

La fortuna di Lancaster (che ha tuttora i laboratori nel Principato) è dovuta molto all'attrice-principessa. Ma in quasi 80 anni di vita, questo brand ha realizzato trattamenti anti-age sempre più efficaci, sostenuti da scoperte e brevetti

## Con la benedizione di Grace di Monaco

di CRISTINA MILANESI

**S**icuramente parte del successo di Lancaster è dovuto a un'attrice mito, Grace Kelly, che come in una fiaba sposò un principe e si trasferì a vivere in un piccolo, ma ricchissimo regno incantato: il Principato di Monaco, perla della Costa Azzurra. È nel 1970 che il brand diventa fornitore ufficiale della Principessa Grace, una bellezza algida dall'incarnato perfetto e il successo è incoronato.

In realtà la storia dei Laboratori Lancaster (tutt'ora nel centro di Monaco) inizia nel 1946 quando, Georges Würz, industriale e pilota di Lancaster, incontra il dottor Eugène Frezzati, vero visionario che lega la giovinezza della pelle alla capacità cellulare di rigenerarsi, di auto-ripararsi. Il segreto è stimolarla così da metterla in condizione di comportarsi come da giovane. Ma indispensabile è la protezione. Un'intuizione che ha permesso al marchio di diventare il numero uno in Europa nel campo della foto-protezione; con solari dalle expertise inimitabili e dal profumo inconfondibile. Un percorso che si evolve nel 2012 con la creazione della full light technology che non solo fa da schermo ai raggi Uva e Uvb e infrarossi, ma anche alla luce blu.

A metà degli Anni 70, per primi i laboratori Lancaster impiegano il retinolo e da allora realizzano trattamenti anti-age sempre più performanti, sostenuti da ricerche scientifiche, brevetti e numerose scoperte.

Un'expertise di quasi 80 anni che ha permesso la creazione di prodotti che non solo aiutano a prevenire i danni di invecchiamento, ma anche a riparare quelli già visibili. Senza naturalmente trascurare le vesti lussuose che come scrigni racchiudono creme e sieri tecnologicamente all'avanguardia.

Un esempio per tutti, la linea di trattamento Golden Lift con il suo packaging oro champagne e una corona principesca incisa su ogni coperchio, finitura metallica che riflette la luce e rende questa collezione preziosa dentro e fuori.

Il contenuto è poi la vera ricchezza. Dato per scontato che con il passare del tempo e con i danni solari la nostra pelle subisce un processo di lassità, iperpigmentazione e perdita di volume, Lancaster supera il concetto di rassodamento superficiale scoprendo un

metodo per dare vita a nuovo collagene e generare fibre elastiche dall'interno. La rete di supporto si rinforza e i volumi del viso vengono ripristinati.

Una tecnologia esclusiva sta alla base dei prodotti: retinolo+retinale incapsulato (due volte più efficace rispetto al retinolo libero) per costruire le fibre di collagene e un complesso Di-Peptidico per aumentare la sintesi di elastina e generare nuove fibre elastiche. Il risultato è visibile in tempi brevi, la pelle è più compatta e rassodata.



Golden Lift Eye-Lifting Cream di Lancaster agisce su sopracciglia e palpebre aprendo lo sguardo



Da sinistra, l'istituto di bellezza Lancaster negli Anni 60, il porto Hercule di Monaco e la principessa Grace



Nel 1946 Georges Würz, industriale e pilota, incontra il dottor Frezzati che punta sulla capacità della pelle di auto-rigenerarsi

Anche le discromie migliorano notevolmente.

Quattro i protagonisti di Golden Lift: due creme viso contro i segni del fotoinvecchiamento, un contorno occhi lifting e un siero.

Il prodotto di punta è Golden Lift & Golden Lift Modellante Crema spf 15: racchiude un'alta concentrazione di retinolo+retinale incapsulato che oltre a intervenire sui danni causati dal tempo, scolpisce i volumi 3D del viso, mento, zigomi e pieghe labiali. Riappare così la forma a V della giovinezza.

Trascede l'effetto lifting superficiale Golden Lift Siero Rassodante che aiuta a definire la linea del mento, a sollevare zigomi e tempie e a distendere le zone nasolabiali.

Mentre Golden Lift Eye-Lifting Cream agisce su sopracciglia, palpebre superiori e inferiori, angoli esterni di occhi e tempie, aprendo lo sguardo e riducendo l'aspetto stanco.

Non manca la nota olfattiva, quella che Alberto II di Monaco durante una recente visita ai laboratori dice di non avere mai dimenticato: quando sua madre apriva una crema o stendeva il solare sulla pelle.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Le due sorelle padane che conoscono il mondo

Mirta e Vittoria Cerioli, cremasche, fondatrici del brand Lebubè: una via propria nel regno del make up globale per conto terzi

di BARBARA MILLUCCI

**U**n make up inclusivo, ecologico e sostenibile. Il brand Lebubè che in dialetto «l'è bu bè» vuol dire qualcosa di bello e buono, è stato fondato la scorsa estate da due giovani sorelle di Crema. Le due imprenditrici, Mirta e Vittoria Cerioli, sono nate nel distretto lombardo della cosmetica, uno dei più importanti per la produzione per conto terzi. Proprio qui, tra Crema, Bergamo, Milano e la Brianza, viene infatti realizzato oltre il 65% del make up di tutto il mondo. Lo stretto legame con questo territorio, ha influito molto sulle scelte di business delle due giovani. Le manager hanno scelto di affidarsi a pro-



Mirta, 24 anni, e Vittoria Cerioli, 29 anni, sorelle imprenditrici di Crema che hanno creato il beauty brand Lebubè

duttori d'eccellenza della zona per garantire la qualità delle loro collezioni beauty. Mirta, dopo essersi laureata in Ma Publishing alla Ual London, è rientrata in Lombardia dove si occupa di produzione e degli aspetti creativi, mentre la sorella Vittoria, dopo studi di business ed anni trascorsi a Singapore, si occupa di advisory per l'azienda beauty.

Tutto ha inizio con un problema della pelle di Mirta che, da giovane, ha avuto problemi di acne ormonale, causata da un'endometriosi che non era stata diagnosticata in tempo. I medici le consigliavano di non truccarsi, invece lei, tenace, ha

preferito rispondere con resilienza. E quello che poteva sembrare un problema si è rivelato un punto di forza. Occhi, labbra e viso sono i focus delle linee cosmetiche del brand, pensate in una logica di multitasking come Lip and Cheek, un matitone 2 in 1 (rossetto e blush), ed il Lip Oil and Balm, un gloss emolliente che può essere utilizzato di notte come maschera. Gli ingredienti per oltre l'80% sono di origine naturale e, in una logica di upcycling, provengono dal recupero di scarti dell'industria alimentare, come il riso o l'alga rossa. Made in Italy e vegan-friendly, i prodotti hanno un pack green, realizzato in plastica riciclata oppure in plastica vegetale ricavata dalla lavorazione del mais.

© RIPRODUZIONE RISERVATA