipos de piel
y todo tipo de manchas:

- Sol
- Acné
- Embarazo
- Edad
- Luz azul



-63%
de manchas⁽³⁾



Tu dúo antimanchas del verano

Da a tu piel un bronceado impecable, luminoso y duradero gracias a la Crema de Muy Alta Protección SPF50+ Vinosun Protect, que se aplica después del Sérum Vinoperfect.

Te regalamos⁽⁶⁾ el formato 25ml en el cofre Dúo Antimanchas + Solar.



1 sérum vendido
cada 30 segundos
en el mundo⁽⁵⁾

EN FARMACIAS Y CAUDALIE.COM

(1) IQVIA – Pharmatrend International – mercado de los productos despigmentantes en farmacias – España – YTD diciembre 2023 – en valor.

(2) Prueba ex vivo sobre la cantidad de melanina en el epidermis.

(3) Estudio clínico, puntuación dermatológica, 56 días, 65 mujeres.

(4) Foto de voluntarios. Resultados obtenidos tras 56 días de uso bicotidiano. Fotografías sin retocar.

(5) Cálculos realizados en base a datos internos de ventas de enero de 2023 a diciembre de 2023.

(6) Oferta válida en caudalie.com, en la Boutique SPA Caudalie y en los puntos de venta participantes. Oferta no acumulable, hasta fin de existencias. Fotografías no contractuales.



POR RAQUEL BENITO.
FOTO: FAIRCHILD ARCHIVE/GETTY IMAGES.



Vestido midi VICTORIA BECKHAM (790 €), en Farfetch.com

- ICONO -

LEGADO *en* TENDENCIA

Con una belleza magnética y ese matiz parisino tan indescriptible como especial, Catherine Deneuve tiñó de sofisticación el cine francés y el recuerdo colectivo de una mujer moderna cuando todavía no estaba del todo bien visto serlo. Tan impecable en el séptimo arte como en las calles de París, la musa de Saint Laurent fue precursora en tendencias que, a día de hoy, aún se conciben disruptivas: empezando por las gaudinas, el animal print o el tacón mini –ahora, kitten– y siguiendo con los lazos de raso para adornar el pelo.



Pendientes con perla PANDORA (119 €).



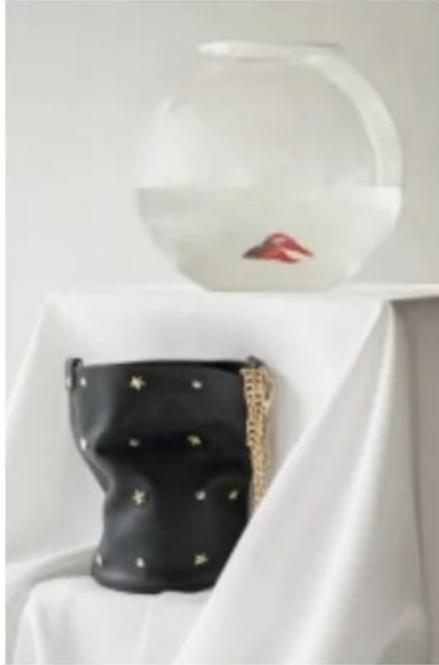
Zapatos Miss Jane CHRISTIAN LOUBOUTIN (745 €).



GOOD GIRL
CAROLINA HERRERA
NEW YORK

BLUSH ELIXIR
THE NEW FEMININE FRAGRANCE

GOOD TO BE BAD



Bolso modelo Candy Bone negro (175 €). La cantante Russian Red, con bolso Hampton Large en Lila (265 €). mercules.es

- TALENTO ESPAÑOL -

MERCULES: *bolsos con twist*



Mercedes Gallego

Tras estudiar en la prestigiosa Central Saint Martins, trabajó en Loewe, Dior y Massimo Dutti. En 2010 lanzó su propia marca de accesorios, a la que se unió Alejandra O'Shea en 2014.

Sus diseños respiran lujo, atención al detalle y una funcionalidad no carente de diversión. Algo que refleja muy bien la personalidad de esta vasca, que convierte en tendencia todo lo que toca. Empezó hace 14 años con un pequeño muestrario en una feria en París y lo petó en el mercado japonés. Ya en España, su éxito en el e-commerce y en tiendas multimarca la llevó a abrir cuatro locales propios (dos en Bilbao, dos en Madrid) y ahora estrena otro en Barcelona. «Y todo, en esta aventura, ha sido improvisado, no seguimos ningún tipo de estrategia... para que veas, fui a Barcelona el año pasado al concierto de Harry Styles, vi un local mono y lo alquilé. A mi socia casi le da algo», confiesa, entre risas.

¿De dónde viene la palabra Mercules?

Es una mezcla entre mi nombre, Mercedes y Hércules... Siempre me han gustado la mitología y los dioses. Había otras cinco propuestas y esta era la que menos gustaba a la gente. Y la elegí.

¿Cómo es tu proceso de creación?

Nunca dibujo. Me voy una semana al taller, me siento con las pieles y las cosas van saliendo. Lo cierto es que soy un poco egoísta: siempre diseño cosas que me gustaría ponerme a mí. Mercules es lujo accesible y divertido. Lo que buscamos en la empresa es, sobre todo, pasárnoslo bien.

¿Cuál es el modelo que más triunfa?

El bestseller es el bolso Tango, pero le he cogido una manía... Lo tuve tiempo abandonado antes de acabarlo, y mira. A mí me gusta el Robin, que es más vintage y me hace sentir muy bien.

Acabáis de sacar una cápsula con prendas de punto, ¿por qué?

Nos encanta ir probando cosas nuevas a ver si funcionan, con pequeñas colecciones, prendas que puedan servir de fondo de armario...

También sois de colaborar con firmas...

Eso te ayuda a llegar a más gente y conectar con otras mentes creativas siempre suma.

#SwarovskiHyperbola swarovski.com

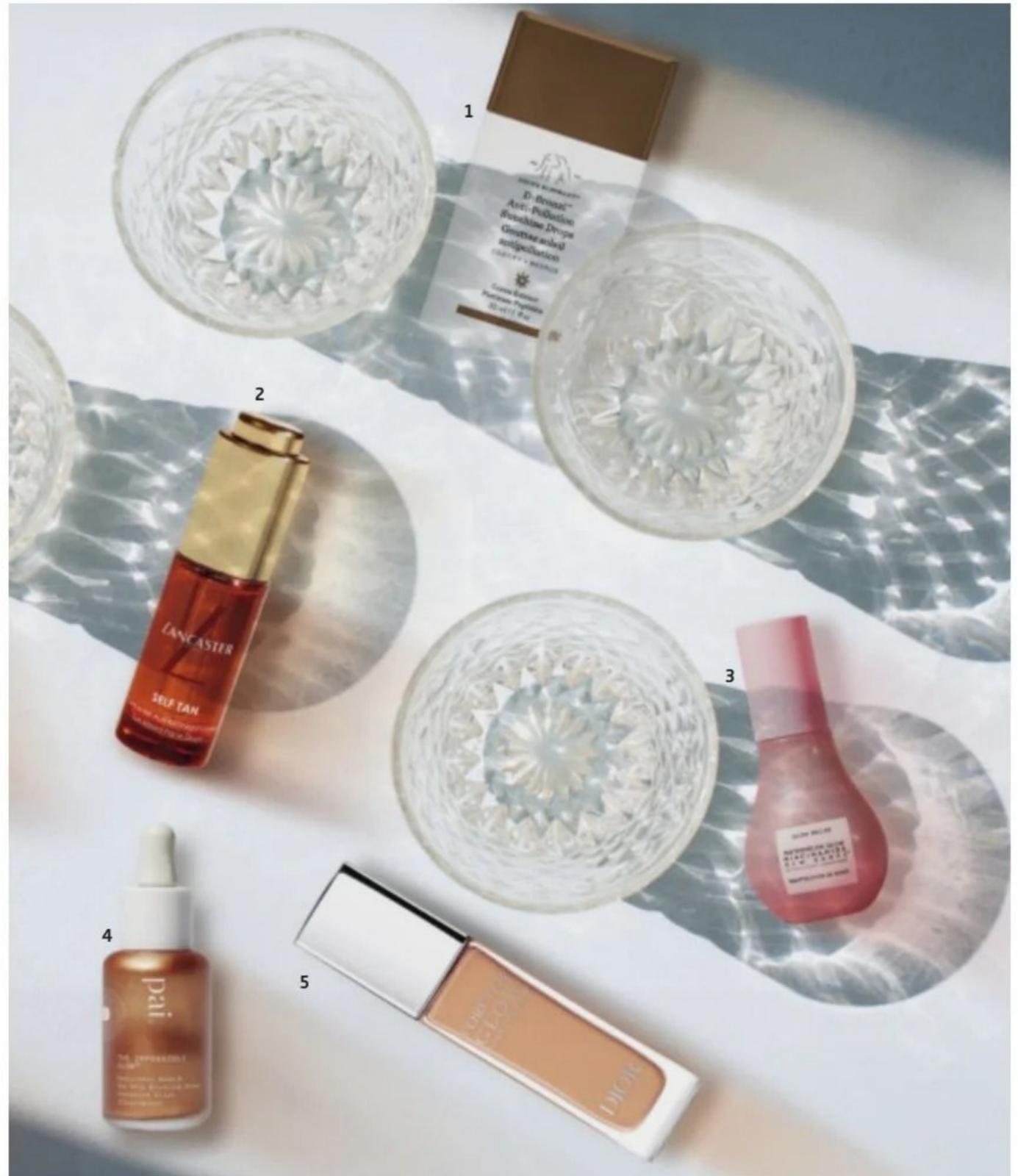


Irina Shayk by Steven Meisel

SWAROVSKI

MUY VERSÁTILES

1. Gotas Anti-pollution D-Bronzi, DRUNK ELEPHANT (39 €), con aceite virgen de marula, broncean, protegen e hidratan la piel.
2. Self-Tan Drops, LANCASTER, gotas autobronceadoras que se mezclan con la hidratante y permiten personalizar la intensidad del bronceado según el número de gotas incorporado (36 €).
3. Sérum gotas Rosadas con Niacinamida, GLOW RECIPE (34,99 €), ilumina sin dejar efecto grisáceo, hidrata y reduce la aparición de manchas pigmentarias.
4. The Impossible Glow, PAI (19,99 €, en Sephora) aporta una luz cálida y suaviza la piel.
5. Forewer Glow Maximizer, DIOR (43,99 €), proporciona un efecto radiante duradero.

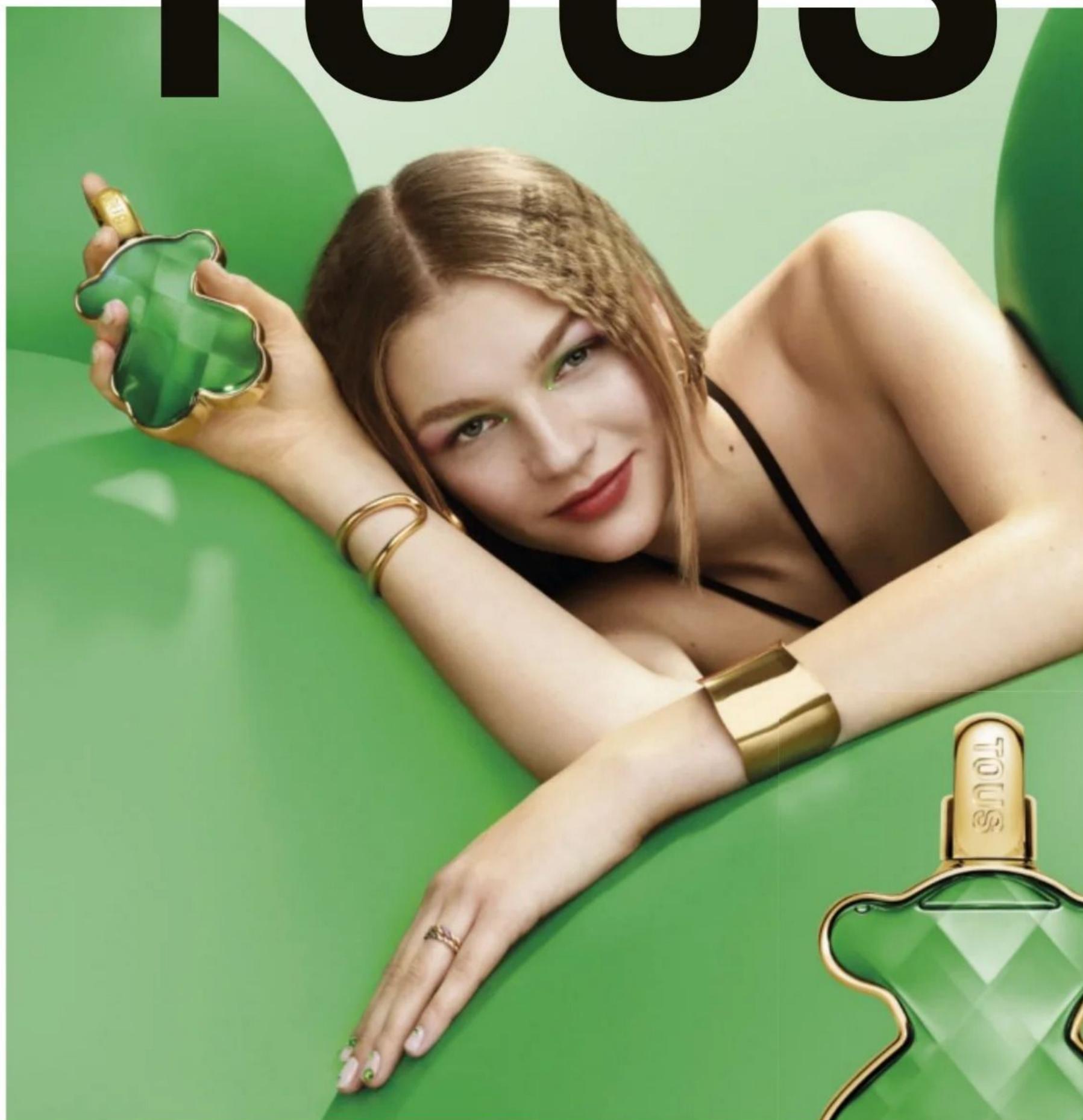


- BELLEZA -

GOTAS MÁGICAS

Iluminadoras y bronceadoras son el producto de maquillaje de moda y el más viral del momento. El hastag #glowdrops acumula millones de visualizaciones en TikTok. Pero, ¿cuáles son las claves de este éxito? Encierran en un frasco el rayo de luz que tanto se lleva y, en el caso de las bronzing, son ideales para las amantes del look make up-no make up y del favorecedor efecto buena cara pero además, actúan como tratamiento –antiox, antimanchas, hidratante o protector– y tienen infinidad de usos: «Si hay un producto que recomiendo llevar en el neceser es Glow Maximizer. Puede sustituir polvos bronceadores, iluminador, colorete, sombra de ojos y labial», dice Junior Cedeño, make up artist de Dior. «Con tono bronce puedo crear un efecto bronceado, aplicándolo con brocha, de las sienes hasta el centro del pómulo. Luego simular un golpe de sol en la nariz, aplicarlo sobre el párpado móvil y bajo pestañas inferiores con un pincel para hacer un smokey eye... En tono rosa, permite intensificar mejillas y maquillar labios...» aconseja el experto.

Tous



LoveMe

THE EMERALD ELIXIR

- EL PERFUME -

entre la ROSA y el SOL

Femenina y floral, en torno a una rosa luminosa rociada con vainilla. Así es la nueva Eau de Parfum Lumineuse. Un aroma irresistible que evoca el espíritu libre de la mujer Chloé.

Desde que la diseñadora Gaby Aghion fundó Chloé, la Maison siempre ha celebrado la feminidad natural, libre de artificios. Aghion soñaba con un armario de prendas liberadoras y trazó el camino de una marca de moda en la que la elegancia rima con la autenticidad. Siguiendo esta estela, las fragancias Chloé son la expresión de una feminidad vibrante y sincera. Y la última incorporación a Signature –la emblemática línea de perfumes cuyo icono es la rosa– es Eau de Parfum Lumineuse, en la que –inspirándose en la imagen de una rosa recién recogida y dorada por los rayos del sol– la emblemática flor brilla con un resplandor sin precedentes.

«Quería reinterpretar la icónica rosa Chloé Signature guiándola hacia un nuevo territorio», explica la perfumista Ane Ayo. «La idea era descubrir una rosa maravillosamente cálida y delicada, y resaltar una faceta

más sensual de la feminidad de Chloé sin renunciar nunca a la elegancia», dice la nariz. Así, la ha mezclado con los acentos aterciopelados del jazmín sambac para formar un sensual bouquet solar. Al igual que una puntada acentúa los contornos de una creación de alta costura, la vainilla exalta el corazón floral de esta fragancia, mientras que sus tonos balsámicos y ambarinos aportan a la composición una redondez deliciosamente generosa, adictiva y femenina. Y como en las entregas previas de Signature, Chloé Eau de Parfum Lumineuse es vegana: formulada con fragancias de origen natural, alcohol también de origen natural y agua; nada más.

Consecuentemente, en el packaging se emplean materiales reciclados y el frasco es de cristal vintage. Incluso el lazo –que se hace eco del distintivo bordado de la Maison gracias a un delicado hilo rosa que bordea la cinta beis al cuello del envase– es 100 % poliéster reciclado.

ADICTIVA Y CHIC

La nariz Ane Ayo ha creado una fragancia gourmand: una rosa luminosa con vainilla y jazmín sambac. Chloé Signature Eau de Parfum Lumineuse (107 €/50 ml).



NUXE

PARIS



EL BRILLO ES TU PODER

INNOVACIÓN
CAPILAR

ACEITE FERMENTADO
DE CAMELIA ROSA

REPARACIÓN
NUTRICIÓN

x2⁽¹⁾

Transforma tu cabello con Hair Prodigieux[®], la rutina capilar con un perfume icónico, nacida de los 30 años de experiencia en aceites vegetales de NUXE. El Champú Brillo Espejo con aceite fermentado de camelia rosa, nutre el cabello con ligereza para un acabado sedoso y luminoso.

SIN SULFATOS⁽²⁾ • SIN SILICONAS

TRATAMIENTOS FORMULADOS
Y FABRICADOS

EN FRANCIA


NUXE
PARIS

hair
Prodigieux[®]

LE SHAMPOING

SHAMPOING BRILLANCE MIROIR
À l'huile fermentée de camélia rose

HIGH SHINE SHAMPOO
With fermented pink camellia oil

CLEAN & VEGAN FORMULA*
Pour des cheveux sublimes
For demanding hair

(1) Test instrumental en mechones. Comparación entre aceite de camelia rosa no fermentado y aceite de camelia rosa fermentado.

(2) Sin tensioactivos sulfatados.

NUXE LABORATORIO N°1 EN COSMÉTICA DE ORIGEN NATURAL EN FARMACIAS⁽³⁾

(3) GERSDATA - SOGEARLY - Mercado de dermocosmética - Selección del segmento de marcas de origen natural - Ventas en valor (volumen de negocio IVA incl.) - Farmacia y Parafarmacia - Francia - Año completo 2023.



La Crème (385 €),
Le Sérúm (385 €) y
L'Outil (60 €),
CLARINS PRECIOUS.

Secretos de juventud

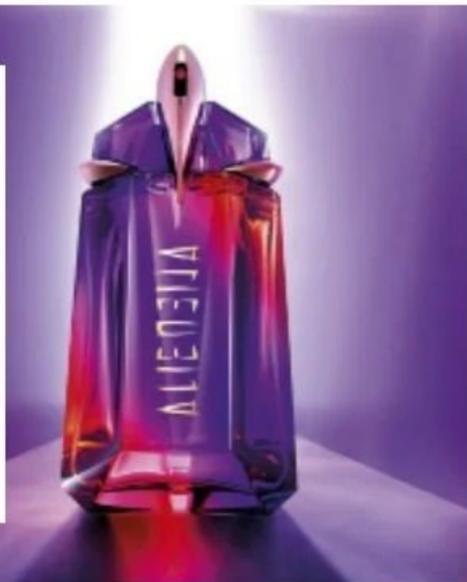
La naturaleza es una fuente inagotable de activos cosméticos. Los botánicos de Clarins descubrieron la reina de la noche, una preciosa flor procedente de América Central pero que se cultiva en la Bretaña francesa, donde se han creado las condiciones para su crecimiento. Su peculiaridad es que solo se abre una vez al año, a la luz de la luna llena y que se debe recoger en dos horas y congelar sus moléculas para trasladarlas, con todas sus propiedades, a los laboratorios de Clarins. De estas, destaca su alto contenido en ácido gálico, capaz de estimular la proteína foxo, responsable de la longevidad de las células cutáneas y de protegernos contra las agresiones externas. Así, se ha convertido en la clave de un complejo que combate los signos de la edad de forma prodigiosa, con la que se ha formulado Precious, su línea de lujo.

- NEWS -

de ESTRENO

VUELVE ALIEN

Thierry Mugler fue un visionario. Cuando nadie hablaba de perfumes recargables, él creó los primeros frascos que se rellenaban. Así nació Alien en 2005. Su **nuevo Alien Hypersense** (165 €/100 ml) conserva la seña de identidad del jazmín árabe junto a notas frutales y maderas para un aroma hipermoderno e hiperfemenino.



El Paris de Zadig & Voltaire

La firma parisina lanza perfume, *This is Really Her*, que evoca la noche de la capital francesa a través de un aroma efervescente con rosa, pachuli y ron y una campaña que se desarrolla por las calles de París, en la Iglesia de Saint Sulpice o Île Saint Louis. Entre sus sitios favoritos, la Brasserie l'Emil y el Bar La Coquille d'Or.

EFECTO PIEL NUEVA

Asistimos a una nueva hornada de cosméticos con AHA's y PHAS, en espuma, loción o mascarilla con fórmulas que reducen su agresividad en la piel pero conservan su **función principal de exfoliación** química y progresiva, gracias a la que se afina la textura, suaviza, reduce poros, aporta luz y mejora el tono. ¿Cómo incorporarlos en la rutina? Las lociones y espumas, a diario –empieza con días alternos– y la mascarilla cada 2 días.



63 Overnight Peeling, MARIA GALLAND (43 €), es una loción exfoliante con PHAS, menos agresivos que los AHA's, ideales para piel sensible.



Le Lift Pro Gommage AHA Resurfçant, CHANEL (180 €), mascarilla que renueva la piel en 5 minutos, con ácidos cítricos y glicólico.



Espuma Micropeeling Luminosidad, CAUDALIE (25,90 €), con ácido mandélico, AHA's y agua de uva, que limpia e ilumina la piel, sin agresión.



Exfoliante líquido, PAULA'S CHOICE (39 €), con ácidos mandélico y láctico, con una textura ultraligera, parecida al agua y para todo tipo de piel.

POR MARTA BONILLA.



V DE VICTORIA
Nicola Coughlan (Galway, Irlanda, 1987) saltó a la fama con *Derry Girls*, tiene un papel clave en la exitosa *Los Bridgerton* (interpreta a Lady Whistledown), y acaba de estrenar en Reino Unido la hilarante serie *Big Mood*, donde da vida a una joven con trastorno bipolar. Nicola será el centro de atención en *Los Bridgerton 3*, dividida esta temporada en dos partes (la segunda se estrena el 16 de junio).

POR ISABEL LOSCERTALES
FOTO ZOE MCCONNELL

Nicola Coughlan va a acaparar, por fin, todo el protagonismo en la TERCERA TEMPORADA DE LOS BRIDGERTON, cuya primera parte llega a Netflix el 16 de mayo. Los fans enfervorizados ya están deseando ver cómo su personaje, Penelope Featherington, se acaba casando con su amigo y amado Colin Bridgerton (Luke Newton).

ANNE

POR ESTER AGUADO

x.com/byneontelegian

byneon
Neon147

byneon
Neon147

Parece que los años no pasan por la actriz neoyorquina que, hace una década, fue víctima de los haters en internet, a pesar de que acababa de ganar un Oscar (*Los miserables*, 2013). Ahora estrena *La idea de tenerte* (Prime Video, 2 mayo), donde reivindica que, pasados los 40, también se puede tener un novio joven. Brindamos por una mujer fuerte.



HATTAWAY

NO SIN MI BVLGARI

La actriz de *El diablo viste de Prada* es embajadora de la marca de joyería romana. En la foto, con pendientes, anillos y collar de la colección Diva's Dream de BVLGARI, en oro rosa con pavé de diamantes y reloj Lvcea de BVLGARI automático, con brazalete en oro rosa y acero, bisel de diamantes y esfera con marquetería de malaquita y diamantes.



Ha pasado por tanto, que ya nada le asusta. Se muestra natural, segura y simpática ante el ordenador, con esa voz profunda tan interesante y evocadora. Con 20 años, Hathaway ya era conocida por su papel de Mia Thermopolis en *Princesa por sorpresa* y más de dos décadas después no le falta trabajo. Pero no ha sido fácil. Hace poco confesaba que fue Christopher Nolan –sí, el de *Oppenheimer*– el que la rescató con *Interstellar* (2014), después de que nadie quisiera contratarla: sufrió una brutal campaña de descrédito y de burlas en internet tras ganar el Oscar. Era tan perfecta, que el mundo no podía con ella. Eso la hizo más dura, más fuerte. Y salió tremendamente reforzada. Ahora protagoniza *La idea de tenerte*, un drama romántico en el cual su personaje, una madre separada, lleva a su hija adolescente a un concierto y comienza una relación con un famoso cantante 12 años más joven que ella: «No es que un orgasmo femenino sano y consensual (bueno, muchos) vayan a cambiar el mundo, pero me alegra enormemente ser parte de una historia que se regodea en el placer femenino», aclara.

¿Esta película transmite un mensaje a todas las mujeres para que no se sientan juzgadas si se enamoran de alguien más joven?

Por supuesto. Es una película sobre estar enamorada sin que importe nada más, a pesar de las presiones que puedan existir aún en la sociedad –al contrario que con los hombres–. El mundo es el mismo, pero la tecnología lo ha cambiado mucho: gracias o a pesar de las redes, nos enfrentamos mu-

cho más a las ideas, opiniones y juicios de los demás y creo que la única respuesta es ser fiel a una misma y perseguir tu felicidad. La clave es no dejar que te bloquee, tienes que seguir siendo valiente. Y ser natural, cero actuaciones en la vida real. Sí, es verdad, tienes que ser muy buena equilibrista, pero en eso consiste nuestro trabajo.

¿Qué lugar ocupa *La idea de tenerte* en tu carrera? ¿Qué te aporta hacerla?

He hecho muchos tipos de películas diferentes en mi carrera y esta cae en la categoría de *sentirse bien*. Lo que me encanta de ella es que se siente

todo, se experimentan muchas emociones: alegría, humor, angustia, pérdida, nostalgia, placer... Lo clave, para mí, es que una mujer que ha sufrido un trauma alrededor de la confianza, aprende a superarlo y a disfrutar de lo que podría ser la segunda mitad de su vida. Y es una historia bonita en estos tiempos, en los que la gente tiene tanto miedo, se ve cómo aprender a confiar en los demás, a sentirse seguros, a abrirse. Y luego hay bailes, ropa bonita, música genial... y un arte increíble.

Las comedias románticas vuelven con fuerza: ¿han robado popularidad a las pelis de superhéroes?

Quizá sea porque el mundo, con tantos conflictos, quiera algo de evasión y de sentirse bien, como las pelis de Hugh Grant en los 90. Una de mis comedias románticas favoritas es *Sucedió una noche*, con Clark Gable y Claudette Colbert. Siempre que puedas conseguir una tensión increíble y un conflicto placentero entre los dos personajes resulta algo jugoso. Algo que me interesó mucho de esta película es que los personajes se llevan muy bien, curiosamente, y eso me pareció novedoso. Su relación funciona, pero está fuera de los parámetros de la sociedad. El conflicto está fuera de la pareja. Es interesante que no podamos alegrarnos por la gente cuando es feliz, sino que intentemos complicar las cosas. Y adoro que los protagonistas decidan darle cancha a su amor sin importarles lo que el mundo tenga que decir.

¿Qué tienes en común con tu personaje, Solène?

Es una mujer fuerte, que sobrevivió a la pandemia, a un divorcio, abrió un pequeño negocio –una galería de arte– y reconstruyó su vida poco a poco. Es una madre joven, vulnerable al amor y emocional de una forma muy personal. Me siento muy protectora respecto a ella. Además, mi abuela es francesa, como los del personaje. Pero nunca he logrado hablar bien el idioma, a pesar de que sigo intentándolo... mira, hoy no he hecho la lección de Duolingo aún, lo tengo pendiente. Francia me parece un país muy enriquecedor y me hubiera encantado haber podido pasar más tiempo allí, absorberlo, aprender...

En la historia te enamoras de una estrella de una banda de pop, tipo One Direction. ¿Tenías en mente alguna de la vida real para inspirarte?

No, no, no, Nick (Galitzine) era más que suficiente (risas).

¿Tuvisteis química desde el principio?

El amor es algo muy personal, más que una ilusión, más que una atracción animal, más que una pasión... Los protagonistas tienen algo muy real y muy poco común. Todos sabemos que, >

MADRE DE DOS

En 2016, la actriz tuvo a su primer hijo, Jonathan Rosebanks Shulman, fruto de su matrimonio con Adam Shulman. Tres años más tarde, en 2019, dio a luz a su segundo hijo, Jack Shulman. En ese segundo embarazo, Hathaway se sinceró sobre lo difícil que había sido para ella convertirse en madre y sobre los problemas de fertilidad –incluso sufrió un aborto en 2015–. Lo hizo a través de un post en Instagram. «Para todos los que están pasando por el infierno de la infertilidad y la concepción, sepan que no fue una línea recta hacia ninguno de mis embarazos. Les envió más amor», afirmó en ese momento.



VELUX®

Vista una vez, no podrás dejar de mirar

Las nuevas ventanas de tejado iluminan cualquier habitación y te permiten una vista panorámica. Su diseño aprovecha al máximo la luz natural.

Elige ventanas de tejado de accionamiento manual o eléctrico para que se adapten a tu hogar y a tus necesidades.



velux.es



OMNIPRESENTE NICK

El joven actor y cantante británico Nicholas Galitzine (*Cenicienta, Rojo, blanco y azul*) es la estrella de rock de la que se enamora. Es el chico de moda.

en esta vida, la gente tiene que lidiar con el estrés, la enfermedad, el dolor, las facturas... muchas cosas tiran de nosotros y nos impiden sentirnos felices todo el tiempo, así que si encuentras a alguien que te ilumine de esa forma, hay que subirse al carro.

¿Cómo te manejas con las redes sociales, después del daño que hizo internet en tu carrera con tanto hater?

Bueno, entré en Instagram hace más de 10 años, cuando la plataforma aún se estaba descubriendo a sí misma. Y estoy muy agradecida a ella porque fui capaz de usar mi voz y hablar directamente a la gente. Pero después, hace unos años, no sé por qué, no me apeteció compartir tanto, porque se volvió más profesional y menos personal. Pero como fue algo que desarrollé y cultivé yo no quería que se desperdiciara. Me gustaba tener una forma de conectar con cualquiera que decidiera seguirme. Ahora lo uso para el trabajo, pero es algo que evoluciona constantemente. A veces me siento más reservada y no puedes imaginar compartir los detalles de tu vida y otras te sientes más abierta, así que me gusta tener una relación flexible con las redes, pero no paso mucho tiempo ahí.

¿De verdad grabasteis en el festival de Coachella?

Lo parece, ¿verdad? Eso es gracias a Amir Williams, nuestra diseñadora de producción y a las coreografías de Danny Bataller. Ellas nos hicieron soñar desde un campo de Atlanta, a las 5

de la mañana, en pleno invierno, mientras fingíamos que era una calurosa tarde de verano. Fue divertido estar allí y disfrutar de la banda de Hayes, el personaje, August Moon. Fue emocionante ver cómo, después de tres días de rodaje, la gente no estaba harta de las canciones (risas).

¿Estás en el mejor momento de tu vida?

Ahora mismo, estoy en un lugar mucho mejor a nivel emocional, es la primera vez que me conozco tan bien a mí misma. No vivo pendiente de lo que los demás piensan de mí. Sé lo que yo pienso y estoy conectada con mis sentimientos. Además, ahora me priorizo, muchas de mis elecciones de estilo de vida las hago en pro de la salud mental. He dejado de participar en cosas que sé que son agotadoras o que pueden provocar espirales.

«Las redes me dieron la oportunidad, hace diez años, de usar mi voz y hablar directamente a la gente; ya no paso mucho tiempo ahí».

El producto estrella es la Crema Antiedad Global, pero Nuxuriance Ultra propone un cuidado integral del rostro y del cuerpo, para el día y para la noche



- NUXURIANCE ULTRA -

La innovación **ANTIEDAD** *global es de* **NUXE**

En un momento el que el Retinol, ingrediente antiedad por excelencia, está en entredicho por sus contraindicaciones, Nuxe ha descubierto la tecnología exclusiva Alfa [3R] technology, que se postula como la alternativa estrella. Una combinación de tres activos de origen natural (ácido hialurónico, extracto de semillas de alfalfa y extracto de hemerocalis fulva) que se ha materializado en la gama Nuxuriance ULTRA, la innovación antiedad global más eficaz que el retinol, pero sin todos los efectos no deseados que presenta este activo. ¿Sus resultados? En dos meses de uso los principales signos de la edad se revierten logrando una piel más luminosa y densa, más firme y con las arrugas atenuadas. Una rutina completa para el rostro que está compuesta por seis productos, cuyo máximo exponente es la Crema Antiedad Global, con resultados visibles desde la primera aplicación. Además dos productos para el cuerpo que hacen de Nuxuriance ULTRA de Nuxe mucho más que una simple gama antiedad.



**A UN PASO
DEL OSCAR**

El año pasado,
Kirsten fue nominada
al Oscar por *El poder
del perro*, de Jane
Campion.

KIRSTEN BURNETT UNA MUJER

Es una de las actrices más exitosas de Hollywood, pero desde que se convirtió en madre y cumplió los 40, ha tenido que lidiar con el encasillamiento. Ahora, tras una pausa de dos años, vuelve al cine con un papel nuevo, brillante e inesperado: una reportera de guerra en *Civil War* (10 abril). Puede con todo.

POR ESTER AGUADO
FOTO PASCAL LE SEGRETAİN/GETTY IMAGES

«Me encantaría poder rodar una película en Europa, en alemán, con una actriz como Sandra Hüller o también con Almodóvar, sí».



VIBRANTE
"CIVIL WAR"

Debutó a los seis años junto a Woody Allen (*Historias de Nueva York*) y junto a Tom Hanks en *La hoguera de las vanidades*, pero nunca fue un juguete roto.

Quizá su sangre alemana le ha permitido siempre tener los pies en la tierra... y eso que si tu primer beso te lo da Brad Pitt (*Entrevista con el vampiro*, 1994), aprendes a jugar con Robin Williams (*Jumanji*, 1995) y tu primer novio se llama Peter Parker (*Spider-Man*, 2002), la cosa se complica. Pero Dunst, después de tres décadas en la pantalla, siempre se ha quitado importancia a sí misma: es de las que usa zapatillas Dior con calcetines de Amazon: «No gasto tanto dinero en zapatos, prefiero comprar toallas bonitas», confiesa desde su casa de Toluca Lake. Allí vive discretamente junto a su marido —el también actor Jesse Plemons, con el que lleva 8 años de matrimonio— y sus dos hijos, Ennis (5 años) y James (2). Para criar al último, permaneció sin trabajar los últimos dos años. Por lo visto, su mejor papel es el de madre. Valiente, porque acababa de recibir su primera nominación al Oscar por *El poder del perro*, de Jane Campion. De madre triste ha pasado a reportera de guerra. Y convence al 100 %. Vuelve la estrella, superados los cuarenta. Bien por ella.

El director de *Civil War*, Alex Garland, afirma que tienes «talento, vivencias y, sobre todo, alma. Se ve en sus ojos, es perfecta como fotógrafa». ¿Te costó mucho llegar a ser Lee Smith, la protagonista de esta historia?

Bueno, ha sido un largo trabajo. Cuando leí el guion pensé que nunca había hecho algo así. Mi mayor miedo era no parecer una fotógrafa. Cuando has estado haciendo fotos toda tu vida, hay un descanso en la forma en que te aprietas la espalda, los brazos, o en cómo guardas la cámara. Trabajé con un profesional para educarme. Y como aún estábamos en la época del covid, salía por la casa fotografiando a mis hijos, les seguía a todas partes.

Y en la vida real, ¿crees que podrías haber sido una

corresponsal de guerra?

¿Yo? ¡No! ¡Estás arriesgando tu vida continuamente! Es un tipo de ser humano realmente heroico. Yo nunca podría hacerlo, especialmente ahora con dos hijos. Además de que soy una persona miedosa. Y tuve estrés postraumático durante dos semanas después del rodaje. Recuerdo

llegar a casa, comer y sentirme vacía.

¿Conociste a alguna periodista en la que inspirarte?

El documental que más me inspiró fue el de María Colvin, *Under the Wire*. Fue el más intenso que vi sobre periodistas de guerra y su sacrificio y lo que sufren para poder contar la verdad al mundo. Es increíble lo que ella ha visto y vivido en su carrera.

***Civil War* cuenta una historia muy dura, en realidad todas las guerras lo son. Pero el hecho de ponerle imágenes, de que podamos verlo, ¿la hace aún más dura?**

Bueno, cuando leí el guion estaba sentada al borde de la silla, nerviosísima. Y, para ser honesta, incluso habiendo grabado la película, ver el final fue muy sorprendente. Es un trabajo duro, pero también, creo, un hermoso homenaje a estos periodistas y a lo que hacen y a lo que sacrifican. En este filme de acción, hay incluso mucha humanidad y amor por el arte de la fotografía.

La escena más complicada de filmar, ¿cuál fue?

Para mí, lo más difícil fueron las últimas dos semanas de grabación, porque lo hicimos en orden. Fueron quince días de explosiones, disparos y tanques, de batallas hiperralistas (firma de A24, la productora). Y estar en ese ambiente, incluso si es ficción —al director le gusta que todo se sienta lo más real posible—, resulta extenuante. Es muy intenso estar en línea con estos soldados que son soldados reales, ex militares reales. Lo viví >



Imaginémonos 100 años más

Si en pocos años la tecnología nos permitirá conocer a nuestro futuro bebé sin salir de casa... Imaginémonos todo lo que seremos capaces de hacer en los próximos 100.



...lo posible
...horizontes
...escribiendo...
...compartiendo
...más abiertos
...siempre adelante
...capaces de todo
...cumpliendo sueños
...sin límites
...un mañana mejor
...un paso por delante
...perseverando
...intentándolo
...más próximos
...más felices
...de nuevo
...con más soluciones
...cooperando
...confiando
...más cerca
...más conscientes
...cando paso
...transcendiendo

como algo muy aterrador. Hasta cuando estaba en maquillaje, temblaba el trailer por las explosiones. Y, además, pones las noticias y ves los tiroteos en las escuelas...

¿Entrenaste para rodar las escenas más físicas?

Siempre tuvimos a los soldados en el rodaje, que nos asesoraban. Es muy estratégico el modo en que un periodista forma parte de un grupo de asalto y saber cuándo ir y cuándo no ir, conocer las señales de los soldados para saber qué área es segura. Y esas son las cosas que aprendimos bien.

La película habla de una realidad utópica, pero posible: la de que dos partes de Estados Unidos se enfrenten en una guerra civil. ¿Nuestra sociedad sería mejor si las mujeres gobernaran?

Creo al 100 % que, si nosotras cogiéramos las riendas de los gobiernos de los países, nos iría infinitamente mejor. Este filme permite a los espectadores llegar a sus propias conclusiones. Y eso es lo interesante, pero también es ficticio. Asombra porque se ve y se siente muy real y es una fábula de lo que sucede cuando las personas no se comunican y dejan de verse como seres humanos. Lamentablemente, hay polarización en todo el mundo, aunque lo sorprendente es ver que sucede en Estados Unidos. Alex es un realizador muy provocador. Me encanta.

De nuevo trabajas con tu marido, el actor Jesse Plemons. ¿Resulta fácil o difícil?

Creo que fuimos los primeros en enamorarnos creativamente durante el transcurso de la tercera temporada de la serie *Fargo* (Movistar Plus+). Tenemos mucho respeto y comprensión mutua profesionalmente, así que no siento que estoy trabajando con mi marido, sino con un gran actor. En *Civil War* solo tenemos una escena en común, quizás la más dura de la película

y es tan intensa para él, que el día del rodaje ni siquiera hablamos entre nosotros. En *El poder del perro* sí que rodamos muchas más. Me encanta grabar con Jesse, es mi actor favorito. A los dos nos gusta trabajar juntos.

Has estado parada durante dos años: ¿fue por decisión propia o porque no llegaron buenos papeles?

Un mucho de todo (risas). Acababa de dar a luz a mi segundo hijo y el mayor empezó la secundaria, la escuela real. Así que hay muchos factores que influyeron. No lo hice porque tiene que valer la pena salir de mi casa. Lo que intento decir es que, en este punto de mi carrera, tengo la oportunidad de elegir lo que quiero hacer. Y es muy difícil para mí actuar si no creo en algo. Lo tengo muy claro. Siempre he sido fan de Alex Garland (*Ex-Machina*, *Aniquilación*) y hace tan pocas películas... Estaba muy emocionada de tener la oportunidad de estar en una de las tuyas, porque es alguien que traspasa límites. Pero, para ser honesta, ha sido difícil dedicarme a ser únicamente madre, pero eso les pasa a todas las mujeres, no solo a mí. Y ahora hay menos papeles buenos para las de mi edad.

Garland dice que siempre le ayudabas mucho dando tu punto de vista. ¿Te ves a ti misma dirigiendo en el futuro?

En el futuro, probablemente lo haré, pero no es el momento, ahora que mis hijos son tan pequeños, porque es un trabajo muy exigente. No sé qué tipo de filme haría, aún no tengo ni idea.

Tu padre es alemán. ¿Te gustaría trabajar en Europa, con una actriz como Sandra Hüller (*La zona de interés*, *Anatomía de una caída*)?

Me encanta Sandra Hüller y sería genial poder trabajar con ella y rodar un filme en alemán. También con algún director español como Almodóvar.

MUCHO WOMAN POWER

Kirsten junto a la joven Cailee Spaeny (*Priscilla*), una de las sorpresas de la película *Civil War*. Fue Dunst quien se la propuso a Sofia Coppola para el biopic.



«Nunca había hecho algo así: una película de acción que traspasa los límites. Sinceramente, hay papeles menos buenos para las mujeres de mi edad».

MUJERES *que marcan* el CAMINO

La industria aeronáutica ha sido considerada, durante mucho tiempo, un terreno predominantemente masculino. Sin embargo, las mujeres están conquistando su espacio en este sector. Compañías aéreas como Vueling reflejan este cambio de paradigma. Tanto, que el 50,2% de su plantilla está compuesta por mujeres, con una importante presencia en posiciones técnicas clave.

Un ejemplo, lo vemos en el departamento de Operaciones de Vuelo, con un equipo formado por 27 personas, 14 de ellas mujeres, esencialmente formadas en ingeniería. Un grupo que destaca por su trayectoria dentro de la compañía, combinando experiencia y juventud, con una media de edad en torno a los 30 años.

Mar Albaladejo y Laura Pérez son dos de ellas. Movidas por la magia que desprenden los aeropuertos, ambas se embarcaron en el sector de la aviación tras finalizar sus estudios. “Al decir que trabajamos en Vueling, muchos asumen que somos tripulantes de cabina”, explican. Sin embargo, son ingenieras aeronáuticas y trabajan en proyectos de transformación e innovación. “Entramos como becarias y hemos ido creciendo. En este sentido en Vueling se da la oportunidad y se apuesta por el talento joven”, subrayan.

APUESTA POR EL TALENTO FEMENINO

En concreto, Mar, de 29 años y casi 8 años de experiencia en Vueling, lidera proyectos de transformación operativa, especialmente centrados en la digitalización de documentos operativos. Junto a su equipo, ha logrado reducir el uso de papel en cabina, mejorando la eficiencia de las operaciones y el día a día de las tripulaciones. Además, gracias a la reducción del peso a bordo que ha permitido esa digitalización, ha sido posible reducir el uso de combustible y, por tanto, las emisiones de CO2.

Por su parte, Laura, de 31 años, ha desempeñado roles diversos durante la última década. Comenzando como becaria en el departamento de Safety, Laura ha adquirido una visión integral del funcionamiento de una aerolínea trabajando en áreas como Network y actualmente liderando el área de Navegación y Rutas. Su trabajo se enfoca en evaluar la viabilidad técnica de las rutas y aeropuertos, así como proporcionar la documentación técnica y bases de datos para poder operar el vuelo. Laura y su equipo trabajan en proyectos de digitalización y optimización de procesos operativos, como Datalink, con el que se ha

El mundo de la aviación ha sido considerado tradicionalmente un sector predominantemente masculino, sin embargo, las mujeres van progresivamente conquistando su espacio.

conseguido reducir la carga de trabajo de las tripulaciones en unos 7 minutos por vuelo.

REFERENTE EN IGUALDAD

Además de contar con una plantilla paritaria, tras la llegada de Carolina Martinoli en abril como nueva presidenta y CEO, Vueling cuenta con un 71,4% de mujeres en el Comité de

Dirección. Además, el porcentaje se sitúa en un 40,3% en los cargos de gerencia y directivos.

Según datos de la Universidad Politécnica de Catalunya, el número de mujeres en los estudios de ingeniería aeroespacial se es del 25,69%. Aunque la cifra ha aumentado, aún es necesario fomentar el interés femenino por las carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas). Iniciativas como las de Vueling están contribuyendo a cambiar esta realidad. Una vez al mes, la compañía organiza visitas de alumnos de la ESO para que conozcan cómo funciona. “Siempre intentamos que una de las personas que realice la visita sea una chica para que anime a las alumnas a estudiar algún tipo de ingeniería”, comenta Mar. Y Laura destaca la importancia de eventos como el "Saló de l'Ensenyament" o las redes sociales, “donde cada vez vemos más referentes mujeres que se dedican a alguna profesión STEM”.



El 50,2% de la plantilla está compuesta por mujeres, con una importante presencia en posiciones técnicas clave

INTÉRPRETE MODELO
LAETITA CASTA

Además de triunfar como modelo, Laetitia se ha ido labrando una carrera cada vez más sólida como actriz. En su último trabajo, *El consentimiento* (ya en cartelera), realiza uno de los papeles más complejos de su trayectoria. Dirigida por Vanessa Filho, la película adapta el libro de Vanessa Springora donde relata su relación (real y escandalosa)

con el exitoso escritor Gabriel Matzneff. Ella tenía catorce años, él 36 más. Laetitia da vida a la madre de Vanessa (Kim Higelin), duramente juzgada cuando se conoció el caso.

«Fue repudiada de manera muy violenta y lo encontré despreciable –opina la actriz–. Para mí, esta mujer es frágil. Tenía una profunda intuición de que algo muy injusto había sucedido y sentí dentro de mí el deseo de hacer algo al respecto. Me impulsó el deseo de la verdad mientras la encarnaba». Casta confiesa que para ella el cine es un compromiso emocional y político.

«Mis elecciones artísticas deben tener significado para mí y actuar en esta película lo tuvo».



actrices con
CHARMIE

Tres mujeres francesas con mucho estilo y derroche de talento se asoman a nuestra cartelera con tres títulos muy recomendables: *El consentimiento*, *Iris* y *Los buenos profesores*.

POR ISABEL LOSCERTALES

MULTIPREMIADA
LAURE CALAMY

Es una de nuestras mejores actrices europeas, reconocida con galardones como el Horizontes 2021 en Venecia por *A tiempo completo*, de Éric Gravel, o el César 2020 por *Vacaciones contigo... y tu mujer*, de Caroline Vignal. Visto el éxito, Laure Calamy (Orléans, 1975) vuelve ahora a trabajar con Vignal en una comedia fresca y vital que arrasa en la cartelera francesa: *Iris*. Brillante en su papel, interpreta a una mujer casada, con dos hijas y un negocio de éxito, pero terriblemente frustrada porque ya no tiene sexo con su marido. Las aplicaciones de citas le abrirán un universo que la harán reconectar con su deseo. Porque sí, las mujeres a los 40 y largos y más allá también lo tienen e ir a ver esta película y (escena inolvidable) bailar con Calamy *It's raining men*, es una buena manera de celebrarlo. Anota la fecha de estreno: 31 de mayo.



SÍ AL DESEO

«*Iris* –considera Caroline Vignal– puede leerse como un manifiesto a favor del deseo y del encuentro; una narración optimista que supera el miedo, la pereza, la cautela y la inercia que a veces nos mantienen bajo un paraguas, en un espacio cerrado en el que nos asfixiamos».

LECCIÓN MAESTRA

Adèle Exarchopoulos (París, 1993) debe su apellido al origen griego de su padre y su fama a *La vida de Adèle*, filme que la convirtió en la actriz más joven en ganar una Palma de Oro. El 17 de mayo estrena *Los buenos profesores*.



TALENTO SALVAJE ADÈLE EXARCHOPOULOS

Desde que con 19 años saltara al estrellato mundial con *La vida de Adèle* (2013), no ha parado de trabajar ni de acaparar miradas, gracias a esa sensualidad natural y a una voz grave y rasposa que se hace escuchar. El 17 de mayo podremos verla en cines en *Los buenos profesores*, de Thomas Lilti, un hermoso homenaje a la profesión de maestro ambientado en un instituto de París. Adèle Exarchopoulos interpreta a una docente, Meriem, que establece la distancia correcta con los alumnos, mezcla de autoridad y afecto. «Como Meriem –explica el director–, Adèle es una mente brillante, una chica muy viva, rápida e instintiva pero, paradójicamente, es lo opuesto a la primera de la clase. A través de ella, quería mostrar que los profesores no son necesariamente buenos ex alumnos». La actriz lo admite entre risas: «Resulta una ironía pero nunca fui una buena alumna». Sobresaliente como actriz, próximamente estrenará dos películas y una miniserie y pondrá la voz a Aburrimiento en *Del Revés 2 (Inside Out 2)*, en cines el 19 de junio.



MIMA a tu MADRE con elegancia y exclusividad

Todos los días hay que decirle a nuestra madre cuánto la queremos. Pero el 5 de mayo, tenemos la oportunidad de tener un detalle para celebrar el amor incondicional que sentimos por ella.

Para ayudarte a elegir un regalo que fascine a tu madre, hemos preparado una selección de relojes y accesorios de las marcas Festina, Lotus, Lotus Style y Jaguar. Desde la elegancia atemporal hasta la tendencia más actual, con opciones para todos los gustos y presupuestos, puedes elegir el regalo que conseguirá que tu madre se sienta única y especial cada día.

Si hay un accesorio, sin duda son los relojes del Grupo Festina. Con un diseño sofisticado y excelente calidad, se trata de una gama de relojes respetuosos con el medio ambiente con diferentes opciones que se ajustan a diversos estilos y personalidades.



F20622/H
(89€)

Festina, calidad y diseño

Festina Alegría es un reloj ideal si quieres regalar elegancia y funcionalidad. Pero si lo que estás buscando es una auténtica obra de arte, te recomendamos un Festina Solar Energy en acero con circonitas y cristal mineral. Además los Festina Solar Energy son relojes respetuosos con el medio ambiente.



F20659/3
(189€)



18936/5
(119 €)

Lotus, urbano y rompedor

Lotus tiene modelos perfectos para regalar a tu madre. Si busca frescura en su outfit, un Lotus Trendy, en azul marino, será su complemento perfecto. Si le gustan los clásicos y busca elegancia y sofisticación, un Lotus Freedom será un acierto seguro.



18931/1
(139€)



J994/B
(735 €)

Jaguar, fuerza Swiss Made

Jaguar apuesta por la belleza más absoluta. El modelo Jaguar Coeur, de color azul desvela el funcionamiento del movimiento automático suizo a través de su corazón. El Jaguar Diplomatic, de esfera nacarada y con índices de color oro rosa, es de una gran belleza clásica actualizada. Ambos tienen cristal de zafiro para asegurar una excepcional visibilidad.



J1016/1
(490€)



LP3213-1/1
(49€)



LP3234-2/2
(29,9€)

Mother's Love by Lotus Silver, puro amor

Esta colección te ayudará a mostrar todo el amor a tu madre de una forma muy especial. El collar Lotus Silver, en plata, es una opción ideal que refleja ese vínculo único e infinito que existe entre vosotras. Y de la misma colección, en plata con un baño dorado, la pulsera, una pieza de alma romántica con identidad propia.

- TELE -

La CARA OCULTA

Un gran elenco femenino, personajes llenos de claroscuros y un terrible secreto: no puedes perderte *Las largas sombras*, la primera serie de Clara Roquet.

Todos se fijaron en ella tras dirigir la película *Libertad* (2021), ganadora de dos Goya y cuatro Gaudí. Con una amplia experiencia como guionista, Clara Roquet firma ahora su primera serie, *Las largas sombras*, que llega el 10 de mayo a Disney+ y que continúa con esa hondura psicológica femenina, marca de la casa. Una complejidad que reflejan bien las excelentes actrices del reparto.

Inspirada en la novela homónima de Elia Barceló, *Las largas sombras* retrata en seis episodios el reencuentro de un grupo de amigas de Elda (Alicante), justo cuando hallan el cadáver de una compañera de instituto, desaparecida en el viaje de estudios que hicieron todas a Mallorca 25 años antes. ¿Qué están ocultando? Todo cambió en ese viaje y todas pueden ser culpables: la famosa cineasta afincada en Londres Rita Montero (Elena Anaya); la que fuera su primer amor, la prepotente Candela (Itziar Atienza); la aparentemente perfecta Teresa (Belén Cuesta); la política Soledad (Marta Etura); la exitosa agente inmobiliaria Carmen (Ana Rayo) o la sensible Lena (Lorena López). La agente de policía Paula Ríos (Irene Escolar), hermana de la fallecida, está dispuesta a averiguar qué sucedió allí,



PÓKER DE ASES

Marta Etura, Elena Anaya y Belén Cuesta dan vida a tres amigas de una pandilla con un pacto secreto. De blanco, Irene Escolar interpreta a la policía hermana de la joven encontrada muerta.

convencida de que la víctima sufrió bullying.

Tal y como apunta la directora Clara Roquet, «esta, esencialmente, es una serie de personajes, de actrices. Aunque se sustenta en una trama de thriller, unos puntos de giro y misterios potente, para mí su corazón está en la complejidad de la amistad femenina y las relaciones entre estas mujeres». A lo largo de la serie seremos testigos de cómo van cayendo sus máscaras y desvelándose sus dos caras: la que enseñan a los demás y la que esconden, llena de culpa y traumas del pasado.

POR ISABEL LOSCERTALES.
FOTO PABLO ZAMORA.

- MARBELLA ES PODEROSA -

La ciudad no cesa de protagonizar series que retratan su coqueteo con el mundo criminal y el glamour de la jet set. Dos nuevos títulos.



"Eva & Nicole"

La nueva serie de Antena 3, firmada por Daniel Écija, recoge la rivalidad entre dos importantes mujeres de la jet set marbellí que antes fueron amigas: Nicole (Belén Rueda) y Eva (Hiba Abouk).



"Marbella"

Dani de la Torre y Alberto Marini ("La Unidad") están detrás de la primera serie de gánsteres española. La protagoniza Hugo Silva y adivina dónde se ha rodado. El 2 de mayo en Movistar Plus+.



LIBRE Y BOHEMIA

La artista Suzanne Valadon retrató desnudos femeninos, odaliscas y mujeres avanzadas a su tiempo, como la de *La habitación azul* (1923).

- ARTE -

UNA MUJER muy moderna

El MNAC, en Barcelona, organiza la primera exposición en España de la gran artista francesa Suzanne Valadon.

Hija de una viuda lavandera, Suzanne Valadon (Bessines-sur-Gartempe, 1865 - París, 1938) acabaría convirtiéndose en una de las grandes de la vanguardia artística. Menos conocida de lo que debería, el Museu Nacional d'Art de Catalunya quiere ponerla en valor a través de su primera gran muestra monográfica en España. En colaboración con el Pompidou-Metz, *Suzanne Valadon. Una epopeya moderna* exhibirá un centenar de obras de la artista del 18 de abril al 1 de septiembre.

Tuvo una vida de novela. A los 15 años, Valadon aterrizó en Montmartre, epicentro de la modernidad artística. Su belleza la llevó a ser modelo de maestros como Toulouse-Lautrec, Renoir o Degas. Fue en esas sesiones donde se convirtió en una observadora privilegiada, además de amiga, pareja o amante de grandes artistas. «Con el paso del tiempo –nos explica el

comisario de la exposición, Eduard Vallès– se empezó a consolidar como artista, sobre todo a partir de sus retratos y sus célebres desnudos femeninos, que eluden la clásica mirada erotizada: son naturales, reales, lo que en su tiempo supuso una revolución».

También ha pasado a la historia como la primera artista en representar el desnudo masculino. «Fue el retrato de su pareja André Utter, 21 años más joven que ella y cuya relación duró casi hasta el final de la vida de ambos», apunta Vallès. «Estamos ante un caso excepcional de emancipación artística –señala–. Tuvo que luchar para ser artista en un medio totalmente hostil para una mujer, el París de finales del XIX. A pesar de ello, alcanzó la gloria en vida. El estado francés le compró su primera obra en 1924 y a su sepelio acudieron artistas como Braque y Picasso, muestra clara de su estatus».



Niña de negro y rosa (c. 1926).

Una española en París

Infravalorada en España, María Blanchard (Santander, 1881 - París, 1932) también triunfó entre la vanguardia artística parisina, donde nada tenía que envidiar a grandes como Juan Gris. Contribuyó al arte moderno con su estilo cubista, la experimentación de perspectivas múltiples y el tratamiento de temas femeninos y sociales: mujeres trabajadoras, maternidad, escenas domésticas... La gran dama del cubismo protagonizará una retrospectiva en el Museo Picasso de Málaga, del 30 de abril al 29 de sept. Reivindiquémosla.

- LIBROS -

la DAMA OSCURA

En su último libro de cuentos, *Un lugar soleado para gente sombría*, la exitosa autora de terror argentina Mariana Enríquez explora el miedo ante los cambios del cuerpo, la violencia contra la mujer y otros horrores cotidianos.

POR ISABEL LOSCERTALES
FOTO NORA LEZANO

Su legión de fans no cesa de crecer. Tras grandes éxitos como *Las cosas que perdimos en el fuego* o *Nuestra parte de noche* (Premio Herralde 2019), Mariana Enríquez presentaba su nuevo libro de cuentos, *Un lugar soleado para gente sombría* (Anagrama), en una enorme gira por toda España. Por algo *The New York Times* la llamó «la estrella de rock de la literatura». Mucho más luminosa en las distancias cortas, quedamos con Mariana en la sede de su editorial en Barcelona y en un día muy especial.

Es 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer. ¿Dirías que tus libros tienen un componente feminista?

Sí. Para mí el feminismo es algo netamente político y activista. La literatura puede serlo, pero yo intento que no. Trato más bien de pensar las cuestiones femeninas y feministas. Quiero decir, no ser siempre correcta ni hacer siempre lo que prescribe el feminismo, darme permiso para decir: «Tengo miedo de ser vieja, tengo miedo de ser fea, tengo miedo de cómo me ven los demás...» Discursiva y políticamente no hay que ser edadista, tenemos que aceptar el cuerpo como es... Pero después está lo que le pasa a cada uno, esas vulnerabilidades, y eso me parece que en la literatura tiene que aparecer.

Por mucho fantasma suelto que haya, en tu último libro, como en otros, aparecen elementos muy



reales: un barrio tremendamente inseguro, una violación, una mujer obesa rechazada, una enferma de cáncer... ¿Cómo de importante es eso en tu narrativa?

Muy importante. Además, este es un libro que está muy cercano al cuerpo. Y por supuesto, el que yo conozco es el mío, un cuerpo femenino a los 50 años. Hay un cuento, *Metamorfosis*, sobre el climaterio. No necesariamente es autobiográfico, pero siento que es un momento vital donde lo que le pasa a nuestros cuerpos es totalmente invisible, no se habla. Eso a mí me preocupa. También me interesa ver cómo se trata el cuerpo de las mujeres en el discurso médico. En muchos casos y en mi experiencia

A LA MODA

Mariana Enríquez es una gran amante de la moda. En la foto, con vestido de Zimmermann, marca australiana de la que también es fan su admirada Lana del Rey.

«Este es un libro que está muy cercano al cuerpo. Y, por supuesto, el que yo conozco es el mío: un cuerpo femenino a los 50 años».

personal, muchas dolencias femeninas suelen considerarse psicosomáticas. Si te duele cada día la cabeza es porque te tenés que relajar. Y si todos los viejos son invisibles, la mujer más. A eso se añade el problema de si tengo que cuidar de mi madre. Se abre toda una nueva dimensión que está relacionada con lo femenino. No lo había pensado hasta ahora porque no me pasaba y es un mundo silenciado.

¿Y por qué ese título, *Un lugar soleado para gente sombría*?

Es algo que dijo William Somerset Maugham sobre la Riviera Francesa: un lugar lleno de sol y de gente oscura. Lo usé originalmente para una crónica sobre los Rolling Stones, que grabaron un disco en el sur de Francia, y lo tomé para uno de los cuentos del libro que transcurre en la ciudad de Los Ángeles, un lugar con playas pero poblado de leyendas oscuras: la Dalia Negra, los hoteles encantados y hasta el propio cine.

De los doce cuentos del libro, ¿cuál es tu predilecto?

Diferentes colores hechos de lágrimas, protagonizado por unas chicas que trabajan con vestidos vintage. Quería abordar la violencia hacia las mujeres, ya lo hice con *Las cosas...*, pero allí había mucha mujer muerta y no quería que muriera nadie, no tenía ganas. Así que decidí hablar del origen de la violencia en la fantasía y cómo la fantasía de la violencia en sí misma ya marca la relación. Y me encanta escribir sobre moda.

Háblame de esa fascinación tuya por la moda.

Siempre me gustó mucho, lo único que la moda exige tener estilo y un poco de dinero y tiempo para buscar. Lo que es extraño es que la disfruto más ahora, porque cuando era más chica estaba siempre pensando en que las cosas no me quedaban bien. Ya me desprendí de eso.

¿Has aprendido a aceptarte, quizás?

Quizás un poco más. Siempre tenemos nuestras cosas. Pero cuando uno es joven la mirada del otro es mucho más difícil, cosa que es absolutamente frustrante porque ahora veo las fotos de cuando era joven y pienso, ¡qué guapa! Todos esos años en los que podría haber disfrutado de mí misma como loca la pasé pésimo pensando que no me cerraba el jean, que la cara no sé qué. Tengo amigas muy guapas que también lo pasan mal, hay todo un problema por cómo nos ven. A mí hace unos

años se me pasó, puede ser por la edad u otros mecanismos, y puedo ponerme un vestido que no hubiese podido llevar hace unos años.

¿Qué diseñadores o diseñadoras te gustan?

Vivienne Westwood, Alexander McQueen... Me había gustado mucho Alessandro Michele en Gucci. Y de los clásicos, Yves Saint Laurent y el primer Balenciaga.

¿Y tu atracción por el terror dónde nace?

Fue la primera literatura que me gustó. En mi casa había una biblioteca a la que tenía total acceso. Empecé a leer a Bradbury, Cortázar, Borges, Poe, *Frankenstein*... Y creo que también tiene que ver con el ambiente en el que crecí, de dictadura, de miedo total. Esa fue mi educación sentimental en el horror. A veces, cuando uno está en un ambiente así no te ayuda leer cosas alegres, sino que prefieres las oscuras. Me pasó con la pandemia: no podía leer sobre la vida normal porque me daba miedo que no volviera.

¿Cuál es tu principal miedo?

A todo lo que tiene que ver con la vulnerabilidad del cuerpo humano: enfermedad, locura... Morirse también pero es más rápido (risas).

¿Eres creyente?

No, pero siendo de familia anticlerical, con los años aprendí a ser tolerante con la religiosidad de la gente. No tengo fe pero la entiendo.

¿Y esotérica?

Un poco. Sé tirar el tarot. Lo tiro bien y precisamente por eso no me gusta hacerlo.

¿Tuviste alguna experiencia sobrenatural?

Nunca. Me gustaría, pero nunca.

¿Con qué fantasma te gustaría encontrarte?

Con Rimbaud. Es mi poeta favorito y me gustaría preguntarle qué le pasó para que dejara de escribir tan pronto. Es un gran misterio.

Con el éxito que estás teniendo como escritora, ¿por qué sigues trabajando como periodista y docente?

Porque soy argentina, es la única explicación que encuentro (risas). Allí el nivel de inestabilidad económica es tan alto que tu sensación es la de no soltar nunca un trabajo, porque cuando lo pierdas, caerás en la miseria y la catástrofe. Eso me dice mi cabeza, aunque no es algo racional.

¿Te ha cambiado de alguna manera el éxito?

Uno no lo nota demasiado, pero en algo seguro, sobre todo con la cuestión de la exposición. Nunca pensé que me iban a reconocer o que fueran a hacer tres horas de cola para verme; es una cosa rarísima y eso te tiene que cambiar pero no estoy segura de en qué manera.



LA BSO DEL TERROR

Mariana Enríquez escribe cada libro con una banda sonora específica. En este lo hizo con Lana del Rey, Ghosteen de Nick Cave, Suede y black metal noruego.

UNA OBRA

Los amigos de ellos dos, de Matías del Federico y Daniel Veronese, llega a Madrid con unos espléndidos Malena Alterio y David Lorente. En las Naves del Español, en Matadero, del 11 de mayo al 16 de junio. Te dará que pensar.



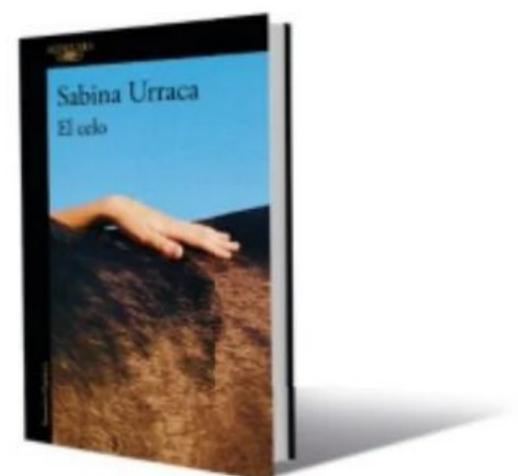
UNA EXPO

El Museo de la Moda de París, **Palais Galliera**, rinde homenaje al fotógrafo de moda **Paolo Roversi** en su primer monográfico en la ciudad. La retrospectiva reunirá unas 140 obras de este artista italiano afincado en París que, gracias a la belleza y la fuerza de sus instantáneas, trabajó en las principales cabeceras y con grandes diseñadores como Yohji Yamamoto o Rei Kawakubo. Hasta el 14 de julio.

NUESTRAS APUESTAS

UN LIBRO

Uno de los regresos literarios más esperados, el de **Sabina Urraca**, tendrá lugar el 9 de mayo, cuando publica su novela **El cielo** (Alfaguara). La protagoniza una joven en colapso vital, que se refugiará en una perra callejera y en una amiga inesperada.



UNA SERIE

Joel Edgerton y Jennifer Connelly protagonizan ***Materia oscura***, una absorbente serie sobre las vidas que no hemos vivido. Adapta la exitosa novela homónima de ciencia ficción de **Blake Crouch**. Estreno: 8 de mayo en Apple TV+.





UNA PELÍCULA

De **Zendaya** lo veríamos todo, pero si además lo firma **Luca Guadagnino** y va sobre un triángulo amoroso, las ganas se redoblan. En **Rivales**, la actriz da vida a una entrenadora de tenis que enfrenta en un campeonato a su marido (**Mike Faist**) con el ex mejor amigo de él y ex novio de ella (**Josh O'Connor**). Promete. Estreno: 26 abril.

SIA lanzará *Reasonable Woman*, su nuevo álbum de estudio en ocho años, el 3 de mayo. Además de con **Kylie Minogue** en *Dance Alone*, entre los quince temas habrá otras grandes colaboraciones como las de **Labrinth** y **Paris Hilton**. Un éxito seguro.

POR ISABEL LOSCERTALES.



EDITOR'S CHOICE

Una serie de estreno, dos libros que alimentan el alma y dos gratas sorpresas entre mis propuestas culturales del mes.
Myriam Serrano, redactora jefa.

Travel Series

Soy muy fan (quién no) de esta colección de Assouline. Su último coffee table book es un homenaje al arte, la historia y la fiesta de la capital andaluza.



El cielo de Madrid

Las personales obras de Sandra Rojo Picón y su estilo pop onírico, en "A cualquier otra parte". Desde el 26 de abril en la galería Utopía Parkway.



"El caso Asunta"

¿Alguien no se acuerda de los padres condenados por el asesinato de su hija adoptiva? El caso que conmocionó a España llega a Netflix el 26 de abril, en seis episodios. Con **Candela Peña** y **Tristán Ulloa**.



Siempre Auster

Lo descubrí con "Brooklyn Follies" y no lo he dejado. La nueva novela de **Paul Auster**, y quizá la última, trata sobre la vejez mientras lucha contra un cáncer, pero es luminosa.



Palma de Oro en San Sebastián

Cuánto realismo, sensibilidad y delicadeza en la forma de abordar la maternidad de **Jaione Camborda** en su película "O Corno".

- MARIAN MURO -

El boom del TURISMO

El sector vive su momento de mayor optimismo y una nueva eclosión desde el covid. Destinos emergentes o renovados, eventos business, precios al alza y desafíos, lo analizamos con una de sus mayores expertas en estrategia, desarrollo y gestión.

POR MYRIAM SERRANO FOTO LA PERSPECTIVA

Alta directiva en el mundo del turismo, dicen de Marian Muro que tiene una especial visión para anticiparse a las tendencias y ayudar a las empresas en su adaptación y transformación. Abogada, CEO de Muro Tourism Consulting, socia y miembro del consejo de administración CityMe, miembro del Consejo Español de Turismo, ex directora general de Turismo de Barcelona, ex directora de Turismo de Cataluña y ex directora para España del grupo Julià y asesora de diferentes empresas y comités, ha combinado viajes alrededor del mundo con la crianza de cuatro hijos, ahí es nada. Hablamos con ella de un sector que representa el 12,8 % de nuestro PIB y es un propulsor de la economía, la sociedad y la cultura.

2024 es el año en el que se batirán todos los récords turísticos mundiales, ¿se podía esperar una respuesta así después del parón por la pandemia?

Siempre pensé que volvería a reflotar y con más fuerza. Ya llevábamos años con una dinámica de crecimiento constante del número de viajeros, fruto de una nueva clase media en diversos países y por tanto mayor demanda, la tendencia a optimizar el tiempo libre, la democratización de los viajes debido a una mayor competencia, mejor conectividad y aumento de la oferta con nuevos destinos. Pero la pandemia nos desconectó del mundo y nos mostró la vulnerabilidad de nuestras vidas y ello, desde una perspectiva sociológi-



ca, ha contribuido a esa enorme ansia de salir y viajar como si no hubiera un mañana.

¿Seguirán subiendo los precios?

Sí. Con la irrupción de compañías aéreas low cost viajar se convirtió en un commodity y nos parecía lo más normal ir de fin de semana a Roma, París o Londres pues el coste de los billetes se redujo sustancialmente. Tras la pandemia los precios del aéreo y alojamiento han subido por los costes que ha tenido que asumir la industria turística, como otras. Los precios siguen elevados porque hay una fuerte demanda y seguirán altos porque las empresas turísticas y especialmente las aerolíneas tienen que hacer frente a fuertes inversiones para cumplir con los criterios de sostenibilidad.

CAPITALES MÁGICAS

«Las ciudades continuarán siendo el epicentro del nuevo turismo. En España lo vemos con Barcelona, la primera del denominado turismo urbano, que ahora tiene fuerte competencia con Madrid, Málaga, Sevilla o Bilbao, que lo están haciendo muy bien», dice Marian Muro desde lo alto de La Pedrera, en la Ciudad Condal.

¿Cómo ha cambiado la forma de viajar con los nuevos modelos de familia o de trabajo?

Vamos a mantener tendencias como las de los nómadas digitales trabajando desde cualquier parte del mundo, y también los viajes temáticos para practicar deporte, retiros de yoga y todo lo que tiene que ver con el bienestar. Ahora hemos pasado de querer tener a querer hacer.

¿Y los viajes de negocios?

No han llegado a los volúmenes de antes de la pandemia, ya que las tecnologías hoy nos permiten mantener reuniones virtuales sin problemas. En cambio, lo que sí se ha recuperado de una forma asombrosa es la asistencia a ferias y congresos, que se consolidan como puntos de encuentro para conocer los avances y novedades de sus sectores.

La capital del mundo este verano será París...

Sí, y seguro que sabrá aprovechar estos Juegos Olímpicos para reinventarse, incrementar la calidad de sus productos y servicios y diversificar todavía más su oferta. Eventos de esta importancia contribuyen a la transformación o modernización y reposicionamiento de las ciudades organizadoras. Son sucesos que dejan un legado en infraestructuras y que tienen mucho poder de atracción para un gran público y son una extraordinaria herramienta de promoción, siempre y cuando, una vez transcurridos, se sepan aprovechar las inercias creadas.

¿Qué nuevos y grandes destinos se vislumbran?

Uno que va a ser muy deseado es Mongolia, país de espacios abiertos. Su capital, Ulán Bator, está llena de planes sorprendentes. Hay nuevos museos y propuestas que se unen al atractivo de conocer las tradiciones nómadas. India, con nuevas rutas aéreas desde Europa y América, que facilitan la llegada a los destinos más populares como Nueva Delhi, Bombay o Goa, es otro destino que despuntará. Los ferrocarriles del país se están renovando y mejorarán el acceso a zonas más desconocidas. Marruecos también está en alza, no todo son zocos y medinas, está destacando como destino surfista de primer nivel. Chile trabaja en la ampliación de algunos de sus famosos parques naturales, en la última década ha creado más que cualquier otro país del mundo y eso es un gran atractivo. También Benín, que aunque pasa desapercibido en África Occidental, ya está siendo elegido por viajeros que visitan sus playas y descubren sus tradiciones ancestrales. O nuevos lugares en la ruta de la seda, Croacia...

¿Y en España?

Todos los destinos de nuestro país están muy consolidados, como prueban las increíbles previsiones de visitantes para este verano. Las Baleares tendrán buenas cifras, Lanzarote e Islas Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana, Ronda y Málaga... y para los que quieran escapar del calor, Navarra, Huesca o Cantabria, entre otros.

«Este será el gran año de París por los JJOO, de nuevas rutas en India, Mongolia, Marruecos o Chile. Las escapadas se reducirán, porque los vuelos van a incrementar sus precios».

¿Cómo ha influido el auge de la industria del lujo en nuestras cadenas hoteleras?

Sin oferta de lujo no hay clientes premium. España está haciendo un gran trabajo y se están abriendo hoteles de lujo extraordinarios que atraen a una demanda de alto poder adquisitivo que consume gastronomía, arte, cultura, comercio. Y esto hace que la cadena de valor se vaya transformando para crear servicios y experiencias adaptados a sus requerimientos.

¿Los españoles priorizamos o tenemos en cuenta la sostenibilidad cuando viajamos?

Hoy ya se percibe una mayor cultura en relación a la descarbonización, preservación del >

planeta, la apuesta por lugares menos masificados, pero no sé hasta que punto son determinantes para la selección de una estancia vacacional. Al final, salvo algunos colectivos como la gente mayor, llegan los meses de julio y agosto y la mayoría coge vacaciones y va a destinos conocidos y atractivos que durante quince días se ven totalmente saturados.

Hay ciudades, como Barcelona, casi colapsadas por la afluencia de turistas, ¿cómo equilibrar el bienestar de ciudadanos con una industria clave para la economía?

La clave está en la gestión. Barcelona, tras los Juegos Olímpicos, hizo un trabajo extraordinario de promoción y se convirtió en la primera ciudad de España en posicionamiento internacional y ello sin ser capital de Estado. Pero nos olvidamos de gestionarla, de avanzarnos y prever que el turismo, fuente de riqueza y prosperidad, también genera impactos que deben minimizarse. Ahora estamos en un punto muerto. Los visitantes seguirán viniendo porque, pese a los años convulsos que ha vivido, está de moda, es conocida en todo el mundo y sumamente atractiva. Pero hoy, a diferencia de hace 20 años, tiene una mayor competencia, con ciudades como Madrid, Málaga o Sevilla que lo están haciendo muy bien. Ahora solo cabe tener una buena diagnosis, un buen plan y liderazgo y determinación para aplicarlo, huyendo de ideologías políticas. Yo, como barcelonesa, creo que mi ciudad es una de las mejores del mundo, pero a la vez soy realista y sé que necesita tener una hoja de ruta.

¿Las condiciones climáticas cambiarán el curso del turismo?

Es uno de nuestros grandes retos y sin lugar a dudas afectará. España es una de las regiones de Europa más impactadas

HACIA LA PARIDAD

«Urgen mujeres directivas. A pesar de que el 54 % de la fuerza laboral en el sector turístico son mujeres, solo el 33 % de los puestos en los comités de dirección están ocupados por ellas».

Además de la sostenibilidad, ¿a qué otros grandes retos se enfrenta el sector turístico en España?

En primer lugar, la seguridad jurídica y la estabilidad son imprescindibles para mantener la competitividad. En segundo, la necesaria reconversión de los destinos maduros: el turismo de sol y playa fue clave en la modernización de España a partir de los años sesenta, pero muchos puntos del litoral mediterráneo se han quedado obsoletos, las administraciones competentes y el sector privado han de garantizar la modernización de este segmento. Otro gran reto es la falta de profesionales y la retención de talento, no es de recibo que un país con los niveles de desempleo de España esté buscando personal en el extranjero, hay que actuar. También contribuir a que la España vaciada pueda crear infraestructuras, experiencias y riqueza. Seguir trabajando en la digitalización. Y la colaboración entre destinos en promoción turística, como lo fueron Barcelona y Sevilla en 2021. ¿Se imaginan lo que serían Barcelona y Madrid de la mano promocionándose en mercados de larga distancia? Imparables.



por el aumento de temperaturas y los flujos turísticos podrían descender. Entre 2019 y 2023, el gasto turístico creció más en las zonas menos cálidas de España. Regiones vulnerables podrán ver caídas superiores al 5 % anual. Esto es un aviso sobre la necesidad de invertir en infraestructuras resistentes al clima, replantearse las experiencias, mejorar las instalaciones de sombra, ampliar los espacios verdes, modificar horarios, disponer de una oferta cultural nocturna...

CON CARÁCTER

Sportmax, la línea más arriesgada de Max Mara, ha sabido conjugar la elegancia de una piedra nacarada como es la perla con la tendencia de la temporada SS24. Una oda al blanco. Anillo latón con perla de cristal (105 €), SPORTMAX.

POR ESTER AGUADO
FOTO: IMAXTREE

Maxijoyas o perlas... es difícil decidir cuál de las dos tendencias tiene mayor presencia en pasarelas y calles esta primavera. Pero también se llevan los BOLSOS XXL O AL HOMBRO, LAS BAILARINAS o EL TACÓN KITTEN, los materiales naturales, el denim en todo tipo de complementos. Lo podrás ver en este número dedicado a París y a ellos.

DEVA CASSEL

«*c'est moi*»

Modelo, actriz en ciernes... la hija de los actores Monica Bellucci y Vincent Cassel ya hace tiempo que vuela sola. La descubrimos en una sesión en París en la que viste piezas de la colección de Christian Dior primavera-verano 2024

¿Qué tiene esta italo-francesa? Un charme y una naturalidad que arrasa. También fuera de foco.

POR ESTER AGUADO FOTO RUBÉN VEGA REALIZACIÓN MARTA LASIERRA

A sus 19 años, acaba de ser nombrada embajadora para las colecciones de mujer de Dior, así como nuevo rostro de Dior Belleza. Deva ya ha vivido varias vidas. Se nota en su forma de mirar, directa y confiada y en su trato con los que la rodean, respetuoso, amable y ávido por aprender de todo y de todos. Con esa naturalidad que la caracteriza empezó en el mundo de la moda: acompañaba a su madre a una sesión y, cuando el fotógrafo le propuso probar a ella, se divirtió mucho. Supo entonces que su amor por el arte la llevaría por ese camino. Y que la moda se convertiría en la forma más creativa de exteriorizar sus ideas. Con el mundo del cine no lo tuvo tan claro: aunque le fascinaba desde pequeña, no quería seguir los pasos de sus padres. Luego comprendió que escalar esa montaña la motivaba: se puso en manos de la italiana Laura Luchetti para interpretar a una provocativa modelo de los años 30 en su primer trabajo, *The Beautiful Summer*. Ahora sueña con recorrer su propio camino, disfrutando y con los pies en el suelo –mantras de sus padres– mientras fantasea con encontrarse dentro de unos años frente a ellos en el mismo set.

¿Dónde te sientes más cómoda, en una pasarela o frente a una cámara?

Son dos cosas muy diferentes... Diría que delante de la cámara, porque en mis shootings de moda me gusta mucho tomarme el tiempo para crear una relación con el equipo. >

Deva lleva vestido de organza de seda bordada; bailarinas D-Joy en satén negro y grogrén, firma CD de metal dorado sobre perla blanca en la parte delantera; y bolso Lady Dior My ABC de piel de becerro negra con tachuelas zodiacales. Todo, DIOR.





La actriz, con vestido de organza de seda bordada; bailarinas D-Joy de satén negro y grogrén, firma CD de metal dorado sobre perla blanca en la parte delantera y bolso Lady Dior My ABC de piel de becerro negra con tachuelas zodiacales. Todo, DIOR.



Deva lleva vestido trench de algodón DIOR.

Para una piel radiante se usa prebase iluminadora Dior Forever Star Filter; base de maquillaje Dior Forever Skin Glow; iluminador líquido Dior Forever Glow Maximizer en tono Peach 015, aplicado en la parte alta de los pómulos para captar la luz; sombra de ojos monocolor Diorshow Mono Couleur 628 Glitter Amber Star; lápiz de ojos waterproof Diorshow Stylo 091 Black; primer de pestañas Diorshow Maximizer 4D; máscara de pestañas Diorshow Iconic Overcurl; rojo de labios Dior Lip Glow 001. Todo, DIOR.



Deva, con vestido de guipur de algodón con estampado Sol; sujetador triángulo de punto de malla de seda y braguitas de malla de punto de seda de cintura alta. Todo, DIOR.

La modelo, con top floral de guipur de algodón; falda floral de guipur de algodón; sujetador triángulo en tejido técnico de punto; y braga de cintura alta en tejido técnico de punto. Todo, DIOR.





Con vestido trench
de algodón DIOR.

Un rostro saludable con
prebase iluminadora Dior
Forever Star Filter; base de
maquillaje Dior Forever Skin
Glow; iluminador líquido
Dior Forever Glow Maximizer
en tono Peach 015; sombra
de ojos monocolor Diorshow
Mono Couleur 628 Glitter
Amber Star; lápiz de ojos
waterproof Diorshow Stylo
091 Black; primer de
pestañas Diorshow
Maximizer 4D; máscara de
pestañas Diorshow Iconic
Overcurl; rojo de labios Dior
Lip Glow 001. Todo, DIOR.

Deva, con blusa
asimétrica de popelín
de algodón y
pantalón cargo de
gabardina de
algodón. Todo, DIOR.





Deva con cárdigan de punto efecto rafia; falda larga de punto efecto rafia; top bandeau de punto de seda; pantalones cortos de punto de seda; bailarinas Dior Songe de grogrén negro con flecos, firma Christian Dior Paris en hilos metálicos dorados bordados en la parte trasera y suela de goma. Todo, DIOR.

Especialmente con el fotógrafo y el estilista. Es crucial entender qué buscan, qué quieren transmitir y, sobre todo, hacer míos los looks, la historia, para dar vida y autenticidad a las fotos.

¿Tienes el mundo de la moda como objetivo?

Es un trabajo que significa mucho para mí... lo encuentro estimulante y revelador en muchos aspectos y me gustaría poder continuar este camino durante varios años. Compaginándolo con el cine.

¿Cuál es tu relación con la maison Dior y con su directora creativa de mujer, Maria Grazia Chiuri?

La casa Dior es una gran familia por la que siento un inmenso respeto; me conmueve y me honra nuestra colaboración. Maria Grazia es una directora artística muy talentosa; sus colecciones son femeninas, elegantes y sensuales y también es una mujer comprometida, que tiene un gran amor por el arte, algo que podemos sentir a través de sus magníficas creaciones; de cerca, es una persona muy amable.

Ella es un claro ejemplo de empoderamiento: ¿Es la moda ahora un instrumento para que las mujeres se sientan más fuertes? ¿Lo usas?

Absolutamente, a través de la ropa podemos expresarnos de forma poderosa y única. Y, a veces, no hace falta más que un único detalle.

Ayer asististe al show de Alta Costura primavera-verano de Dior. ¿Cuál fue tu pieza preferida?

Los vestidos azul oscuro con lunares... había dos modelos y estoy obsesionada con ellos: elegantes... resaltan discretamente la silueta.

Para asociarte con una marca, ¿qué debe tener?

Un estilo que se corresponda con mi feminidad y que, por su puesto, también pueda inspirarme.

Los jóvenes hoy vivís rodeados de muchas crisis: políticas, ambientales, migratorias, de respeto a las mujeres

y a los niños y de violencia de género: ¿qué problema de todos estos te preocupa y ocupa más?

Todos estos temas nos interesan mucho a los jóvenes de hoy y son todos de vital importancia. Es difícil elegir. Pero quizás, al ser una mujer joven, me toca especialmente el discurso sobre el respeto a las mujeres y la violencia de género...

¿Por quién pelearías?

En mi día a día busco actuar y hablar sobre el respeto a las mujeres, a los niños y contra la violencia de género y eso ya es una pequeña forma de lucha...

Tu generación es mucho más liberada y se acepta más a sí misma, al menos físicamente (todos los cuerpos se han normalizado y el ideal de belleza es más amplio), pero... ¿sois más vulnerables mentalmente?

Creo que todo el mundo pasa por momentos en la vida en los que nos cuestionamos y nuestra sensibilidad es aún más susceptible, sobre todo cuando somos jóvenes... y luego dicen que la mente influye en el cuerpo. Es cierto que tenemos menos miedo de mostrarnos tal como somos, pero aún podemos ser muy frágiles ante la vida. Yo también busco respuestas todos los días, aunque tengo una relación muy sana con mi cuerpo...

Hablemos de tu carrera como actriz: el invierno pasado debutaste en el cine con la película *The Beautiful Summer*, de Laura Luchetti. ¿Fue difícil dar el paso para dedicarte a lo mismo que tus padres?

Me voy a tomar mi tiempo antes de considerarme actriz, es una profesión en la que todavía estoy empujando. Me descubro mucho a través de la cámara, pero disfruto enormemente embarcándome en proyectos que me sacan de mi zona de confort y que me invitan a descubrir una faceta de mí nueva.

¿Cuál fue el mejor consejo de tus padres?

No me dieron ninguno en concreto, pero recuerdo sus miradas en el momento en que les dije que iba a hacer mi primera película. Creo que les agrada que todavía podamos compartir una pasión en común en el mundo del arte. Personalmente, el cine está muy cerca de mi corazón.

Próximamente presentarás la serie *The Leopard* (la versión de *El gatopardo*, de Visconti) en una plataforma global como Netflix: ¿no estás aterrorizada?

Sí, totalmente. Es un proyecto muy grande que mucha gente está esperando y donde yo juego un papel protagonista, no solo por la historia sino también por el impacto que ha tenido en los espectadores y en el mundo del cine a lo largo de los años. Pero fue una etapa muy hermosa de mi vida, donde sé que di lo mejor de mí y, a pesar de que aún no he visto nada, sé que será un proyecto magnífico y cautivador.

¿Qué proyectos te ilusionan para el futuro?

Me gustaría progresar poco a poco en mi carrera cinematográfica, pero las cosas siempre cambian tanto que, sinceramente, no sé qué esperar. ¡Ni siquiera sé qué haré dentro de unas semanas! Esté donde esté, solo espero ser feliz.

MÁS A FONDO

Una prenda imprescindible: Mi blazer negro.

Un olor: Gasolina.

Un consejo de belleza: Cicalfate (Avène) para rojeces/ espinillas.

Un deporte: CrossFit.

Una comida: Rigatoni con salsa de tomate.

Un emoticono de WhatsApp: 

Un lugar para escapar: Lituania o Brasil.

Un lema: No hagas lo que no te gustaría que te hicieran.

¿Qué te tatuarías en tu piel? La palabra *intención*.

En un giro muy actual, la década de los 60 invita a una sofisticación alegre, donde la pureza y la elegancia en la costura cultivan la libertad de expresión.



FOTO **JONAS BRESNAN** ESTILISMO **AGNÈS POULLE**
MODELO **LOUISE LEFEBURE** (@IDENTITY.MODELS'NY)

FAN *de los* SESENTA

Chaqueta acolchada y
minifalda de satén,
ambas LOUIS VUITTON.







FOTO JONAS BRESNAN.

Top bordado y falda
larga de tweed, todo
CHANEL. Pendientes
vintage.





Vestido de tirantes de tul bordado y sandalias espartanas, todo DIOR.



FOTO JONAS BRESNAN.



Vestido-abrigo de lana con pechera y cuello-joya DOLCE & GABBANA, mules GIUSEPPE ZANOTTI, gafas AFFLELOU y fular MONDIAL TISSUS.



Vestido de popelín de
algodón LÉONARD
PARIS.

Abrigo de cuero,
camisa y mules, todo
TOD'S.





FOTO JONAS BRESNAN / MADAME FIGARO. PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE ISMAÉL BLANCO PARA CHARLOTTE TYLBURY. AGRADECIMIENTOS: HÔTEL CASA ADELA (LA HABANA, CUBA), CASA-ADELA.COM



HEREU

Bolso Delta (520 €). Esta fabulosa marca española artesanal y sostenible está a la venta en El Corte Inglés de Serrano.

style

EXTREMIE

Es una estación de máximos, en tamaños y colores. Te traemos bolsos y joyas XXL y complementos en mil tonos: apuesta por los ácidos y los rojos. Acertarás.

POR ESTER AGUADO



Bolso Shopping,
LOLA CASADEMUNT
(99 €).



Bolso
Andiamo
grande,
BOTTEGA
VENETA
(6.300 €).



De piel,
Whitney,
MAX MARA
(1.659 €).



Shoulder bag Japanese, MM6 MAISON
MARGIELA (790 €).



Cavatelli Clutch,
COS (150 €).



Shopper Izzy,
ALLSAINTS
(109 €).

Poncho, CH
CAROLINA
HERRERA
(870 €).



ADOLFO DOMINGUEZ

Alma de Metal se llama el nuevo maxi shopper de la firma (149 €), que viene con dos correas -corta y larga- y en blanco.



Book Tote grande, DIOR
(3.000 €).



De piel con apliques, Wardy,
ISABEL MARANT (990 €).



Anillo Egocentric Tous (249 €).



Brazalete dorado Filo FENDI (990 €).



Pendientes de plata ARISTOCRAZY (139 €).



Pendientes Flor BRIANA HANDMADE JELWERY (88 €).



Pulsera con cadena marina GUCCI (890 €).

Pulsera Toile de Jouy Soleil DIOR (1.290 €).



Brazalete abierto Olympe HERMÈS (715 €).



Pendientes P DE PAOLA & SCALPERS (150 €).

M DE PAULET

Las hermanas Pérez Agüera proponen estas piezas artesanales de aire vintage. Anillo (220 €) y brazalete Trópico (270 €).



Collar de perlas barrocas ISABEL GUARCH (2.450 €).



Brazalete rígido bicolor SALVATORE FERRAGAMO (850 €).



Collar Snail SCHIAPARELLI (6.500 €).

SUMA CRUZ

Brazalete Ratas (320 €), hecho a mano en latón con baño de oro amarillo 24k envejecido. Y anillo Ratas (250 €).



DUUO

A través de su nueva colección, la marca barcelonesa de calzado demuestra su compromiso con la moda ética y responsable. Zapatillas veganas Calma 2.0 (105 €).



Zapatillas Portofino en piel, DOLCE & GABBANA (675 €).



Bolsito Binibeca crochet HOFF (80 €).



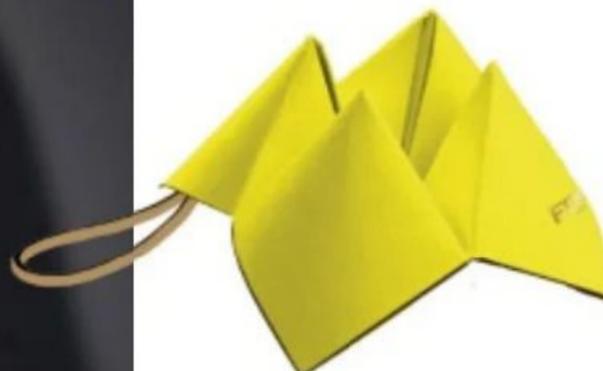
Gafas Rellano Sun MÓ X SABELA (69 €).



Bolso tote Sweedy piel, MARNI (2.900 €).



Mocasines con plataforma Gucci (1.200 €).



Colgante para bolso Fortune FENDI (390 €).

Collar de cuentas PIOMBO para OVS (20 €).



JEFFREY CAMPBELL

En verano nos subimos siempre a las plataformas, que se visten de charol o de raso (186 €) esta temporada.



Bolso Purist Mini Pouch, AQUAZZURA (795 €).



Bolso Chess Satchel Ed. Año Dragón, BURBERRY (3.750 €).



Sombrero Claudette BORSALINO (285 €).



Botas Crampignon CHRISTIAN LOUBOUTIN (1.695 €).



**RAYAS
MARINERAS**

Bolso Camera Bag de
cuero; bolso Chanel
22, en piel acharolada;
falda a juego, top de
algodón y colgante,
todo CHANEL.
Pendientes y pulseras,
CHANEL JOAILLERIE.

CHAQUETA DE CUERO

Bolso Mini Serpenti Baia, en cuero verde, BVLGARI; modelo maxi Himmel, en tela y cuero, MCM. Bolso Corner, en piel flúor, chaqueta de cuero y ante, camiseta de tirantes y shorts, todo JW ANDERSON. Collar y pendientes LA BRUNE & LA BLONDE.



tendencias a PIE de CALLE

Los bolsos protagonistas de la temporada acompañan a las prendas clave de esta primavera y se retratan en divertidos selfies.

FOTO SOPHIE VAN DER PERRE
ESTILISMO CAROLE MATRAY
MODELO COSIMA FRITZ
(@SUPREME MANAGEMENT).

**TODO AL
BLANCO**

Cartera Polo ID,
en gamuza lila, POLO
RALPH LAUREN. Bolso
Devotion en cuero
verde, trench y
pañuelo acharolado,
todo DOLCE &
GABBANA. Body DNUD,
reloj OMEGA, teléfono
iPhone 15 Max con
funda APPLE.





FOTO SOPHIE VAN DER PERRE.

BAILARINAS ATADAS

Bolso Lady Dior Mini de piel, top asimétrico, vaqueros, gafas y bailarinas, todo DIOR. Anillos DIOR JOAILLERIE, teléfono Galaxy Z Flip 5 SAMSUNG.

**APUESTA POR
EL AZUL**

Bolso La Prima,
en piel rígida,
GIORGIO ARMANI.





**FALDA MUY
MINI**

Bolso Side Trunk
Élysée Palace Hôtel,
jersey, falda, medias
y zapatos, todo LOUIS
VUITTON. Joyas LOUIS
VUITTON JOAILLERIE,
teléfono Galaxy Z Flip
5 SAMSUNG.



SÍ AL TRENCH

Bolso Panier Basket,
en cuero trenzado,
MICHAEL KORS. Bolso
Swan, en piel azul,
trench de gabardina y
camisa, todo
BURBERRY. Pendientes
APM MONACO.



SHORT & DENIM

Bolso Victoire de piel, bomber en satén de seda, bralette, shorts, gafas y botas, todo CELINE PAR HEDI SLIMANE. Pendientes en forma de aros MESSIKA.

FOTO SOPHIE VAN DER PERRE. PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE SANNE BLEEKER.

– FRANCESAS *en el* RADAR –

Desde que en 1837 naciera Hermès, la marca de lujo más antigua del mundo, muchas casas galas –como Louis Vuitton, Lanvin, Chanel o Dior– han triunfado en la moda. En la última década, firmas más accesibles –Maje, Sandro, IKKS o Ba&sh– han seguido conquistando el mercado. Te descubrimos las ocho por las que matan ahora las fashionistas. POR ESTER AGUADO



SORPRENDETE

A la izda., el dúo creativo: Arnaud y Sébastien. Botas altas Reptilian y Stars y cazadora con altavoces incorporados, propuestas para la temporada Otoño-Invierno 2024-25.

COPERNI, LA INNOVACIÓN

Responsables de uno de los momentos **más virales de 2022** (el vestido hecho con spray sobre el cuerpo de Bella Hadid en la Semana de la Moda de París), Sébastien Meyer y Arnaud Vaillant nunca defraudan. Creada en 2013 –después de trabajar en Balenciaga y Chanel–, a partir de la influencia del astrónomo Nicolaus Copernicus, su visión moderna y lúdica está respaldada por **técnicas innovadoras** que estimulan la imaginación. Ellos traducen la tecnología en evolución y la precisión de nuevos tejidos, en formas despreocupadas y juveniles, ejecutadas con fervor artesanal y estilo parisino. Acaban de lanzar **el bolso Air Swipe Bag**, creado a partir de un nanomaterial –el aerogel de sílice, el sólido más ligero del planeta– ideado por la NASA, que lo utilizó para capturar polvo de estrellas. Pura ciencia-ficción.

VISIONARIO

A André Courrèges le debemos prendas como la minifalda (popularizada ex aequo por Mary Quant en los 60) y el pantalón pirata femenino.

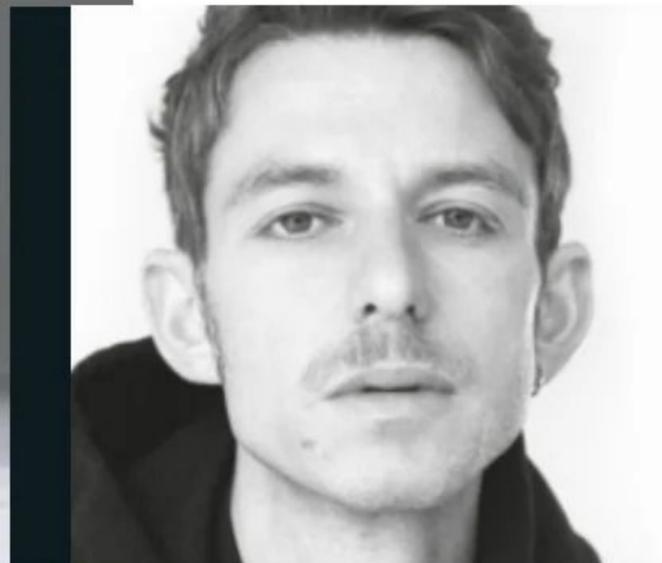


COURRÈGES, LA RENOVACIÓN

La casa francesa, que nació en 1961, **revolucionó la industria** de la moda en el siglo XX –puso patas arriba un muchas convenciones sociales e introdujo la ciencia ficción en la moda–; promovió un diseño basado en materiales asequibles –como el PVC– que acercaron el prêt-à-porter a la calle, subió los bajos de las faldas y contribuyó a la emancipación femenina, cerró sus puertas en 2002. En 2011, los nuevos propietarios contratan a los diseñadores de Coperni para **relanzarla**, pero no fue hasta 2020, con la llegada del belga **Nicolas Di Felice**, protegido de Nicolas Ghesquière, como director creativo, que ese universo tan radical y envolvente volvió a cobrar vida. Felice destaca por su capacidad para comprender lo que las generaciones jóvenes quieren vestir: los minivestidos, las prendas con logo y los zapatos destalonados son elementos elegantes perfectos como fondo de armario.

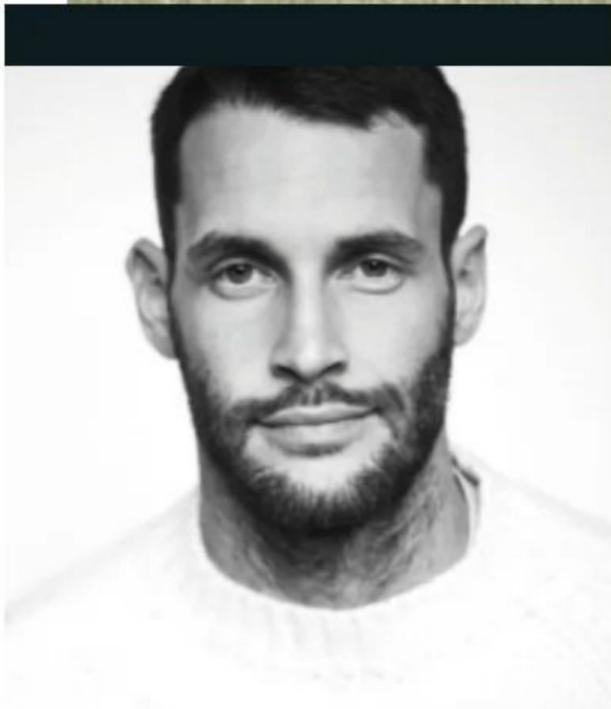


Bolso Holy Bag, en rafia, COURRÈGES (720 €).



JACQUEMUS, EL ESPECTACULAR

El rey del minimalismo se mantiene fiel a su esencia: patrones depurados, estructuras reconvertidas y líneas puras definen los diseños de la marca francesa, que logra el equilibrio perfecto entre sensualidad, elegancia y genialidad. **Simon Porte Jacquemus** sabe, además, cómo montar espectáculos épicos en escenarios importantes: sus desfiles, fuera del circuito, son para recordar. La pasarela Primavera-Verano 2020 se llevó a cabo en un campo de lavandas; la del 2023, en medio de una tormenta de heno en el aeropuerto de Le Bourget y la del 2024, en los jardines de Versalles... y siempre rodeado de celebrities. Además, este genio de la comunicación y el marketing es capaz de montar una tienda efímera de 24 horas para vender un solo modelo de bolso –que hace furor tanto en Farfetch como en los mercadillos de todo el globo– en un único color... En la misma línea está su reciente colaboración con las bailarinas Repetto, que combinó con su propuesta sastre y sus vestidos escultóricos.



UN GENIO DEL MARKETING

Arriba, el desfile de la colección Primavera-Verano 2024 en los jardines de Versalles. Abajo, pop-up para vender un único modelo de bolso: Le Bambino, en un único color, que duró un día.

ESE JE NE SAIS QUOI

La diseñadora parisina sigue siendo, a sus 67 años, muy auténtica y rebelde.

También en su segunda línea: Étoile.



Mítico bolso Hobo Oskan Soft, ISABEL MARANT (790 €).

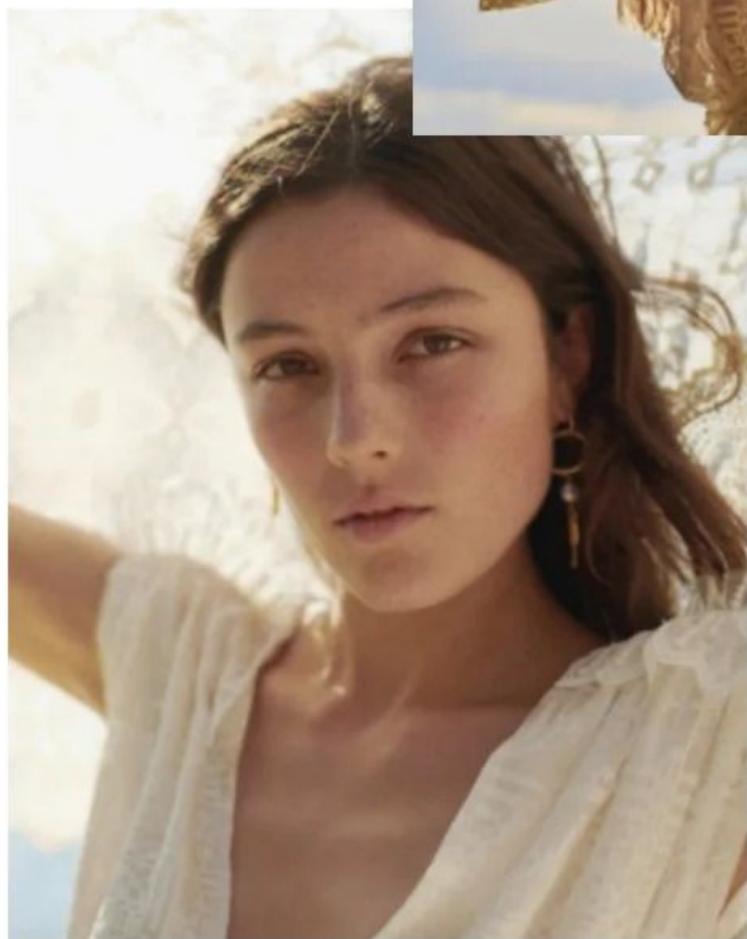


ISABEL MARANT, CHIC & ROCK

Ya sabes de quién te hablo... esa chica francesa con la mirada de recién levantada de la cama y con look de no esforzarse demasiado: se pone la ropa de anoche, camiseta holgada y vaqueros grises. Se pasa los dedos por el pelo, un toque de maquillaje y sale. Sin embargo, luce espectacular. Quizá sean sus botines (muy desgastados), su chaqueta juvenil y su bolso de piel de cordero. Confianza y despreocupación a partes iguales: es el encanto de las parisinas y nadie lo capta mejor que una de las suyas, Isabel Marant. Su firma, que combina la bohemia étnica y la elegancia callejera boyfriend, es religión para los expertos en moda: editores, modelos y actrices como Sienna Miller y Rachel Weisz. Lleva 25 años siendo la marca más indisciplinada y rockera: para este invierno, mucho gaúcho argentino y un animal print que se sube hasta las medias. Comulgaremos.

AL SUR DE FRANCIA

Además de ropa femenina y funcional, Emma ha hecho una clara apuesta por la artesanía. En su tienda de Marsella puedes comprobarlo.



SESSÙN, BOHEMIA

Fue creada por Emma François, estudiante de antropología en Montpellier, en la década de los 90, tras un viaje a Guatemala. Allí conoció a artesanas que confeccionaban exquisitas prendas y decidió lanzar una colección femenina y delicada que «aunaba el savoir-faire local y la cultura urbana», como explica ella. Casi

20 años después y con más de 400 puntos de venta, sus estampados étnicos, su **inspiración bohemia chic**, sus piezas románticas y sus cortes masculinos se han convertido en el ADN de la marca. Si vas a Marsella, donde vive Emma y sus tres hijos, no te pierdas su concept-store (6, rue Sainte).

ROSEANNA, ACTUAL

«Creo que lo bello esconde inteligencia, me gusta la idea de combinar funcionalidad y estética. Roseanna pone su creatividad, su cultura y su saber hacer al servicio de las mujeres que aman vestirse para vivir intensamente su vida, realizarse libremente, seducir y divertirse apasionadamente, siempre alineadas con sus valores, su fuego, su libertad», explica la directora artística Anne-Fleur Broudehoux, que diseña **para una mujer moderna**, creando prendas originales e icónicas, de gran calidad. Este verano colabora con la firma **La Botte Gardiane** y nos trae la bota perfecta Chips y una cápsula de malla fabricada a mano en alpaca con un socio peruano, **Amor a Manos**, una apuesta ecológica y solidaria.



PLACER EN LA CALLE

Anne-Fleur Broudehoux creó su firma parisina en 2008, que define con tres adjetivos: curiosa, intensa y ligera.



JEANNE DAMAS DISEÑA

La it girl francesa, que acumula dos millones de seguidores en redes y se corta el flequillo sola, es la fundadora de esta divertida firma.

ROUJE PARIS, ICÓNICA

Rouje, que podría ser italiana pero es parisina, es el armario de Damas y todas querríamos ser su mejor amiga para entrar en su habitación, pasar al vestidor y coger prestado el **vaquero recto que tan bien le sienta, el vestido más sexy de aire vintage o las bailarinas más retro**. Ella no solo vende moda, cuyos modelos arrasan por pasear tranquilamente entre las tendencias del momento –la colección Paloma: vestidos lenceros o de punto para este verano, por cierto, fotografiados en Sevilla– y las de hace medio siglo, también tiene un apartado de belleza.

En su IG se lo pone todo: @jeannedamas.

SÉZANE, BBB

Esta marca de diseños de edición limitada, creada por **Morgane Sézalory** hace una década, es una de las predilectas de influencers y miembros de la **realeza**. Sus prendas básicas –como sus cárdigans, sus vestidos cruzados o sus mullidas sudaderas, con un corazón estampado–, de carácter atemporal y gran **calidad**, se han consolidado como un referente entre las nuevas generaciones, sumadas al impacto de su B-Corp, su certificado de **responsabilidad social y ambiental**. Los complementos de Sézane encantan a Matilde de Bélgica y a Kate Middleton. Una pena que cerraran sus tiendas en Madrid y Barcelona. Aunque afirman que volverán.



TAMBIÉN DECO

Les Composantes es el nombre de su firma de decoración. Así empezó a llamarse su marca en los inicios.

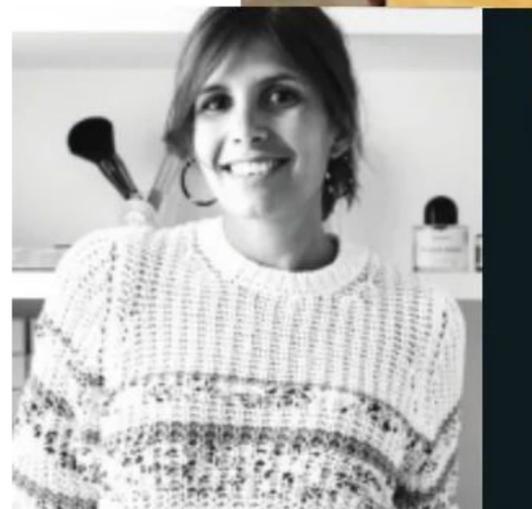


FOTO: GETTY IMAGES, IMAXTREE, VINCENT FERRANÉ (JEANNE DAMAS).

JULIA ROBERTS

Una cápsula en homenaje a la Esmeralda Insofu y en colaboración con Julia Roberts –también embajadora del emblema joyero– es la última materialización del *Viaje hacia el Lujo Sostenible* de Chopard. La Maison suiza continúa la estela de responsabilidad ambiental y social que comenzó en 2013, con un nuevo aderezo en oro rosa ético.

POR RAQUEL BENITO FOTO GREG WILLIAMS

En bruto, sin tallar ni pulir; la fascinante rareza de la Esmeralda Insofu bastó para conquistar a Chopard. Con la sostenibilidad sobre la mesa, la firma joyera apostó por la gema virgen, además de por su belleza, para garantizar en primera persona una cadena de trazabilidad –desde la talla hasta el diseño– poco habitual en piedras de esta índole. El proyecto, tan innovador como promisorio también conquistó a la embajadora global de la marca, que dejó a un lado los focos para pasarse al bando del diseño. De esta forma anunciaba Caroline Scheufele –copresidenta y directora artística de Chopard– la alianza creativa con la actriz Julia Roberts en una cápsula formada por un collar, un anillo y un par de pendientes. >



UN VÍNCULO AFIANZADO

La relación entre la actriz y la Maison comenzó con la campaña Happy Diamonds y ha evolucionado hasta el diseño de la última cápsula de joyería.



Cruce de caminos

«Algunas piedras te impresionan desde el primer momento, y eso fue lo que me pasó cuando vi Insofu por primera vez; tan rara, tan única y con una energía tan fuerte», comenta Scheufele.

La relación entre la emblemática actriz y la marca se ha consolidado con esta nueva faceta; «Caroline captó inmediatamente mi atención cuando me contó la historia de su excepcional Esmeralda Insofu. Fue un reto apasionante cuando me propuso que trabajáramos en un diseño a medida, y juntas nos hemos divertido mucho haciendo este conjunto», asegura Roberts. La cápsula, nacida del diálogo creativo de Scheufele y la actriz, tiene como objetivo exhibir las primeras gemas resultado del corte de una esmeralda en bruto de 6.225 quilates. Pero la Insofu no es la única piedra en juego, como en un puzzle, el verde cristalino de la esmeralda se funde con el azul cielo de la turquesa y el rojo cereza de las rubelitas. El resultado, más parecido a una obra de arte, refleja la combinación perfecta entre una ejecución vanguardista y una estética tradicional con una fuerte inspiración en India. «He pasado mucho tiempo allí; la cultura, el color, la forma de expresarse a través de sus saris y de su joyería... todo tiene un significado», asegura la protagonista de *Come, reza, ama* (2010) –quizá de ahí su predilección por el país del sur asiático–.

La conciencia ambiental y social ha sido otro de los nexos de unión para esta colaboración. La empresa suiza dio un giro radical en 2013, las bases estaban sentadas: alta joyería con una calidad excepcional y un diseño único, pero era necesario dar un paso más allá y la firma se embarcó en un *Viaje al Lujo Sostenible* del que ha tomado las riendas. Esta nueva faceta –contando que la firma data de 1860– se ha filtrado en su ADN hasta convertirse en uno de los pilares fundamentales. En 2018 reafirmó su compromiso con el uso de oro 100 % ético en todos sus relojes y joyas, y en 2023 anunció que sus relojes de acero –incluidos brazaletes y cajas– se fabricarían con Lucent Steel con una tasa de reciclado del 80 % (en 2025, del 90 % como mínimo). Cada una de las piezas de la cápsula Chopard x Julia Roberts está realizada en oro ético rosa con certificado Fairmined –que asegura el cumplimiento por parte de una organización minera artesanal y de pequeña escala–. «Desde el momento que descubrimos la Esmeralda Insofu supimos que inspiraba grandeza. Este aderezo es testimonio de esa inspiración, una fusión de nuestra pasión compartida (con Julia) por la belleza, la elegancia y el lujo sostenible», concluye Scheufele.



¿Quién es Lily?

El pequeño y elegante reloj inteligente.

LILY 2 CLASSIC

GARMIN.



PARÍS Y LA MODA

En las escaleras del artístico barrio de Montmartre, junto al Sacré Coeur o a orillas del río Sena, el fotógrafo plasma las últimas tendencias en moda de los años 60.



VIAJAR con ARTE

Descubrir una ciudad como París a través de los ojos de un artista es una de las geniales propuestas que la casa Louis Vuitton viene haciendo desde hace más de 25 años. Sus guías, con consejos de colaboradores locales, son imprescindibles.

POR ESTER AGUADO --WFOTO MELVIN SOKOLSKY



GUÍAS DE VIAJE

Descubre lo mejor de la Ciudad de la Luz con *Guía de Viaje de París* (35 €), *Paris Fashion Eye* por Feng Li y *Fashion Eye de Paris* por Melvin Sokolsky (55 €). es.louisvuitton.com

Inspirada en la tradición viajera de la Maison francesa –que nació en 1854 fabricando baúles de viaje–, la colección Fashion Eye de Louis Vuitton plasma fotografías de ciudades, regiones y países a través de la mirada de fotógrafos especializados en moda: tanto talentos emergentes como leyendas de la industria. Cada título de la serie presenta una extensa selección de instantáneas de gran formato de un autor, acompañadas de datos sobre su biografía, entrevista con el artista o un ensayo sobre su obra.. Después de lanzar las Guías de ciudades y los Libros de viaje de Louis Vuitton, las Fashion Eye suponen una tercera colección que presenta la fotografía de viajes desde la perspectiva de la moda, ya que los fotógrafos elegidos infunden su particular visión a las imágenes de grandes metrópolis, lugares remotos y destinos de ensueño.

En diciembre de 1962, una revista internacional encargó a Melvin Sokolsky que fotografiara las colecciones de primavera en París. Él ya tenía una idea en mente: las modelos flotarían en una esfera transparente, desafiando la ley de la gravedad. Este alarde de ingenio provocó reacciones de asombro entre los transeúntes parisinos incluidos en las imágenes, que hacen un guiño a la fotografía callejera. Dos años después de Bubble, el artista prescindió de la esfera en la

GUÍAS ARTÍSTICAS

Las modelos con burbuja pertenecen a la serie Bubble; las que vuelan sin ella, a la serie Fly del genial fotógrafo Melvin Sokolsky.



serie Fly, que permitió a las modelos alzar el vuelo y revelar cómo el cuerpo femenino da estructura y caída a las prendas. Este volumen reúne por primera vez las versiones en blanco y negro y en color de estas dos fantasías aéreas, icónicas tanto en su momento como en la historia de la fotografía de moda. Melvin Sokolsky, fotógrafo autodidacta, nació en Nueva York en 1933 y creció en el Lower East Side de Manhattan. Hacia 1959 ya se había convertido en un fotógrafo emergente, que jugaba con la escala, innovaba con el lenguaje corporal, se metía en sus propias fotografías, ofrecía atrevidos contrastes entre narraciones y modelos, imaginaba atrezos imposibles, descubría nuevos rostros y los convertía en el centro de atención. Su mirada se transformó en una fuerza que dio forma al espíritu de la época.

Otras opciones para descubrir París, de la mano de Louis Vuitton, son la *Fashion Eye de Feng Li*, fotógrafo chino que ofrece una mirada muy singular de la ciudad retratando a los parisinos y la *Guía de París*, que escribe Charlotte Hym, con fotografías de Collectif Tendance Floue.

El baúl Wardrobe Monogram Canvas, LOUIS VUITTON, por encargo (en 110x52 cm). Existe una versión para bebé (70.000 €).



SI VAS A PARÍS...

- 1. Prueba a comer en** Lou Lou Paris (107 Rue de Rivoli), Le Baudelaire (6-8 Rue Duphot) y Le Meurice Alain Ducasse (228 Rue de Rivoli): un acierto.
- 2. Alójate en** Le Burgundy (6-8 rue Duphot), Grand Hôtel du Palais-Royal (4, Rue de Valois) o Mandarin Oriental Paris (251, Rue Saint-Honoré): son céntricos y con glamour.
- 3. Visita la expo** Matisse, *The Red Studio* (del 7 mayo al 9 septiembre) o *Ellsworth Kelly, Shapes and Colors*, la primera en Francia por su centenario; ambas en la Fondation Louis Vuitton.

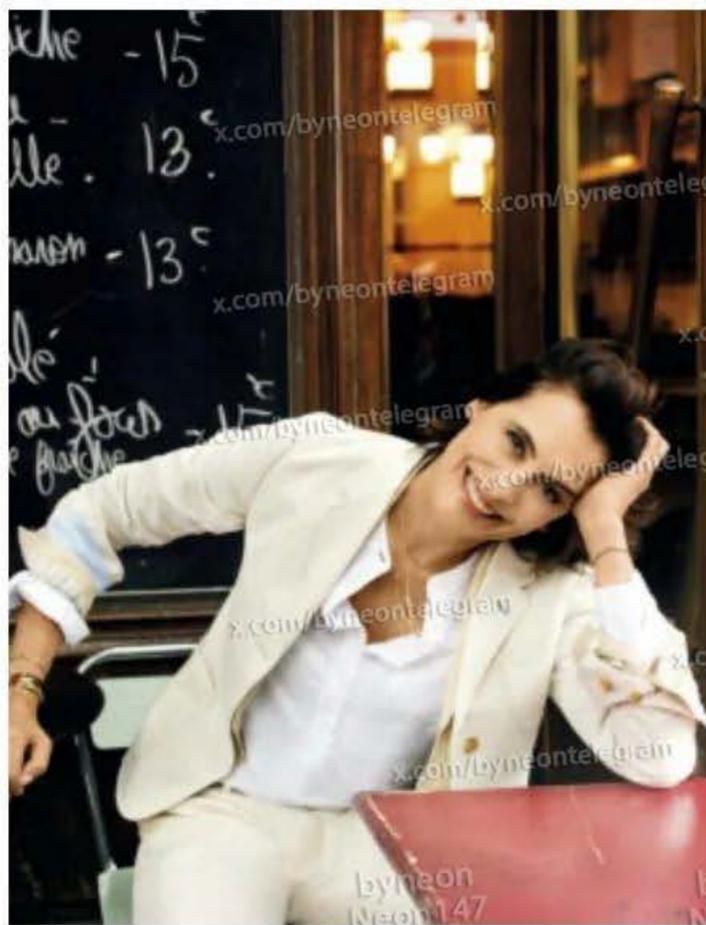
Entre las 41 guías *FASHION EYE* de Vuitton, hay una ciudad española: Córdoba, por el británico Miles Aldridge.

MANUAL *para* *ser* UNA PARISINA



¿Quieres tener estilo? Sigue las recomendaciones de los libros de estos tres iconos de la moda o bien stalkea en las redes a las cinco influencers galas con más likes.

POR ESTER AGUADO



INÈS DE LA FRESSANGE *La parisina* (Grijalbo)

En su manual, la musa de Karl Lagerfeld ofrece los mandamientos para lograr el venerado chic sin esfuerzo de las mujeres de la capital: huir de los conjuntos, nada de bling-bling, buscar gangas en los mercadillos o tiendas de segunda mano (también on line, como Vestiaire Collective, con primeras marcas autenticadas, y en ciertos casos piezas sin estrenar), no temer a las deportivas (lo pronosticó hace una década la llegada del athleisure) y basar tu fondo de armario en 7 prendas son algunos de sus consejos. También puso de moda el concept store Merci (111 Bd Beaumarchais) y acaba de anunciar su última colaboración con Uniqlo, tras 10 años.

ISABELLE THOMAS *Estilo parisino* (Lunwerg)

Esta periodista de moda se alió junto a la genial fotógrafa Frédérique Veysset, para publicar esta guía que te ayuda a captar el allure francés: "las bailarinas son siempre chic" o "las lentejuelas y el strass hacen que parezcas siempre un árbol de Navidad" son máximas que ambas sostienen. Su éxito con este manual ilustrado con mujeres creativas, independientes, emprendedoras y modernas fue tal que siguieron publicando preciosos libros similares, por ejemplo, sobre zapatos. Apunta sus direcciones recomendadas si vas a París próximamente.





- INFLUENCERS FRANCESAS -

Algunas arrasan en seguidores y otras no tanto, pero se las rifan las firmas de moda como insiders. Descúbrelas.

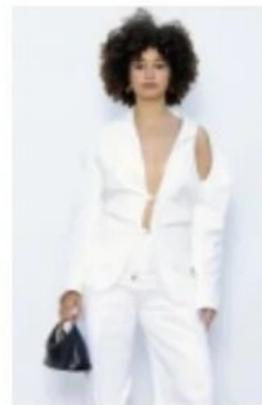
1·CARLA GINOLA

La hija de David Ginola, conocido presentador de la tele francesa es, sin duda, la elegancia personificada. Su estilo se caracteriza por prendas arriesgadas, generalmente cortas, con escotes, aberturas laterales y piezas de ensueño. No supera el medio millón de seguidores, pero las marcas la adoran. @carla_ginola



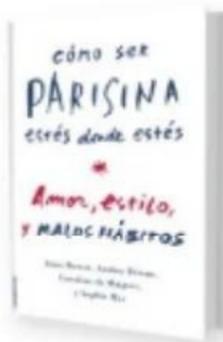
2·LENA MAHFOUF

Conocida como Lena Situations, cuenta con 5 millones de seguidores, 8 si sumamos suscriptores de YouTube. Con 26 años, es toda una revolución entre la generación Z, gracias a su estilo y espontaneidad. Looks arriesgados, cargados de cortes cut out y transparencias, combinados con bolsos y tacones de renombre. @lenamahfouf



3·JODIE LA PETITE FRENCHIE

¿Quién dijo que los perfiles medianos no tiene hueco en Instagram? Con 600.000 followers, Jodie es el claro ejemplo del tradicional estilo francés. Prendas chic, con tejidos de tweed y brillos a pequeños toques. Un perfil que inspira la más pura elegancia gala. @jodielapetitefrenchie



CAROLINE DE MAIGRET

Cómo ser parisina estés donde estés (Roca Ed.)

La nueva embajadora del chic francés, siempre despeinada pero estilosa, nos propone este manual que ha escrito, con mucha ironía, junto a algunas de sus amigas (Anne Berest, Audrey Diwan y Sohié Mas), explotando los clichés de las pelis de Godard: «Ponte sujetador negro debajo de una blusa blanca, como dos notas en un pentagrama». Sus autoras te desvelarán cuáles son los secretos para ser una verdadera parisina; cómo sobrevivir a una primera cita, a una fiesta, a una resaca, y todo ello sin perder la elegancia y un gusto exquisito. Y ¡también ofrecen sus mejores direcciones!

4·CHLOÉ BLEINC

La marsellesa, a sus 26 años, acumula casi un millón de seguidores. Es conocida por sus tutoriales de belleza, pero su estilo sofisticado, chic y con un armario lleno de básicos conquista a todos sus seguidores. Tiene su propia marca de joyas, Maison Dorée. @chloebbbb



5·MAYA BORSALI

Alias @mayadorable, es la encargada de aportar el toque más natural. Sus fotos alegres hacen que su muro se convierta en uno de los más importantes, con 1 millón y medio de followers. En su percepción de la moda reinan las prendas cómodas y las últimas tendencias. Tiene un perfil hater: @mayadesagraceable

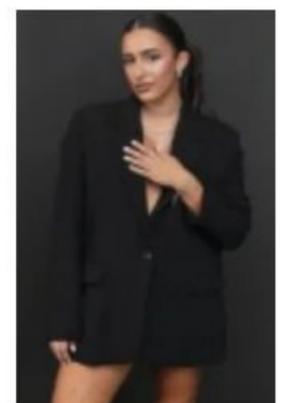


FOTO: UNIQLO, CHANEL, GETTY IMAGES.



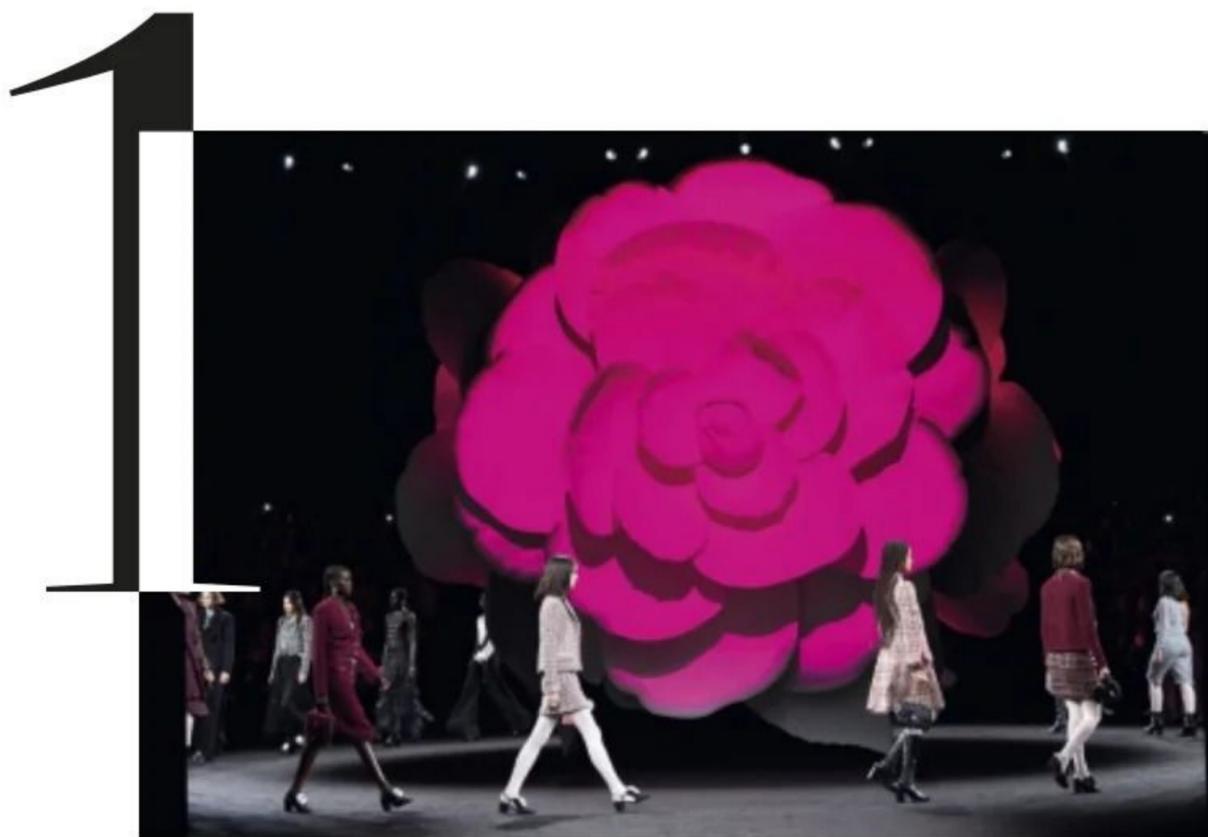
114 AÑOS DE HISTORIA

La actriz italiana Gina Lollobrigida en 1964, rodeada de las modelos de la Maison, vestidas con trajes y los icónicos zapatos bitono de CHANEL.

DECÁLOGO *de* *la* MAISON

Desgranamos la parisina casa Chanel en sus 10 iconos más representativos, que revolucionaron la moda del siglo XX. Como decía la gran Coco: «La mejor forma de ser irremplazable es buscar siempre ser diferente». Amén.

POR ESTER AGUADO



CAMELIA

«Hay un centenar de formas de llevar una flor», decía Coco Chanel, que convirtió esta elegante especie asiática en todo un símbolo. Se cree que su amor por ella procede de su admiración por la obra de Dumas *La dama de las Camelias*, cuya protagonista se colgaba una del pecho de color blanco si estaba disponible para su amante. Desde **1924**, la añadió a sus propuestas y eligió a **Lemarié** para fabricarlas en seda, tweed, cuero, punto y denim. A la izda., el desfile Otoño-Invierno 23-24 Ready to Wear en París.

2



11.12

Karl Lagerfeld creó este modelo al sustituir el cierre rectangular Mademoiselle por uno nuevo **con una doble C**, y lo convirtió en legendario. Al acolchado de diamante original se le añadió el de chebrón o compás abierto.

2.55

Gabrielle Chanel lo ideó porque **lo necesitaba**: un bolso bandolera que le dejara las manos libres y donde poder meter sus prismáticos en las carreras de caballos. Fue en febrero de 1955, de ahí su nombre.



tres

4



CHANEL N°5

En 1921, Coco le encargó a Ernest Beaux «un perfume de mujer con olor a mujer», para convertirse en la primera diseñadora de moda en lanzar una fragancia. Le presentó 10 y se quedó con el N°5 y con su **frasco minimalista**, inspirado en la geometría de la Place Vendôme parisina.

5

CHAQUETA

Ninguna otra prenda de vestir en el mundo puede reconocerse así a primera vista. La **Veste CHANEL** es mucho más: una firma, una revolución, la libertad. Elegante, flexible, funcional y cómoda. Todo por y para la mujer.



BISUTERÍA

Su gusto por la ropa de líneas depuradas se equilibra con joyas preciosas y adornos extravagantes, **una divertida provocación** que comenzó en 1929 y que se convirtió en fuente de inspiración y en actitud, mezcla de sencillez y sofisticación.

6



EL RELOJ

El reloj **Première** nace en 1987, inspirado en los códigos de la Maison: la caja evoca el tapón del frasco del N°5 y el brazalete, la correa de los bolsos clásicos. En acero con baño de oro.

8

EL TWEED

Inspirándose en la elegancia relajada de los hombres que pasaron por su vida, como el duque de Westminster, y a partir de un **tejido sencillo**, Coco transgredió los códigos de vestimenta de su época.



nueve



ZAPATO bicolor

En 1957, cuando ya había creado el LBD, el traje de tweed y el bolso acolchado, Mademoiselle Chanel decide añadir una **nota extra** al look femenino: «Son el último punto de elegancia». Et voilà!

10

LBD

El **little black dress** o petite robe noire, más que una pieza atemporal representó una lucha de Coco Chanel contra las normas sociales de los años 20. El negro era el color del luto y de las sirvientas.



PUNTADA ARTESANA

EL ESPÍRITU DE
LOS 90 ALUMBRA
LA ÚLTIMA
COLECCIÓN
ATELIER DE COS.
HABLAMOS
CON KARIN
GUSTAFSSON,
DIRECTORA DE
DISEÑO DE LA
FIRMA
LONDINENSE,
SOBRE SU
FILOSOFÍA
ATEMPORAL,
MINIMALISTA Y
ECOLÓGICA. CON
DETALLES QUE
RECUERDAN A LA
ALTA COSTURA.

POR ESTER AGUADO
FOTO ALBERTO SAGUAR
REALIZACIÓN MARTA LASIERRA



SENSUAL

A la izda., la modelo viste mangas bolero de punto en cupro y seda y bandeau de mezcla de seda. Todo, COS ATELIER.

ETÉREA

En esta página, con blusa de chifón de seda efecto arrugado, maxifalda en chifón de seda y bailarinas de piel en punta. Todo, COS ATELIER.





ELEGANTE

Top palabra de honor en viscosa, seda y licra; pantalón ancho con mezcla de seda, viscosa y licra y zapatos de piel. Todo, COS ATELIER.

Parecen simples, pero esconden todo un mundo interior: las prendas de la nueva colección Atelier de COS, atemporales y artesanas, hacen elegante tu día a día, al tiempo que ponen en valor una filosofía de innovación y sostenibilidad propias de la Alta Costura. Diseño democrático.

Con una visión global, además de preocuparse por la moda, la firma es capaz de poner el foco en cuestiones como la sostenibilidad y las piezas duraderas. ¿Qué valores guían sus pasos?

Desde nuestros inicios en 2007, la artesanía, la calidad y un enfoque atemporal del diseño han sido nuestra esencia. Creemos en invertir en el ahora para diseñar para un futuro mejor, seguir encontrando formas innovadoras de crear y buscar constantemente nuevos materiales que incorporar a las colecciones. Más allá de la meticulosa selección de materiales, cada prenda ilustra nuestro compromiso con la artesanía y la devoción por la calidad, mientras que la atemporalidad de nuestros diseños garantiza la longevidad más allá de las temporadas.

La enseña es una referencia para las nuevas generaciones, pero emplea técnicas artesanales y el savoir-faire de la sastrería clásica: ¿cómo encuentran el equilibrio entre vanguardia y tradición?

Además de nuestro enfoque atemporal del diseño, nos esforzamos por crear colecciones que se sientan actuales y buscamos formas de combinar técnicas clásicas con innovadoras formas de trabajar y nuevas perspectivas. Para la colección Primavera-Verano 2024, tomamos piezas clásicas de COS y las reelaboramos para crear piezas nuevas y modernas. En la colección, la tradición se encuentra con la innovación: es una evolución continua de los arquetipos de COS. Además de piezas más clásicas en una paleta de colores neutros, presentamos estilos atrevidos e impactantes con una inyección de color. Las transparencias y las texturas experimentales también aportan una fuerte sensación de modernidad: se utiliza cuero perforado para crear bailarinas puntiagudas, mientras que el hilo de papel se emplea en vestidos con capucha y jerséis.

¿De qué os sentís más orgullosos, considerando la evolución que ha tenido la firma en los últimos años?

Estoy especialmente orgullosa de nuestra continua capacidad

para mezclar nuestro diseño –basado en técnicas y artesanía tradicionales–, con la innovación que garantiza que estemos creando piezas que resuenan hoy. Esperamos que las colecciones sean un testimonio del poder de este enfoque dual. También nos enorgullece enormemente ver las prendas cobrar vida en la pasarela; nos ha brindado una increíble oportunidad de presentar la colección de una manera mucho más premium y experiencial, añadiendo otra capa de emoción.

Tres ingredientes que debe tener una prenda de COS Atelier...

Unos cortes contemporáneos, un mayor compromiso con la artesanía y los materiales empleados.

¿Por qué crear la cápsula Atelier? ¿A qué público va dirigida?

La colección brinda una gran oportunidad para superar los límites creativos y centrarse en áreas específicas como la materialidad, la artesanía y la innovación. Al incorporar estilos premium para el día a día y ropa para ocasiones especiales, el enfoque es ligeramente diferente al de la colección principal. Nos sumergimos en las técnicas de diseño y confección de la Alta Costura: es esta dedicación adicional al detalle lo que refina cada pieza a través de tejidos premium, cortes precisos y ajustes impecables, para aquellos que buscan la elegancia. El objetivo es que las prendas sean versátiles para que cada uno exprese su propio estilo, ya sea eligiendo un look completo o mezclando una prenda.

Las redes sociales hacen que las tendencias sean más universales: antes podías saber, por la forma de vestir de la gente, si estabas en París, Milán, Londres o Nueva York. ¿Eso se ha perdido?

Las plataformas han abierto un abanico de oportunidades, al permitir que la moda sea más accesible que nunca, enseñando diseños globales de ciudades de todo el mundo con las que estaban menos familiarizadas. Las tendencias van y vienen, pero el aire atemporal y el estilo de vestir único de cada ciudad permanecen.

¿Qué prenda sugerirías como pieza clave de la colección Atelier?

Es difícil seleccionar únicamente una prenda, pero yo elegiría el look rojo intenso, lleno de color: experimentamos con la inyección de color a través de materiales traslúcidos. El top tiene hombreras plisadas a mano y la falda extralarga lleva cola de pez.

Las siluetas alargadas y esculpidas de los años 90, junto con la impecable confección, encabezan una colección elegante y versátil: ¿hasta qué punto son ecológicos los materiales utilizados?

El diseño duradero y la calidad siempre serán el núcleo de todas nuestras colecciones y los materiales que elegimos siguen siendo fundamentales para el proceso de diseño. La nueva temporada se basa en la calidad y la longevidad. Utilizamos tejidos y materiales reciclados de alta calidad en toda la colección. Plisados con moldes de papel personalizados; diseñamos pantalones llamativos empleando unos materiales reciclados con bordes pintados a mano: la tela crea unos movimientos maravillosamente fluidos.

Habéis presentado una colección de gafas de sol en la línea Atelier: ¿por qué?

Esta temporada, exploramos la materialidad de la luz y experimentamos con la infusión de color a través de materiales y superficies traslúcidos. Nuestras lentes vibrantes nos han permitido agregar toques de rojo y amarillo para brindar una audaz explosión de color sobre un fondo de tonos neutros y brillantes en la colección de esta primavera 2024.

ALMA ITALIANA

La boutique insignia, en calle Serrano, 14, es un exponente de la importancia de España para la firma, con sede en Nápoles y presencia en 34 países.



- APERTURA -

COLOR y ESTILO

Con sus vibrantes tonos y su elegancia casual, Harmont & Blaine llega a Madrid y nos seduce con su interpretación del estilo de vida mediterráneo y una colorida colección de primavera-verano. La marca napolitana lo celebra por todo lo alto.

Amor por la naturaleza, pasión por el color y sus destinos favoritos –desde las costas del Mediterráneo hasta las arenas de Miami– y respeto por el medio ambiente, son las señas de identidad de una marca fuertemente reconocida en Italia y también en el resto del mundo por sus prendas de ropa y complementos premium casual. Sus colecciones, y la de esta temporada es un buen ejemplo –atención a esos estampados geométricos, tejidos frescos como el lino, zapatillas urbanas eco-rock...–, se caracterizan por la alta calidad y la búsqueda constante de colores, formas y nuevos materiales para atender a consumidores cada vez más exigentes.

Y para festejar su nueva y exclusiva tienda –ya son casi un centenar monomarca en el mundo, además de otros numerosos puntos de venta–, una fiesta vip y clandestina con un protagonista encantador, el icónico y divertido dachshund, más conocido como perro salchicha o teckel, de su emblema, y numerosos amigos y conocidos de la sociedad madrileña, con música de la DJ Begoña Martín y la banda Third Floor Rock.

POR MYRIAM SERRANO.



Tiziano Flogia, jefe de diseño de HARMONT & BLAINE, con Johanna Muller.



El actor y pianista Mario Marzo.



Eugenia Osborne, influencer.



Bolso HARMONT & BLAINE (300 €).



La artista Lulú Figueroa.

ADOPT PARFUMS, *la elegancia floral* que conecta con tus EMOCIONES

La marca recoge la calidad y reputación de la industria francesa y crea una nueva fragancia irresistible usando el jazmín indio como ingrediente principal, L'Or Blanc.

El sentido del olfato es uno de los receptores más poderosos del cuerpo humano. Puede distinguir millones de matices diferentes, mucho más allá de la vista, el oído y el gusto, es la fuente sensorial que deja la huella más impactante en la memoria, de hecho, la ciencia ha conseguido que algunos ciegos visualicen objetos en sus cerebros al activar el archivo olfativo almacenado en sus recuerdos.

El olor puede alterar nuestro estado de ánimo y hasta afectar la percepción de un espacio y, aunque no lo pensemos, está presente en nuestro día a día. Elegir el perfume adecuado es, por tanto, un ejercicio a conciencia y una acción mucho más significativa de lo que pueda parecer. Teniendo esto en cuenta, Adopt Parfums ha creado un nuevo eau de parfum que combina experiencia y emoción para ofrecer una fragancia única que estamos seguras de que cautivará tus sentidos.

Philippe Hardel, director olfativo de Adopt Parfums, describe el nuevo lanzamiento L'Or Blanc y otros tres perfumes florales, que también son perfectos para regalar.

L'Or Blanc: Es un perfume basado en esencia de jazmín indio. Una fragancia floral, luminosa, atemporal y elegante. Combina "el toque fresco e inconfundible del oro blanco de la India a través de dos calidades excepcionales de jazmín, con la dulzura tranquilizadora de la flor de almendro", en palabras de Philippe Hardel.

Rose Diamant: Un eau de parfum "chic y elegante" que destaca las cualidades de la rosa, la protagonista del mundo de las flores. Una fragancia joya, cuyas facetas luminosas acentúan la esencia natural de quien lo lleve puesto. Este perfume, combina rosas blancas, bergamota, melocotón blanco y leche de almendras, un perfume especialmente natural y delicado.

Bouquet d'Amour: Una fragancia sutil y elegante con notas de fruta de la pasión, realzadas por el jazmín, la magnolia y la madera de cachemira. Entrelazadas son pura sofisticación.

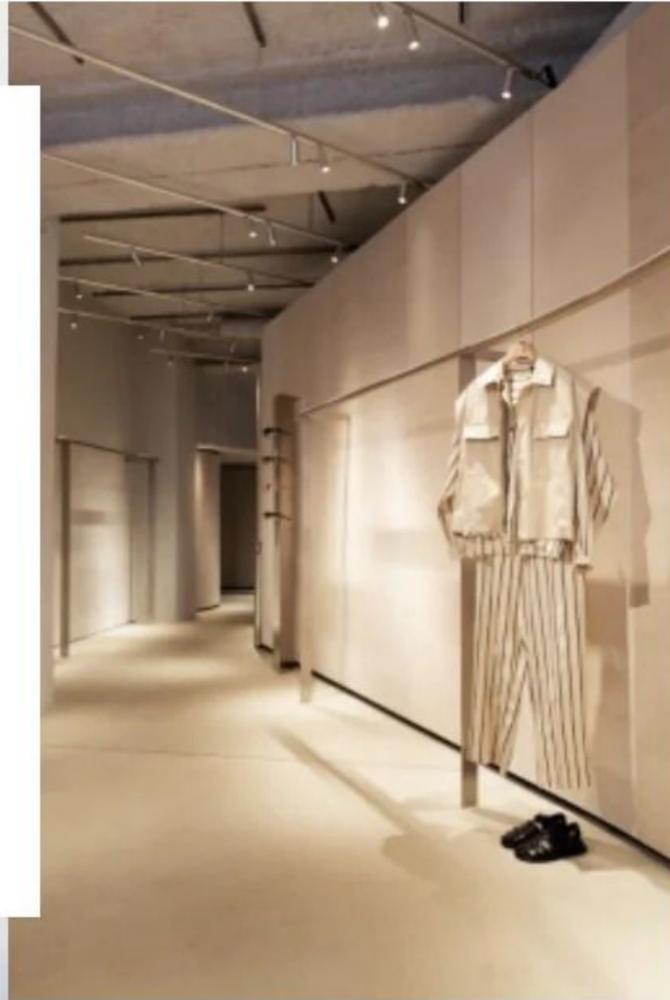
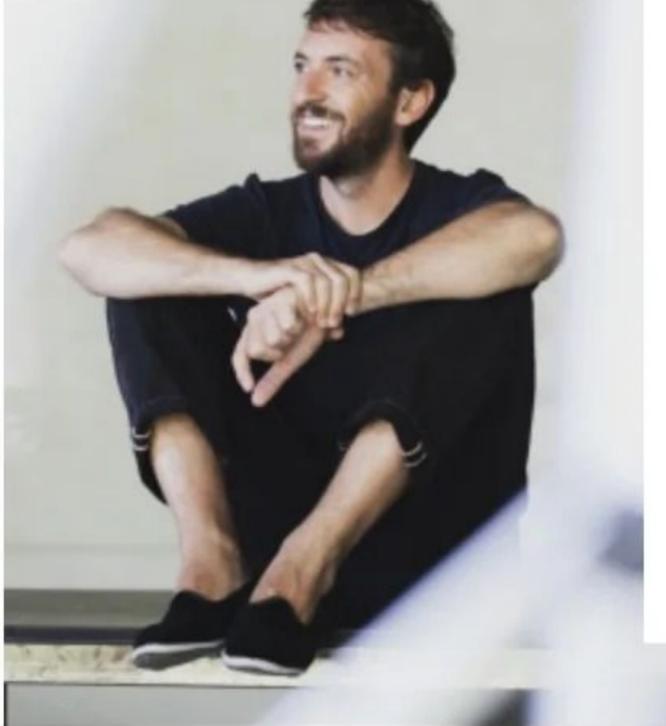
Rose Noire: Una fragancia atemporal perfecta para una mujer audaz, que destaca por su aire misterioso y su fortaleza. El palo de rosa y la vainilla proporcionan fuerza y carácter, el resultado un perfume que no pasará desapercibido.

Los cuatro se venden en prácticas botellas de 30 ml, perfectas para llevar en el bolso, y cuentan con la garantía de calidad de la industria francesa. Adopt Parfums ha abierto tiendas en Madrid y Barcelona además, online encontrarás un catálogo con más de 150 referencias distintas, el regalo ideal para el Día de la Madre (5 de mayo).



DISEÑO PROPIO

La primera tienda de Pomandère en el mundo está situada en el vibrante barrio de Saint-Germain (26 rue Saint Sulpice) y ha sido diseñada por Carlo y el arquitecto Andrea Tognon.



- TIENDA -

Abre POMANDÈRE

Carlo Zanuso, creador de la firma italiana, nos recibió en París, donde acaba de abrir la primera boutique de su marca de moda minimal y ecofriendly. Apasionado de la arquitectura, el espacio –envuelto en tela vintage– también lleva su firma. Eso es lujo.

Quince años después de lanzar su marca propia, tras renunciar a continuar con el negocio familiar (Melograno, fabricantes de camisas artesanales), Carlo Zanuso ha cumplido un sueño. No solo se ha convertido en un referente europeo de la slow fashion, esa moda eco creada con conciencia y estilo, sino que acaba de abrir su primera tienda en su mejor mercado, el francés.

¿Lo mejor y lo más difícil de estos 15 años?

Lo mejor es haber logrado mantener mi identidad: me sigo reconociendo en lo que hago y eso me enorgullece. ¿Lo más difícil? Encontrarme a mí mismo y tener la valentía de hacer lo que me gustaba, aun a sabiendas de que no siempre era lo que demandaba el mercado.

¿Los valores con los que comenzaste esta aventura siguen siendo los mismos?

Sí, la sobriedad, el comercio ético y la ecología, y eso que nosotros empezamos antes de que se convirtiera en tendencia de marketing. Siempre hemos trabajado con telas italianas o certificadas y fabricado en proximidad, en Vicenza: de allí son

los materiales, los tintes 100 % naturales, la confección artesana. Todo se queda en el Véneto.

Tus prendas contemporáneas, funcionales y minimalistas podrían utilizarse toda la vida. ¿Cómo va a crecer tu negocio si tus prendas son eternas?

La atemporalidad es una de las características que más nos define y tengo amigas que me aseguran que las prendas son indestructibles (risas), lo cual es un valor añadido. Con tanta fabricación en China se está perdiendo lo artesanal y mi batalla es esa: que la gente compre tesoros que les acompañen muchos años y les traigan recuerdos.

¿Cuál es la prenda clave de Poster Frame SS2024?

Un pantalón cargo de lino en color tabaco, que resume ese espíritu aventurero de este verano. También la nueva y exclusiva colección de gafas.

¿Tu principal mercado es el francés? ¿Por eso has abierto tienda en París?

Sí, es uno de los más históricos e importantes, porque exportamos el 70 % respecto a Italia; pero el norte de Europa: Bélgica, Holanda y Escandinavia están creciendo. Y Francia está en el centro.

últimas NOTICIAS

FLABELUS HABLA FRANCÉS

La firma española de venecianas que arrasa entre los amantes de la moda acaba de abrir **su primera tienda en París**. Situada en el barrio de Luxembourg, en la Rive Gauche del Sena (45, Rue Bonaparte), la boutique es una explosión de color: techo a rayas rojas y blancas, bolas colgantes recicladas de colores y un papel pintado inspirado en las técnicas clásicas del **art nouveau**, un pasillo de azulejos verdes... muy Mago de Oz. La firma que lidera **Beatriz de los Mozos** y que se lanzó en 2020 ha sido un exitazo: sus alpargatas artesanales con suela de neumático de bici reciclado ya se venden hasta en los Hamptons. **flabelus.com**



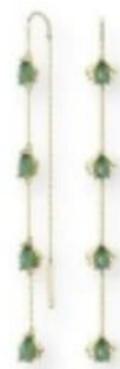
EDITOR'S CHOICE

De lo nuevo, lo mejor: estas son las noticias y las prendas que más me han gustado recién entrada la primavera.

Ester Aguado, jefa de Moda

Luce luciérnagas

Me ha enamorado su nueva colección *Firefly*, en jade y oro de 18k. Los pendientes largos de *Apodemia* (189 €) son mis favoritos. Para lucir 24/7.



Ropa de trabajo

Esta estética depurada de la colección UE: *Urban Exploration* de *The North Face* me flipa. ¡Me pido el petofalda vaquero (270 €)!



Zara abre un café

Se llama *Zara Collective* y está dentro de la lujosa tienda de moda del *Mall of the Emirates* (Dubái): allí se sirven pasteles y cafés de varias especialidades.



Llega Suaji

Esta marca de sneakers premium nace en una calle de Japón, pero se fabrica con la mejor piel desde Elche (375 €). Irrepetibles.



Sí a los náuticos

Este verano vuelven los náuticos –eso dice *MiuMiu*–, pero la reinterpretación con doble suela de *Timberland* es mi favorita (200 €).

MODA DE BAÑO

en dos colores clave



LAS ÚLTIMAS NOVEDADES de trajes de baño de El Corte Inglés, caftanes y capazos inauguran la época favorita del año. ¡Ficha las tendencias más trendy en diseños y colores!

Los básicos de playa como el bañador o el bikini son tan imprescindibles como una buena puesta de sol en agosto, un helado de tu sabor favorito o la canción más sonada del verano. Con los días de playa, piscina y viajes a destinos paradisíacos a la vuelta de la esquina, es el momento de empezar a ojear las tendencias que nos depara el verano. El negro se corona un año más como un básico indiscutible dentro de la moda de baño más selectiva, mientras que el burdeos se cuele entre los colores favoritos para la temporada estival.

PARA TODOS LOS CUERPOS

En cuanto a siluetas y formas, Enfásis, la línea de baño propia de El Corte Inglés, ofrece una amplia gama de patrones que se adaptan a la figura de cada mujer. Desde braguitas altas de silueta retro que ceden su protagonismo a los lazos del estilo más coquette, a bañadores asimétricos, cortes estratégicos cut-out e incluso caftanes a juego. Porque en verano toda forma de moda es bienvenida.

¿Para completar el look? Desde un caftán a juego o un capazo de crochet, un modelo de bolso que se ha ido renovando temporada tras temporada convirtiéndose en un auténtico objeto de deseo para las auténticas amantes de la moda.

Vestido fluido de ÉNFASIS (39,99 €)



Top de bikini de ÉNFASIS (25,99 €)



Braga de bikini de ÉNFASIS (19,99 €)



Bañador de ÉNFASIS (39,99 €)



CAFTÁN A JUEGO

Si algo sabemos es que un total look, además de derrochar estilo, es tendencia. Optar por este modelo de Enfásis es una idea diez.



Top de bikini de ÉNFASIS (25,99 €)

Bolso crochet de ÉNFASIS (39,99 €)



Braga de bikini de ÉNFASIS (19,99 €)

Bañador de ÉNFASIS (45,99 €)



Bañador de ÉNFASIS (39,99 €)



EL PROTAGONISTA

Práctico a más no poder, un capazo de crochet desprende comodidad y elegancia a partes iguales. Mira, mira...

- ADLIB IBIZA -

VISIÓN *propia* de ALTA COSTURA

Monika Maxim, que confecciona sus románticas y elegantes prendas en *cotonet*, eleva las prendas ibicencas hasta la pasarela. Pura magia Adlib.

Con más de 30 años de experiencia en moda, en 2018 decidió emprender su camino en solitario como diseñadora –antes había participado en Adlib Ibiza de la mano de artistas como Luis Ferrer– y, casi seis años después, se alegra de la decisión que tomó: «Era el momento de abrir las alas y ver si era capaz». Nacida en Lasi, Monika Maxim es la responsable de una de las propuestas más disruptivas de la semana de la moda en la isla. «Yo ya hacía Alta Costura en Rumanía, pero cuando llegué a Ibiza vi una moda totalmente distinta», explica.

Sus modelos, con una fuerte influencia del estilo clásico ibicenco, cuentan con un toque que los diferencia de todo lo demás: y es que la diseñadora confía todas sus creaciones a un único tejido: el *cotonet*. Un proceso que comienza con el algodón característico con el que confecciona la prenda manualmente, sigue con un lavado al que la somete y termina con unos diseños excepcionales que adorna con volúmenes, puntillas, encajes de bolillo y ganchillo.

Sus obras exploran siluetas masculinas y femeninas que reflejan a la perfección la magia de la isla, la artesanía local –con fibras naturales y sostenibles– y el saber hacer único de la diseñadora.

POR RAQUEL BENITO.
FOTO MUCHIGRAPHY Y MARIENNA GARCÍA-GALLO.



SEÑA DE IDENTIDAD

Su visión de la moda va más allá de las tendencias. Cada uno de sus diseños en Monika Maxim Ibiza es un alegato a la atemporalidad y la comodidad, con una dosis única de encanto y elegancia.



EXPERIENCIA OLFATIVA

En Burberry Goddess Eau de Parfum (100 ml/157 €) se han utilizado tres tipos distintos de extracción de la vainilla (infusión, caviar y absoluto). Recogida a mano, esta pasa de cinco a siete semanas secándose al sol y después, se almacena en cajas de madera para que madure y desarrolle su dulce aroma característico. El frasco, inspirado en los archivos de la casa, se actualiza con un medallón dorado y es el primero recargable de la firma.



AGRADECIMIENTOS: VERDECORA PARQUESUR.

POR LAURA POTRONY
FOTO ÓSCAR CALLEJA

Por primera vez en perfumería se ha usado la vainilla caviar. La nariz Amandine Clerc Marie la envolvió con notas de brillante esencia de lavanda Diva de Provenza y las notas terrosas de cacao y raíces de jengibre, creando el equilibrio aromático perfecto de BURBERRY GODDESS EAU DE PARFUM, una fragancia gourmand única.

4 FORMAS DE LLEVAR EL ROJO DE LABIOS

Dibujando la boca perfecta o con efecto mordido, también conocido como french kiss, a tono con el blush o en textura glossy, que vuelve con fuerza, el labio rojo es una de las señas de identidad que las francesas han exportado al resto del mundo. Y nuestra fuente de inspiración en estos 4 looks que creamos con Lancôme, una firma con adn genuinamente francés.

POR MARTA BONILLA FOTO MIRTA ROJO
ESTILISMO MARTA LASIERRA
MAQUILLAJE ROBERTO SIGUERO PARA LANCÔME



**ROJO IDEAL +
PIEL PERFECTA**

El look effortless, tan francés, en el que destaca el labio rojo de Absolu Rouge, tono 132 de LANCÔME, tiene truco: una piel perfecta.

La modelo lleva a rayas jersey SEZÀNE.

**ROJO GLOSSY
+ BLUSH**

Sonrojar las mejillas pone un toque frenchy al look junto a ombré y glossy, tan tendencia. En la piel lleva Idôle Tint de LANCÔME.

La modelo lleva pendientes MESSIKA y vestido ALBA CONDE.





**ROJO JUGOSO +
OJOS NEGROS**

La mirada rockera, con un negro desgastado de Le Crayon Khôl, de LANCÔME, ensucia el párpado con un resultado moderno y resta protagonismo a la boca, que se sonroja con un toque en el centro de los labios.



**ROJO MORDIDO
+ OJO
SOMBREADO**

El labio mordido es un clásico que renovamos con un ojo delineado, con sombra y con un toque de máscara. Idôle de LANCÔME.

La modelo viste camisa POMANDÈRE.

EL ROJO PERFECTO, EXISTE

«El tono 132 de L'Absolu Rouge es fácil que tenga 30 años. Las **fórmulas han evolucionado pero ese tono, favorito de las francesas, perdurará** siempre. Un básico para hacer un boca perfecta, un labio mordido o un toque de blush, dice el experto.



L' Absolu Rouge Intimate, tono 196 (44 €) y L'Absolu Rouge Cream, tono 132 (44 €), de LANCÔME.

ROJO IDEAL

El labio es protagonista de este look, con un rojo puro: «Lo hemos hidratado, perfilado y rellenado con lápiz del mismo tono y dibujado bien. Destaca porque hemos conseguido una piel natural, uniforme y transparente», dice Roberto Sigüero, make up artist de Lancôme.

GLOSSY

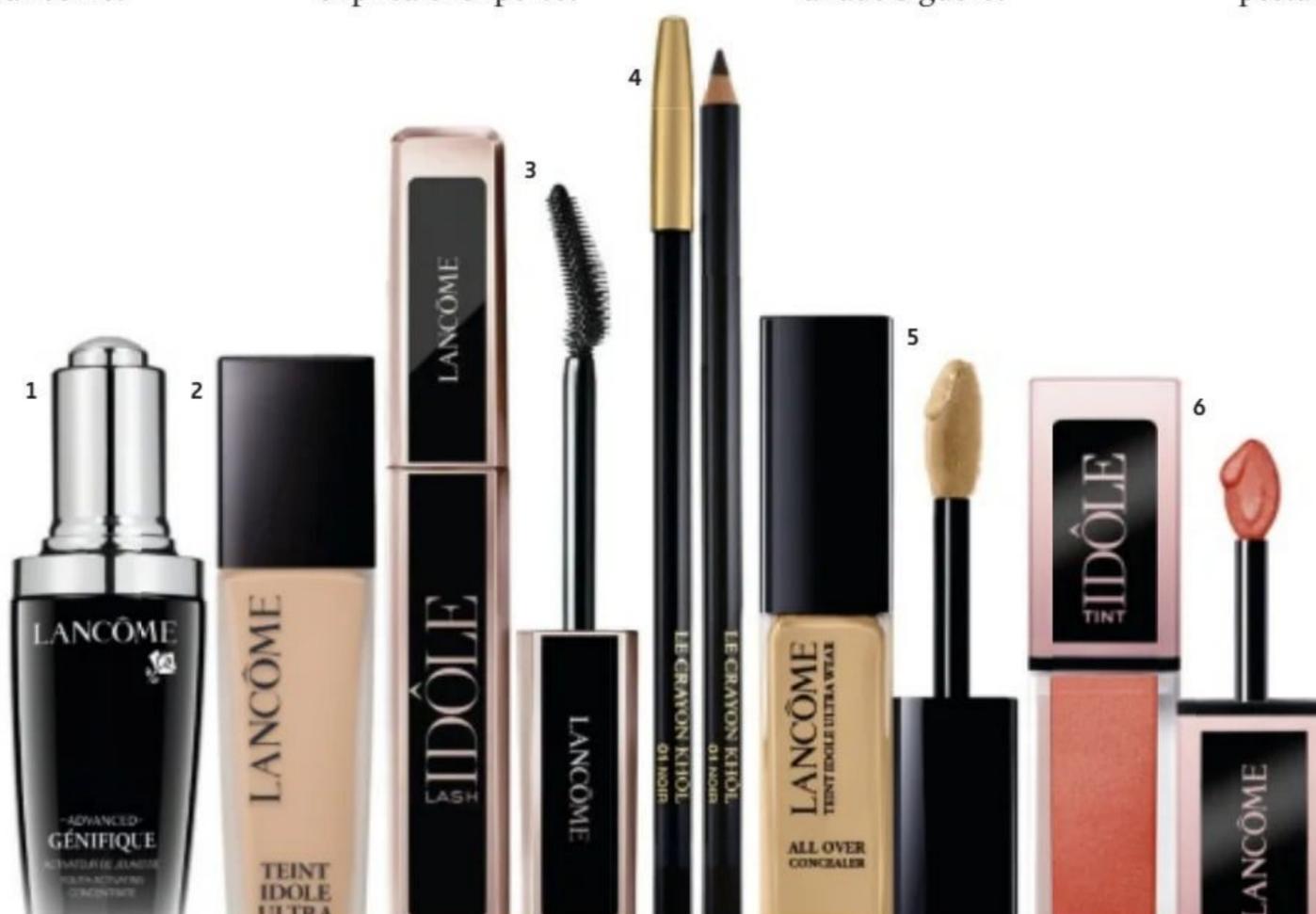
El brillo es tendencia. «En este caso, lo hemos combinado con otra, la del labio sombreado. Aplicamos el tono más coral en el centro y difuminamos hacia el exterior sin llegar al borde. Sobre él aplicamos un gloss transparente», explica el experto.

JUGOSO

Un toque rojo en el centro del labio, arriba y abajo, sobre fondo nude o bálsamo, «aporta un punto de luz al look perfecto para equilibrar un ojo oscuro. Se ha marcado el lagrimal y la línea horizontal con khôl negro y se ha ahumado con sombra negra», añade Sigüero.

MORDIDO

Se aplica con la yema de los dedos, en un tono mate cremoso, «para obtener un acabado natural, de cuando te muerdes el labio. El ojo, se delinea con sombra marrón oscura y para darle intensidad marcamos con sombra negra a ras de las pestañas», acaba.



MAKING OF

1. Preparar la piel. Hidratante, antiedad y fortalecedor de la piel, gracias a la acción sobre su microbioma, Sérum Advanced Génifique (130 €/50 ml) €. **2. Piel perfecta.** Mate pero luminosa y con cobertura y acabado natural, Teint Idole Ultra Wear (52 €). **3. Pestañas con volumen.** Máscara de pestañas Lash Idôle (37 €). **4. Definir la mirada.** Le Crayon Khôl (27 €). **5. Corrector.** Teint Idôle Ultra Wear All Over Concealer (40 €). **6. Labios, ojos y piel.** Esta sombra líquida es un producto versátil, de acabado perfecto. Idôle Tint (30 €). Todo de LANCÔME.

CLAVES *para* *lucir* PELAZO

Karim Belghiran es uno de los peluqueros más solicitados del momento. Afincado en París y colaborador de Phyto, una de las firmas de cuidado capilar favorita de las parisinas, nos desvela los secretos de sus tan atractivos looks effortless y crea 4 en exclusiva para *Woman MF*.

POR MARTA BONILLA FOTO FÉLIX VALIENTE
ESTILISMO MARTA LASIERRA PELUQUERÍA KARIM BELGHIRAN

De origen marroquí-español y asentado en París, Karim Belghiran (Barcelona, 1983) es uno de los peluqueros más deseados del momento. Colaborador habitual de firmas de lujo como Jacquemus, Chanel, Versace, Loewe o Louis Vuitton, reconoce que para él «es un gran honor trabajar con creadores. Lo interesante es que cada backstage tiene una *vibra* diferente. También es emocionante que hasta el último minuto todo puede cambiar, el estilo, el número de modelos, los looks... pero lo que me motiva además del trabajo creativo es formar a una generación joven de peluqueros y ayudarlos a perfeccionar su estilo y su técnica», nos dice este experto, que descubrió su vocación de niño. Con seis años ya jugaba con la plancha de su hermana y los sábados no se perdía la visita de su madre a la peluquería: «Era increíble ver cómo transformaban el pelo como por arte de magia. Los olores, el ambiente...», recuerda. A partir de ahí, fue quemando etapas, en un salón de peluquería en Barcelona donde adquirió el contacto directo con las clientas, en el cine... hasta llegar a lo más alto de la moda y el mundo editorial. Además, es colaborador de Phyto, la firma de cuidado capilar fundada en 1969 y pionera en las fórmulas botánicas de cuidado capilar. Como dice Karim, adelantada a su tiempo. >



DE UNA CAPA

«En estos 4 looks he hecho un recorrido por diferentes texturas de pelos, que representan para mí una belleza dormida», dice Karim Belghiran, que ha creado un estilo en el que cabello cae liso pero con cuerpo, enmarcando el rostro de la modelo. La Leche Desenredante Express Suavidad de PHYTO, sin aclarado, desenreda el cabello seco o mojado y facilita el peinado.

GOLPE DE EFECTO

«En todas las fotos observamos *happy accidents*, se trata de romper la perfección, algo que es muy tendencia», explica Belghiran.

El Spray Brushing Voluminizador, de PHYTO, aporta volumen de raíz a puntas, conservando la ligereza.

La modelo lleva camiseta básica ABANDERADO.





EN MOVIMIENTO

«En mi filosofía, menos es más, no me gusta utilizar muchos productos. Y, por supuesto, la salud del cabello es clave para que luzca bonito», señala Karim, que creó un look con movimiento, adornado con cinta elástica negra, tan de moda. Para mantener la melena sana, la Crema de Día Phyto 7, icónica de la marca, nutre sin apelmazar y disciplina el peinado.

A full-page photograph of a woman with voluminous, dark, curly hair. She is wearing a white, thin-strapped tank top and is sitting down, looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a plain, light color.

SUBE EL VOLUMEN

«Quería transmitir texturas que a través de la foto tuvieses ganas de tocar», dice el peluquero, que aportó volumen extremo a este look. Para fijarlo, se necesita Phytolaque Laca Vegetal Fijación Extrafuerte, de PHYTO. La modelo lleva camiseta de tirantes ALBA CONDE.

Partimos de la premisa de que lo importante es cuidar un cabello no para que luzca bonito, que al final solo es un síntoma, sino para que esté sano.

El cabello siempre es un indicador, ya sea de humor, tendencia, salud... Un cabello bien cuidado no solo se peina mejor, luce mejor y tiene más volumen, sino que también es una inversión duradera y a largo plazo. Es como cuidar tu piel todos los días. Eso es lo que llamamos skinificación. Y añadiría que el cuidado del cuero cabelludo es tan importante como el del cabello, porque es la base de todo.

¿Cuáles son las claves para un buen cuidado, entonces?

Conocer tu tipo de cabello, elegir los productos que le correspondan y que respeten el cuero cabelludo, dejarlo respirar, nunca creer que cuantos más productos uses, más hermoso será tu cabello, descifrar fórmulas y evitar productos con siliconas e ingredientes trampa.

Phyto es una firma formulada con ingredientes naturales y botánicos, ¿qué beneficios aporta esto al cabello?

El respeto, tanto al pelo como al cuero cabelludo. Es una verdadera marca de tratamiento y cuidado, desde extracciones de plantas que sustituyen al agua en sus fórmulas hasta los principios activos. Además, tiene una gran experiencia: Phyto se creó en 1969.

Y desde entonces se ha convertido en una de las firmas favoritas de las francesas –París es la inspiración de este número– para cuidar el pelo, ¿no?

Es un símbolo de la *French Pharmacy* y sí, les encanta a las parisinas. Es una marca pionera en el cuidado botánico.

El je ne sais quoi de las parisinas es famoso en todo el mundo.



Tú que las conoces bien, ¿qué las define?

Para mí, el corte parisino es muy Françoise Hardy en su versión joven. Muchos nuevos iconos franceses como Jeanne Damas, Caroline de Maigret o Clara Luciani tienen ese algo muy *coiffé-decoiffé*, despreocupado.

Un consejo para ese effortless...

Cuidar el cabello a diario, especialmente con champú seco. ¡Es un invento francés! Una buena alimentación, tomar complementos alimenticios y enjuagar con agua fría para activar el brillo.

Y qué nos propones para un bad hair day, en que no nos apetece arreglarnos el pelo...

Para lograr un volumen rápido y eficaz que dure a lo largo del día aplicaría Phyto Volumen Spray en la raíz, daría un pequeño masaje y secaría rápido con el secador. Luego podemos hacernos un moño alto durante 5 minutos para fijar el volumen.

¿Es cierto que aconsejas masajear el cuero cabelludo en algún momento a lo largo del día?

Sí, claro, el masaje relaja, es su primera acción y no poco importante. Pero también ayuda a reactivar la microcirculación y, por tanto, aporta luminosidad.

¿Cómo definirías tu estilo como peluquero?

Veo el cabello como un material que necesita respirar. Me gustan mucho los imperfectos, *coiffé-decoiffé*, pero siempre con un toque de elegancia. Esa sutileza es terriblemente moderna.

¿Nos destacas dos tendencias para esta primavera?

En color, el tono violín sobre diferentes bases, funciona muy bien. El corte: los bobs, pero más largos y escalados.

- EN EL NECESER -

Los cinco imprescindibles de Karim Belghiran para lucir un pelo bonito y sano.



Solución S.O.S

Champú Seco Suavidad (6,90 €). Limpia sin agua, en 2 minutos, mejora la suavidad, aporta volumen y reduce la grasa, gracias a su fórmula con prebióticos y polvo de arroz.



Escudo de seguridad

Spray Termoprotector 230° C Antirrotura (19,90 €), protege la fibra de la rotura durante el secado del cabello hasta 230° C. Repara y alisa el encrespamiento.



Volumen natural

Volumen Spray Brushing (19,90 €) levanta la raíz y aporta volumen y cuerpo de medios a puntas, sin efecto acartonado y proporcionando un brillo extremo.



No se mueve un pelo

Phytolaque. Laca vegetal de fijación media-fuerte (15,90 €), sin aerosoles y de larga duración, cuida y fija el cabello sin dejarlo rígido ni pegajoso. Además, aporta brillo.



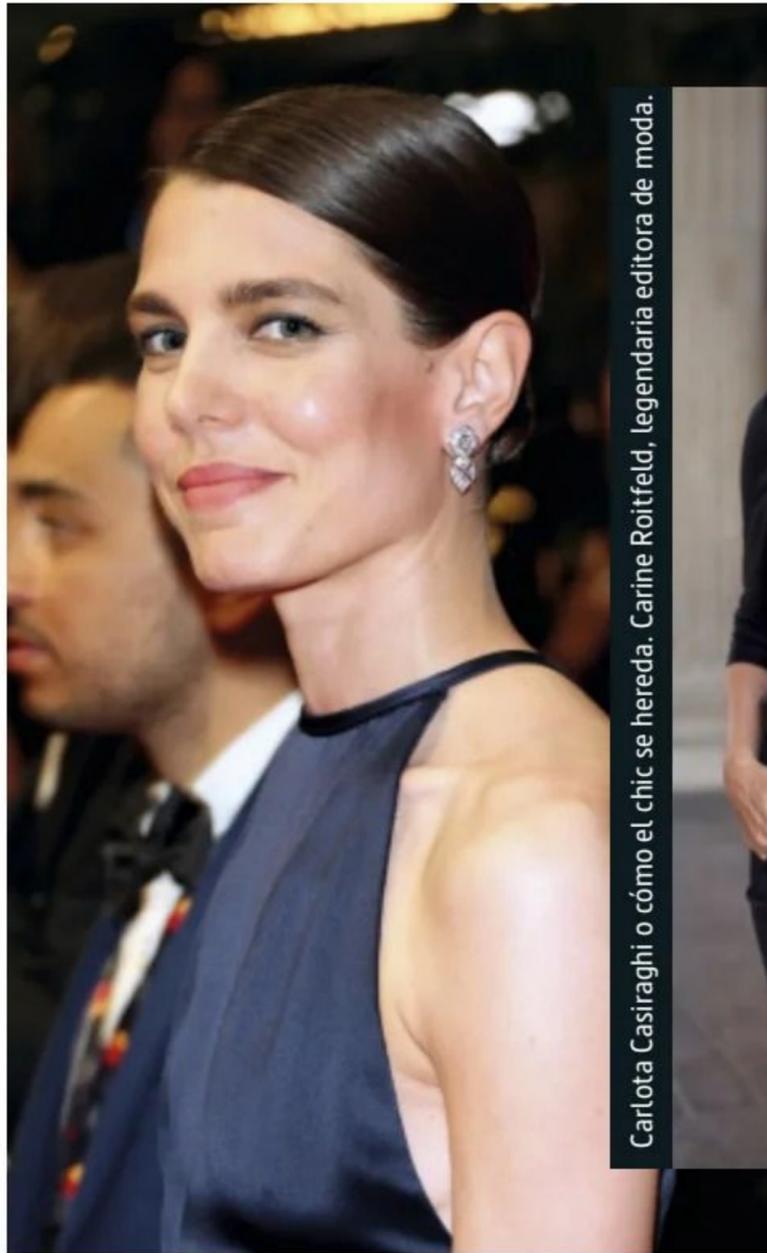
Nutricosmética

Phytophanere. Complemento alimenticio cabello y uñas (49,90 €), aporta fuerza, crecimiento y volumen al pelo. También fortalece las uñas. Todo, Phyto.

MADE *in* FRANCE

NUESTRAS VECINAS europeas son maestras en cuidarse de forma meticulosa para hacernos creer que su aspecto chic no es algo que les preocupe. En el arte del *au naturel* todo vale mientras sigas la máxima del menos es más.

POR ALEJANDRA YEREGUI



Carlota Casiraghi o cómo el chic se hereda. Carine Roitfeld, legendaria editora de moda.



¡Ay, las francesas! Esas mujeres que fascinan al mundo entero y van en bici al mercado, quedan a tomar un vino, dan largos paseos antes que recluirse en un gimnasio y viven tan ocupadas que son capaces de ir sin maquillar a una cita. Y es que su belleza interior, que cultivan a golpe de lectura y arte, no necesita artificios. Si bien a nadie sorprendería que fueran a comprar la baguette un sábado con los labios rouge... ¿Y si se encuentran con alguien inesperado? Las parisinas llevan la libertad por bandera, tienen un punto rebelde y el único cliché que toleran es ser consideradas un modelo a seguir; les gusta encarnar lo chic, ese anhelado halo de encanto natural y estilo distintivo. Pero, ¿qué las hace tan especiales? «Lo llamaría belleza intelectual. No existe un único factor que explique ese carisma, en parte puede atribuirse a

una combinación de factores culturales, estilo de vida y actitud libre. Creo que el encanto de las mujeres francesas radica en la postura despreocupada pero elegante hacia la vida. Tienen una confianza natural en sí mismas y un enfoque relajado hacia la moda y la belleza que les permite expresar su personalidad de manera auténtica y sin esfuerzo», cuenta Valérie de Baecque, francesa afincada en España, con una larga trayectoria en la comunicación de marcas de lujo y sostenibilidad. Tampoco toman su aspecto físico demasiado en serio. Ni siquiera las celebrities, como la icónica Isabelle Huppert: «Nunca me he comportado como una mujer guapa, ni cuando era joven. Jamás me he visto de esa manera y ahora cuando miro atrás, pienso, "¡pues no estaba nada mal!"», afirma la actriz, que sigue rebosando allure a sus 71 años. >

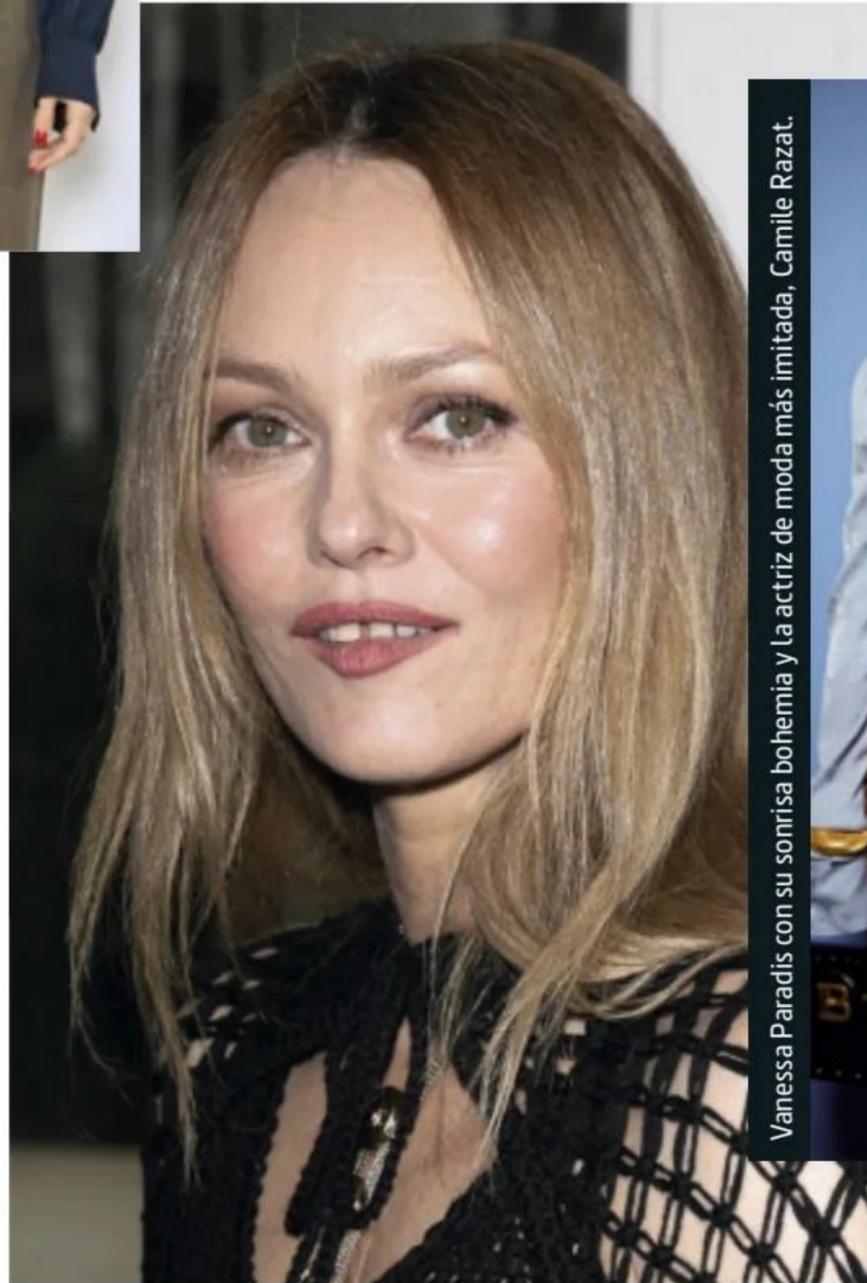
Las 5 REGLAS parisinas

Sabemos en qué consiste ese misterioso *je ne sais quoi* que nos encandila.

- 1. Pelo bohème.** El cabello de las francesas respira naturalidad, huyen de lo pulido y, como lo lavan de noche, la almohada lo despeina. Apuestan por el caos cuidadosamente organizado. Les encantan las medias melenas y los flequillos.
- 2. Sí a la imperfección.** Lo estándar es aburrido. Las francesas están orgullosas de los rasgos que las hacen únicas. Y si se retocan ¡que no se note!
- 3. Enseñan piel.** Y la cuidan, pero odian el efecto máscara, el rostro tiene que revelar sonrojo, mostrar pecas o arruguitas. Aunque utilicen un toque de base o corrector, el resultado debe ser efecto no-maquillaje.
- 4. Ojos o labios.** Una parisina nunca maquilla los labios si lleva un smokey eye, y viceversa. Las bocas les gustan en rojo, cereza o melocotón y la máscara, un must.
- 5. La actitud importa.** Van pisando fuerte, con seguridad y un toque de perfume. Nunca admitirán que han dedicado tiempo a prepararse para verte.



La actriz Isabelle Huppert y la influencer Jeanne Damas encarnan la belleza relajada.



Vanessa Paradis con su sonrisa bohemia y la actriz de moda más imitada, Camille Razat.



UN LOOK CON CHARME

1. Labial rojo Rouge Pure Couture, YSL BEAUTÉ (45 €). **2.** Colorete en dos tonos Roses Coquillages, CHANEL (70 €). **3.** Spray Brushing Volumen para cabello fino, con extracto de nenúfar 100 % natural, PHYTO (19,90 €). **4.** Crema de cuidado Sisleya L'Intégral Anti-Âge Crème Gel Frais, ahora más ligera, SISLEY (487 €). **5.** Máscara de pestañas Panorama, L'ORÉAL PARIS (14,95 €).

«Encuentra tu perfume antes de los 30 y utilízalo 30 años más, pero sé infiel a él, sobre todo, en los días fríos».

Caroline de Maigret

SE CUIDAN POR (Y CON) PLACER

Ya lo decía Coco Chanel: «La belleza debería comenzar en el alma y el corazón, de otra manera, los cosméticos son inútiles». La actriz Juliette Binoche defiende que cuando más guapa se ve es cuando está feliz: «Solo entonces puedes dejar tus miedos de lado y disfrutar del momento presente. Cuando una se olvida de sí misma, entonces irradia toda su belleza». El autocuidado galo se enmarca en parte en su filosofía del *art de vivre* (arte de vivir). «El principio del placer es básico para la mujer francesa. La rutina de belleza tiene que hacerte sentir bien al tiempo que mejora tu aspecto. Ama lo que uses y usa lo que amas. Creemos que un buen cuidado de la piel no debe ser una cuestión de modas, marketing o productos absurdamente caros, sino de utilizar los ingredientes más potentes y efectivos (y a ser posible lo más puros y naturales) que a ti te funcionen. Además, esperamos que huelan de forma deliciosa y tengan una textura agradable. Si produce picores o cualquier incomodidad, no es para nosotras. Las francesas tenemos fama de ser algo snobs, y eso que puede considerarse una forma de arrogancia, viene de estar convencidas que nos merecemos lo mejor», apunta Mathilde Thomas, fundadora de la marca Caudalie, y autora del libro *The French Beauty Solution* (Ed. Avery). Las parisinas no tienen el gen de la delgadez, pero huyen de las dietas, de los procesados y basan su alimentación en nutrientes naturales. Tampoco pretenden esconder su

edad, aman sus imperfecciones, sus arrugas y aceptan el paso del tiempo como algo natural e inevitable. Son constantes con su rutina a base de una buena limpieza, sérum con activos según sus necesidades, crema que repare la barrera y protección solar. Ir a la farmacia a pedir asesoramiento es muy francés. Hay productos made in France que hacen las delicias de las influencers y expertas, como la Lait Crème Concentré de Embryolisse, que repara el microbioma y se puede usar en rostro y cuerpo –las francesas adoran los productos multiusos– o el hit para las pieles mixtas: la Crème Supernature, de Huygens, que afina los poros. En cosméticos bio, tienen un máster desde los años 90. Destacan marcas clásicas como Melvita y otras nuevas como BeauTerra, con fórmulas sólidas a base del popular jabón de Marsella, La Crème Libre con eco-recargas o la firma de maquillaje Mademoiselle Bio.

SÍ A LAS MANOS EXPERTAS

Los tratamientos profesionales son una necesidad más que un lujo en el país vecino, forman parte de la rutina de cuidados. La francesas llevan décadas siendo fieles a los rituales faciales de Maria Galland o los corporales con la tecnología gala LPG. Ahora, lo más chic es hacer un protocolo japonés y el spa EviDenS de Beauté es la última dirección que veneran en París. También van al salón regularmente. «Las francesas le dan mucha importancia al color y, sobre todo, al corte de pelo, que forma parte de su seña de identidad. Son más osadas que las españolas y no tienen miedo a innovar y a cambiar de look. Además, son muy constantes a la hora de hacerse tratamientos hidratantes o reparadores de la fibra capilar, como los de Leonor Greyl», apunta Eduardo Sánchez, director creativo de Maison Eduardo Sánchez y un referente de la peluquería francesa en España. Aún así, el resto de los mortales seguiremos creyendo que su piel radiante y su cabello deliciosamente alborotado les viene de cuna.

- SUS BEST SELLERS FAVORITOS -

Si las francesas son fieles a algo, es a estos productos de cuidado, la mayoría de farmacia y para toda la familia.



Huile Prodigieuse, Nuxe

A base de 7 aceites vegetales de tacto seco, hidrata el rostro, el cabello y el cuerpo (32,30 €).



Eau de Beauté, Caudalie

Bruma emblemática a base de uvas, aceite de rosas o romero, para llevar en el bolso (38,50 €).



Fotoprotector SPF 50+, Avène

Lo último es Ultra Fluid Ultra Mat, de amplio espectro y con una textura invisible (23,80 €).



Crema de manos Karité, L'Occitane

Hace poco ha celebrado su 30 aniversario. Ahora presenta un nuevo formato eco de 30 ml (8,50 €).



Agua micelar, Bioderma

Sensibio H₂O se vende cada segundo en el mundo. Limpia, desmaquilla y calma (12,95 €).



Cicaplast B5+, La Roche Posay

Bálsamo ultra reparador que reequilibra el microbioma, para pieles sensibilizadas (13 € aprox).

- ICONO -

INTENSIDAD QUE SE LLEVA

FAME Intense desata tu aura femenina más atrevida, para que brilles aún más, dondequiera que vayas.



Rabanne revoluciona el mundo del perfume como ya hizo con su icónico 'FAME', que vuelve ahora en su versión más intensa. Un cóctel más irreverente, más travieso y más animado con una nueva y adictiva mezcla amaderada, floral y especiada, con jazmín solar, un trío único de inciensos y sándalo cremoso. Su frasco brillan con fuerza para reflejar la radiante luz que lleva dentro, una preciosa joya que se presenta en un diseño recargable propio de coleccionista. En palabras de sus creadores Dora Baghriche, Marie Salamagne, Alberto Morillas y Fabrice Pellegrin:

"FAME Intense encaja perfectamente con la mujer de hoy porque celebra su empoderamiento, versatilidad, confianza, individualidad, así como su deseo de lujo y glamour". Elle Fanning, embajadora de la fragancia, encarna todos los valores de la fragancia: "Creo que una mujer Rabanne es natural y sofisticada"; ha dicho la actriz que ya forma parte con orgullo del elenco estelar de musas de Rabanne en el que brillan Audrey Hepburn o Jane Fonda.

Inspirado en el icónico motivo metálico de Rabanne, el 'vestido plateado' del frasco clásico de FAME se vuelve dorado luminoso para su versión 'Intense'.



ELLE, MUSA DE RABANNE

Para Elle Fanning, Fame Intense hace que te sientas segura y cargada de energía. "Me encantan las notas de jazmín y mango. Es un perfume muy fresco y se puede llevar de día o de noche".





PIEL GLOW

Jugosa, luminosa y hasta brillante, con efecto mojado, la tez asume todo el protagonismo de este look, para el que se ha jugado con Base de Maquillaje Eternité de Beauté, el iluminador Illuminateur de Beauté y el iluminador en gel Éclat de Beauté Effet Lumière, todo de GUCCI.

La modelo lleva chaqueta de GUCCI.

4 looks perfectos para primavera

Reinterpretamos las TENDENCIAS DE MAQUILLAJE de la mano de Gucci Beauty con propuestas favorecedoras para diferentes estilos, ocasiones o momentos del día. Del protagonismo de los tonos melocotón al efecto monoblock de color en los párpados o los nuevos eyeliners.

POR MARTA BONILLA
FOTO ALBERTO SAGUAR
ESTILISMO MARTA LASIERRA

#PEACHMAKEUP

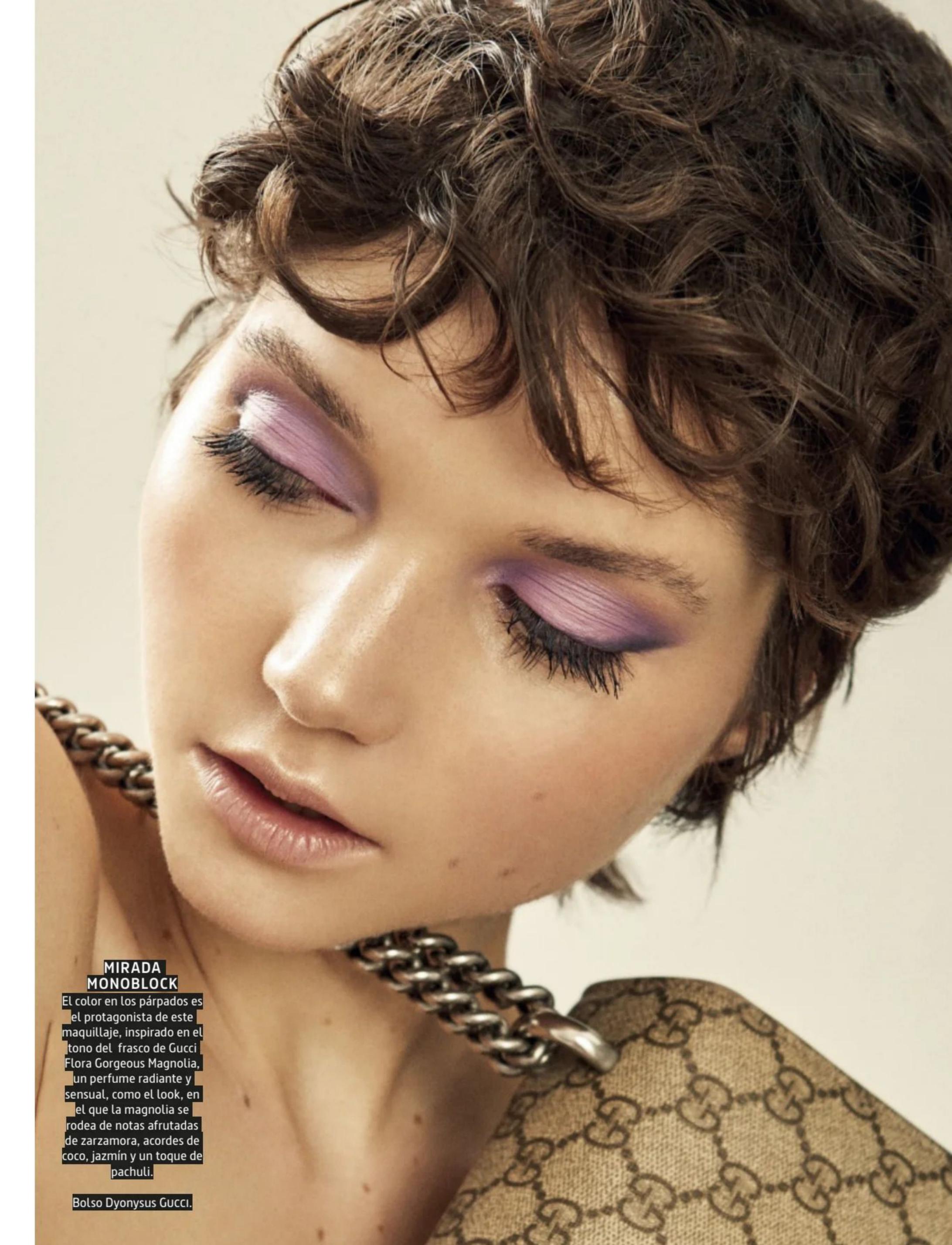
Los tonos melocotón triunfan en el maquillaje de primavera, como han avanzado las últimas alfombras rojas internacionales. Aportan calidez al look y se llevan en toda su gama, muy en la línea de la colección de labiales Gucci Neutrals, como el que luce la modelo, en contraste con el delineado difuminado en verde de los ojos.

Viste camisa GUCCI.





LÍNEAS PRECISAS
Inspirándonos en el look
de las modelos del último
desfile de GUCCI, con las
propuestas de su director
creativo Sabato de Sarno,
creamos este delineado
gráfico con pestaña
sesentera.



**MIRADA
MONOBLOCK**

El color en los párpados es el protagonista de este maquillaje, inspirado en el tono del frasco de Gucci Flora Gorgeous Magnolia, un perfume radiante y sensual, como el look, en el que la magnolia se rodea de notas afrutadas de zarzamora, acordes de coco, jazmín y un toque de pachuli.

Bolso Dyonyusus GUCCI.

PIEL GLOW

Iluminar la tez, jugada maestra. Crear juegos de luces y sombras, con destellos en puntos estratégicos que hacen brillar la piel y provocan un efecto wet, son las claves de este look. Primero, es necesario trabajar bien la tez con una base luminosa y corrector, que aporten perfección al lienzo. Después, jugar con los dos iluminadores Gucci, líquido y en gel, para dar brillo a las mejillas, hueso de nariz y párpados.

#PEACHMAKEUP

El tono melocotón es tendencia y protagoniza este look en contraste con un delineado verde en los ojos que no traiciona el resultado natural. ¿Por qué? «Hemos creado un delineado muy difuminado, con la sombra de la paleta, respetando la forma del ojo de la modelo. Así, aunque sea un tono potente queda integrado en su fisonomía y no aporta sofisticación», explica el maquillador. El párpado se matizó con un tono peach, en sintonía con labios y blush.

LÍNEAS PRECISAS

Nuevos trazos de delineado. Los eyeliners se engrosan hasta aparentar un híbrido de delineado y sombra, tal como hemos visto en el último desfile de Gucci con propuestas de su director creativo Sabato de Sarno. La línea inferior de las pestañas marca la horizontalidad, que contrasta con un maquillaje de pestañas sesentero.

MIRADA MONOBLOCK

Se llevan los bloques de color en los párpados. En este caso, se ha realizado un ahumado con el tono violeta, trabajando muy bien la cuenca del ojo e intensificando el color a ras de las pestañas. Siempre intentando mantener una línea horizontal, para evitar el efecto ojo de gata. En la piel, lleva iluminador en hueso de la nariz, alto del pómulos y arco de cupido, para crear volumen en el labio, completamente natural.



Eau de Parfum Flora Gorgeous Magnolia (161 €).



Base de maquillaje Cushion de Beauté Foundation (73 €).



Base de maquillaje Eternité de Beauté SPF15 (65 €).



Máscara de pestañas L'Obscur (44 €).



Paleta Multiusos, Gucci Palette de Beauté Quatuor (67 €).



Barra de labios líquida Mate (49 €).



Iluminador líquido Illuminateur de Beauté (44 €).



Rouge À Lèvres Mat (49 €). Todo de Gucci.

CAMBIO *de* ARMARIO OLFATIVO



Hacemos un repaso por las novedades de la primavera: hablamos con Charlotte Tilbury y Carolina Herrera, descubrimos el mundo de Serge Lutens y te contamos por qué nos gustan los hits de la temporada, de los más frescos a los más opulentos.

POR PATRICIA ÁLVAREZ-PALENCIA
Y MARTA BONILLA

AROMAS *que te hacen* SENTIR

¿Sabías que la parte olfativa del cerebro está directamente relacionada con las emociones y la memoria?



En la elección de un perfume entran en juego las emociones. Buscamos que nos represente, que diga quiénes somos, a dónde vamos y que nos haga sentir de una determinada manera. Por ello, encontrar la fragancia perfecta no era tarea fácil. Hasta ahora. Charlotte Tilbury ha innovado con una colección revolucionaria de seis fragancias creadas junto con expertos en neurociencia y maestros perfumistas que aprovechan el poder de los aromas para liberar emociones. Así, cuando se pulverizan estos aromas, inmediatamente te sumergen en los mundos del amor, la felicidad, la sensualidad, la energía, el empoderamiento y la calma. ¿Cómo? Nos lo cuenta ella misma.

¿Cómo se te ocurrió incluir la neurociencia en el proceso de creación de estas fragancias?

Mi sueño era romper e innovar en algo que nunca se había hecho en el campo de la perfumería, porque veía que la gente podía viajar al pasado con los aromas, pero yo quería que pudieran diseñar su futuro y ser capaces de sentir la emoción que quisieran.

¿Cómo integraron los perfumistas la neurociencia en el desarrollo de las fragancias?

Con un algoritmo que identificaba, a través de cinco mil millones de datos de miles de personas en todo el mundo, cómo se activan ciertas partes del cerebro que provocan esos sentimientos y creando con la ayuda de los perfumistas una

combinación de ingredientes y acordes de fragancias que activan esas partes del cerebro y se dirigen a determinadas emociones. Sabía que quería conseguir esas seis emociones específicas e innovar en el mundo de los perfumes creando algo emocionante y disruptivo.

¿Por qué elegiste las emociones de amor, alegría, sexo, calma, energía y poder?

Porque para mí eran los sentimientos más universales y quería empezar con esos. La gente necesita calma en el mundo, necesita energía mágica, felicidad, amor, sexo y empoderamiento.

¿Están creadas estas fragancias para usarse solas o se pueden mezclar entre ellas?

Están pensadas para mezclarse, y hay algunas combinaciones, como Joyphoria y Love Frequency que realmente funcionan genial juntas.

Y están desarrolladas para ser usadas tanto por hombres como por mujeres...

Por supuesto. Todas son tanto para hombres como para mujeres. Además, tengo comprobado que a los hombres les gusta especialmente el aroma de More Sex, el de Magic Energy y también el de Cosmic Power.

Te has inspirado en Egipto, en la mitología romana y hasta en Alicia en el País de las Maravillas. ¿Te han fascinado siempre estos universos?

Siempre. Para mí este proceso ha sido como entrar por la madriguera de conejo en *Alicia en el*

FRAGANCIAS DE EMOCIONES

Charlotte Tilbury ha embotellado las frecuencias de Amor, Alegría, Sexo, Calma, Energía y Poder para que todo el mundo pueda sentir y ser lo que quiera.



ALQUIMISTA DE SENTIMIENTOS

Charlotte Tilbury es la fundadora, presidenta y directora creativa de su propia firma, CHARLOTTE TILBURY BEAUTY.

País de las Maravillas y experimentar esa alquimia de embotellar estos sueños y hacerlos realidad, y que la gente sea capaz de sentir cada una de esas emociones al aplicarse los perfumes, como si fueran superpoderes mágicos e invisibles. Y luego unirlo todo con la tecnología y los datos, me ha encantado esa parte. Es como ser capaz de traer todo este mundo místico de miles de años atrás y poder fusionarlo con la tecnología.

¿Dirías entonces que has encontrado el equilibrio perfecto entre magia y ciencia?

Sí, y me encanta. Arthur C. Clarke dijo que la magia no es más que ciencia inexplicable. Y por eso cuando la gente me decía: «Estás loca. No puedes provocar sentimientos a través de las fragancias», y los neurocientíficos y los perfumistas me aseguraban que no, yo nunca me rendí. Sabíamos que el perfume desbloquea recuerdos y ahora he podido probar que también

podemos ser arquitectos de nuestro futuro a través de las fragancias. Así que sí, realmente se trata de magia y ciencia juntas.

Has colaborado también con una numeróloga para asignar un número a cada perfume.

Sí, se llama Suzie Darling y es increíble. Quería incluir la numerología en el frasco y asignar a cada una de estas fragancias el número correspondiente a esa emoción. En realidad, la ciencia está empezando a ponerse al día con un montón de estudios antiguos de civilizaciones, como la egipcia, donde usaban la numerología. Y eso es lo interesante de retroceder 2.000 años y analizar algunos de los conocimientos que tenían para conseguir que sigan siendo muy relevantes en la actualidad.

¿Tienes algún olor favorito, de esos que te transportan a un momento bonito del pasado?

Sí, el pachuli. Lo he usado en bastantes fragancias, pero además era algo que se utilizaba en una época concreta, con mis padres, en los sesenta y los setenta, en el mercado hippie de Ibiza, y era muy embriagador. En esas décadas la gente se divertía y era excitante. Creo que deberíamos poner más pachuli en el mundo. Ese olor, junto al del ámbar y el incienso, son las fragancias de mi infancia.

¿Cuándo prefieres aplicarte el perfume?

La forma en la que me aplico el perfume, en realidad, es bastante libre, pero siempre me ha gustado hacerlo. Me encanta salir del baño o de la ducha, cuando mis poros están más abiertos, me pongo mi crema corporal Charlotte's Magic Body Cream y luego me rocío mis esencias por todo el cuerpo. Además, a menudo me pongo los perfumes a capas, mezclando varios. Me los rocío en los puntos de pulso, en la nuca, en las rodillas, en las muñecas y en los tobillos. Luego me visto y vuelvo a rociar el perfume elegido a mi alrededor y en mi pelo. Esto último me encanta, porque de esta forma se consigue que el olor aguante intacto todo el día, y es capaz de dejar rastro incluso si han pasado dieciocho horas desde que lo apliqué. Así, cuando te mueves, la gente puede percibir tu fragancia a través de tu pelo y de tu ropa.

Estas fragancias son superpoderes invisibles, desbloquean tus emociones y te hacen sentir las.



1



2



3



4

GOLPE DE FRESCOR

1. Efecto vigorizante. Eternity Aromatic Essence for Women, CALVIN KLEIN (145 €/100 ml), con 35 años de historia, incorpora una nota típicamente masculina como la lavanda a este aroma floral, que también lleva agua de coco. **2. Oda a lo natural.** Infusión de Figue, PRADA (150 €/100 ml), une el cítrico de la mandarina, el higo, muy del gusto de las españolas, y el gálibano, que le aporta un exquisito olor a limpio. **3. Sol de atardecer** Aqua Allegoria Forte Florabloom, GUERLAIN (116 €/75 ml), revela calidez con notas de nardo, violeta y lirio. **4. Refreshante y floral.** Agua Drop, LOEWE (190 €/100 ml), evoca el rocío sobre los pétalos de la jara, con el acorde exclusivo de Loewe extraído de esta flor silvestre, junto con bergamota y azahar.

Categoría nicho

Tienen fama de ser para entendidas en la materia y capaces de asimilar olores poco convencionales. Casi siempre unisex, entre otras cosas porque en su origen los perfumes no distinguían entre géneros. **1. Perseus, MARLY** (200 €/75 ml), con pomelo rosa, un cítrico electrificante y el refinado vetiver, es un chute de frescura (con persistencia). **2. 50, COMPORTA** (225 €), celebra el aniversario de su creador con notas ozónicas, pimienta negra, tabaco y almizcles. **3. Cappadocia, MEMO PARIS** (225 €, abanuc.com), un viaje olfativo con notas especiadas y aromáticas.



1



2



3

LA FLOR MÁS FAMOSA

Existen miles de variedades de rosas pero se utilizan dos: la damascena y la de mayo de Grasse. «Tiene una riqueza increíble y combina con todos los ingredientes, lo que permite construir con ella tanto perfumes clásicos como los más modernos», dice el perfumista Gregorio Sola. Se reinterpreta sin parar. **1. Rosa y madera.** Oud Alezan, HERMÈS (325 €/100 ml), con un oud cálido y sensual junto a un agua de rosas natural y óxido de rosas. **2. Rosa y flores blancas.** Irresistible Very Floral, GIVENCHY (114 €/50 ml), una explosión floral embriagadora. **3. Trío de rosas.** La vie est belle rose Extraordinaire, LANCÔME (110 €/50 ml), con agua de rosa, absoluto de rosa y un acorde de rosa espacial.



1



2



3

¡ILUMINA TU VERANO!

Realza tu belleza en cada aplicación y brilla con estilo bajo el sol con la nueva colección Solar Power de Real Techniques.



REAL TECHNIQUES®
SOLAR
POWER



EN TORNO A LA FEMINIDAD

Seguramente, ese es el punto de partida de la creación de un perfume: ¿A quién se dirige? ¿En qué tipo de mujer se inspira?

1. Elegancia sutil. L'Eau d'Issey Solar Violet, ISSEY MIYAKE (95 €/50 ml), recrea el aroma del agua en su versión más cálida, con notas de violeta y un iris que aporta intensidad.

2. Sensualidad a flor de piel. Flower Ikebana, KENZO (98 €/40 ml), captura el aroma de la mimosa, con un toque salino, que proporciona un efecto floral, empolvado y con un toque salado. **3. Un grito de libertad.** Libre, YSL (120 €/50 ml), combina la sensualidad del azahar con la lavanda, una nota masculina y un resultado hiperfemenino, como el esmoquin con el que monsieur Saint Laurent vistió a la mujer.

En España se venden casi 80 millones de perfumes al año –52 femeninos– y su elección la asociamos a la personalidad. Son una manera de comunicar lo que sentimos.



JAZMÍN, EL REY DE LAS FLORES

A pesar de su flor pequeña, desprende un aroma sensual, cremoso y con una nota animal. **1.** Con el espíritu parisino más atrevido y un frasco enfundado en el icónico vestido de malla metálica, Fame Intense, PACO RABANNE (145 €/80 ml), es un aroma sensual, con un jazmín solar rodeado de incienso, sándalo y agua de coco. **2.** La primera fragancia de DIOR, Miss Dior (160 €/80 ml) se reinventa de la mano de Francis Kurkdjian, que ha recuperado un jazmín con facetas de frutos rojos similar al que se utilizó en 1947 por Paul Vader, el perfumista encargado de crear, bajo las órdenes de Christian Dior, «un perfume que huele a amor». **3.** Oro y verde esmeralda definen LoveMe The Emerald Elixir, de TOUS (139 €/90 ml), un perfume joya oriental, con néctar de pera, jazmín y vainilla. **4.** La Ciudad Eterna inspira Born in Roma Green Stravaganza, VALENTINO (120 €/50 ml), con un trío de jazmines de la máxima calidad y té lapsang.



solares de NUEVA GENERACIÓN

mesoprotech® sun stick 100

El stick reparador con protección solar muy alta SPF 50+ (UVB 122, UVA 90) está indicado para zonas sensibles como el contorno de ojos, labios y cicatrices.



mesoprotech® hydra cream

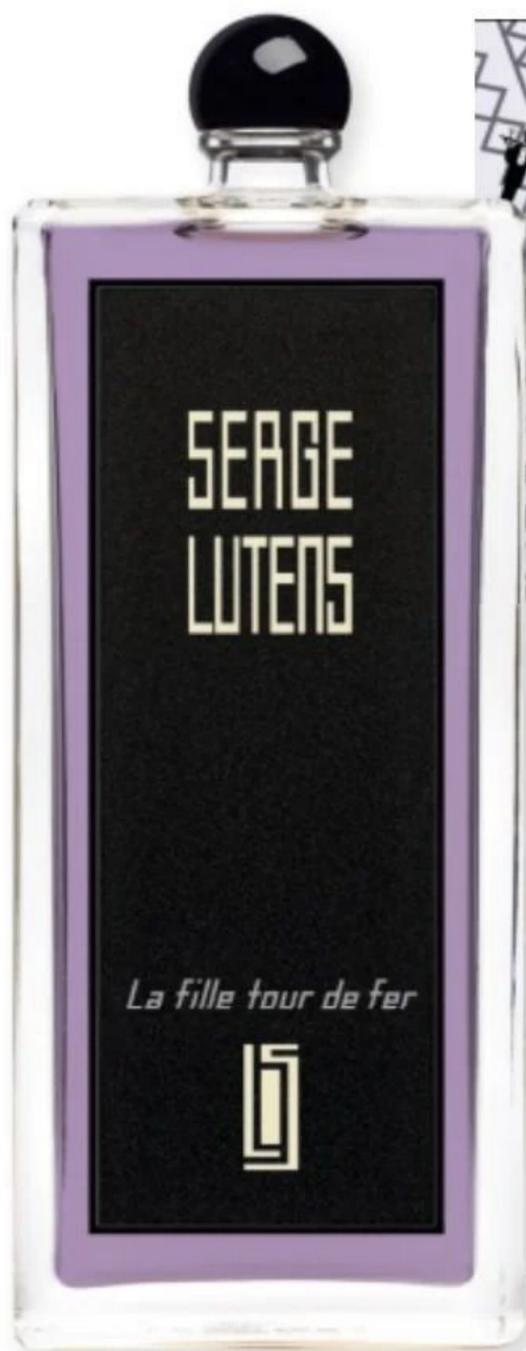
Formulada con ceramidas, esta crema SPF 50+ para pieles secas y deshidratadas, proporciona confort y evita el envejecimiento cutáneo.



El laboratorio mesoestetic® renueva su gama de protección solar incorporando una tecnología que la hace única y altamente efectiva.

Sube el mercurio, los días son más largos y apetece disfrutar de los primeros rayos de sol de la primavera. Sin embargo, elegir una protección solar efectiva y adaptada a las necesidades individuales de cada persona es vital durante todo el año para prevenir los efectos nocivos del Astro Rey. mesoestetic®, laboratorio farmacéutico español referente mundial en cosmética y medicina estética, acaba de renovar su gama solar, mesoprotech®. Una nueva generación de solares que incorporan una tecnología única nunca antes vista. Hablamos de PHOTON, el avance desarrollado y patentado por la marca cuya particularidad es que se activa con la radiación solar, aumentando la eficacia protectora y reparando el daño celular para defender a la piel frente a la exposición solar. ¿El resultado? Una gama de seis productos que ofrecen una protección de amplio espectro contra las radiaciones UVA, UVB, IR, HEV y que cuentan con protectores que presentan ingredientes activos y texturas adaptadas a cada tipo de piel. Ideal para disfrutar del sol manteniendo la piel 100% protegida.

► Los productos de mesoestetic® se pueden adquirir en la web de mesoestetic®, y en centros estéticos y médico-estéticos seleccionados. Consúltalos en el "localizador de centros" de la web de mesoestetic®.



En nombre de la rosa

La nota más famosa de la perfumería es también una de las favoritas de Serge Lutens, que la ha utilizado en varias de sus creaciones –Sa Majesté la Rose, La Fille de Berlín...– En La Fille Tour de Fer (215 €/100 ml) propone un ramo de rosas, con absoluto de rosa de Turquía y Bulgaria, envuelto en iris y pimienta de rosa natural.



UNA PARISINA MODERNA

La Fille Tour de Fer se inspira en una mujer sofisticada, libre de clichés, que dibuja con un corte de pelo carré y rodeada por un universo de personajes del París que Lutens conoció, del camarero del café al levantador de pesos.

VIDA Y OBRA de Serge Lutens

Sus creaciones se explican mejor cuando conoces la existencia, de este genio, que presenta nuevo perfume.

Llamar perfumista a Serge Lutens (Lille, 1942) es quedarse muy cortas. Es un personaje inclasificable. Ha sido muchas cosas: peluquero, fotógrafo, cineasta, maquillador, ilustrador, director artístico de grandes marcas y, por supuesto, también ha creado una colección de grandes perfumes. Un artista que a lo largo de su vida y desde muy joven ha ejercido una influencia en el estilo y la belleza de las últimas décadas: «A él le debemos el corte de pelo carré, las sombras de ojos azules o los labios marrones», explica Garance Blanche, directora de Formación Internacional de Serge Lutens, en la maravillosa tienda del Palais Royal, donde se pone de largo su nuevo perfume. La Fille Tour de Fer –la chica de la torre de hierro– evoca, como su propio nombre indica, la Torre Eiffel y a las parisinas, que en su caso –alérgico como es a los convencionalismos– no tienen nada que ver con ese estilo *je ne se quois* que se ha exportado a todo el mundo, sino que las define como mujeres «raras, seductoras, sofisticadas, decididas y libres de clichés».

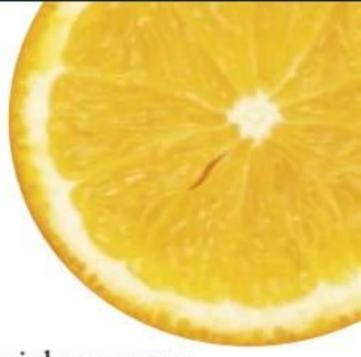
Atravesar la puerta de su tienda es como entrar en el mundo mágico del creador. Oscura y misteriosa, con una escalera de caracol de hierro en el centro que sube a la planta donde se encuentran las salas más privadas, es el reflejo de una personalidad compleja, en la que se conjugan dos mundos tan antagónicos como el árabe y el japonés, aficiones como la astrología, la mitología o las supersticiones. Porque como destaca la propia Blanche, «es imposible distinguir

su obra de su vida. Al conocerla, le entiendes mucho mejor». Una vida que surgió de lo que él define como un error: es fruto de un adulterio. No lo supo hasta que tenía 30 años. «Tuvo una infancia difícil y sin amor y con 14 años –era muy mal estudiante– el director de la escuela decidió su futuro: ¿jardinero o peluquero? Su padre dijo, "peluquero, siempre habrá pelo que cortar". Un día, cuando se llevaban las melenas a lo Brigitte Bardot, cogió una coleta, la cortó y creó un carré que escandalizó a todo el mundo. A la semana, tenía cola para hacerse el mismo corte». Algo así ha pasado a lo largo de toda su vida. Ya en París, trabajó como fotógrafo para las mejores revistas, como maquillador llegó a ser director creativo de Christian Dior y Shiseido... En Marrakech descubrió el mundo de los aromas. Y en 1992, con la creación de Fleurs d'Oranger, cambió el rumbo de su historia. Ahora escribe un nuevo capítulo.



FUNDACIÓN EN MARRAKECH

En 1967 descubrió la Ciudad Roja, compró su primera casa y se instaló allí. Hoy tiene 3.000 metros cuadrados de intrincadas salas, artesanía, aromas, jardines... Su mundo.



HIDRATA & REFRESCA

La nueva línea COCONUT & ORANGE VIBES de ZIAJA está compuesta por ocho productos que proporcionan un cuidado hidratante, nutritivo y refrescante.

Con la llegada de la primavera, nuestra piel y nuestro pelo necesitan un aporte extra de hidratación a la vez que apetecen productos más ligeros, capaces de hacernos disfrutar de una experiencia sensorial más fresca. El cambio de neceser coincide con el cambio de armario en cuanto sube el termómetro y, por eso, el último lanzamiento de Ziaja nos ha venido como anillo al dedo. Hablamos de COCONUT & ORANGE VIBES, una nueva línea pensada para el cuidado facial, corporal y capilar, que tiene como fin cubrir las necesidades principales de la piel. Ocho productos veganos que hidratan, nutren, y proporcionan frescura y vitalidad mediante una maravillosa experiencia sensorial energizante, refrescante y relajante.

¿El secreto? Una formulación a base de aceite de coco orgánico y manteca de Karité botánica, que tienen propiedades nutritivas, calmantes, regenerantes y proporcionan elasticidad a la epidermis e hidrolato de flor de naranja, que tonifica, limpia y refresca la piel. Con una textura ligera, esta línea es apta para todo tipo de pieles.



- COCONUT & ORANGE VIBES -

Una completa gama con todo lo necesario para el cuidado facial, corporal y capilar, con más del 90% de ingredientes naturales. Mira, mira...

Champú hidratante y refrescante 200 ml 4,20€. Limpia, cuida y deja un refrescante aroma a bergamota y néctar de coco.



Acondicionador energizante con notas de coco 100 ml 3,60€. 'Booster' nutritivo que regenera el cabello, aporta brillo y previene el encrespamiento.



Gel de ducha y baño energizante y refrescante 200 ml 4,20€. Con aroma a bergamota y néctar de coco. Con un efecto energizante y tonificante.



Exfoliante corporal y mousse 2 en 1 con notas de coco 270 ml 8,80€. De textura cremosa, con un 94% suaviza, exfolia, nutre e hidrata.



Mousse corporal suavizante y refrescante 200 ml 5,49€. Con colágeno, glicerina e hidrolato de naranja para una hidratación profunda.



Tónico facial hidratante y refrescante con notas de naranja 190 ml 3,99€. Con hidrolato de naranja y agua termal natural; limpia a la vez que hidrata.



Crema facial nutritiva con notas de coco 50 ml 4,80€. Suaviza, calma y regenera la piel y además tiene un sutil y relajante aroma a néctar de coco.



Bálsamo labial. 10 ml 3,80€. Ideal para el cuidado y la regeneración diaria de los labios. Actúa como una manteca nutritiva.



MUJERES *que* *pisan FUERTE*

Como el famoso tacón de Goodgirl, el segundo perfume más vendido del mundo. Para conocer su nueva edición viajamos con Carolina Herrera a la sierra norte de Sevilla, a un lugar auténtico, como nuestras anfitrionas, con una historia apasionante y un legado que comparten con la Casa Herrera.

POR MARTA BONILLA

A Carolina le gusta el sur.

Sevilla fue su primer destino cuando llegó a España a finales de los 90, junto a su amiga Victoria Clay, para rodar un documental sobre el mundo del toro. Aquí formó una familia y se ha quedado a vivir, «porque me encanta». De aquellos tiempos conoce a Gioconda Scott: «Era muy amiga de Victoria y pertenecía al grupo que teníamos en Sevilla, casi todos extranjeros», nos cuenta Carolina. A través de ella descubrió Trasierra, un antiguo cortijo del siglo XVI en plena sierra norte de Sevilla, a hora y media de la capital andaluza y a pocos kilómetros de Cazalla de la Sierra, que la madre de Gioconda, Charlotte, una aristócrata inglesa hija de diplomático y nacida en Madrid pero criada en Londres, adquirió en 1975.

Harta de la locura londinense, se instaló allí. Y allí se criaron sus cuatro hijos, en el colegio del pueblo, sin televisión y viajando tres meses al año con un tutor a India. No es de extrañar que todos sean poco convencionales. Gioconda es una magnífica cocinera, que se ha formado con chefs como Kamal Mouzawak, con restaurante en Beirut y presente en la lista de 50 Best, o Francis

Mallman, con el que descubrió los secretos de la cocina de leña y fuego, que ella realiza en Trasierra, hoy convertido en un «hotel que no es un hotel». Charlotte se niega a definirlo así. Y realmente difiere mucho del lujo convencional de este tipo de establecimientos: las habitaciones no tienen bar, ni televisión, ni hay una recepción, ni personal impecablemente ataviado; pero sí unas estancias decoradas con un gusto exquisito —es interiorista— que han alojado de Bryan Ferry a Kate Moss, o a la propia Carolina Herrera, que reconoce que «desde que lo conocí, hace 23 años, esto ha cambiado mucho pero sigue conservando su esencia, el espíritu libre de la familia... Me atrae mucho la gente con ese carácter, nómada, con un sentido de la aventura que a mí me encantaría tener».

UN NUEVO AROMA, MÁS INTENSO Y SOFISTICADO

Y a todo esto, ¿qué tiene que ver este lugar con el perfume Goodgirl, como para presentar aquí su nueva edición Goodgirl Blush Elixir Eau de Parfum? «Charlotte y Gioconda son unas goodgirls absolutas. Femeninas, aventureras, sin miedo, curiosas, apasionantes, sensuales... y también tienen una doblez, no son únicamente lo que ves. Esto gira en torno a una historia de mujeres reales, fuertes, con poder, que tiene mucho que ver con la de mi mamá, que a los 40 años empezó con la Casa Herrera. Y este sitio, Trasierra, es un lugar íntimo, bonito, estético, especial... como Goodgirl», explica Carolina.

A punto de celebrar su décimo aniversario, el stiletto se ha consagrado como el segundo perfume más vendido en todo el mundo. Una familia que crece ahora con una versión «más sofisticada, intensa y reforzando la sensualidad», nos cuenta Elizabeth Vidal, Senior Perfumer de Puig. Un aroma nuevo, que conserva la identidad de GG con sus notas cítricas y afrutadas, pero se renueva en torno a tres puntos clave. Primero, la incorporación de pachuli, «un ingrediente estrella de la perfumería, está en los grandes perfumes de la historia, que combinado con ámbar y musgo nos aporta un toque narcótico y misterioso». Segundo, un acorde floral que gira en torno al ylang, «la flor más exótica de la perfumería. Muy cremosa, un poco especiada, que aporta un toque muy elegante». Y, por último, una parte gustativa, con vainilla, heliotropo... «que tiene un aroma a azúcar caramelizado. La clave del éxito es combinar todos estos ingredientes distintos y que el resultado sea bueno», dice Elizabeth. Pues les ha quedado redondo.



Los quesos de Casa Orzáez, empresa fundada por una mujer y con dos de sus hijas al frente. Fabrican quesos de cabra artesanos y han inaugurado un restaurante y tienda en Sevilla, en la calle Betis, 67, con vistas al Guadalquivir. casaorzaez.com



EL PERFUME Nº 2 MÁS VENDIDO DEL MUNDO

«Y Nº 1 en EEUU... ¡es brutal!», dice Carolina sobre Goodgirl. «El frasco con el tacón fue una revolución, clave del éxito, pero lo que hay dentro es muy bueno y por eso está donde está», nos dice. «Tengo todos y soy fiel al original, pero este GG Blush Elixir me gusta mucho».

ESPÍRITU GG

«Charlotte y Gioconda son unas goodgirls absolutas: femeninas, aventureras, sin miedo, fuertes, poderosas... tienen mucho que ver con la historia de mi madre y la Casa Herrera», nos cuenta Carolina durante la presentación del nuevo Goodgirl Blush Elixir Eau de Parfum de CAROLINA HERRERA (160 €/80 ml).



Arriba, dos imágenes de Trasierra, un cortijo del siglo XVI en Sierra Morena, convertido en un alojamiento con huéspedes como Kate Moss, Bryan Ferry o Damien Hirst.

TRABAJAR *el* CUERPO

Con la más novedosa y avanzada aparatología o con clásicos siempre eficaces, con masajes manuales o lo último en medicina estética. Te contamos los 10 tratamientos corporales que mejor funcionan.

POR MARTA BONILLA

LICUAR LA GRASA

Factores genéticos, falta de actividad, mala alimentación, trastornos hormonales... son algunas de las causas que producen un aumento de la grasa visceral, que se sitúa en el área periférica del abdomen y que confiere un aspecto blando a nuestro cuerpo. Además de estar asociada a un aumento de riesgo cardiovascular, metabólico, etc. Una nueva tecnología de la empresa española –con 30 años de experiencia en el sector– Drakarian de Capènergy aporta estudios científicos y resonancias, en los que se evidencia una reducción de una media del 15 % de esta grasa *mala*, y también del diámetro de la cintura y abdomen.

EN QUÉ CONSISTE: Se trata de un equipo que consigue aumentar el metabolismo, gracias a un incremento térmico. No se trabaja con un cabezal, sino que se coloca a modo de cinturón alrededor del abdomen y caderas, se fija con cintas elásticas y a través de él se transmite una denominada octoradiofrecuencia de 1.240 w –300 veces más de lo que existe actualmente– que genera un calor continuo que licúa la grasa intracelular y destruye el adipocito. Al mismo tiempo, el calor aumenta el metabolismo, estimulando la combustión de los ácidos grasos de las células. Además, consigue reducir la leptina –la hormona del apetito– en la sangre, con lo cual se adquiere más fácilmente una sensación de saciedad. **DÓNDE:** WOMUM, womummadrid.es (tel. 912 017 525, Madrid). **PRECIO:** 130 €/sesión; se necesitan entre 5 y 10, según los casos.

ACCIÓN GLOBAL

Silvia Oliete, de Blauceldona, ha unido tres técnicas sobradamente conocidas y que constituyen tratamientos individuales por sí mismas en un único protocolo, bautizado como Body Perfect. **EN QUÉ CONSISTE:**

Se trata de tres sesiones en una de 120 minutos que actúa como tratamiento de choque. Con LPG se tratan las acumulaciones de grasa localizada y la celulitis; la presoterapia ayuda a combatir la eliminación de líquidos y a mejorar la circulación linfática y Bioslimming deshinchas, remodela y mejora la apariencia de la piel...

Este último es un protocolo en dos etapas que comienza con una envoltura a base de plantas, algas y aceites esenciales y termina con un masaje manual profundo a base de geles que activan el contraste frío-calor. «Es un tratamiento que consigue muy buenos resultados contra acúmulos grasos localizados, celulitis y pérdida de firmeza. Para reducir volumen y reafirmar. Si el problema es acusado, proponemos ocho sesiones, pero contra la retención de líquidos actúa desde la primera», asegura Oliete. **DÓNDE:** Blauceldona, blauceldona.com (tel. 935 155 354, Barcelona). **PRECIO:** 265 €/sesión.



ZONAS REBELDES

Hay determinadas zonas del cuerpo femenino que por razones hormonales o genéticas tienden a almacenar grasa tan resistente que ni las dietas ni el ejercicio logran eliminarla, como los flancos, los rollitos de la espalda, la zona periumbilical... Para estas áreas, están especialmente indicados los nuevos tratamientos de medicina estética que ofrecen resultados duraderos en una sola sesión y que, tras su éxito en faciales, irrumpen para el cuerpo, con efectos tensores y de pérdida de grasa. No se trata de liposucciones sino de protocolos poco invasivos, que se realizan en consulta y permiten incorporación inmediata a la vida normal. **EN QUÉ CONSISTEN:** Smart-



lipo de Deka es un dispositivo aprobado por el organismo certificador europeo EMA y la FDA norteamericana con efecto lifting y antigrasa: «Tras aplicar anestesia local en la zona a tratar se introduce en el tejido subcutáneo una cánula de un milímetro de grosor que contiene una fibra óptica conectada al láser, que rompe el adipocito, y el sistema linfático se encarga de eliminar estos residuos, al tiempo que se tensa y reafirma la zona tratada al activarse la producción de neocolagénesis», explica el dr. Jorge Félix García. Endolift, por su parte, actúa con un láser de diodo con una longitud de onda de 1.470 nm, con el que puedes experimentar sensación de calor, pero no es doloroso. Los resultados empiezan a notarse al cabo de un mes, mejoran en los siguientes y duran de 1 a 3 años. **DÓNDE:** Clínica Dr. Jorge Félix García (tel. 636 833 958, Madrid). Clínica Bonome (tel. 922 282 162, Santa Cruz de Tenerife). **PRECIO:** Desde 1.300 €.

NO SOLO LO QUE SE VE

Una de las tendencias en aparatología estética consiste en reunir diferentes tecnologías en un mismo aparato para aspectos tanto físicos como holísticos. **EN QUÉ CONSISTE:** Compact+ posee diferentes dispositivos; los rodillos motorizados en movimiento ejercen «un endomasaaje, que es una potente estimulación cutánea mecánica, no invasiva, alternativa al masaje manual, que moviliza los tejidos aportando al cuerpo el equivalente a un ejercicio de gimnasia. Gra-

cias a ello combate las células grasas, mejora circulación y celulitis y estimula el colágeno y la elastina», explica Paz Torralba, directora de The Beauty Concept. Se combinan con pulsos magnéticos –nada sucede en nuestro cuerpo sin intercambio electromagnético–, necesarios para aumentar la producción de ATP en las mitocondrias, la oxigenación celular... Además de acelerar el metabolismo, aumenta la vitalidad, mejora la calidad del sueño, la inmunidad... **DÓNDE:** The Beauty Concept (tel. 914 572 531, Madrid). **PRECIO:** 1.260 €/10 sesiones.



ACCIÓN MECÁNICA

Bear 2 Body, de FOREO (329 €), incorpora una avanzada tecnología de microcorrientes, que hacen contracciones musculares con efecto reafirmante y masajes sónicos que mejoran la circulación, drenan y tonifican.



ENTRENAMIENTO

Meso-Slim, de FARMA DORSCH (38,50 €), ofrece doble acción, exfoliante y anticelulítica. Con microesferas para facilitar la penetración de activos y promover la quema de grasas horas después de su aplicación.



REDEFINIR

Body Sculpt, de LIERAC (39,90 €/200 ml), crema morfo-remodelante que reafirma, tonifica y reestructura... primando la tonicidad y la firmeza de la piel, no la delgadez. Con aroma a iris, rosa y jazmín.



ILUMINAR LA PIEL

Loción corporal Hidratante Final Confort, RARE BEAUTY (34,99 €, en Sephora). La firma de Selena Gómez estrena línea de cuerpo con esta fórmula rica, con vitaminas y niacinamida, que nutre e ilumina hasta las pieles desvitalizadas.



MANOS EXPERTAS

Crema Regeneradora CRISTINA GALMICHE (65,80 €). La estrella de la nueva línea corporal de esta esteticista que, con 35 años de experiencia, ha creado una fórmula rica en urea, aceites y vitaminas que regenera, calma y nutre.

REMODELAR LA SILUETA

Avalada por una historia de 30 años, LPG es uno de los aparatos de belleza más famosos y presentes en centros de estética de todo el país. Los más nuevos se realizan con el equipo Cellu M6 Alliance de LPG, para drenar, reducir, tonificar y combatir la celulitis. **EN QUÉ CONSISTE:** «Es una tecnología de acción mecánica que llega donde las manos no alcanzan», afirma Marta Sanz Viveros, alma mater de La Clínica Éclat, que ha diseñado un protocolo que trabaja con el cabezal realizando maniobras de endermopuntura, una técnica basada en la digitopuntura china, que estimula los meridianos del estómago, vejiga, bazo, vesícula, piernas, abdomen y espalda «para eliminar grasa, toxinas, mejorar la piel de naranja y activar la fabricación de hialurónico, colágeno y elastina». En Palasiet Thalasso Clinic & Hotel, un centro de bienestar ideal para la puesta a punto, después de un peeling movilizan los tejidos con este cabezal que combina masaje mecánico y succión. Tras unas técnicas de torsión de nalgas, cartucheras... para ablandar las septas –fibras perpendiculares que provocan los hoyuelos de la celulitis– hace un masaje cañero a base de amasamientos y nudillos para ayudar a drenar y liberar grasa. **DÓNDE:** Clínica Éclat (tel. 683 435 110, Madrid). Palasiet Thalasso Clinic & Hotel (tel. 964 300 250, Benicàssim, Castellón). **PRECIO:** 80 € aprox./sesión.

PUESTA A PUNTO

Con el verano a la vista, quitarse los dos kilitos acumulados en invierno es el objetivo de muchas personas. Y para ello, aparte de controlar la alimentación y hacer ejercicio, que son las bases de una vida sana, la esteticista Marta García propone apoyarlo con un programa que además de facilitar la pérdida de peso, ayuda a redefinir la silueta y actúa a nivel general sobre la inflamación, hinchazón... **EN QUÉ CONSISTE:** El equipo Tanit, de Novasonix, ejerce una doble acción interior, a través de una tecnología que combina tres energías: láser, infrarrojos y corriente bioactiva para ejercer una acción lipolítica, activando el metabolismo de la grasa en el interior. Y desde el exterior, con un cabezal de 45 esferas, que llevan a cabo una estimulación mecánica, movilizan piel, músculos con efecto reafirmante, drenante y remodelante. **DÓNDE:** Marta García Esteticistas (tel. 985 277 300, Oviedo). **PRECIO:** 880 €/10 sesiones.

OBJETIVOS REALES

Para optimizar los resultados hay que afrontar la puesta a punto con toda la artillería: dieta sana, ejercicio y tratamientos en cabina. Se nota.



COMBATIR LA FLACIDEZ

La falta de firmeza que afecta a la cara interna de brazos, muslos y rodillas es uno de los retos más difíciles de superar con tratamientos de belleza. Lo último para combatir la flacidez corporal, según el último congreso de la SEME (Sociedad Española de Medicina Estética), es el gel de polinucleótidos en sinergia con el ácido hialurónico, explican desde el Instituto De Benito. **EN QUÉ CONSISTE:** Se trata de una inyección de polinucleótidos polimerizados (PDRN), componentes básicos del ADN celular y que desempeñan un papel básico en el metabolismo de las células: gracias a ellos consiguen mejorar la elasticidad, el tono y el aspecto de la piel, además de estimular la producción de colágeno y elastina en la zona en que se inyectan, ya que inducen la bioestimulación fisiológica de los tejidos. A continuación se combina con una infiltración de ácido hialurónico que «estimula el colágeno en los fibroblastos y proporciona un tejido más firme y compacto», dicen los expertos de la prestigiosa clínica. **DÓNDE:** Instituto De Benito (tels. 916 006 940, Madrid y 932 530 282, Barcelona). **PRECIO:** Se realiza en 3 sesiones. A partir de 695 €.



EN ACCIÓN

Body Fit Active, CLARINS (66 €/200 ml), actúa mientras te mueves. Ideal antes del ejercicio. Con extracto de té matcha, que potencia la creatina y quema grasa.



BUENA PIEL

Crema Reafirmante Moldeadora, LPG (68 €) con shiitake, rico en ácido kójico, que atenúa manchas y mejora el tono de la piel, activos reafirmantes y nutritivos.



ANTIESTRÍAS

TROFOLASTÍN Antiestrías (18,95€), con centella asiática, famoso para prevenir y reducir la formación de estrías. Reafirma y reestructura la piel.



CON RETINOL

Retinol Booster Firming Body Cream, LA BIOESTHÉTIQUE (61 €/200 ml), con el activo antiedad de referencia, proporciona una piel suave, firme y alisada.



EFFECTO CALOR

Reductor 7 noches, SOMATOLINE (49,90 €), con efecto calor, reactiva la circulación cutánea a través de termoterapia mientras duermes. Efecto drenante y antigrasa.

BRAZOS FIRMES

«Son una de las zonas más sensibles a los cambios de peso y la falta de ejercicio específico, sobre todo del tríceps, el músculo que sujeta el brazo por la parte de abajo», dice la cirujana y médico estético Virtudes Ruiz. La consecuencia directa es que esta zona se descuelga y forma lo que llamamos alas de murciélago. **EN QUÉ CONSISTE:** Se trata de un protocolo en 3 fases. Primero un filler de policaprolactona que consiste en la introducción, mediante microcánulas específicas, de un relleno reabsorbible de microesferas de esta sustancia, «que tiene la particularidad de rellenar y producir nuevo colágeno», dice la dra. Ruiz. Un mes después, la piel está más firme y se pueden infiltrar hilos de polidiosanona junto con inyecciones de silicio orgánico. «El sistema inmunológico reconoce estas suturas como un cuerpo extraño y produce una envoltura de colágeno, mejorando la piel. En 6 meses el hilo se reabsorbe, pero permanece la tensión». Para finalizar, radiofrecuencia bipolar, que mejora el efecto tensor. **DONDE:** Virtudes Estética, virtudesestetica.com (tels. 968 202 158, Murcia y 968 444 282, Lorca). **PRECIO:** Desde 1.200 € el tratamiento completo.

MARCAR CINTURA

Muchas mujeres tendemos a presentar un bloqueo a nivel del sacro que se manifiesta en una inflamación de la zona e incluso puede presentarse como depósito de líquidos o grasa en la zona del abdomen y flanco, creando una silueta recta y sin cintura. Este bloqueo, puede perjudicar la circulación sanguínea y linfática de las piernas. Para romper esa fibrosis, Oxigen ha creado Oxigen Waist Therapy. Se trata de un nuevo masaje 100 % manual que combina terapias para desbloquear (zonas del sacro, diafragma y plexo solar), mejorar la circulación, desfibrosar y movilizar el tejido adiposo para que nuestro organismo lo elimine y reducir así la hinchazón producida por la retención de líquidos. **EN QUÉ CONSISTE:** En una sucesión de presiones, tracciones de espalda marcando la cintura y costillas, movimientos de amasamientos de la parte trasera y la zona abdominal para desfibrosar el tejido adiposo, y también de vaciado para provocar hiperemia y mejorar circulación... Es un masaje muy útil para iniciar un plan de reducción de peso y volumen. Te deshincha y te sientes más ligera desde la primera sesión. **DONDE:** Oxigen, oxigenbelleza.com (tel. 932 007 333, Barcelona). **Precio:** 85 €.

EN PLENA FORMA

Emsculpt Neo, la famosa máquina de los 20.000 abdominales en 30 minutos, que ayuda a quemar grasa y desarrollar músculo, reproduciendo tumbada sobre una camilla las contracciones propias de este tipo de ejercicio –o sentadillas, en el caso de los glúteos– sigue siendo un valor seguro. **EN QUÉ CONSISTE:** «Emite dos tipos de energías, una electromagnética de alta intensidad que emite impulsos eléctricos contrayendo las fibras musculares, mucho más que un entrenamiento corriente, y una radiofrecuencia focalizada, que en menos de 4 minutos hace que la grasa subcutánea alcance 42 grados, provocando la apoptosis, muerte de los adipocitos, que se eliminan de forma natural en el organismo», explica Cristina Galmiche. **DÓNDE:** Cristina Galmiche (tel. 915 040 762, Madrid). **PRECIO:** 650 €/4 sesiones.

EDITOR'S CHOICE

Nuevas tecnologías, ciencia y maquillaje para facilitarnos la vida, hacernos sentir mejor y más guapas.

Marta Bonilla, redactora jefa y responsable de Belleza



Tecnología y manos

El tratamiento facial Tact&Lum de Maribel Yébenes aúna masaje manual con 3 potentes tecnologías –radiofrecuencia, infrarrojos y electroestimulación– a través de estas manos high tech.

Buenas noches

La mascarilla nocturna Artistry, con cica y niacina amida, fortalece y nutre la piel. Su exquisito aroma a lavanda ayuda a dormir mejor.



Formato lápiz

El nuevo Powermatte Lip Pencil de Nars es fácil de utilizar, preciso, de larga duración y con tonos favorecedores. Este, Dragon Girl, es el favorito de Taylor Swift.



Sérum y corrector

El Super BB Concealer de Erboriam, corrige ojeras e imperfecciones con resultado natural y además tiene SPF25 y un 5 % de niacinamida para reducir ojeras.



Dos en una

La nueva Dyson Airstrait, que seca de una pasada y alisa el pelo al mismo tiempo, con aire y sin placas calientes, es la herramienta para el cabello más innovadora del momento.

**CUERPO,
MENTE Y ALMA**

Desde 1999, la evolución de Rituals ha ido en paralelo a su filosofía: celebrar cada día como un nuevo comienzo. En la foto, el nuevo aceite corporal brillante de The Ritual of Yozakura.



el PRINCIPIO de TODO

House of Rituals, en el centro de Ámsterdam, es la cuna de la firma que aboga por el bienestar y que lanza la renovación de The Ritual of Sakura, su línea más exitosa. Y con edición limitada.

alberga tienda de cosméticos y ropa de casa, el primer Mind Oasis y sala de meditación, espacios de mani-pedi, bar y restaurante. Entre sus colecciones, perfectamente ordenadas, llama la atención la disposición de arte y cosmética de la Amsterdam Collection –en colaboración con el Rijksmuseum– y cómo no, la reproducción de una explosión de cerezos en flor, en cuya observación se inspira la línea The Ritual of Sakura. Con el delicado y dulce aroma de la flor de cerezo y las propiedades nutritivas del extracto de leche de arroz, la icónica línea basada en el ancestral ritual japonés para el baño, el cuerpo y el hogar se renueva y amplía con innovadores productos, como el body lotion en espuma (su famosa espuma de ducha de color blanco vende 13 millones de unidades al año) o los body booster, uno con ácido hialurónico. Para la noche, la edición limitada The Ritual of Yozakura con flor de cerezo yoshino, extracto de arroz negro y sake que, explica Raymond Cloosterman, fundador y CEO de Rituals Cosmetics, «evoca mis viajes por Japón y regala momentos de auténtico hedonismo».

En la plaza Spui de la capital holandesa, con sus singulares edificios inclinados, llama la atención la preciosa casa de la firma, donde nació hace 24 años. El vestíbulo mantiene el mismo espacio que ocupó la primera tienda y es punto de partida de un templo de belleza y bienestar de cuatro plantas que

EL CUIDADO DE LA PIEL se ha convertido en una prioridad a la hora de combatir las señales del paso del tiempo sobre nuestro rostro. Gracias al sérum Age Proteom™ es posible envejecer dos veces más lento.



- AGE PROTEOM™ -

el antioxidante que RALENTIZA el ENVEJECIMIENTO de la piel

Age Proteom™, es el revolucionario sérum antioxidante de nueva generación. Su innovadora fórmula, permite ralentizar el envejecimiento de la piel, haciendo que esta envejezca dos veces más lento. Ha sido desarrollado por Institut Esthederm, pionero en la integración de la ecobiología en los productos cosméticos.

AGE PROTEOM™: UN SÚPER ANTIOXIDANTE

Age Proteom™ cuenta con resultados clínicamente probados y es un producto recomendado por el gremio de dermatólogos, que consideran el sérum como una excelente opción para ralentizar el paso del tiempo y tratar los signos de la edad.

En palabras de Cristina Batres, farmacéutica y colaboradora de Institut Esthederm: "Todas las pieles necesitan un antioxidante para evitar que las células se oxiden y se dañen por el sol, el estrés, la polución, la luz azul u otras agresiones externas".

Age Proteom™ se encuentra a la venta en farmacias, parafarmacias, centros de estética y en El Corte Inglés. El antioxidante se une a la amplia gama de productos de alta calidad

para el cuidado de la piel, la flacidez facial, antimanchas, antiarrugas, protectores faciales y contorno de ojos desarrollados por Institut Esthederm.

RUTINA DE BELLEZA

Para combatir signos de la edad como las líneas de expresión y las arrugas en el rostro, es aconsejable establecer rutinas de cuidado facial, durante las mañanas y las noches, a partir de los 20 años. Se recomienda emplear Age Proteom™ por las mañanas, como antioxidante después de la limpieza, y por la noche, momento en el que hará la función de reparador, después del tónico o loción empleada.

Según la Dra. Marta Vilavella, dermatóloga, "los resultados de Age Proteom™ pueden ser visibles a las cuatro semanas de una manera inmediata, pero no es hasta los seis meses cuando vamos a observar una disminución de los cinco signos de la edad: manchas, arrugas, flacidez, pérdida de densidad y pérdida de luminosidad".

► MÁS INFORMACIÓN EN ESTHEDERM.ES



CALIDAD Y RESULTADOS

Salerm Cosmetics es una multinacional española con más de 70 años en peluquería profesional. Ya sea en salones o en casa, los productos Salerm Cosmetics garantizan el cuidado perfecto para lograr un cabello saludable lleno de estilo.

www.arkhecosmetics.com

- GRASA, CASPA, CAÍDA, IRRITACIÓN Y PICORES -

ADIÓS a todos tus PROBLEMAS CAPILARES

El estrés, la contaminación y el estilo de vida son factores externos que desequilibran el microbioma, fomentando los problemas capilares.

Llega por fin una única línea que combate todas estas anomalías.

Son cinco las anomalías capilares más frecuentes compartidas por la mayoría: grasa, caspa, caída, irritación y picores. Arkhé Cosmetics ha ideado la línea Scalp Balance para combatirlos. Su fórmula exclusiva y patentada calma y equilibra el cuero cabelludo, combatiendo estos problemas para lucir pelo sano y bello.

PASO A PASO

1. Balance Shampoo (31 €). Lo primero es realizar una limpieza delicada para frenar la proliferación de bacterias en el cuero cabelludo. Este champú equilibrante con acción global proporciona confort inmediato con eficacia probada.
2. Balance Clay Mud (45 €). Después del champú, es importante contrarrestar las alteraciones capilares con la arcilla reguladora, calmante y descongestiva. Este tratamiento realiza una exfoliación suave y respetuosa. Su encapsulado cuticular de complejo vegetal de zinc ejerce un efecto sebonormalizante. Sus activos potenciadores remineralizan y fortalecen la fibra capilar.

3. Balance Booster (49,50 €). Para completar el ritual conviene aplicar el concentrado regulador concentrado de uso exclusivo profesional que equilibra y regula el cuero cabelludo, eliminando impurezas y contrarrestando alteraciones.

INGREDIENTES EFICACES

La línea Scalp Balance contiene un doble concentrado prebiótico de *Chlorella Vulgaris*, encapsulado para proporcionar un efecto equilibrante, revitalizante y rejuvenecedor del cuero cabelludo y la fibra capilar. Además, su encapsulado cuticular de complejo vegetal de zinc reduce el exceso de grasa y controla el mal olor asociado al exceso de secreciones y disbiosis, como la caspa. La fórmula también incluye activos potenciadores como el lúpulo, de acción antiirritante y protectora; el sauce y la avenantramida, con efecto calmante ante el picor, inflamaciones y/o irritaciones; y arcilla mediterránea rica en minerales y oligoelementos, para una acción nutritiva y purificante sobre el cuero cabelludo.



CRISOL CULTURAL

La cosmopolita París ofrece puentes culturales como el restaurante Dar Mima, un paraíso oriental opulento y sofisticado donde se sirve cocina marroquí inspirada en el recetario casero de la madre del artista Jamel Debbouze.

POR ISABEL LOSCERTALES

Laura Gonzalez es la interiorista de madre española que arrasa en París con su sello maximalista y un marcado eclecticismo cultural. Entre sus recientes proyectos está el RESTAURANTE DAR MIMA, del actor de origen marroquí Jamel Debbouze y Paris Society, ubicado en la azotea del icónico Instituto del Mundo Árabe.

mi PARÍS *favorito*

Cinco personajes muy conectados con la capital francesa –Leticia Sala, Teresa Helbig, Máximo Huerta, Blanca Li y Albert Adrià– nos descubren sus rincones predilectos y direcciones secretas. Guárdalas como oro en paño si vas a visitar pronto la ciudad olímpica. La gozarás.

POR ISABEL LOSCERTALES

CON ESTILO

Leticia Sala paseando por París, siempre a la caza de un buen libro o un hermoso ramo. Abajo, el Jardin du Luxembourg, la librería Ofr. y el emblemático Café de Flore, en Saint-Germain-des-Prés, su barrio favorito.



Leticia Sala

ESCRITORA & INFLUENCER

Autora de los poemarios "Scrolling after sex" e "In Real Life" y del libro de cuentos "Los cisnes de Macy's", además de instagramer, ha vivido en París y la visita a menudo: es bilingüe en francés y parte de su familia vive en esa ciudad.



SU GUÍA

- 1. Un barrio:** El 6ème. Es el barrio del Bon Marché, el de las ancianas que te cuentan su vida en los cafés y siento que allí se tiene particular aprecio a los niños.
- 2. Un rincón:** El parque de Luxembourg es donde siempre llevo a mi hija. Para los niños es increíble: los domingos pasean caballos, hay varias zonas de juego, patos en el lago... Y para los adultos también, ya que su arquitectura y belleza te deja en total asombro.
- 3. Un restaurante:** Chez L'Ami Louis para celebrar algo importante. La última vez que fui, Charlotte Gainsbourg estaba comiendo en la mesa de al lado. Siempre pasan anécdotas. Te sientes en un bistrot francés fuera del tiempo.
- 4. Bien de precio:** My Noodles me gusta como restaurante chino económico, es delicioso y los sabores son auténticos.
- 5. De tiendas:** Bonton es ideal para niños. Imposible no llevarse nada. Le



Bon Marché, casi una institución en París, y concretamente La Grande Épicerie, con productos delicatessen y comida recién hecha. Officine Universelle Buly 1803 es una boutique de perfumes que está cerca de parecer un museo.

- 6. Librerías:** Ofr. para libros de arte y La Procure para el resto, con una oferta muy amplia y precios baratísimos (muchos clásicos se venden a 6 euros).
- 7. Una floristería:** ¡Elda Rose vende ramos a 3 euros! Siento que casi lo único barato en París son las flores y los libros.



Teresa Helbig

DISEÑADORA
DE MODA

La creadora ha debutado –y arrasado– en la pasada Semana de la Moda de París. «Ya de pequeña –nos cuenta– me volvía loca su Belle Époque y sus años 20 y, a medida que fui creciendo, me he ido impregnando de su maravillosa cultura. Me encanta».



DE MODA

Teresa Helbig en su debut en la Semana de la Moda de París (arriba, un momento de su desfile). Abajo, rincón de l'Hotel Paris, la elegante Rue de l'Université y, a la derecha, el museo Les Arts Décoratifs.



SU GUÍA

- 1. Un restaurante:** Caviar Kaspia. Fundado en el 1927 en la Place de la Madeleine, es sinónimo de tradición, excelencia, savoir faire y buen gusto.
- 2. Un hotel:** L'Hotel Paris. Su historia me fascina; fue construido en 1828 por Célestin-Joseph Happe; Oscar Wilde se estableció a finales del siglo XIX y vivió allí hasta su muerte.
- 3. Un museo:** Les Arts Décoratifs. Estoy muy al día de las exposiciones que organizan. Con el equipo nos escapamos cada cierto tiempo para visitarlas y pasarnos horas disfrutando del museo.
- 4. Una calle:** Rue de l'Université, una de las más elegantes de la ciudad.
- 5. Un barrio:** El distrito 7, hogar de la Torre Eiffel, el Campo de Marte, el Museo Rodin, el Museo d'Orsay... Monumentos, Historia, tiendas, alta cocina... si tuviese que escoger un barrio en el que vivir, probablemente sería este.
- 6. Una tienda vintage:** Chez Sarah. Soy una gran fan de dar una segunda, tercera y miles de vidas a la ropa, y este es uno de mis rincones imprescindibles.



7. De noche: Le Tango Jazz Club, un club hiper cool en Le Marais.

8. Una librería: La Librairie Galignani abrió en 1801 y fue la primera inglesa del continente. La descubrí la primera vez que estuve en París, con un amor adolescente (yo tenía 16 años y ¡quedamos bajo la Torre Eiffel!). Adoro acercarme a la Calignani cada vez que me escapo a la ciudad.

"París despertaba tarde" es su cuarta novela ambientada en la Ciudad de la Luz. «El libro me ha tenido años viviendo en 1924. Ese tiempo de Juegos Olímpicos y de revolución me fascina. Por eso he vuelto a él como quien sube a una atracción de feria».

Máximo Huerta

ESCRITOR



SU GUÍA

- 1. Su mood:** Pasear es indispensable, ser un flâneur, deambular. Mi principal monumento son las terrazas, las sillas Gatty que copan, en diferentes colores, la mayoría de cafés. Es el elemento que me fascina y creo que define París más allá de la Torre, el Sacre Coeur o el Sena.
- 2. Una zona:** La calle Moufertard, la más antigua de la ciudad. Bajarla desde la Place Contrescarpe y comprar algo en una de sus tiendas de queso o panaderías.
- 3. Un museo:** El de l'Orangerie –los nenúfares inmensos–, el de Rodin ¡y el Petit Palais! Maravilloso jardín, perfecta colección. También el de memoria a YSL en la Avenue Marceau.
- 4. Terrazas:** Una terraza en el Carrefour de l'Odéon, tal vez Les Editeurs. Y, cuando baja la luz, Le Hibou. Y una mesa en la terraza de Le Mairie homenaje a Georges Perec frente a Saint Sulpice. Posiblemente pase la vecina Catherine Deneuve por la acera.
- 5. Imprescindibles:** Un cóctel en el Hotel Costes. Una cena con vistas en Monsieur Bleu. Un mouse de chocolate en Chapon et la Chocolaterie de l'Eglise. Una mesa en Le Progres de Montmartre.

UN ENAMORADO

Máximo Huerta ha vuelto a París en su última novela: «Allí regreso literariamente cuando necesito huir, despejarme y sentirme nuevo». Dcha. el Sacre Coeur, en Montmartre. Abajo, la librería L'Écume des Pages y la terraza de Le Mairie.



o en Le Petit Vatel. Un libro en Shakespeare and Co. o una visita a medianoche a la librería de L'Écume des pages. Un show: Cabaré Crazy Horse.

6. Con vistas: Mejor que a la Torre, subir al Sacre Coeur. Bajemos por donde está el metro Lamark, sentémonos en Le Refuge y empecemos una novela.

Blanca Li

COREÓGRAFA



SU GUÍA

- 1. Un museo:** El Musée de la Vie romantique es muy especial. Ubicado en Le Pigalle, se emplaza en una hermosa casa construida en 1830 que perteneció al pintor Ary Scheffer. La planta baja está dedicada a George Sand y en su jardín hay un salón de té, Rose Bakery.
- 2. Un hotel:** El Hotel Amour es un sitio de encuentro parisino, especialmente durante la Semana de la Moda.
- 3. Un restaurante:** La Belle Époque cierra muy tarde y está cerca de la Ópera (en la rue des Petits-Champs). Allí siempre me encuentro con amigos.
- 4. Una tienda:** La del diseñador español Juanjo Oliva, que abrió su primera boutique en París hace poco más de un año y en pleno Saint Germain des Pres.
- 5. Un barrio:** El 9, lejos de los turistas, tiene muchos secretos y encantos. También está el Mercadillo de antigüedades de la Porte de Saint-Ouen (abierto sábados y domingos).
- 6. Un teatro:** Me encanta la Opéra-Comique, es como una mini ópera de París preciosa.

Mientras ultima un ballet inspirado en "Dido y Eneas" y los festivales Canal Connect y Madrid en Danza (del 23 de abril al 26 de mayo), la primera mujer coreógrafa reconocida por la Académie des Beaux Arts Française nos sumerge en su ciudad de adopción, donde vive desde 1993.



EN DANZA

Blanca Li estrena *Dido y Eneas* el 7 de junio en la Ópera de Dijon, que luego traerá a los festivales de Granada y de Mérida. A la izda., rincón del distrito 9. Abajo, fachada del Hotel Amour y el Marché aux Puces de Saint-Ouen.



7. De tapas: El Marché des Enfants Rouges, en la rue de Bretagne (Le Marais), es un sitio que me fascina, muy parisino. Se trata de un mercado cubierto –el más antiguo de la ciudad, creado en 1615– en el que puedes hacer la compra y donde también resulta muy recomendable tapear.

8. Lo que más me gusta: París es un centro de cultura y arte único en el mundo. Aquí puedes ver prácticamente de todo y ofrece tantos eventos que te cruzas con artistas y creadores del planeta entero. Esta ciudad me enriquece cada día.



Albert Adrià

CHEF

El célebre cocinero del estrella Michelin Enigma (Barcelona) y del divertido Cakes & Bubbles (Londres) abrió en 2021 un restaurante pop up en París junto a Alain Ducasse. Ahora nos descubre sus direcciones gastro predilectas allí.



A PEDIR DE BOCA

El chef de Enigma, Albert Adrià, recomienda, entre otros (fotos de izda. a dcha.), el restaurante Benoit, la coctelería Cravan y el asiático Kodawari Tsukiji.



SU GUÍA

- 1. Ducasse Sur Seine.** Un viaje en barco –sale enfrente de la Torre Eiffel– con un menú de Alain Ducasse. Imperdible.
- 2. Pizzería Coctelería Da Vito.** Un local realmente pequeño donde sirven excelentes pizzas. Su otro aliciente... abriendo la puerta del frigorífico tienes una excelente coctelería.
- 3. Kodawari Tsukiji.** Uno de los mejores ramen de París en un ambiente incomparable que recupera la estética del desaparecido mercado de Tokio.
- 4. Benoit.** Mi bistró preferido, con una estrella Michelin. Clásicos de siempre, producto de temporada y unos Gaugères que quitan el hipo.
- 5. Akrame.** Uno de los restaurantes de alta cocina más interesantes. Akrame

- 6. Aux Lyonnais.** Un bistró de excelente calidad-precio y con un gran brunch.
- 7. Candelaria.** Otro concepto mixto: barra con una carta de tacos mexicanos y una coctelería speakeasy con buen ambiente, tequilas y mezcales a gogó.
- 8. Cravan.** Una coctelería de ni más ni menos que 4 pisos donde descubrir en cada estancia propuestas sugerentes.
- 9. Septime.** Templo de la gastronomía sostenible, con cocina muy enfocada en las verduras, de los mismos propietarios.
- 10. Le Dauphin.** El bistró de Le Chateaubriand, con tapas del cocinero vascofrancés Iñaki Azpitarte.

PLAYA Y SHOPPING

Una escapada es, probablemente, el empuje que necesitas antes de las vacaciones de verano. Propuestas para las amantes tempranas del mar y otras para las que prefieren un chapuzón cultural (y renovar el armario).

POR ISABEL LOSCERTALES

ENTRE DUNAS

El novísimo hotel Dunas de Formentera cuenta con un edificio principal y varios bungalós privados (pensados para grupos de amigos y familia), situados entre las dunas de la playa de Migjorn, de 5 km de largo.



DUNAS DE FORMENTERA

Este mes de mayo abre sus puertas este nuevo hotel-paraiso del grupo **Marugal**. Lujo descalzo para disfrutar sin prisas, con 45 habitaciones y suites, algunas de hasta 60 m², y un interiorismo elegante, relajado y muy orgánico obra de **Antonio Obrador**. Todo a un paso de la playa, con infinity pool y un restaurante mediterráneo con pasión por la brasa, abierto todo el día. dunasdeformentera.com

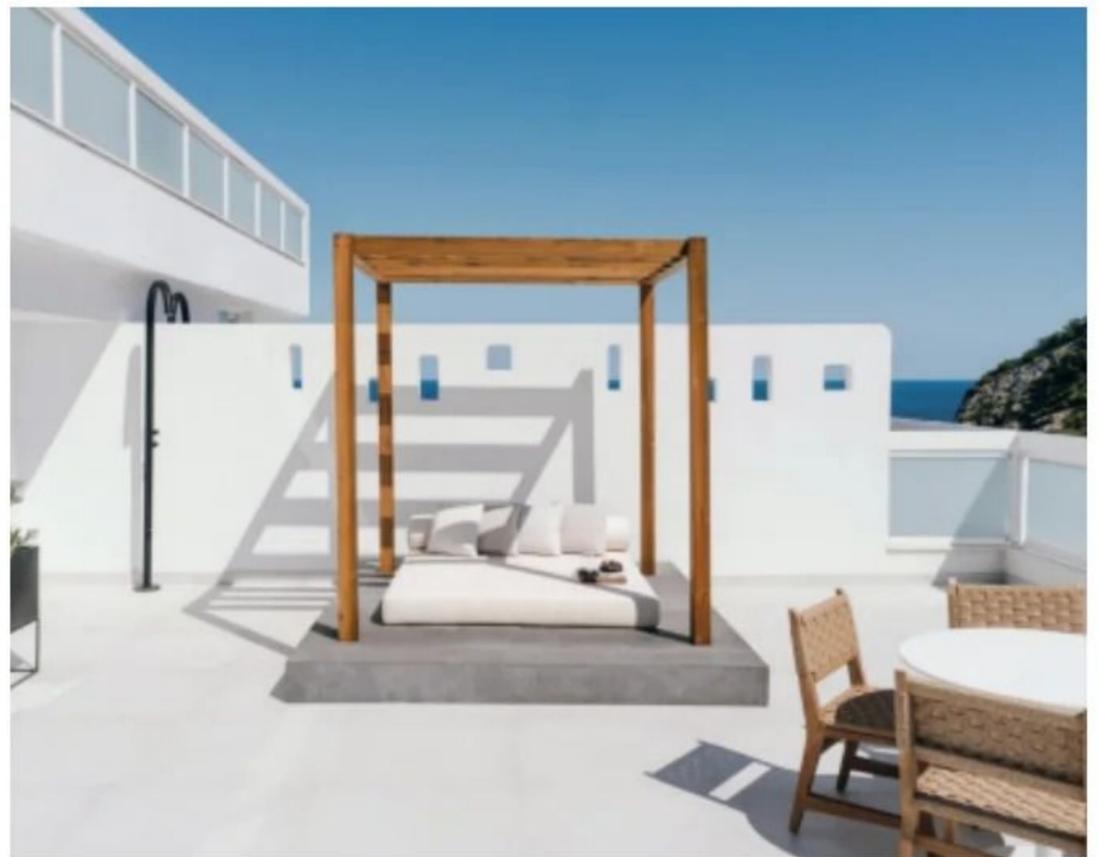


BARCELÓ AGUAMARINA (MALLORCA)

A su completa renovación en el 2022, este verano se suma la nueva decoración de las tres suites a cargo de **Lorenzo Castillo**. «La inspiración balear es el eje central, es un homenaje al mundo mediterráneo», explica el prestigioso interiorista, que ha usado la icónica tela de lengua mallorquina como estampado protagonista. Su otros pluses: el acceso directo a **Cala Ferrara** y su atmósfera familiar. [barcelo.com](https://www.barcelo.com)

MONDRIAN IBIZA

EL 28 de abril abre sus puertas este hotel que realizará este año su primera temporada completa. **Naturaleza, arte y diseño** en un alojamiento de 154 habitaciones situado entre colinas de pinos y las cristalinas aguas de **Cala Llonga**. Disfrutarás un bello interiorismo de la mano de Beades Architects y Cuarto Interior, obras comisariadas por Gone Rogue y una interesante propuesta gastro, con el japonés **Niko** y el chiringuito **Sonrojo** como novedades más recientes. [mondrianibiza.com](https://www.mondrianibiza.com)



- IBIZA EN PRETEMPORADA -

Tres hoteles muy recomendables para volar a la Isla Blanca antes de que se masifique. Sí, todo el mundo querrá ir este verano.



Nativo Hotel Ibiza

Este hotel boutique, ubicado en Siesta (Santa Eulalia del Río), está diseñado bajo la filosofía wabi-sabi. No te pierdas su restaurante Humo, de Omar Malpartida.



Hyde Ibiza

De espíritu bohemio, este nuevo hotel en Cala Llonga está arraigado a la escena de clubes de Los Ángeles de los 2000, donde nació la marca. Música, arte y hedonismo.



Mongibello

Inspirado en la Italia de los 60 y 70 y en su dulce vida, este hotel en Santa Eulalia encara su segunda temporada con mucha energía y eventos exclusivos.

¡QUÉ ARTE!

Le Bristol Paris tiene una colaboración con Opera Gallery para acoger temporalmente grandes obras de arte. Así, en una de las Deluxe Junior Suites celebran el Desayuno con Picasso, que exhibe el cuadro *Maison à Juan les Pins* (1931).



¡QUÉ BELLEZA!

El Spa by La Prairie de Le Bristol Paris cuenta con una sala de tratamientos y un menú exclusivo de la firma natural Tata Harper.

LE BRISTOL PARIS

Clásico, femenino y refinado, este histórico hotel tiene todo lo que un alojamiento de lujo puede desear. Para empezar, 190 habitaciones y suites cada una con su propia decoración **estilo Luis XV**. Algunas con vistas a la torre Eiffel, una inmortalizada por Woody Allen y su *Midnight in Paris* y otra, la **Suite Impériale**, de 320 m². La atmósfera palaciega se remata con un jardín excepcional diseño de **Arabella Lennox-Boyd**, un exclusivo **Spa by La Prairie** y una propuesta gastronómica irresistible. El chef **Eric Frechon** está detrás de los restaurantes **Epicure** (tres estrellas Michelin), **Brasserie 114 Faubourg** (una estrella Michelin) y el coqueto **Cafe Antonia**. En el hotel hacen además su propio pan (¡y su harina!) y tienen incluso una fábrica de chocolate. Una verdadera delicia. oetkercollection.com

la CONECTIVIDAD *global en* favor de la IGUALDAD *de género*



DEBATE

1. El fomento de las políticas paritarias desde las grandes corporaciones, uno de los encuentros de las jornadas BWAU.
2. Mesa La mirada de género en la creación de talento joven.

existe menor presencia femenina, como la industria.

WOMAN formó parte del evento por cuarto año consecutivo, esta vez, como organizadores de una de las ponencias principales. Myriam Serrano, redactora jefe de la revista, moderó la mesa Conectando el mundo desde la perspectiva de género, en la que participaron como speakers Blanca Sorigué, vicepresidenta de la World Free Zones Organization (WFZO); Eva Valenzuela, directora del Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona – El Prat de AENA; Pere Navarro, delegado especial del Estado en el CZFB; Mónica Vázquez, vicepresidenta ejecutiva y di-

rectora general de ABANCA USA e Inmaculada Riera, directora general de la Cámara de Comercio de España.

La conectividad es una palanca de cambio y crecimiento esencial, especialmente en un mundo cada vez más globalizado. Facilita el acceso a la información, a la educación, a oportunidades económicas y de emprendimiento... Y es que, aunque las leyes en materia de igualdad de género pueden estar avanzadas en muchos aspectos, es fundamental que estas normativas se traduzcan también en cambios reales a nivel social.

En este sentido, los miembros de la mesa destacaron la importancia de la labor de las Cámaras de Comercio por su responsabilidad a la hora de defender el papel esencial de la mujer y trabajar por generar oportunidades para ellas en el sector laboral y estimular el emprendimiento femenino. De igual manera se reconoció el papel crucial del transporte, especialmente el aéreo, pues brinda acceso a regiones que carecen de otras formas de conexión, con los beneficios que esto implica para la creación de negocios.

También en la internacionalización la mujer juega un papel importante. Por ello, los ponentes concluyeron que debe ponerse en valor el papel de todas las mujeres que están al frente de empresas y organismos comprometidos con la apertura y el talento que implica la conectividad.



CONECTIVIDAD
Blanca Sorigué, Eva Valenzuela, Mónica Vázquez, Inmaculada Riera y Pere Navarro participaron como ponentes en la mesa moderada por Myriam Serrano.

WOMAN ha participado en la cuarta edición de BWAU para reflexionar sobre las posibilidades que la internacionalización ofrece en favor de la posición de la mujer en la sociedad y en el entorno laboral

BROADWICK SOHO (LONDRES)

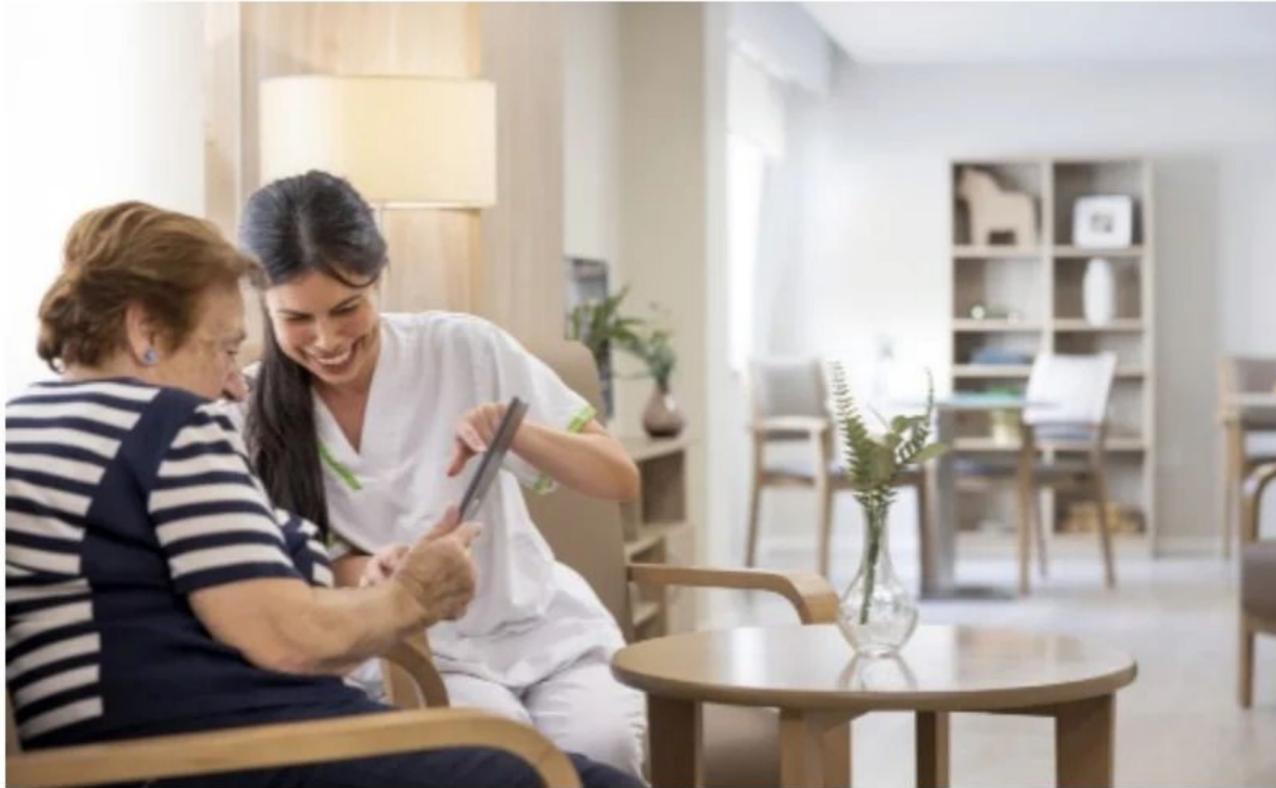
Un nuevo hotel independiente y rebotante de personalidad acaba de abrir sus puertas en el corazón del **West End**. Decorado por el célebre **Martin Brudnizki**, resulta bohemio pero glamouroso, opulento y extravagante pero con clase. Su restaurante italiano **Dear Jackie** y su rooftop con vistas **Flute**, están destinados a ser dos *places to be*. broadwicksoho.com



FOTO MANOLO YLLERA, CORTESÍA BARCELÓ.

AVANI PALAZZO MOSCOVA MILÁN

Para viajeros con espíritu millennial, el hotel Avani Palazzo Moscovia de Milán, ubicado entre los vibrantes distritos de **Porta Nuova** y **Corso Como**, acoge 65 habitaciones y suites, un gimnasio, un spa en las cámaras acorazadas de la terminal –el edificio neoclásico, obra de Giulio Sarti, había sido una estación de tren– y un restaurante, la marisquería de autor Forte Milano. Para vivir la ciudad, pregunta por las experiencias disponibles: recorrido por las mejores tiendas vintage, una ruta en Fiat 500 o un tour en bicicleta... Te encantarán. avanihotels.com



CUIDADOS

El grupo DomusVi destaca como un referente líder y pionero en el ámbito de los servicios sociosanitarios. Con un enfoque centrado en ofrecer una experiencia excepcional a sus residentes, la compañía se mantiene en constante evolución y cambio. Su pionero modelo asistencial permite cubrir todas las necesidades de cuidado, en el domicilio o en los centros residenciales. Toda la información sobre los servicios y residencias de DomusVi se encuentra disponible en domusvi.es y en el teléfono 900 45 65 85.

DOMUSVI *transforma el* BIENESTAR *de los* MAYORES

Debido al creciente envejecimiento de la población, los modelos de atención y cuidados tienen una importancia capital en nuestra sociedad. Consciente de esa realidad, el grupo DomusVi tiene como principal objetivo alcanzar la excelencia en el bienestar y cuidados a las personas mayores, ofreciendo una atención totalmente basada en la persona, para lograr su bienestar físico, emocional y social. Cuenta con 209 centros residenciales y 28.000 profesionales; con las últimas tecnologías (realidad virtual, robots terapéuticos) y con una apuesta por las terapias no farmacológicas, fomentando un envejecimiento activo y saludable.

Gracias a su constante crecimiento e innovación, la compañía ha conseguido que sus centros sean un hogar para sus residentes y familias, con pilares basados en la empatía y el valor humano, buscando el mayor confort y bienestar posible de las personas mayores, usando conceptos como el de residencia abierta, que permite a familiares, vecinos y asociaciones formar parte del día a día del centro.

Para ofrecer la mejor atención personalizada, con cuidados de confianza y soluciones innovadoras, el grupo DomusVi ha creado un modelo pionero de continuum asistencial, que cubre todas las etapas de la dependencia, desde la atención domiciliar y la teleasistencia hasta la propia atención en los centros. De este modo, el grupo puede ofrecer unos cuidados inte-

Gracias a 30 años de experiencia en servicios sociosanitarios, es una compañía referente y líder en el sector. Destaca su pionero modelo de continuum asistencial.

grales, individuales, interdisciplinares e innovadores con el objetivo de preservar la autonomía, la calidad de vida y los vínculos sociales de sus residentes y usuarios.

El acompañamiento a las familias y mantenerlas informadas en todo momento es fundamental para su tranquilidad y para no perder el contacto con los residentes. Además, trabajan en red con otras entidades para representar los intereses y el bienestar de las personas usuarias (centros sanitarios, ayuntamiento, hospitales, etc). Como colofón, desde la Fundación DomusVi y junto a la Universidad de Barcelona, se impulsa la Senior University, un proyecto pionero, innovador y único, que permite a los residentes estudiar un programa académico semestral de extensión universitaria y obtener un Diploma en Humanidades durante su estancia.



Las dragonas al son del TAMBOR

El Barco Dragón es una original especialidad deportiva de origen chino, con cada vez más aceptación en Europa y España. Los golpes del tambor marcan el ritmo de la palada.



POR ANDREA ARABIA. FOTO: GETTY IMAGES.

La fiesta del Barco Dragón se celebra en China el quinto día del quinto mes lunar (el próximo 10 de junio). Se trata de una colorida tradición milenaria, cada vez más asentada en España, en la que embarcaciones de hasta 30 metros, con cabezas y colas de dragón talladas, surcan las aguas al ritmo del tambor. En las competiciones de nuestro país existe la categoría BCS (Breast Cancer Survivor), cuya tripulación está formada por mujeres que han padecido cáncer (principalmente, de pecho), ya que la práctica del remo está aconsejada por los oncólogos, tanto por su fortaleza muscular del tren superior como anímica, así como para la recuperación después de la intervención quirúrgica.

- DISFRUTA DE LOS DÍAS MÁS LARGOS -

Con el buen tiempo, practica tu deporte favorito al aire libre.



Con forma de diamante

La tecnología incorporada en el núcleo de esta pala de Joma hace que esté más orientada a la potencia del golpeo. Indicada para expertos y principiantes.



Condor 3

Es la primera zapatilla de running de VEJA. Sus 287 gramos aportan ligereza a la zancada. La parte superior de malla, los cordones ligeros y la fina lengüeta limitan la fricción.



Aire retro

En cada diseño de los bañadores de Ellesse para esta primavera se refleja la esencia de la marca, combinando sofisticación con un toque vintage y colores únicos.

Parir y a competir

Estamos ante una deportista cabezota, talentosa y tan genial como alternativa. Ana Peleteiro le ha plantado cara al sistema, a los haters y a todo aquel que haya cuestionado su particular forma de vivir y de competir. Es una atleta única y una mujer que ha demostrado que puede con casi todo contando con casi nada. Con los años ha sumado recursos, sí. Pero esa cabecita que no para de pensar cómo ser mejor, no olvida ni los inicios, ni las trabas, ni el precio que supone dedicar media vida compitiendo en un deporte minoritario. Es la rebelde que necesitamos para inspirarnos.

Verla clasificarse para los Juegos Olímpicos de París con un triple salto maravilloso y su hija de un año en la grada fue poderoso. Lanzó un mensaje al mundo que va más allá del tartán. Parir y a competir. Ese fue su mantra desde que salió del quirófano. ¿Precio? Alto. Muy alto. Buscarse la vida forma parte del contrato de una atleta de élite y compartirla en las redes sociales, realizar campañas de publicidad y participar en programas de televisión la colocó en un mundo que muchos pensaron que la incapacitaría para el alto rendimiento. Peleteiro, una vez más, dio un golpe en la mesa y logró una marca de 14.75 metros, bronce en triple salto en los mundiales de atletismo de pista cubierta disputados en Glasgow y pasaporte para París. Con Lúa, su bebé, se colgó la medalla y mandó un mensaje tan difícil como real: las madres pueden y deben competir. Con el apoyo necesario –en su caso, un marido atleta comprometido, un entrenador muy inteligente y unas marcas que creen en ella–, ha subido a un podio más potente que el estrictamente deportivo. Ha visibilizado las dificultades de muchas mujeres. Ana Peleteiro-Compaoré, que compites con apellido compuesto desde que te casaste, eres pura inspiración. Ojalá París te devuelva todo lo que le has dado al atletismo español y a una sociedad para la que sumas muchísimo.

.....
Carme Barceló

Periodista deportiva, colabora en el diario "Sport"

TORNEOS 2024

25 abril
Sant Cugat
Barcelona



17 mayo
Real Sevilla
Sevilla



14 junio
Laukariz
Bilbao



28 junio
La Peñaza
Zaragoza



07 julio
El Saler
Valencia



26 julio
Costa Brava
Girona



01 octubre
La Herrería
Madrid

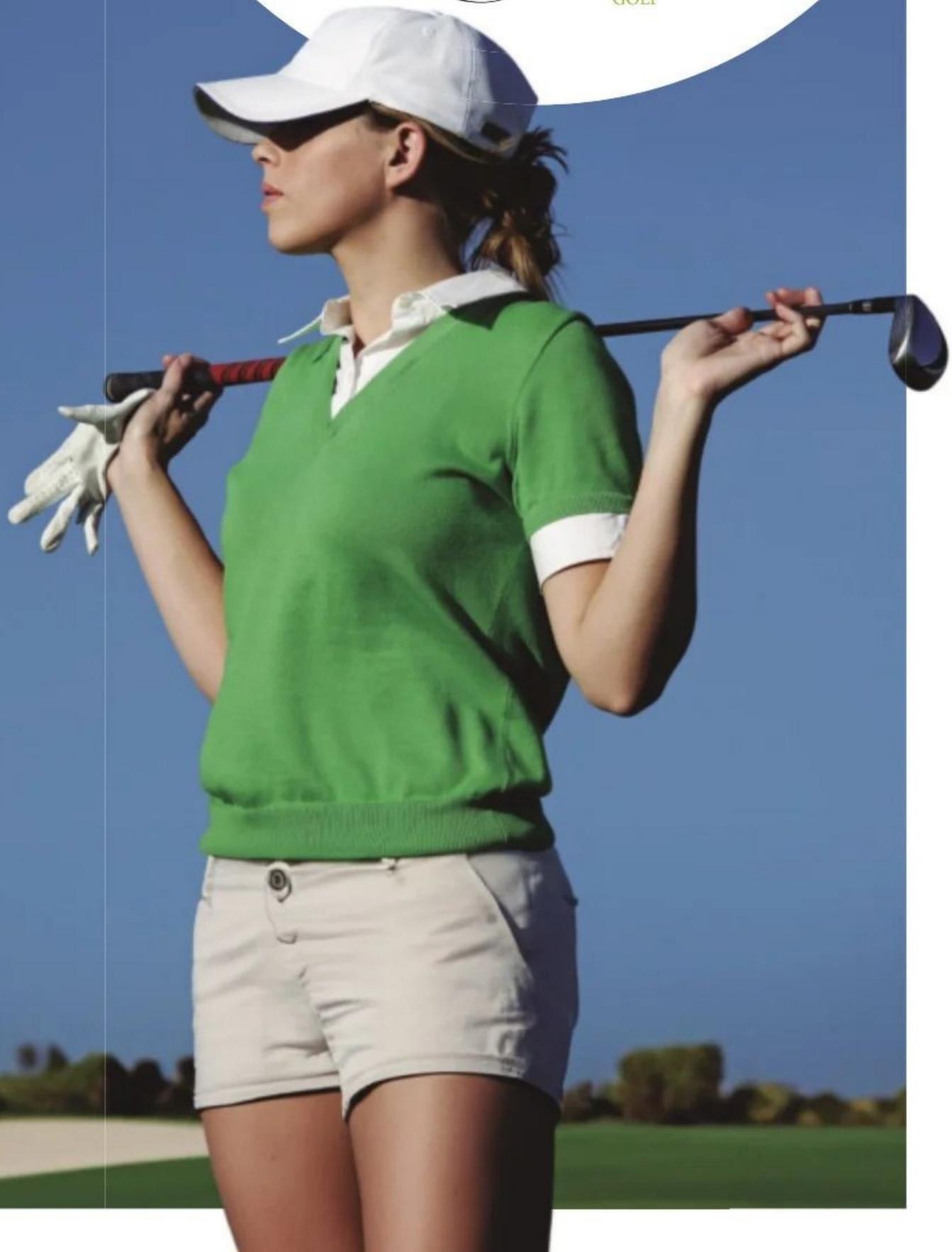


FINAL NACIONAL

PRÓXIMAMENTE



CIRCUITO
woman
madame
FIGARO
golf
SUMMUM
GOLF



EXPERTA EN EFICIENCIA

La ingeniera María García al volante de su CUPRA Born en su ciudad, Barcelona. «Desde el principio me impactó el silencio y el confort. Su conducción es suave, relajada, segura y eficiente», nos explica.



- ENTREVISTA A MARÍA GARCÍA NAVAS -

«el FUTURO es ELÉCTRICO»

La responsable de CO₂, prestaciones y aerodinámica de SEAT S.A. es una conductora enamorada de su CUPRA Born, el primer 100 % eléctrico de la marca. Hablamos con ella de eficiencia energética y otros retos venideros.

POR MYRIAM SERRANO

Tiene 35 años, lleva 11 en la empresa y se siente agradecida por haber desarrollado una carrera profesional con un impacto en la sociedad. Estudió Ingeniería Industrial y se especializó en Técnicas Energéticas, porque «además de gustarme las ciencias, las mates y el dibujo técnico quería un trabajo que me llenara como persona». Ahora trabaja haciendo vehículos más eficientes y contribuye a un mundo más sostenible.

Estoy a punto de cambiar de coche y no me decido. ¿Combustión, híbrido o eléctrico?

Depende de tus condiciones de uso. Mi caso es el de un ciudadano medio europeo: vivo en Barcelona, trabajo en la sede de Martorell, a 35 km, por lo que recorro 70 km a diario de lunes a viernes, y algún fin de semana viajo hasta Castilla La Mancha, porque soy de Ciudad Real, planificando la ruta con un par de paradas para recargar. Cubro mis necesidades de movilidad con una sola carga de la batería (77 kWh de capacidad). Pero hay otras opciones para cada perfil.

Nadie mejor que tú me hablará de CUPRA Born...



Le tengo mucho cariño porque es el primer modelo 100 % eléctrico de la compañía. Su importancia reside en tres pilares: cero emisiones de CO₂ y partículas; las emociones, por su comportamiento (¡puedes alcanzar 50 km/h en 2,6 segundos!) y eficiencia energética, ya que además de su batería tiene iluminación led, neumáticos de baja resistencia, refrigeración activa, un spoiler aerodinámico... Y su diseño, que atrae todas las miradas, aunque pronto las compartirá con Tavascan, el primer SUV Cupé eléctrico de la firma.

Tuve ocasión de probarlo y me sentí en *El coche fantástico*...

Es verdad, desde que te acomodas en su asiento con sensor de encendido crees entrar en el futuro. Lo que más impacta es el silencio y la facilidad de llevarlo, solo tienes que subir al coche y engranar la D; en el volante puedes elegir el modo de conducción, el Range es el más eficiente; su sistema de aparcamiento automático, el freno regenerativo o el asistente de viaje que permite una conducción semiautónoma e incluso hacer adelantamientos autónomos usando el intermitente.

¿Por qué son más caros los eléctricos?

A día de hoy, la tecnología de una batería de alto voltaje es cara. Pero con las ayudas estatales (7.000 € de descuento), de IRPF (unos 3.000 € de descuento) y las propias nuestras casi se iguala al precio de los vehículos de combustión, además del ahorro en combustible, claro. Yo estoy conven-

«Necesitamos
aire limpio en
las ciudades.
Suponen el 2%
de la superficie
terrestre pero
concentran al
50% de la
población».

cida de que el futuro es 100 % eléctrico. Ha llegado para quedarse y supone un cambio de paradigma. Estamos acostumbrados a ir a las gasolineras, pero es muy fácil incluir en nuestra rutina nuevas dinámicas como cargar el coche cada vez que paremos, en el trabajo, en el súper... Existen 30.000 puntos públicos y van en aumento. Y la tecnología de recarga de corriente mejora, podemos pasar del 10 % al 80 % en 30 minutos, además de que es muy fácil.

¿Cuáles son tus consejos para ahorrar energía?

Mantener un estilo de conducción suave, progresivo y con previsión; llevar las ventanillas cerradas para frenar la resistencia del aire; controlar la presión de los neumáticos; emplear el climatizador con una temperatura sobre los 22 °C... Con nuestro modo Range se consigue un 30 % menos de par motor, lo que supone un ahorro extra de energía del 2 %.

Eres una pieza fundamental en el viaje hacia la electrificación, ¿cómo vislumbras el destino?

Emocionante. Estoy muy comprometida con iniciativas de CUPRA para ofrecer a las niñas referentes STEM, y estoy segura de que esas niñas y niños a los que visito en coles tendrán coches eléctricos y se preguntarán cómo podíamos conducir los de combustión, igual que nos parece hoy impensable que nuestros padres vieran la tele en blanco y negro. El eléctrico ya es una realidad y vienen otros retos, como asegurar energías renovables, pero para eso estamos aquí, para hacer entre todos un mundo más sostenible e igualitario para las próximas generaciones.



¿Azul lava o Gris quasar? Cupra Born e-Boost se puede elegir entre 6 preciosos colores. Entrada 10.952 € y 36 cuotas de 200 € al mes con CUPRA My Renting.
Más info: cupraofficial.es

- RESTAURANTES -

FICHADOS

Estas nuevas direcciones pondrán sabor y alegría a tu primavera. Una ruta muy recomendable.

POR ISABEL LOSCERTALES

1. Público Taberna Gastronómica & Wine Bar (Barcelona).

Medio colmado, medio bistró, este local pone el acento en sus 200 referencias de vino, que puedes comprar y llevar o tomar allí a precio de tienda y un descorche de 8 €. En su bodega, etiquetas desconocidas y famosas y una colección privada súper exclusiva que se servirá a copas. Los puedes tomar de manera informal con un jamón recién cortado o un queso bien afinado, o en el comedor interior con la mejor selección pescados, carnes y verduras. Cocina de mercado sin pretensiones pero con producto top. Enric Granados, 30.

2. ERRE Barcelona. Poco después de la inauguración del Torre Melina Gran Meliá, el hotel da la bienvenida a Iñigo Urrechu, alma mater de este asador de lujo. El maestro parrillero ha creado una carta vasco mediterránea donde brillan las mejores carnes, pescados y verduras. «Usamos madera de encina para la carne, madera de naranjo que da un toque cítrico a las verduras y de olivo para el pescado», aclara. Entre sus hits, el encrecot de cebón de Angus y el Txangurro a la donostiarra. Diagonal, 671.

3. Akira Back (Santa Cruz de Tenerife). El resort Ritz Carlton, Abama eleva su excelencia gastronómica, ya buena de por sí, fichando al chef estrella Michelin Akira Back. El cocinero, famoso por innovar el recetario japonés y con 26 restaurantes por el mundo, aterriza en España con un menú degustación que incluye hits como la Pizza de Atún AB. María Zambrano, 2.

EL BOCADO

Oblea de ventresca de atún rojo macerada en naranja y te verde, sésamo, mayonesa de ajo negro, anís y flores, de Público Taberna Gastronómica.



4. NOS (Madrid). Inspiración latina y mucha personalidad, la que impregna el chef de origen venezolano Alejandro Hernández en cada uno de los platos. Un ejemplo: los tiraditos de pescado con mango, leche de tigre de mandarina y pimientos asados. No olvides maridarlos con sus estupendos cócteles. Barquillo, 30.

FUROR POR EL BRUNCH



MONUMENT HOTEL BARCELONA

Los Yummy Sundays de Martín Berasategui se celebran el primer y tercer domingo del mes en la azotea del hotel y ahora se maridan con cócteles de Paradiso.



BRU (BARCELONA)

En el secreto y encantador Passatge de Sert se acaba de inaugurar este templo del brunch, con hits como los huevos rancheros o el Shakshuka. Lo podrás tomar cada día.



VILLA CAPRI (MADRID)

El restaurante del grupo Big Mamma acaba de inaugurar su Holy Brunch. Cada domingo de 11 a 12:45 horas, con grandes productos italianos y mejor ambiente.



TOP CHEFS

Arriba, el cocinero coreano Akira Back. A la izda., pulpo a la brasa con puré cremoso de patata y mejillón de roca, del chef de ERRE & Urrechu, Íñigo Urrechu.



5. El Huerto de Floren Domezain

(Madrid). El chef navarro conocido como El Rey de las Verduras, Floren Domezain, regresa de la mano del Grupo La Fábrica y con sus excelentes productos, cultivados por él mismo en Tudela. Prueba el Tomate Antiguo de Floren y las borrajas. Génova, 21.

6. Colmado Wilmot (Barcelona). Un bar de toda la vida –con un rincón a modo de tienda– ideado por el chef Eugeni de Diego. Cocina de la abuela, producto de temporada y platos como el fricandó con espardeñes, la tortilla con cap i pota o el ragoût de sepia. Sin adornos pero bien hechos. Calvet, 28.

7. El Buen Gusto 1952 (Terrassa). El chef Artur Martínez, estrella Michelin por AÜRT, reabre la tasca de su familia en el municipio barcelonés. Su intención: reivindicar las tapas ochenteras de elaboración casera (y amorosa). Bravas como las de antes, pinchos morunos bien hechos, caracoles, huevos y calamares rellenos, brazo de gitano... y sus inimitables y exitosas croquetas de pollo asado. Para nostálgicos. Alcoi, 44.

SENCILLO PERO BUENO

Plato de zanahorias asadas, ricotta de oveja y praliné de avellanas del nuevo restaurante latino en Madrid, NOS. A la dcha., tabla de quesos de Colmado Wilmot, en Barcelona.



LAFAYETTE (MADRID)

Nuevo brunch dominical a tener en cuenta, en este caso 100 % francés y con un precio insuperable: 35 € (con tres pases). Cada domingo de 11:30 a 13:30 horas.



TRÓPICO (BARCELONA)

Un imprescindible en Barcelona para fans del brunch, con propuestas internacionales siempre disponibles. Tras triunfar en el Raval, abrió otro local en Balmes, 24.



ROBUCHON (MADRID)

Otro nuevo brunch de altura en la capital. Lo sirven los fines de semana y festivos de 10 a 13 horas en su espacio más casual, L'Ambassade, por 45 €.

LUJO silencioso



La diseñadora de Sur/Sac, Ana Gallego, nos invita a entrar en su universo barcelonés: una casa tan elegante, minimal y eterna como sus exquisitos bolsos.

POR ESTER AGUADO
FOTO SLOWKING/CHARLOTTE LAJARIN

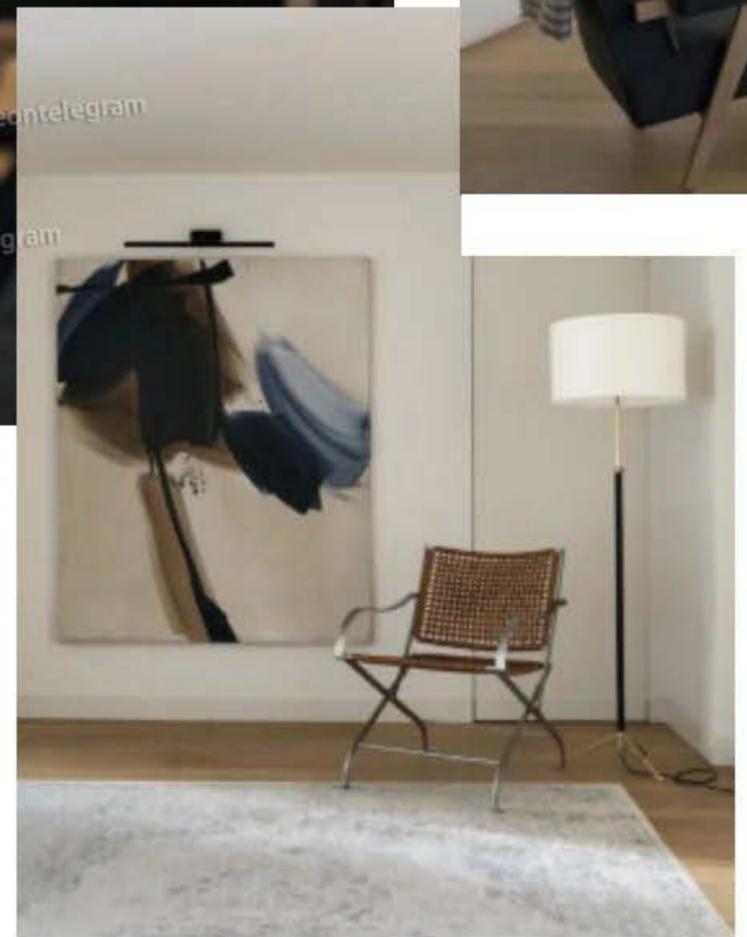
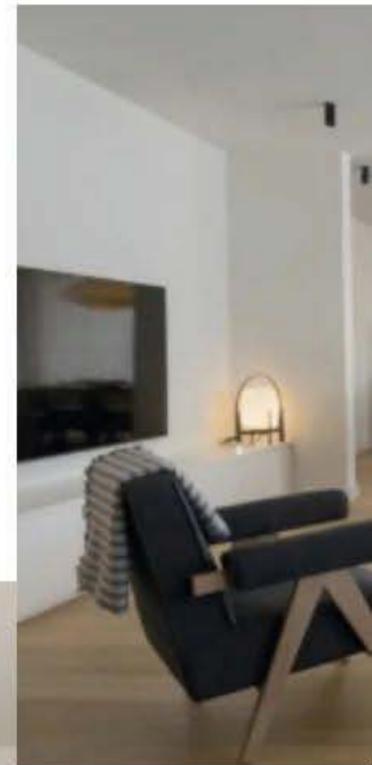
Hace un par de años, tras la pandemia, Ana descubrió una casa en el barrio de Tres Torres, en la zona alta de Barcelona, donde montar su nuevo hogar. A la hora de encarar la reforma de este amplio piso tuvo una cosa clara: reservar un espacio para incluir en él un pequeño estudio donde trabajar. Y es que Ana lanzó –después de estudiar diseño de moda en la Saint Martins londinense y de trabajar como directora de comunicación para marcas de moda–, la firma de bolsos Sur/Sac hace ya 12 años. «Aunque había estudiado diseño, siempre me interesó más el relato... pero tenía pendiente crear mi propia firma de complementos con un concepto global: unos bolsos exquisitos y atemporales que se fabricaran cerca –una pionera en eso del kilómetro cero y la ecología–, que reflejaran mi estilo de vida; es decir, un producto artesanal, de compra consciente y de calidad», explica la catalana. Así que inventó un nombre corto, casual, motivada por el cine francés y por las ganas de que hablaran de ello: Sur/Sac.

Inspirados en la geometría y en las esculturas de Chillida, Oteiza o Richard Serra, sus bolsos de estética minimal, sencillos y atemporales, cuya belleza reside en la calidad de la piel, reflejan su estilo de vida y su pasión por aportar algo nuevo. «Fui una de las primeras en emplear las impresoras 3D en la moda, hace unos seis años. Lo descubrí a través de una compañera de estudios y me pareció algo maravilloso: cogimos el bolso Valentina –uno de nuestros iconos, junto con el saquito Eleonora– y le pusimos las asas cortas de eslabones en 3D, con materiales biodegradables en diferentes colores. Y triunfó», nos cuenta Ana.



AMBIENTE RELAJADO

Los muebles del luminoso salón son elegantes, con una estética muy lineal y combinan bien con la omnipresente calidez de la madera. En él destacan las lámparas de diseño, como la Noguchi.



OBRAS DE ARTE

Ana es una apasionada del diseño y de las piezas atemporales y funcionales de la casa SANTA & COLE; sobre todo, de las lámparas. Al lado, la zona de la cocina, tan limpia y minimal.

Después de lanzar un bolso completo en 3D, numerado y por encargo, se lanzó al mundo de las joyas sostenibles: «Soy una enamorada de los complementos bonitos y especiales. Calzado no, porque eso son otros derroteros, pero me encantaría hacer algo de sombrerería... aunque no quiero perder la esencia de la marca; al final, mi base es el bolso», confiesa la creadora, que vende online y acaba de volver a las tiendas multimarca tras la epidemia. «Nos va bien haciendo pop-ups –tiendas efímeras– en diferentes ciudades para acercar la marca, pequeños eventos donde la gente puede ver y tocar los productos y entender nuestra filosofía, que para mí tiene mucha importancia. El próximo será en Madrid, este otoño», nos cuenta Ana. La diseñadora se confiesa una enamorada del slowlife y de los espacios minimalistas y atemporales, que no sigan las tendencias, como Sur/Sac. «Me

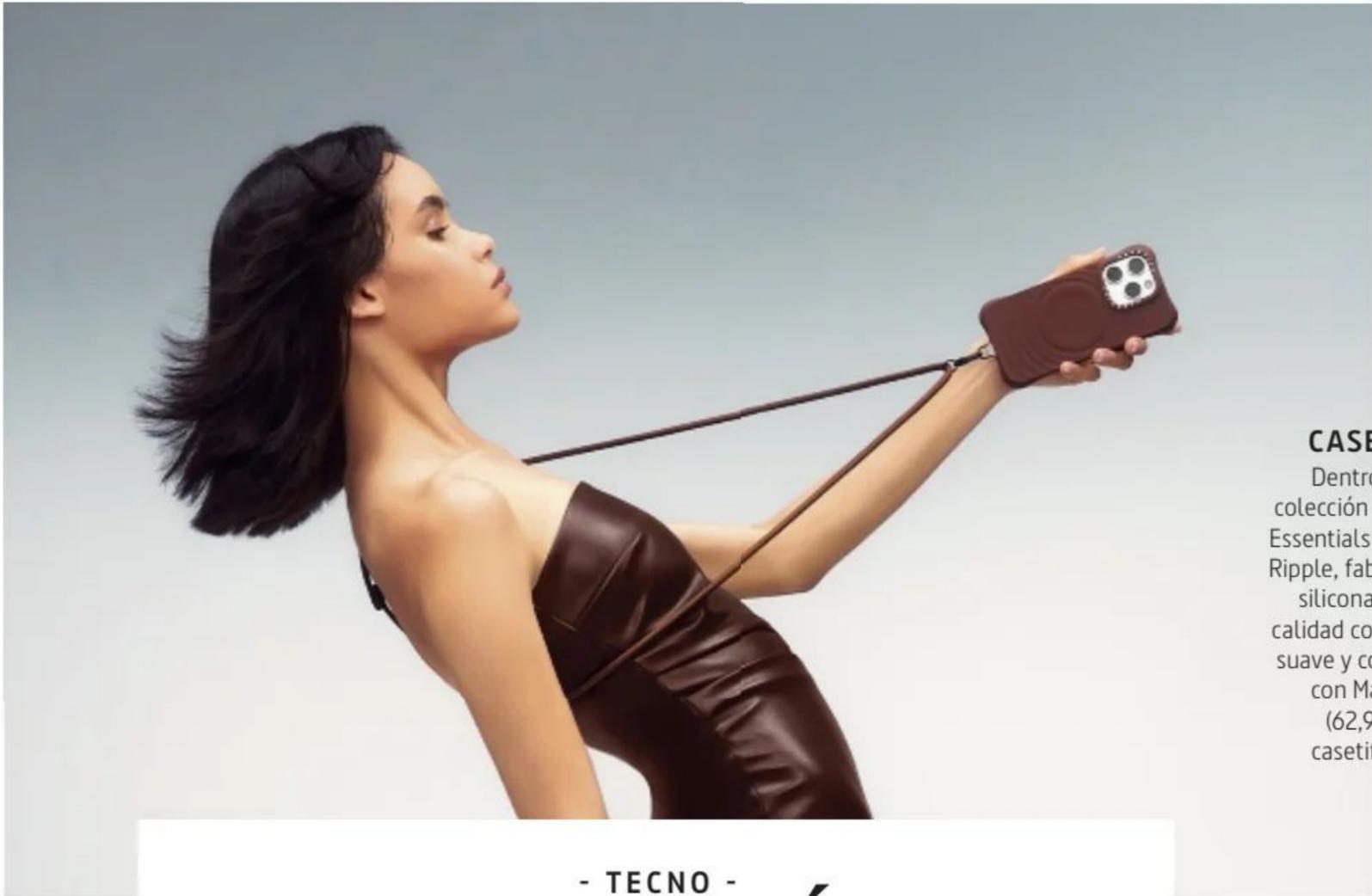
encantan los muebles de diseño: prefiero ahorrar un poco y darme esos caprichos, comprar algún icono como el sillón de los Eames o la lámpara Noguchi, de aparente sencillez, pero que también son funcionales y perduran en el tiempo. Me encantan las piezas de Santa & Cole, sobre todo las lámparas... tengo fijación por ellas, sí (risas). También me apasiona la artesanía: me emocionan la librería o la mesa de trabajo, hechas por carpinteros», confiesa Ana Gallego.



UNA NOTA DE VERDE

Sillón Lounge Chair de los Eames con bolso Olivia de SUR/SAC. Ana encargó a un carpintero la creación de esta original librería, con puertas imitando barillas, en su zona de trabajo: está salpicada con los bolsos de SUR/SAC.





CASETIFY

Dentro de la colección de fundas Essentials destaca la Ripple, fabricada con silicona de alta calidad con acabado suave y compatible con MagSafe (62,99 €).
casetify.com

- TECNO -

ACCESORÍZATE

La tecnología se lleva ahora como el mejor complemento: no salgas sin ella.



REALME

La serie 12 Pro 5G cuenta con la única cámara periscópica potente de su categoría y la ha creado el diseñador de relojes de lujo Olivier Savéo (399 €).



OPPO

Llegan los auriculares inalámbricos Enco Buds2 Pro, con una calidad de sonido inigualable y hasta 36 horas de batería con funda (49 €).



XIAOMI

El nuevo smartwatch Watch 2 es innovador, personalizable y resistente. Lleva Google Wear OS, 160 modos deportivos y puedes pagar con él (199,99 €).



FUJIFILM

La Instax Mini 99 es una cámara instantánea analógica, que permite experimentar con la fotografía gracias al dial de efectos de color y un botón de viñeta manual (199,99 €).



BANG & OLUFSEN

La marca escandinava lanza esta colab con la coreana Ader Error: el altavoz portátil Beosound A1 se viste de azul Z (500 €).

LOGITECH

La nueva webcam MX Brio, con Ultra HD 4K, es perfecta para tus sesiones de streaming: mejora tu imagen gracias a la IA y es eco (229 €).



- ADIÓS A LA GRASA LOCALIZADA Y AL EXCESO DE LÍQUIDOS -

WOMAN

madame
FIGARO

Si por algo se caracteriza SOMATOLINE COSMETIC es por estar siempre al servicio de la belleza de la mujer, con una eficacia clínicamente demostrada y unos productos agradables al olfato, al tacto y que te hacen sentir bien desde el primer momento por su efecto térmico. Suscríbete a WOMAN MADAME FIGARO y descubre sus productos.

Las personas con tendencia a la retención de líquidos y a la grasa localizada en las zonas de piernas, muslos y glúteos están de suerte, ya que gracias a Somatoline Cosmetic por fin van a poder despedirse de ellos.

1. Starter Pack Vendas Drenantes con Acción Reductora de Choque: empapadas en una solución salina osmótica, están diseñadas para combatir retención de líquidos, grasa localizada y celulitis. Su eficacia es inmediata (reducen más de 1 cm en una aplicación) y progresiva, con estudios clínicos que demuestran una reducción de muslos, rodillas y tobillos, así como de la piel de naranja.

2. Reductor 7 Noches Gel Efecto Fresco: actúa sobre la grasa localizada y el exceso de líquidos con resultados demostrados en 7 noches, aunque si se usa durante 4 semanas se potencia su eficacia reductora, alcanzando una reducción de hasta 3 cm. Su formato gel tiene un efecto fresco, una textura sedosa y una agradable fragancia.

Lote valorado
en 120 €



12 NÚMEROS DE **WOMAN MADAME FIGARO** PREMIUM 47 € o POCKET 24 €
LLAMA AL **915 862 220*** O ENVÍA UN CORREO A: **ATTSUSCRIPTOR@WOMAN.ES**
O ENTRA EN: **HTTPS://WOMAN.ELPERIODICO.COM/SUSCRIPCION/**

Horario telefónico de 9 a 14 h, de lunes a viernes. Promoción válida para España y hasta agotar existencias. Puedes suscribirte a la revista Woman Madame Figaro sin regalo con un 25 % dto. Formato Premium, 36 € y Pocket, 17,10 €. Bases legales suscripciones en woman.es/suscribete

EN EL EMPORDÀ

Más razones para visitar la comarca gerundense este verano: **"El Despertar del Mito: Gala Dalí"** en el Castillo de Púbol, un proyecto expositivo de un año que explora la personalidad de la enigmática musa a través de su **colección de moda**. Una colaboración de la Fundación Gala-Salvador Dalí y La Roca Village que promete muchas sorpresas.



Salvador Dalí y Gala en su casa de Port Lligat (1958), retratados por R. Descharnes. A la izda., vestidos de Gala, Colección Primavera-Verano, fotografiados por Jordi Bernadó.

Vivir MEJOR



Comidas, arte, reflexión

Un lugar tan especial merecía un libro a la altura, el que publica Phaidon: "Slow Food, Fast Cars: Casa Maria Maria Luigia - Historias y Recetas", del chef Massimo Bottura y su esposa y socia Lara Gilmore. Visitar esta idílica casa de huéspedes en Módena, o pasar sus páginas, es toda una experiencia.



EL CÓCTEL MÁS SOSTENIBLE

El mexicano **Beto del Toro**, de la coctelería **Rufina Mezcalería** (León) ha resultado ganador de la segunda edición de **Torres Brandy Zero Challenge**, la única competición que reconoce proyectos de bares sostenibles. Bravo.

En el centro de Madrid, PILAR AKANEYA ofrece ALTA GASTRONOMÍA POPULAR DE JAPÓN, lo que le ha valido el último de sus reconocimientos, un Sol Guía Repsol 2024. Estética de Kioto, simplicidad en sus platos, menús degustación y un tesoro nacional: la Matsusaka Beef.



POR MYRIAM SERRANO.

EDITOR'S CHOICE

Si te gusta comer y beber bien, toma nota de estos cinco tips... ¡te alegrarán la vida!

Isabel Loscertales, responsable de Cultura y Ocio

Corimbo I

Este Ribera del Duero de Bodegas La Horra tiene una profundidad y una elegancia que recordarás siempre. Se elabora 100 % con tinta del país.



Viña Arana

El emblemático vino de La Rioja Alta cumple 50 años y yo me sumo a la celebración... ¡descorchando una botella, claro! Para un brindis perfecto.



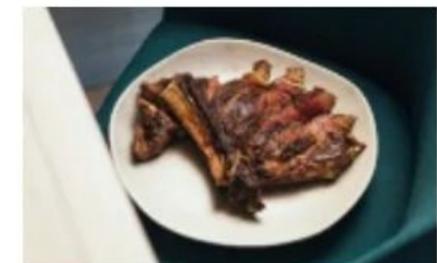
Saint Clair

Una nueva London Dry Gin que se elabora de manera artesanal en Granada y con botánicos que incluyen la vainilla natural. ¡Y qué imagen tan preciosa!



The Gourmand's Lemon

Un bello libro que celebra el legado artístico, histórico y gastronómico de los limones, con recetas originales. De Taschen.



Fire

La nueva carta del restaurante del hotel W Barcelona cuenta con varios platos a la brasa del mítico Casa Julián de Tolosa. El chuletón es una cosa de otro mundo.

LOOK IMPECABLE

El sujetador Lift Smart, de Triumph, está confeccionado con un **revolucionario encaje sin costuras**, de una sola pieza, y diseñado para ofrecer un buen ajuste al llevarlo con cualquier prenda. Confeccionado en encaje elástico reciclado y con efecto push-up, se adapta a cualquier silueta y realza el pecho de manera natural.



buenas IDEAS



SACA PARTIDO A TU SALÓN

Los interioristas de Banni –empresa de referencia en interiorismo y mobiliario de alta calidad en España– saben cómo hacer nuestro salón –esa **zona de descanso y de relax** en la que pasamos la mayor parte del tiempo– más acogedor. La tendencia es buscar cada vez más metros en este lugar de la casa, incluso incluyendo la cocina o las zonas de paso, pero marcando bien los diferentes ambientes dentro de un mismo espacio.



- IMPRESCINDIBLE PARA TU PELO -

Lov'yc, convencidos de que la cosmética de calidad para piel y cabello sea accesible a todo el mundo, lanza sus Champú y Mascarilla profesional con extracto de cebolla roja y ortiga blanca, para cabellos con exceso de grasa, picazón o caspa. Su fórmula, además, repara el cabello dañado y estimula su crecimiento.



Un universo de luz y color

Mumit reúne los tesoros naturales y la creatividad humana en la colección Irem, en oro blanco de 18 quilates, creando un paisaje lleno de color y destellos que da lugar a piezas de alta joyería, como este anillo de esmeralda y diamantes.

SOSTENIBLE Y ARTESANAL

Siempre Viva, en homenaje a la flor homónima, es el nombre de la nueva colección de alpargatas de la marca murciana Abarca, que aúnan **artesanía, elegancia y comodidad**. Realizadas con productos naturales que permiten conseguir un calzado suave, transpirable y confortable consiguen, año tras año, estar entre las tendencias más deseables.



Con Everyday Essentials tendrás los must de Real Techniques –desde la Miracle Complexion Sponge a sus brochas con distinto espesor y largo de fibras– en un solo set para conseguir un look completo y **DISFRUTAR MAQUILLÁNDOTE**, aunque no seas una experta.

CARAMELOS DE SOL

Las Gummies Vitamina D3 de Eiralabs aportan la cantidad de **vitamina D** que tu organismo necesita. Como no es fácil obtenerla de la dieta habitual o del sol en invierno, conviene complementarla para evitar su déficit, ya que contribuye al mantenimiento de los huesos, de la función muscular, de los niveles de calcio en sangre y al sistema inmune.



Antimanchas noche

El tratamiento despigmentante bio10 forte, de Laboratorios Bella Aurora, incorpora 4 activos que actúan en sinergia para ejercer su acción antimanchas cutáneas de forma más rápida y eficaz... Mientras duermes.



Champús para piel atópica

Formulado para minimizar el riesgo de alergia o reacción, vegano y sin siliconas, Sensitive, de NaturVital, ofrece 5 opciones para tu lavado capilar: Hidratante, Graso, Revitalizante, Uso Frecuente, Anticaspa...



Contorno de ojos hidratado

Sublime Expert Eye Contour, de Marti-Derm, reafirma y mejora las ojeras, descongestionando la mirada. Su fórmula, con Proteum 89+ e hialurónico, hidrata y aporta luminosidad de inmediato.

UNA *pieza* ÚNICA

Valérie Messika diseñó este collar de varias vueltas, con dos diamantes excepcionales, para que la actriz Sydney Sweeney lo luciera en Hollywood.

Para realzar el glamouroso look años 60 de la actriz de la serie *Euphoria* (HBO Max), que en breve estrenará el film de terror *Inmaculada*, Messika creó especialmente un collar de Alta Joyería con dos diamantes: uno de pera invertida de 17,04 cts y otro oval, de 18,88 cts. Dos piedras hipnóticas para irradiar mil luces en la exclusiva alfombra roja.



La directora artística de Messika tiene una gran conexión con la joven intérprete americana: «Sydney es asombrosa, aporta el glamour de los mejores años de Hollywood, pero al mismo tiempo está muy en su época, muy conectada en redes y es extremadamente libre y dinámica. Está totalmente en sintonía con los tiempos, como nuestra Maison», explica Valérie. La actriz, que tiene su propia productora y es amiga de la marca –ya que ha llevado joyas de Messika en festivales como el de Cannes–, lució esta pieza única en la fiesta posterior a los Oscar 2024.

POR ESTER AGUADO.
FOTO PIERRE VÉREZ.

.....
Expedición
VIAJAR



Con la expedicionaria
Elena Ortega, periodista
especializada en viajes

19 DE SEPTIEMBRE AL 3 DE OCTUBRE

.....
Myanmar

Secretos del sudeste asiático

Pagodas y tesoros de Buda

.....

Infórmate e insíbete en:

<https://www.club-viajar.es/expediciones>

.....

expedicionviajar@clubmarcopolo.es
900 909 698
azulmarinoviajes.com

azulmarino

CHANEL

COCO MADEMOISELLE



CHANEL.COM

EAU DE PARFUM*