

PREZZO SPECIALE  
**1€**  
**,50**

ITALIA

Weekly

KATI NESCHER

*Moda*  
**CARTOLINA**  
*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**

