

PREZZO SPECIALE
**1€
1,50**

ITALIA

Weekly

KATI NESCHER

Moda
CARTOLINI
dal BELPAESE

Lavoro
LA CORSA
A OSTACOLI
delle MADRI
ITALIANE

JODIE FOSTER
Confessioni
di una
sgobbona
prodigio

8 marzo
VIVA
le **DONNE!**
PERCHÈ *il* FUTURO
ha **BISOGNO di NOI**

N. 8 - 13/03/2021 SET
ELLE € 2,00 - ELLE € 1,50 IN
DAL 4/03/2021 AU
CÔTE D'AZUR €4,20 F €4 D €5
LUX €4 PTE CONT. €3,50
USA \$6 CH CHF5,20 CH CT CHF5,00





Tre donne d'oro

5 domande a... Grazia Gilardi

E l'amore la chiave del successo del brand Agapanthus: *agape* in greco significa, appunto, "amore". Un sentimento che è stato il motore dell'unione fra tre donne della stessa famiglia: Elena Gilardi, amministrativa, Paola Rocca, al marketing, e Grazia Gilardi (a sinistra), anima creativa del marchio di gioielli. «L'atelier è nato a fine 2002 con il compimento dei miei 40 anni, e nello stesso periodo un lutto in famiglia ha cementato ancor di più la nostra unione per superare il difficile momento», racconta la Gilardi.

Ha sempre avuto la passione per i gioielli?

«Il grande amore che ho è per le pietre, per i loro colori, i riflessi, e per le loro adulescenze...».

I punti di forza delle vostre collezioni?

«Sono sempre attuali, non seguiamo la moda del momento

ma una nostra idea di bellezza senza tempo. Sono pezzi facilmente portabili per la loro leggerezza e, grazie a leghe d'oro più basse oltre al classico 18 carati, riusciamo a realizzare gioielli ricercati a un prezzo competitivo (in alto, anello *Ramage*; sotto, girocollo *Bubble Tormaline*)».

Un vostro gioiello cult?

«Direi *Rametto* e *Foglia Yasmeeem*».

Dove trova ispirazione?

«Tutto ciò che reputo bello e che mi trasmette emozione può essere uno spunto e un'ispirazione. Principalmente l'arte e poi la natura, in particolare foglie e fiori».

Altri suoi interessi?

«Soprattutto l'architettura e la cucina. In ogni viaggio ritrovo queste passioni». E.S.



BELLISSIMA DREW

Grunge di ritorno. Il giubbino di jeans è uno dei capi-chiave della nuova capsule Guess Originals per Pleasures, marchio streetwear di Los Angeles; le sue stampe riprendono la campagna Guess anni '90 con l'attrice Drew Barrymore (sopra). Per renderlo più vissuto, il capo è stato sottoposto ad un particolare lavaggio. G.B.S.

LA MIA AFRICA. C'È ARIA DI LIBERTÀ NELLA NUOVA CAMPAGNA DI LUISA SPAGNOLI. VOLTO UFFICIALE: LA MODELLO AURORA TALARICO. IN UN LOOK KAREN BLIXEN SUPER CHIC

