

ITALIA

marie claire

LUGLIO 2019

MODA ACTIVEWEAR

(anche la sera)

Surfiste

Sull'onda
della parità

Incontri

Sesso con un finto
bravo ragazzo

Start-up

Donne
che fanno
la differenza

Storie

Quando l'aborto
era illegale

Estate italiana



HMC ITALIA - ANNO 17 - N°7 LUGLIO 2019



2



1 Haute parfumerie Rosso lacca, blu brillante, nero e bianco smaltati. Sono i colori della collezione Haute Couture Primavera Estate 2019 di Giorgio Armani, ispirata alle geometrie Art Déco e alla maestria artigianale cinese. Colori che ritroviamo nel flacone di Armani Privé Laque, fragranza creata da Juliette Karagueuzoglu con metodi di estrazione raffinati e materie prime di alta qualità. 600 €; edizione limitata di 1.300 pezzi, di cui solo cento in Italia.



3

2 Ricerca esistenziale The Harmonist è il riflesso profumato delle cinque energie fondamentali che influenzano il cosmo e la nostra vita. Acqua, legno, fuoco, terra e metallo. Yin e yang. Una volta scoperto il proprio elemento dominante con data, ora e luogo di nascita (test su theharmonist.com e nelle boutique di Parigi e Los Angeles), gli "alchimisti" del brand suggeriscono le due fragranze più adatte alla propria personalità. Per infondere armonia, vera fonte di bellezza.

3 Italia Brasile Tecnologia made in Italy e tradizioni botaniche dell'Amazzonia. È la filosofia di Agenov Skincare, brand cosmetico fondato da Carmen Silveira. La sua intuizione innovativa è quella di utilizzare le risorse naturali di questa foresta senza distruggerne l'equilibrio ecologico.



4 Nuova passeggiata Nel 2018 siamo entrati per la prima volta nei giardini di Le Couvent des Minimes con cinque colonie fresche e intense. Ora è tempo di una nuova esplorazione olfattiva: Aqua Majestae riflette il momento dell'aurora tra gli osmani; Aqua Nymphae è una parentesi tra i giunchi d'acqua; Aqua Imperi un omaggio alla natura indomabile delle erbe selvatiche.

5 Iconico «Il rossetto è l'oggetto più bello che si possa trovare in una borsa... Ha sempre un buon odore - nel nostro caso alla violetta. È un oggetto ludico, perché ricorda i pastelli con cui coloravamo da bambini», dice Alessandro Michele, direttore creativo Gucci. I nuovi lipstick costano 38 €.