

# News

a cura di Elena Fausta Gadeschi

## Estée Lauder spinge sulla diversity



Estée Lauder prende posizione per la parità razziale. La società beauty prevede infatti di assumere più dipendenti di colore ed espandere i programmi di formazione sulla diversità, dopo che i dipendenti hanno sollevato preoccupazioni sulle relazioni razziali all'interno dell'azienda. I vertici di

una delle più grandi aziende cosmetiche del mondo hanno dichiarato di essere solidali con i suoi impiegati e clienti di colore e con la black community in generale. La nota inviata da Estée Lauder ai suoi dipendenti delinea un lungo elenco di passaggi per diversificare la forza lavoro dell'azienda e garantire pari opportunità. «Alcune di queste azioni saranno immediate, altre richiederanno un po' di tempo, ma tutte saranno di grande impatto», hanno scritto il presidente esecutivo William Lauder e l'amministratore delegato Fabrizio Freda. Il gruppo mira inoltre ad espandere le linee di prodotti per includere più tonalità e formule. Estée Lauder (nella foto, un adv) aumenterà poi le donazioni a favore della causa a 10 milioni di dollari in tre anni.

## Kenzo e Vans rinnovano il sodalizio

Per la primavera 2020, Kenzo riprende la sua partnership con l'iconico marchio da skaters Vans per una nuova collaborazione basata sulle calzature. Accese stampe floreali allover provenienti dagli archivi Kenzo ricoprono così le leggendarie sneakers alte Vans Sk8-Hi, e le Old-skool basse. Questi modelli di calzature sono proposti in tre varianti ciascuno da uomo e da donna. L'ispirazione skateboard si declina in una capsule collection di capi prêt-à-porter e accessori disegnati dal nuovo direttore creativo Felipe Oliveira Baptista, alla sua prima capsule collection per Kenzo. Come per le sneakers, le stampe floreali d'archivio sono il filo conduttore di questo guardaroba fresco e dinamico. La capsule, disponibile dal 17 giugno (nella foto, un adv), include



46 pezzi di reday-to-wear tra capi in jersey prodotti con cotone biologico al 100%, una selezione di cappelli a secchiello, berretti, zaini e borse. A completare la collezione, un pezzo lifestyle creato in co-lab con The Skateroom. Una tavola da skateboard firmata dal marchio di Lvmh in edizione artistica e limitata.

## Adidas a favore delle minoranze



Non si placano le proteste negli Stati Uniti e questa volta finisce nel mirino Adidas (nella foto, un adv). A seguito delle polemiche sol-

levate da alcuni dipendenti, secondo cui l'azienda trarrebbe vantaggio dalle comunità di colore senza adottare sufficienti misure per aiutarle, il gruppo ha dichiarato di voler aumentare il numero di posizioni lavorative per i membri delle minoranze etniche con un investimento da 20 milioni di dollari per i prossimi quattro anni.

## Davines rafforza l'impegno green

Per il terzo anno consecutivo, Davines abbraccia il progetto «Tuteliamo il mare», l'iniziativa (nella foto, un adv) volta a promuovere la salvaguardia del pianeta e la sua rigenerazione. Fino al 18 luglio, con un acquisto minimo di 59 euro nei saloni brand haircare, sarà possibile contribuire alla riforestazione dei boschi del Trentino e alla piantumazione dell'alg a Cystoseira sui fondali della Liguria.



## Philosophy di Lorenzo Serafini si allea con il felice gelato Milano



Philosophy di Lorenzo Serafini si prepara all'arrivo dell'estate, stringendo una collaborazione con il felice gelato Milano e lanciando un nuovo gusto. L'estate infatti non è solo il momento in cui scegliere i look per le tanto attese vacanze, ma anche per rimanere in città e riscoprire la socialità. Da oggi, esclusivamente presso la gelateria di piazza Risorgimento a Milano, sarà possibile ordinare il nuovo gusto «Philosophy». Frutti di bosco e carota viola sono i due ingredienti mixati per creare questo nuovo gelato (nella foto, una campagna) dal colore viola acceso, lo stesso utilizzato nelle stampe a fiori della collezione prefall di Philosophy in boutique da luglio. Realizzato con ingredienti bio a chilometro 0 di prima qualità, il gusto «Philosophy» è a base di acqua, senza glutine e a basso contenuto di zuccheri.

## Accademia del profumo, l'evento di premiazione sarà in diretta social



Accademia del profumo sbarca sui social. Per la prima volta la cerimonia di premiazione dedicata all'universo olfattivo apre le porte al grande pubblico. Prevista per martedì 30 giugno alle ore 21.00, la proclamazione dei vincitori della 31esima edizione del premio (nella foto, un adv) sarà trasmessa in diretta social. Consumatori, addetti ai lavori, giornalisti, appassionati, curiosi e amanti delle fragranze potranno seguire l'evento live, collegandosi ai canali Facebook e YouTube ufficiali. «Sarà un'occasione per portare nelle case di tante persone il nostro universo profumato, nel miglior modo possibile: mostrandone le più apprezzate creazioni dell'ultimo anno», ha commentato Ambra Martone, presidente di Accademia del profumo. (riproduzione riservata)

