

io

DONNA

SPECIALE HAUTE COUTURE

Julia Roberts

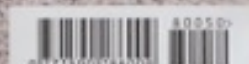
“A
Natale
regalo
calze
e sciarpe
fatte da me”

Menu
Festa informale
con i piatti
della tradizione

Famiglia
Come e quando
liberarsi dei figli

Amiche & Co.
Donare bellezza
libri e gioie

Moda
Smoking da sera



SEQUITO protettive. Ho iniziato subito a pensare a come tradurre queste nuove tecnologie in prodotti per il mercato, e così è nata l'idea di una linea di prodotti per la pelle. **Cosa vuol dire Imersa?**

Immersione ed emersione: un'immersione ideale in un "rituale" dedicato a sé per riemergere rigenerati.

Come ha superato le difficoltà del progetto?

Non sono mai stata troppo interessata alla cura della pelle e pensavo che questo avrebbe potuto ostacolare il progetto. Ma poi ho capito che potevo sfruttare questa lacuna per creare qualcosa di unico. Le difficoltà ci sono sempre ma si superano con il duro lavoro, l'impegno e con un team affiatato e competente.

Chi l'ha aiutata dal punto di vista tecnico-scientifico?

I laboratori di *Leonardino*, che vantano la consulenza di uno dei migliori formulatori italiani di cosmetici. È stato affascinante: siamo partiti da un principio attivo naturale e l'abbiamo trasformato in una linea di 5 prodotti per il viso.

Da esperta di design, come ha pensato la confezione?

Pensare in termini di design strategico per me è naturale. Per Imersa sono partita da due colori: il rosso e il blu. Così diversi tra loro, così forti e intensi. Poi ho scelto il vetro, perché è sostenibile, conserva meglio il prodotto ed è il materiale che ne esalta di più la sensorialità.

Dove vende la sua linea?

Ho scelto l'e-commerce perché amo il rapporto diretto con le persone. I mercati online oggi sono conversazionali, e io adoro ascoltare. L'e-commerce è uno shopping evoluto e personale.

I suoi sono prodotti di lusso?

Direi di lusso contemporaneo, non per forza "costoso". Oggi il lusso è avere cura, ricerca e coerenza.



Carmen Silveira, brasiliana, vive a Genova da 30 anni. Prima che nel beauty ha lavorato nella moda.

Imprenditrice dei due mondi

Carmen Silveira

Agenovskincare è il risultato dell'amore per Genova e quello per la terra d'origine, il Brasile.

Un prodotto antiage che sfrutta i superpoteri dei frutti della foresta amazzonica. L'ha creato Carmen Silveira, brasiliana, innamorata di Genova, città dove vive da trent'anni e che ha ispirato il brand (*agenovskincare.com*). Un'idea di lusso sostenibile, senza siliconi, petrolati o coloranti.

Da dove nasce l'idea?

Durante un viaggio in Amazzonia, ho scoperto frutti rari e meravigliosi che nascono solo lì, e di cui mi sono innamorata. Di lì ho iniziato a studiare le loro proprietà.

Perché il nome Agenov?

Sono brasiliana, ma vivo in Italia, a Genova da trent'anni. Qui ho costruito la mia vita, la mia famiglia. Il nome è una dedica d'amore a questa città.

Cosa hanno in più i frutti dell'Amazzonia?

Nascono nella foresta e non sono esposti a trattamenti chimici. Molti di loro hanno potenzialità enormi. Ad esempio, le bacche di Açai sono considerate un super frutto: idratanti e nutrienti, sono ricche di antocianine, omega 3, 6, 9 vitamine A, B, C, E, aminoacidi, minerali. Il nostro olio di Açai aumenta la luminosità e la vitalità dell'epidermide grazie alla sinergia di questi bioattivi.

Come ha superato le difficoltà del progetto?

I primi test sono iniziati nel 2016: formulare in modo "non convenzionale" non è stato semplice. Ad un certo punto ho pensato anche io "chi me lo fa fare?" Devo ringraziare tante persone che mi hanno aiutato e sostenuto, la famiglia, i ricercatori delle Università di Manaus, una grande cosmologa - che preferisce rimanere anonima - e una professoressa dell'Università di Pavia. Tante donne mi hanno aiutata a realizzare il mio sogno, io credo molto nella forza e nella intelligenza delle donne.

Ce ne è una in particolare che l'ha ispirata?

Sì, fin da piccola, è Coco Chanel. È riuscita a emergere nonostante le difficoltà che ha affrontato all'inizio del suo percorso: per me è sempre stata un grande esempio.

Cosa distingue la sua linea di prodotti per la pelle?

Il mix tra gli ingredienti della foresta Amazzonica e la tecnologia italiana. La nostra è una linea anti invecchiamento che funziona grazie all'abbinamento di oli e burri naturali dell'Amazzonia, ricchi di proprietà nutrienti, idratanti, e antiossidanti con ingredienti tecnologici di ultima generazione. I prodotti della mia linea nascono senza utilizzare siliconi, coloranti, oli minerali e petrolati, che potrebbero causare allergie e reazioni cutanee alle pelli più sensibili.

Chi è la sua cliente ideale?

Curiosa, intelligente, che cerca un cosmetico innovativo e efficace ma assolutamente privo di sostanze "critiche" ancora presenti in certi prodotti tradizionali. **io**



Le disavventure green di Gwyneth

Naturale è formula di moda e non sempre chi rivendica questa etichetta è sincero. Ora fa scalpore la vicenda del blog goop dell'attrice Gwyneth Paltrow, impero finanziario, punto di riferimento per uno stile di vita all'insegna del benessere di lusso: multato per aver venduto, a 66 e 55 dollari l'una, uova di glada e quarzo, da inserire in vagina per potenziare i muscoli e migliorare la sessualità. Benefici infondati, con il rischio, usandoli, di veicolare infezioni. (L.B.)