

GUERRA IN UCRAINA

INFERMIERE, MEDICI, VOLONTARIE: STORIE DI DONNE DAL FRONTE

# VANITY FAIR

N. 16 SETTIMANALE  
20 APRILE 2022

Elizabeth  
Alexandra Mary,  
96 anni il 21  
aprile, sovrana  
del Regno  
Unito dal 6  
febbraio 1952.

## *Io sono* leggenda

È sul trono d'Inghilterra da 70 anni.  
Alla vigilia del suo compleanno, celebriamo  
**ELISABETTA II**, la regina dei record,  
la sovrana più amata del mondo

# Beauty delivery

Il mondo della bellezza è multicanale: dalla profumeria, per curiosare tra i tester, all'online per scoprire brand di nicchia e abbonarsi a box sorpresa

di ROSSELLA FIORE

**D**i necessità virtù: lo shopping online resiste oltre la pandemia radicandosi tra le abitudini degli italiani, specie se si parla di bellezza, come conferma uno studio di Cosmetica Italia. Questo non vuol dire che le profumerie siano in decadenza, anzi, il poter testare i prodotti resta una parte fondamentale della *beauty experience*. Parliamo piuttosto di acquisti omnicanale, cioè di un'integrazione armoniosa tra le offerte on e off line. Dai primi anni 2000, gli e-commerce hanno fatto passi da gigante grazie a tecnologie che permettono di provare i cosmetici con simulazioni dal proprio smartphone e di soddisfare le curiosità attraverso chat con esperti di bellezza. Cliccare per credere.



## CLASSICI E NO

Gli store che hanno saputo al tempo stesso «virtualizzarsi» e specializzarsi in una tipologia di prodotto – perché distributori esclusivi di brand internazionali o di nicchia – vivono oggi una stagione d'oro. Tra questi c'è Stefano Saccani, fondatore di **saccani.com**, e-shop dove si possono trovare prodotti di make-up d'autore come le collezioni di Edward Bess, Laura Mercier e Surratt. Totalmente votata al made in Italy di nicchia è poi **shop.musa.digital** che garantisce un'ampia selezione di profumi naturali, oli essenziali, detergenti solidi, una collezione di federe di seta per idratare pelle e capelli, e persino di tarocchi d'autore.

Limone e vaniglia per *Nuvola di Crema* di **Olfattiva** (su **shop.musa.digital**, € 20). Ultra leggero: *Artistique Blush* di **Surratt** (su **saccani.com** € 37).



Si acquista anche sul sito di **gh�** la nuovissima *Original Styler* (su **gh�hair.com**, € 189). Rinforza i capelli: **System Professional Volumize Shampoo-Forza senza peso** (€ 24,40).

## UN'IDEA PER CAPELLO

Il segmento riservato alla cura dei capelli richiama l'attenzione dei professionisti di settore quanto quella delle appassionate di hairstyle. Soddisfa gli appartenenti a entrambe le categorie il sito **capellomio.it** dove trovare le ultime novità in fatto di piastre e phon professionali, e un'area dedicata al grooming maschile. **Florericcio.it**, come dice il nome, è specializzato in prodotti per capelli ricci e mossi e offre una linea di haircare dedicata a ogni tipo di ondulatura.

## DA SCOPRIRE

Per le amanti della cosmetica green merita una visita virtuale **giadadistributions.com**, che vende cosmetici provenienti dal Nord Europa e dalla Francia, come **Mossa Cosmetics** e **Mádara**. Per chi volesse invece vivere la beauty routine come una continua scoperta, c'è **Abiby**: propone beauty box in abbonamento per scoprire ogni mese prodotti dedicati a viso, capelli e corpo, per di più scontati.



Affina la grana della pelle: *Aha+Mineral Body Peel* di **Mádara** (su **giadadistributions.com**, € 33). Con un abbonamento ad **abiby.it**, ogni mese si riceve una box di prodotti adatti alla propria pelle (da € 29).

