

# #BeautyWeLove: tutte le news di bellezza di giugno 2021

Arriva un bastimento carico di nuovi lanci, iniziative speciali e campagne green.

Di [Vanessa Perilli](#) 18/06/2021



Quello che stiamo aspettando, desiderando e amando in questa primavera è un concentrato di sogni, progetti e speranze, ma anche un bastimento carico di nuovi lanci, esperienze sensoriali e iniziative che fanno bene alla pelle, al corpo, all'ambiente e alla ricerca. Questo **giugno** scopriremo nuovi prodotti sostenibili, testimonial d'eccezione, progetti al femminile, iniziative solidali, campagne green - l'8 giugno sarà la Giornata Mondiale degli Oceani - e molto altro.

*Tutto quello che dovremmo provare, sapere & concederci giugno 2021 è in questa gallery aggiornata day by day.*

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 1.

## Irina Shayk per Augustinus Bader



Courtesy Photo

**Augustinus Bader** lancia la prima campagna TV, in onda ora negli Stati Uniti. Lo spot, diretto dall'agenzia americana Quirk Creative, vede protagonista la super modella e attrice **Irina Shayk**, da sempre grande fan del brand. "Augustinus Bader è

amatissimo dalle celebrità di Hollywood per il suo approccio innovativo alla cura della pelle. Per la campagna televisiva inaugurale Old Hollywood, New Cream abbiamo creato un mondo che rappresenti il lusso e la scienza che i prodotti del marchio incarnano”, ha dichiarato Wren Sieber, direttore dello spot.

## 2.

### **Superfluid lancia So Far So Smooth con Aurora Ramazzotti**

Continua senza sosta lo sviluppo dei prodotti di **Superfluid**, brand nato per rendere lo skincare semplice e no-stress, cool e divertente,- che ha ideato e realizzato la campagna di lancio del nuovo prodotto **So far so smooth** (95 ml 26 euro su [getsuperfluid.com/it](https://getsuperfluid.com/it)) insieme ad **Aurora Ramazzotti**, interprete perfetta dei valori della società. La formula arricchita con olio di semi di canapa, olio di mandorle dolci, olio di jojoba e olio di mirtillo è pensata per nutrire, idratare e proteggere anche le pelli più secche.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 3.

## M·A·C x Michele Magnani



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da MICHELE MAGNANI (@michele\_\_magnani)

Disponibile da giugno in tutti i M·A·C Store e su [maccosmetics.it](https://www.maccosmetics.it) la Eye Shadow Palette M·A·C x Michele Magnani (39 euro) è il prodotto must have dell'estate! Racchiude 4 tonalità: *Emerald Cut* dal finish metallico, *Red Brick mat*, *Antiqued* ovvero un ruggine bruciato leggermente perlato e *Yes To Sequins* caratterizzato da riflessi dorati metallici.

# 4.

## Miley Cyrus per Gucci





Gucci

**Gucci** ha annunciato il debutto della cantautrice multiplatino **Miley Cyrus** come volto di Gucci Flora Gorgeous Gardenia Eau de Parfum, la nuova fragranza del direttore creativo Alessandro Michele. *"Miley Cyrus è un'artista dall'animo rock, ma al contempo eclettica, che ammiro molto. Penso che interpreterà perfettamente la nuova fragranza e la storia di Gucci Flora Gorgeous Gardenia", Alessandro Michele.*

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 5.

## La Linea Wedding di Acqua dell'Elba



Courtesy Photo

**Acqua dell'Elba** accompagna gli sposi nel loro giorno speciale, con l'eleganza discreta che la contraddistingue da sempre, per rendere ogni promessa d'amore indimenticabile. La Linea Wedding si compone di *Cadeaux de Marriage* e **Wedding Bag** per gli ospiti, eleganti doni di nozze pensati per testimoni e

damigelle, decorazioni profumate per l'allestimento della location. Per gli **allestimenti Acqua dell'Elba** propone infine una selezione di alcuni suoi prodotti iconici: dalle candele profumate alle fragranze d'ambiente.

# 6.

## Istituto Ganassini per l'ambiente e il mare



Courtesy Photo

Prendersi cura dell'ambiente significa prendersi cura di noi stessi: è questo il messaggio lanciato da **Marevivo** e **Rilastil**, brand dell'Istituto Ganassini, da quattro anni insieme in tanti progetti di tutela ambientale. Nel 2021 questo impegno si è tradotto in **950 kg di rifiuti raccolti** sulle spiagge di Sant'Antioco in Sardegna, di Peschici in Puglia e di Bovo Marina in Sicilia nell'ambito della campagna nazionale di Marevivo *Adotta una spiaggia*.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 7.

## MUSA shop – Your Beauty Telescope



Courtesy Photo

**MUSA shop – Your Beauty Telescope** (*musa.digital*) è nata come evoluzione di MUSA – Your Beauty Inspiration, webzine creato nel 2017 con l'ambizioso intento di raccontare il mondo del beauty in un modo nuovo. Ispirandosi nientedimeno che all'Hubble Space Telescope della NASA, questa realtà è diventata ora anche una piccola boutique online, intergalattica e sincera (nata sotto il segno del Toro) che propone una scelta selezionata e sostenibile.

# 8.

## SkinLabo sostiene Medici con l'Africa Cuamm





Courtesy Photo

**SkinLabo**, da sempre dalla parte delle donne, attenta e sensibile al benessere e alla salute delle persone, nell'ambito della sua nuova campagna #JUSTBESMART ha scelto di sostenere **Medici con l'Africa Cuamm**, una delle più attive organizzazioni non governative sanitarie italiane per la promozione e la tutela della salute delle popolazioni africane. Con il sostegno di SkinLabo, Medici con l'Africa Cuamm equipaggerà e rinnoverà le attrezzature del reparto maternità del Centro di Salute di Anyeke, in Uganda, che ogni anno conta più di 1500 nascite.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 9.

## Il giardino esperienziale di Guerlain



Courtesy Photo

**Guerlain** ha raccolto un milione di euro per aiutare lo sviluppo del **Guerlain For Bees Conservation Programme**. La maison, oggi, compie un ulteriore passo avanti, realizzando tre nuove collaborazioni nell'ambito di questo programma: una sponsorizzazione di tre anni con il Comitato Francese dell'International Union for Conservation of Nature; un programma di sponsorizzazione di tre anni con il Museo Nazionale Francese di Storia Naturale a sostegno del programma SPIPOLL - Photographic Monitoring of Pollinating Insects; una collaborazione su larga scala con la ONG cinese Shan Shui Conservation Centre. Nella foto il giardino esperienziale *Bee Garden* di Guerlain all'interno della Sinatra Galerie de Beauté di Torino dove fino al 20 giugno accoglie i clienti e fa conoscere e provare loro le novità e i prodotti più iconici della maison.

# 10.

## L'importanza della natura secondo Mádara



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da MÁDARA Organic Skincare Italia (@madaracosmetics\_it)

**Mádara Organic Cosmetics** celebra quest'anno il 15mo anniversario dalla sua fondazione con l'iniziativa ***Circondati di natura***, un invito a vivere un momento di stop dalla nostra routine quotidiana e sentire il legame profondo e intrinseco che esiste tra uomo e natura, così come tra il brand e la stessa.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 11.

## KIKO nosce l'Endometriosi



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da KIKO Milano Official (@kikomilano)

Parte il **15 giugno** dai negozi **KIKO Milano** la campagna di sensibilizzazione e informazione *KIKO* *nosce l'Endometriosi*, un progetto di **Rotary Club Milano Nord**, in collaborazione con **R4H** e con il Centro Endometriosi dell'**Ospedale di Niguarda**. L'endometriosi è una delle malattie che affliggono la sfera femminile da poco scoperta, ma di alta diffusione (il 15% delle donne ne è affetto) anche se ancora poco conosciuta. Ogni donna che a Milano entri in un negozio KIKO **tra il 15 e il 30 giugno** riceverà insieme allo scontrino un opuscolo informativo con le principali caratteristiche e sintomi di questa malattia e un pieghevole che rimanderà alla nuova app R4H.

# 12.

## La seta edizione del Premio Terre de Femmes



Courtesy Photo

È dal 2001 che, grazie al **Premio Terre de Femmes**, la **Fondazione Yves Rocher** premia in tutto il mondo le iniziative di donne impegnate a sostenere la salvaguardia della biodiversità. Il Premio approda in Italia nel 2016. Da allora, Yves Rocher Italia, supportando la Fondazione Yves Rocher, ha continuato a incrementare le opportunità e a riconoscere l'impegno e il valore delle donne che, sempre di più, si adoperano per il bene della Natura e la salvaguardia del nostro Pianeta donando circa 80mila e premiando 12 straordinarie donne. Le candidature per la sesta edizione Terre de Femmes saranno aperte **dal 15 giugno al 30 settembre 2021**.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 13.

## Everdrop arriva in Italia



Courtesy Photo

Arriva in Italia **Everdrop**, startup di Monaco impegnata nella produzione di prodotti per la pulizia della casa nati con l'obiettivo di ridurre il consumo quotidiano di plastica per contribuire in modo concreto a rendere il mondo un posto più pulito. Nello shop online *it.everdrop.com* si trovano informazioni e consigli per cominciare il proprio percorso per una cleaning routine più responsabile. Inserendo il CAP di residenza è infatti possibile calcolare lo stato di durezza dell'acqua, sarà così possibile acquistare il detersivo in polvere più adatto alle proprie esigenze.

# 14.

**LUSH ora in vendita su Asos.com**



Courtesy Photo

Con oltre 200 nuovi brand, di culto ed esclusivi, e oltre 10mila prodotti tra cui scegliere, la vasta offerta di **Face + Body** di **ASOS** permette a tutti i giovani ventenni di esprimersi in qualsiasi modo scelgano di farlo. Per iniziare alla grande questa partnership, **Lush** lancia una nuova bomba da bagno frizzante in esclusiva per ASOS, in edizione limitata, infusa con sentori di mandarino rosso siciliano, patchouli terroso e olio di cedro.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 15.

## Il nuovo gioiello botanico di Darphin



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Darphin (@darphin)



Massima espressione dell'efficacia botanica e del lusso della cosmetica in farmacia *Intral Emulsione Attiva Riequilibrante* di **Darphin** (100 ml 75 euro su *darphin.eu*) vanta il Calm Complex che mixa estratti botanici di **peonia**, camomilla e biancospino per idratare in profondità e riequilibrare la pelle contrastando eventuali arrossamenti e le irritazioni visibili per un microbioma più equilibrato.

# 16.

## Nell'alimentazione sana il segreto della longevità



Courtesy Photo

Tra i temi emersi durante il webinar *Psicologia e Longevità: stare bene a lungo è una questione di stile (di vita)* organizzato da **Fondazione Valter Longo Onlus** e **Mindwork** c'è quello dell'importanza di una sana nutrizione e di uno stile di vita corretto per garantire un migliore rendimento professionale e il minor numero possibile di patologie croniche. "Gli studi hanno evidenziato come la dieta mediterranea, ricca di frutta, verdura, legumi, semi, frutta a guscio, sia un potente alleato della salute mentale e dell'equilibrio emotivo", ha dichiarato Antonluca Matarazzo, direttore generale della Fondazione Valter Longo Onlus.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 17.

## VeraLab Loves Barbie



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da VERALAB (@veralab\_estetistacिनica)

VeraLab lancia **VeraLab Loves Barbie**: la nuova capsule collection di solari dedicata a Barbie Malibu. Con questa partnership, l'azienda fondata da Cristina Fogazzi ribadisce una comunanza di contenuti valoriali con Mattel e consolida la collaborazione virtuosa da cui, nei mesi scorsi, è nato il progetto di empowerment femminile che ha visto l'imprenditrice diventare Role Model Barbie per l'Italia. Le formulazioni rispettano la barriera corallina in conformità al Trattato Coralli Hawaii. Acquistando tutta la linea in omaggio una **mini bag** per la spiaggia.

# 18.

## L'Occitane appoggia Pur Projet



Courtesy Photo

Nel 2015 **AIAB Associazione Italiana Agricoltura Biologica** ha incontrato **PUR Projet**, che ha portato al lancio del progetto in Friuli Venezia Giulia che mira a espandere i boschi esistenti per ripristinare un corridoio ecologico e sostenere la conservazione della flora e della fauna autoctone, creare valore sociale incoraggiando il volontariato e migliorando l'integrazione dei rifugiati nella comunità locale. **Per i mesi di giugno e luglio** per ogni scontrino superiore a 35 euro nelle boutique **L'Occitane** e online verranno devoluti 2 euro a Pur Projet, da destinare al progetto dell'AIAB per la agroriforestazione in Friuli-Venezia Giulia.

# 19.

## Adesso Beauty presenta Active Mist e apre in Rinascente



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da adesso (@adesso.beauty)

**Adesso Beauty**, il neo brand di clean beauty Made in Italy ispirato all'estetica fresca della beauté francese, lancia **Active Mist**, il nuovo booster all in one di idratazione, detox e freschezza per viso e capelli, composto al 98,5% di ingredienti di origine naturale. In occasione del lancio, Adesso inaugura il suo primo pop-up store offline presso lo spazio di Annex beauty in **Rinascente Milano, dal 7 al 21 giugno**.

# 20.

## Pupa Baby K Capsule Collection



Courtesy Photo

**Pupa** lancia la prima capsule collection legata al mondo della musica e lo fa con la cantante **Baby K** che per l'occasione veste i panni di Direttore Creativo. La collezione Baby K è un'edizione limitata composta da una palette di ombretti, un illuminante, un mascara, una matita occhi e due tinte labbra long lasting che rappresentano lo stile pop e sgargiante della cantante. Ogni prodotto della collezione ha un nome ispirato all'estate e ad alcune delle sue più importanti hit.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 21.

## Toni&Guy Curls Confidential

In occasione del lancio del nuovo prodotto di **Kérastase Curl Manifesto**, anche **Toni&Guy Italia** ha voluto dedicare un mese intero ai capelli ricci, a come valorizzarli in ogni loro forma ed espressione, ascoltando le esigenze delle sue clienti. Nasce così un nuovo format live, attraverso delle dirette Instagram: *Toni&Guy Curls Confidential*s. Quattro appuntamenti - l'**8**, il **9**, il **15** e il **22 giugno** - durante i quali alcuni Curls Beauty Expert di Toni&Guy affronteranno, in compagnia di alcuni ospiti speciali, tematiche legate alle tre tipologie di riccio.

# 22.

## Darling presenta D Mustique



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Zoë Pastelle 🌿 🌿 (@zoepastelle)

Il suncare brand di nicchia 100% Made in Italy **Darling** presenta la prima campagna digital ufficiale del brand in occasione dell'estate 2021. Il nome della campagna? **D Mustique**, come la rinomata isola dei Caraibi. L'intento è quello di trasmettere alla beauty community le sensazioni che proveranno attraverso i prodotti Darling. Testimonial protagonista è **Zoe Pastelle**, 22 anni, attrice e influencer svizzera promotrice di un lifestyle sostenibile e green.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 23.

## Comfort Zone per mari e spiagge (più) pulite



Courtesy Photo

**Mare d'Amare** è l'iniziativa **Comfort Zone** dedicata a promuovere l'importanza di ripulire i mari e le spiagge d'Italia dalla plastica nata in collaborazione con l'associazione di volontariato Plastic Free ODV Onlus. **Dal 7 al 26 giugno**, negli istituti Comfort Zone e sull'e-shop del brand sarà possibile acquistare i prodotti delle linee idratanti e solari Hydramemory, Sun Soul, Water Soul a un prezzo scontato del 30% e usufruire di un trattamento viso professionale al prezzo speciale di 30 euro.

# 24.

## Il giardino incantato e profumato di Chanel





Courtesy Photo

La Ricerca **Chanel** si interessa ormai da molti anni alla **camelia** -l'attivo star della novità Hydra Beauty Camelia Glow Concentrate (15 ml 80 euro su [chanel.com/it](https://www.chanel.com/it)) è la *Camellia Japonica Alba Plena* - , il fiore preferito di Mademoiselle e ha creato un “Laboratorio a cielo aperto”, un luogo unico al mondo interamente dedicato alla sua coltivazione e alla ricerca di questo tesoro botanico dalle straordinarie proprietà cosmetiche, l’Azienda Agricola di Gaujacq.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 25.

## Svela la tua bellezza con Make Up For Ever



Courtesy Photo

***Svela la tua bellezza*** è l'impegno di **Make Up For Ever** per aiutare chiunque a sviluppare la propria unicità. Fin dal 2018 il beauty brand è partner dell'Association Française du Vitiligo. Nella Make Up For Ever Accademy, infatti, vengono organizzate masterclass completamente dedicate alle persone affette da vitiligine. Per maggiori info [afvitilogo.com](http://afvitilogo.com).

# 26.

## L'armocromia secondo Rossella Migliaccio



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Rossella Migliaccio (@rossellamigliaccio\_)

Dopo avere appassionato gli italiani con i suoi bestseller *Armocromia* (Vallardi, 2019) e *Forme* (Vallardi, 2020), **Rossella Migliaccio**, fondatrice dell'Italian Image Institute, lancia la nuova app per smartphone *Armocromia*: grazie all'ampissima selezione di prodotti da lei personalmente suddivisi per palette cromatica, body shape e facial shape, lo shopping diventa un'esperienza unica e personalizzata da sperimentare direttamente sul proprio smartphone.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 27.



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Givenchy Beauty (@givenchybeauty)

Per il lancio di Irresistible Eau de Toilette **Givenchy** svela i tre vincitori della challenge #irresistibleisme, lanciata lo scorso febbraio sulle piattaforme Instagram e TikTok @givenchybeauty. Sarah Monteil (Francia), Adam Khalil (Grecia) e Maya de Saeger (Belgio) sono stati selezionati dalla giuria, diventando gli ambassador della campagna digital di Irresistible Eau de Toilette. Nel video clip ciascuno dei tre vincitori condivide la propria energia creativa ed esprime la propria unicità attraverso la danza.

# 28.

## **P&G lancia La tua bontà è la tua grandezza**

**Procter & Gamble** lancia in Italia *La tua bontà è la tua grandezza*, il nuovo video che inaugura, con un potente messaggio di inclusione e solidarietà, un nuovo decennio al fianco del **Comitato Olimpico Internazionale**. Un impegno positivo e tangibile, condiviso da P&G a livello globale con la campagna *Lead with Love*, e a livello nazionale con il programma di cittadinanza d'impresa *P&G per l'Italia* con cui promuove progetti concreti di sostenibilità sociale e ambientale nel nostro Paese.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 29.

## Kate Winslet per L'Oréal Paris



Courtesy Photo

Una tra le più grandi attrici di tutte le generazioni, icona dell'importanza dell'autostima e attivista per il cambiamento, da giugno **Kate Winslet** comunicherà la mission di **L'Oréal Paris** dedicata a tutte le donne: "Non metterti mai in dubbio, tutte noi valiamo". Forte sostenitrice di chi spesso risulta emarginato e pronta a dar voce a chi non ne ha, Kate Winslet promuove l'empowerment e sostiene con forza la spinta al cambiamento.

# 30.

**Laura Bosetti Tonatto per il gruppo Belmond**



Courtesy Photo

**Laura Bosetti Tonatto** è lieta di comunicare la prestigiosa collaborazione con il **gruppo Belmond** per la creazione esclusiva della **collezione Essential Memories**,

una linea di fragranze dedicate a ognuna delle otto strutture italiane del gruppo: Cipriani a Venezia, Splendido e Splendido Mare a Portofino, Villa San Michele a Firenze, Castello di Casole in provincia di Siena, Caruso ad Amalfi, Grand Hotel Timeo e Villa Sant'Andrea a Taormina.

# 31.

## Dove e il ripristino forestale



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Dove Global Channel 🌐 (@dove)

In vista della Giornata dell'Ambiente **Dove** annuncia l'avvio del **Dove Forest Restoration Project** per proteggere e ripristinare le foreste, proteggere gli habitat delle specie animali in via di estinzione e migliorare i mezzi di sostentamento di 16mila persone che vivono in Sumatra Settentrionale, in Indonesia. In collaborazione con Conservation International, Dove si impegna, nell'arco di cinque



anni, a proteggere e a ripristinare 20mila ettari di foresta in Indonesia, che ospita una delle più ricche biodiversità del mondo.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 32.

## AVON per 1Caffè Onlus



Courtesy Photo

**AVON** si lega nuovamente all'associazione **1Caffè Onlus** per l'organizzazione il **21 giugno** di **#OFFRIDABENE**, l'aperitivo solidale che vedrà proprio **Luca Argentero**, uno dei fondatori dell'associazione, vestire i panni del bartender, condividere la ricetta del suo cocktail preferito e rispondere alle domande e alle curiosità di coloro che parteciperanno alla diretta (previa iscrizione). L'evento digitale sarà anche l'occasione per ascoltare le voci e le testimonianze delle due associazioni cui sarà

devoluto il ricavato della raccolta fondi: le Dragonette Torino Onlus e IncontraDonna Onlus.

# 33.

## **SOCO sostiene Diamo un calcio al femminicidio**



Courtesy Photo

A dimostrazione della costante attenzione per gli eventi del territorio, l'azienda cosmetica piemontese **SOCO** sostiene il torneo di calcio femminile *Diamo un calcio al femminicidio* che si terrà a Moncalieri (TO) domenica **13 giugno**. L'azienda cosmetica omaggerà infatti a tutte le atlete una shopping bag ricca di prodotti

immancabili per la cura e la bellezza dei capelli e per la detersione di viso e corpo, garantiti dall'expertise di marchi che hanno fatto la storia della cosmetica, come Cielo Alto, Keramine H, Salba e New Topexan.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 34.

## Miamo al Monte-Carlo Film Festival



Rosanna Calò

**Miamo**, brand italiano di cosmetica funzionale, ha partecipato in qualità di official partner al **Monte-Carlo Film Festival de la Comédie**, ideato e diretto da Ezio Greggio e giunto quest'anno alla sua attesa 18ma edizione. I premiati del Monte-Carlo Film Festival e tanti ospiti celebri hanno sfilato sul red carpet del Gran Gala del 5 giugno, in occasione della quale **Rocio Muñoz Morales**, compagna di Raul Bova, Presidente di Giuria al Festival, oltre a ricevere il prestigioso Monte-Carlo Award come modello di empowerment femminile, è stata premiata anche con il Miamo Award, destinato a chi sa amarsi e amare.

# 35.

## Il progetto salvaguardia degli oceani Kresk4Ocean



©Jbepron

In occasione della Giornata Mondiale degli Oceani il gruppo cosmetico francese **Kresk** - titolare dei brand **SVR**, **Lazartigue** e **Fillmed** - presenta il tecnologico trimarano SVR Lazartigue e lancia un fondo e un progetto di salvaguardia degli oceani chiamato Kresk4Ocean. Lo skipper francese sarà François Gabart il nuovo ambasciatore dei tre brand e portavoce dell'iniziativa.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 36.

## In Italia si può respirare l'aria del Circolo Polare Artico



Courtesy Photo

Accade sul **Col Margherita**, nella **Ski Area San Pellegrino** (*passosanpellegrino.it*) a cavallo tra Trentino e Veneto. Lo dicono i dati della stazione CNR situata in vetta, a 2.520 metri. Qui si registrano valori di ozono di poco inferiori a quelli di Ny Ålesund (isole Svalbard, Norvegia) misurati dagli strumenti della stazione Zeppelin. "Qui si trova anche il Col Margherita Park, un parco tematico, studiato e realizzato in collaborazione con il MUSE Museo delle Scienze di Trento, che racconta la storia e la formazione delle Dolomiti e da fine giugno ci saranno anche un parco botanico e una serie di nuovi bike trail", spiega il direttore della Ski Area San Pellegrino Renzo Minella.

# 37.

## Rispettare l'ambiente partendo da casa



Courtesy Photo

La beauty routine sostenibile passa anche per la pulizia della casa. Il kit Vetri e Multiuso di **R5** è l'ideale per rispettare l'ambiente e pulire i vetri di casa perché è a ridotto consumo di plastica e CO2. R5 consiglia inoltre di usare un panno biodegradabile o della carta di giornale!

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

**38.**

## Clarins s'imbarca con Neoline



Courtesy Photo

**Clarins** è il primo player dell'industria cosmetica a impegnarsi al fianco di **Neoline**, nel progetto di un trasporto merci più rispettoso dell'ambiente. Con questo accordo l'azienda si impegna a riservare il 20% delle proprie esportazioni destinate agli Stati Uniti al trasporto mediante i velieri-cargo di NEOLINE, tra Saint Nazaire - Montoir de Bretagne (Francia) e Baltimora (USA), a partire dal 2023. Un passo concreto verso un trasporto merci più responsabile e sostenibile.

# 39.

## Le nuove Virtual Hair Coaching di Toni&Guy Italia



Courtesy Photo

Dal 28 maggio su [shop.toniandguy.it](https://shop.toniandguy.it) è disponibile la versione pro delle virtual consultation: **La Virtual Hair Coaching**, vere e proprie video lezioni dalla durata di 40 minuti, con i beauty Hair Coach del brand. Al termine della lezione sarà possibile scegliere gratuitamente sull'E-Shop Toni&Guy i prodotti consigliati durante la lezione fino al valore stesso della consulenza (34 euro).

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 40.

## Il Pride Month 2021 secondo Sephora





Courtesy Photo

In occasione del **Pride Month 2021** Sephora utilizzerà i propri canali social per fare “education” su temi legati all’identità di genere e all’orientamento sessuale attraverso il progetto *Not a beauty tutorial*: una mini-serie di video nati con l’intento di attivare una conversazione positiva e aperta sui ai temi legati alla comunità LGBTQ+. Ogni settimana, **dal 7 giugno al 3 luglio**, Sephora pubblicherà un imperdibile *Not a beauty tutorial*. I protagonisti dei video, membri attivi e impegnati nella comunità LGBTQ+, parleranno di transessualità, orientamento sessuale, identità di genere e delle origini del pride, mentre saranno alle prese con il loro makeup o la loro skincare routine.

# 41.

## Coming soon: la prima collezione make up di Valentino



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Valentino Beauty (@valentino.beauty)

**Valentino Beauty** annuncia il lancio della sua prima linea di make up. Valentino Beauty è *Human Beauty* – bellezza umana, un make up couture per tutti, tutte le età e culture. Pierpaolo Piccioli, direttore creativo della maison Valentino, ha scattato in prima persona la campagna del make up che vede protagonisti 16 talenti eclettici. La collezione sarà disponibile in Italia **da settembre**.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 42.

## Le video-consulenze di Vichy e La Roche-Posay



Courtesy Photo

**Vichy e La Roche-Posay** insieme offrono in farmacia **consulenze gratuite** sulla prevenzione e sulla corretta **esposizione al sole** per un intero mese. **Fino al 19 giugno** i due brand hanno attivato un progetto per essere ancora una volta al fianco dei consumatori: all'acquisto di due solari della stessa gamma La Roche-Posay o Vichy, presso le farmacie aderenti all'iniziativa, il consumatore potrà richiedere una video-consulenza di 15 minuti insieme a un dermatologo sulla corretta esposizione al sole.

# 43.

## **Davines (ancora) con Tuteliamo il Mare**



Courtesy Photo

Giunto alla quarta edizione torna **Tuteliamo il Mare**, l'iniziativa **Davines** in tutela dell'ecosistema marino. Obiettivo di quest'anno è la salvaguardia delle Isole Eolie. Ecco perché Davines ha scelto di supportare l'organizzazione internazionale **Sea Shepherd**, attiva nel contrastare la pesca illegale che minaccia la presenza di numerose specie ittiche nel Mar Mediterraneo. **Dal 1 giugno al 30 agosto** acquistando i prodotti SU per la protezione e la cura dei capelli al sole per un importo pari a 60 euro si attiverà la donazione di 1 euro a *Sea Shepherd Italia Onlus*.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 44.

## Talia Collective per Parley for the Oceans



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Talia Collective (@taliacollective)

**Talia Collective**, il primo marketplace editoriale di prodotti moda beauty e lifestyle completamente focalizzato sulla sostenibilità, indice un fundraising in occasione di **Ocean's Day 2021**. I proventi della campagna benefica, che è partita il 1 giugno e si concluderà l'8 giugno saranno destinati alla ong **Parley for the Oceans** e non saranno legati alle vendite del marketplace, ma andranno direttamente al collettivo internazionale nato per preservare gli oceani e il loro ecosistema.

# 45.

## Nivea Mare Protetto

Courtesy Photo

Nivea, nell'ambito dell'iniziativa ***Nivea Mare Protetto***, inaugura il suo primo Seabin a Portovenere. Si tratta di un vero e proprio cestino del mare in grado di catturare dalla superficie dell'acqua circa 1,5 kg di rifiuti al giorno. Il primo, inaugurato il 21 maggio nel porto di Marina del Fezzano a Portovenere, rappresenta un piccolo grande traguardo per Nivea che, insieme alle altre due installazioni previste nei porti di Riccione e Procida, contribuirà alla raccolta di circa una tonnellata e mezza di rifiuti galleggianti, incluse plastiche e microplastiche, in un solo anno.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 46.

## La campagna #lasciaunimprontamigliore di Tena



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Dedicatoame (@dedicatoame.it)

**Tena** si è impegnata a ridurre il proprio impatto ambientale in termini di emissioni di CO2 del 50% entro il 2030. A sostegno della Giornata Mondiale dell'Ambiente l'azienda lancia inoltre la campagna *Lascia Un'Impronta Migliore*. Condividendo su [lasciaunimprontamigliore.it](https://lasciaunimprontamigliore.it) contenuti e suggerimenti per promuovere azioni più sostenibili e migliorare la nostra carbon footprint. **Filippa Lagerbäck**, ambassador dell'iniziativa e da sempre sostenitrice di uno stile di vita responsabile, condividerà i suoi consigli per una vita più green.

# 47.

**Melissa Barrera per Clinique**



Courtesy Photo

**Clinique** sceglie **Melissa Barrera**, talentuosa attrice e cantante messicana e protagonista del film in uscita *In the Heights*, come Clinique Global Ambassador. Dalla sua fondazione, Clinique promuove la diversità e l'inclusione, con la missione di prendersi cura della pelle, in tutte le sue tipologie, tonalità ed esigenze. Oggi è orgogliosa di fare un altro passo concreto in questa direzione e di guardare al futuro, presentando la prima Clinique Global Ambassador di origini sud americane e orgogliosamente latina.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 48.

## **Maria Nila + Ocean Waste Plastic**





Courtesy Photo

Il brand svedese di haircare professionale **Maria Nila** nel 2020 ha attuato una collaborazione con **Ocean Waste Plastic** per la realizzazione di un packaging (al momento solamente su una linea sola, *Eco Therapy Revive*) 100% sostenibile, utilizzando solamente la plastica recuperata dal mare, riciclando così ben 959mila bottiglie!

# 49.

## Il nuovo progetto di responsabilità sociale firmato L'Erbolario



Agnese Bedini

**L'Erbolario** si è affidato ancora una volta alla **Rete Banco Alimentare**. L'azienda dal 1 aprile **fino al 31 agosto** ha il generoso obiettivo di donare un milione di pasti. All'acquisto di un prodotto di qualsiasi linea del marchio, l'azienda supporterà Banco Alimentare nella distribuzione di circa 500 tonnellate di alimenti pari a un milione

di pasti che, attraverso le strutture caritative convenzionate, arriveranno sulle tavole di tante persone e famiglie in difficoltà.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 50.

## Belli capelli e l'armocromia



Courtesy Photo

**Belli capelli** a Milano (via Giovanni da Procida) è un negozio dove vivere un'esperienza unica per prendersi cura dei propri capelli, grazie alla professionalità di Giuseppe D'Amato, titolare dello spazio, che fa diventare ogni cliente il vero protagonista! Ora al servizio del salone si è aggiunto quello della **consulenza di armocromia** grazie alla collaborazione con la consulente d'immagine Jessica Fiumara.

# 51.

## Doria 1905 e Acqua dell'Elba



Matteo Migliozzi

**Acqua dell'Elba** continua il suo viaggio per portarci alla scoperta della vera essenza di un'isola unica quanto rara. Grazie allo speciale co-branding *Doria 1905 sails with Acqua dell'Elba*, i capelli **Doria 1905** approdano sulle splendide coste dell'Arcipelago Toscano e stringono un sodalizio con la marca di fragranze nata 20 anni fa. Per la Primavera Estate 2021, dalla fusione di due eccellenze Made in Italy, prende forma una capsule collection che prende il nome da due incantevoli spiagge dell'isola: Innamorata (130 euro) e Sansone (120 euro).

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 52.

## Il cuore blu di La Mer

Courtesy Photo

L'amore e l'attenzione di **La Mer** verso i benefici del mare e la salvaguardia dell'oceano e del suo habitat sono ormai noti e fanno parte del DNA del brand. Con orgoglio, anche quest'anno il brand porta avanti il suo impegno con l'obiettivo di sensibilizzare ed educare il pubblico, per evocare una maggior consapevolezza e attenzione verso questo mondo, molto più vicino a noi di quanto si possa pensare. Siamo fatti d'acqua e non dobbiamo dimenticarlo. La Mer rappresenta questa



vicinanza con la bellissima confezione in edizione limitata **Blue Heart** (60 ml 305 euro da maggio).

# 53.

## Biotherm x Coco Capitán



Arnaud Moro & Jim\_Rosemberg For Biotherm

**Biotherm** annuncia la sua collaborazione con l'artista multimediale **Coco Capitán** che si propone di sensibilizzare su come il cambiamento climatico minacci la salute del fitoplancton presente nei nostri oceani. Immergendosi nella storia del nostro Polmone blu, Capitán ha tratto ispirazione per scrivere una frase iconica e inquietante: *How do you ~~say~~ breathe without the sea*. L'edizione limitata di Biotherm x Coco Capitán per l'estate 2021, in vendita da **giugno**, vede protagonisti tre prodotti iconici del marchio: il siero Life Plankton Elixir, il latte corpo Lait Corporel L'Original e l'idratante uomo Aquapower Gel.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 54.

## Il progetto 100% Plastic Collect



Courtesy Photo

Mathilde e Bertrand Thomas, fondatori di **Caudalie**, insieme a Tristan Lecomte di **Pur Project**, intraprendono un nuovo percorso con il progetto *100% Plastic Collect* con il quale prevedono di raccogliere e riciclare i rifiuti in plastica nella quantità utilizzata per produrre le proprie collezioni. Il progetto mira a fare da ponte tra le aziende di tutto il mondo e le comunità locali nelle aree inquinate per raccogliere i rifiuti e trasformarli in risorse.

# 55.

## La collezione L'Oréal Paris per Elie Saab



Disponibile su amazon.it dalla fine di giugno la collezione trucco in edizione limitata firmata **L'Oréal Paris per Elie Saab** celebra la bellezza, la femminilità e la grazia.

*The Power of Grace*, questo il suo nome, comprende: la palette di ombretti, il rossetto Color Riche Lipstick La Couleur Haute Couture, il Gloss Le Brilliant Haute Couture e il Mascara Le Volume Haute Couture.

# 56.

## Le formule biodegradabili di Biocean





Courtesy Photo

L'8 giugno è la Giornata Mondiale degli Oceani. Proprio dall'oceano nasce **Biocean**, linea di prodotti idratanti e volumizzanti del brand haircare **Alama Professional**. Nel cuore della formula Biocean, oltre all'acqua marina, ricca di minerali dalle proprietà antiossidanti, elasticizzanti e volumizzanti, anche l'alga, emolliente e ristrutturante. Dal mare, una linea per chi vuole capelli voluminosi e naturalmente belli. Con formule biodegradabili e ingredienti ricchi di minerali antiossidanti.

# 57.

## Marine Elements + Plastic Bank



Courtesy Photo

**Marine Elements** rinnova il suo impegno in occasione della Giornata Mondiale per l'Oceano sostenendo attivamente **Plastic Bank**, progetto che trasforma in risorse i rifiuti di plastica dispersi nel mare mentre combatte la povertà. Plastic Bank opera infatti nei paesi in via di sviluppo colpiti da gravi danni ambientali come Haiti, le Filippine e il Brasile: si sviluppa attraverso un network di negozi di scambio, dove le persone consegnano rifiuti in plastica per avere in cambio beni di prima necessità e crediti per l'acquisto di beni di consumo.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 58.

## This is Not Pizza Box diventa green



Courtesy Photo

Disponibile dal 22 maggio su *kiehls.it* e da fine maggio/inizio giugno nelle boutique e corner **Kiehl's** e negli e-retailers l'iconica beauty box ***This is Not Pizza Box*** (69,50 euro) del brand diventa 100% green attraverso l'utilizzo di materiali riciclati e quindi portavoce del manifesto *Kiehl's Future Made Better*.

# 59.

## Offtopic per One Tree Planted



Courtesy Photo

**Offtopic** è una startup ideata da due fratelli under 35 e dedicata al commercio di prodotti per pelle e capelli in seta naturale al 100%, con packaging riciclato e riciclabile, testato Oeko-Tex, i cui ordini contribuiscono al rimboschimento del

Pianeta, grazie all'associazione benefica ambientale che la startup sostiene, **One Tree Planted**.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 60.

## La nuova campagna di Novartis e Salute Donna Onlus



Courtesy Photo

È partita il 27 maggio la nuova edizione di ***È tempo di vita***, la campagna promossa da **Novartis** in collaborazione con **Salute Donna Onlus** (Facebook @tempodivita, Instagram @etempodivita). Sono circa 800mila le donne italiane che oggi convivono con una diagnosi di tumore al seno, tra queste 37mila con un carcinoma mammario metastatico. *È tempo di vita* passerà dal web alla realtà e arriverà **nei prossimi mesi** direttamente a casa delle donne, con un programma di iniziative che mettono in primo piano il benessere.

# 61.

**Echosline sceglie Tredom per creare la sua foresta**



Courtesy Photo

In occasione del 5 giugno, World Environment Day 2021, **Echosline** attraverso **Treedom** ha scelto di donare 350 alberi da frutto, 200 in Camerun e 150 in Madagascar per migliorare la sicurezza alimentare della popolazione rurale, incrementare le risorse agricole locali, tramite formazione sul territorio, tutelare e ripristinare la biodiversità e contrastare la desertificazione ed erosione del suolo. Inoltre i 350 alberi scelti per la creazione della foresta Echosline saranno in grado di assorbire dall'atmosfera circa 33.750 kg di CO2, l'equivalente del contenuto di ben 176 tir.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 62.

## Leocrema sostiene l'occupazione femminile



Courtesy Photo

Nata nei lontani ed effervescenti anni '50, **Leocrema** accende i riflettori sulla forza e il desiderio di ripresa del nostro Bel Paese, ponendo in essere azioni concrete a supporto di uno degli ambiti più problematici dei nostri tempi: il mondo del lavoro, soprattutto in relazione alle donne. Nasce così il progetto **Leocrema per le Donne**, in collaborazione con Piano C. Il brand sostiene infatti **Piano C Factory**, un percorso di riprogettazione professionale pensato per le donne disoccupate o maleoccupate, volto a valorizzare il talento femminile nel mondo del lavoro.

# 63.

## La Libertà inizia dalla testa



Courtesy Photo

Il progetto **Schwarzkopf Heads** si propone quest'anno di supportare piccoli business italiani creati da donne che hanno scelto di mettersi in proprio con una start up, un negozio, una piccola azienda o un'impresa digitale. Schwarzkopf ha deciso di dedicare sforzi ed energia a queste attività dedicando il suo budget media supportando le donne. Queste imprese potranno iscriversi su *lalibertainiziadallatesta.it* **fino al 30 giugno** e aderendo a questa iniziativa avranno la possibilità di partecipare a un concorso i cui premi a estrazione saranno 10 voucher Ticket Compliments da 5.000 euro per dare loro un aiuto economico tangibile.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 64.

## La campagna Be YOUUnique di Foreo





Courtesy Photo

In occasione del **Pride 2021** la rivoluzionaria fucina svedese della *skintech* **Foreo** lancia la campagna di sensibilizzazione *Be YOUnique*, invitando tutti a essere meravigliosamente se stessi e diventare co-creatori del nuovo volto della bellezza che ha un solo criterio: *YOU uniqueness!*

# 65.

## La mostra di Accademia del Profumo sbarcherà a Torino

Courtesy Photo



*Stay tuned!* Dopo le tappe 2020 di Parma, Milano e Firenze, la mostra multisensoriale itinerante **Profumo 30 anni di emozioni** realizzata in occasione del 30mo anniversario di Accademia del Profumo arriverà a Torino **nella seconda parte dell'anno** in collaborazione con PerFumum. Nella foto Ambra Martone, Presidente di Accademia del Profumo.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 66.

## WeDo + Plastic Bank



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da WeDo/ Professional (@wedo\_italia)

**WeDo**, quale brand attento alla sostenibilità ambientale e vicino alle persone, ha deciso di lanciare una challenge in occasione della Giornata Mondiale dell'Oceano (8 giugno), in partnership con l'associazione **Plastic Bank**, con cui collabora per eliminare la plastica dagli oceani: per ogni foto o story postata su Instagram che mostra un proprio gesto sostenibile quotidiano, con tag alla pagina @wedo\_act e l'hashtag #WorldOceansDay, WeDo raccoglierà assieme a Plastic Bank altre 10 bottiglie dall'ambiente.

# 67.

**Piero Lissoni per Regenerate**



Courtesy Photo

L'architetto e designer **Piero Lissoni** ha progettato un nuovo spazzolino dal design minimalista ed essenziale per **Regenerate**. Lo Spazzolino Regenerate è un prodotto made in Italy ed è realizzato con il 93% di plastica riciclata e confezionato in un innovativo tubo cilindrico, completamente riciclabile. “Penso che lavorare su un oggetto “finito” come uno spazzolino sia un po’ come disegnare una matita: è quasi impossibile disegnarne uno nuovo, ma ci abbiamo provato”.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

---

# 68.

## 0 bag per System Professional



Courtesy Photo

Mai come quest'anno i capelli vogliono tornare a risplendere liberi e protetti nella stagione estiva, per accogliere la luce e giocare al sole anche con i colori e gli accessori moda più glamour e divertenti del momento: la collezione di borse e cappelli **O bag** in edizione limitata per *Solar* di **System Professional**.

# 69.

## La mostra evento Parma la città del Profumo



Courtesy Photo

In occasione di *Parma Città Italiana della Cultura e del Profumo* **Acqua di Parma** celebra il legame con la sua città d'origine con una speciale installazione all'interno dell'affascinante mostra evento **Parma la città del Profumo** curata dal CNA Parma in collaborazione con Mouillettes & Co. Dove e quando: APE Museo Parma, **fino all'1 agosto.**

# 70.

## Saugella Diverse ma Uguali



[Visualizza questo post su Instagram](#)

Un post condiviso da Saugella Official (@saugellaofficial)

**Saugella**, il brand Mylan A Viatris Company, in collaborazione con **Europa Donna Italia**, il movimento che tutela i diritti alla prevenzione e alla cura del **tumore al seno**, coinvolge le consumatrici in un'operazione social legata alla limited edition **Saugella Diverse ma Uguali**. L'obiettivo del progetto è sensibilizzare le donne sull'importanza della prevenzione del tumore al seno e sul ruolo fondamentale della diagnosi precoce. La confezione contiene Saugella Intimo e Corpo da 500 ml e la mini-size da 100 ml nel flacone con sticker (12,90 euro promo valida **da maggio ad agosto** fino a esaurimento scorte).

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 71.

## La campagna #OltreLaPelle



Courtesy Photo

La prevenzione è il primo strumento per ridurre la probabilità di sviluppare il **melanoma**, che è il tumore della pelle più aggressivo e che nel 2020 ha causato circa 14.900 nuove diagnosi con un aumento del 20% rispetto al 2019. Per questo

arriva la campagna *Oltre la pelle - La prevenzione al centro*, promossa da Novartis. Da maggio e **per i prossimi mesi** la pagina Facebook *@OltreLaPelleMelanoma* offrirà la possibilità di interagire direttamente con gli esperti, dermatologi e oncologi, per chiarire dubbi e domande.

# 72.

## Agenov sostiene Amazonia Onlus



Courtesy Photo

Da marzo e **fino a fine 2021** Agenov ha deciso di destinare ad **Amazon Onlus** una percentuale sui ricavi derivanti dalle vendite su *agenovskincare.com* della linea skincare Amazonian Ingredients. L'intento del brand è di potere donare un vero contributo in termini economici al fine di collaborare effettivamente nella realizzazione di progetti concreti sui quali è impegnata l'associazione.

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

# 73.

## L'Oréal presenta #undomanipertutti





Courtesy Photo

**L'Oréal** presenta il progetto *#undomanipertutti*: 1 prodotto = 1 euro donato a sostegno di progetti di microcredito. Dall'8 febbraio **al 30 giugno** per ogni prodotto venduto di **L'Oréal Paris, Garnier e Franck Provost** su tutto il territorio italiano presso i punti vendita fisici e gli e-commerce dei propri clienti, nonché su Amazon.it, L'Oréal Italia donerà all'Associazione RiCrediti un contributo per sostenere progetti di microcredito e aiutare tante piccole realtà italiane a rialzarsi e ricostruire un domani migliore.

---

ALTRI DA  
**VISO E CORPO**

**Prodotti skincare a partire dal 50% di sconto**

**Le migliori creme corpo doposole  
Amazon Prime Day**

PUBBLICITÀ - CONTINUA A LEGGERE DI SEGUITO

**Il massaggio lifting naturale secondo 5 facialist**

**Il migliore massaggio liftante e anti cellulite**

**Il nuovo ruolo di Virginie Courtin-Clarins**

**Camminare in acqua = riconciliarsi con la terra**

**La skincare che aiuta a mantenere l'abbronzatura**

**Le creme biotecnologie più innovative**

**Convertirsi agli slip da ciclo**

**Le creme solari corpo hi-tech dell'estate 2021**

---

**VISO E CORPO**

**BELLEZZA**

**#BEAUTYWELOVE MARZO 2021**

**#BEAUTYWELOVE MAGGIO 2021**

**#BEAUTYWELOVE APRILE 2021**

**#BEAUTYWELOVE FEBBRAIO 2021**

**#BEAUTYWELOVE GENNAIO 2021**

**NOTIZIE-BEAUTY-GIUGNO-2020**



Cosmopolitan

Harper's Bazaar

Elle Decor

Sfilate

Bellezza

People

Magazine

Food

Newsletter

Elle

Esquire

Moda

#MCLIKES

Benessere

Lifestyle

Maison

Oroscopo

 Hearst Magazines

Italia - Scopri con MarieClaire tutto su moda da sogno, shopping irrinunciabile, bellezza, interviste esclusive e testimonianze di viaggi: storie, passioni e visioni di donne dal mondo.

Scopri con MarieClaire tutto su moda da sogno, shopping irrinunciabile, bellezza, interviste esclusive e testimonianze di viaggi: storie, passioni e visioni di donne dal mondo.

Marie Claire partecipa a diversi programmi di affiliazione, grazie ai quali possiamo ricevere commissioni per acquisti e-commerce di prodotti fatti grazie a trattazione editoriale sui nostri siti web.

©2021 HMC ITALIA SRL P. IVA 03638060966 | VIA ROBERTO BRACCO, 6, 20159, MILANO - ITALY

[Hearst.it](#) [Informativa Privacy](#) [Informativa sui cookies](#) [Site Map](#)

[Le Tue Preferenze Sui Cookies Presenti Su Questo Sito](#)