

GRAZIA • BEAUTY CONFIDENZE

SIAMO tutte eroine

NELLA CAMPAGNA DEL NUOVO PROFUMO DI PACO RABANNE, LA TOP MODEL BRASILIANA LUMA GROTHE È UNA DEA GUERRIERA. UN RUOLO, DICE, IN CUI HA VOLUTO METTERE LA FORZA DI TUTTE LE DONNE

DI Emanuela Mastropietro DA Parigi

C'è chi la considera un incrocio perfetto tra l'attrice Angelina Jolie e la top model australiana Miranda Kerr. Un paragone sicuramente lusinghiero, ma che non le rende giustizia. Luma Grothe, 25 anni, supermodella brasiliana che ora vive a New York, ha una bellezza singolare, che le è propria, risultato delle sue origini tedesche, giapponesi e africane.

Luminosa è il primo aggettivo che mi viene in mente quando incontro Luma a Parigi per il lancio di *Olympéa Legend*, la nuova versione del profumo di Paco Rabanne di cui è l'ambasciatrice dal 2015.

Qualche ora prima d'intervistarla, avevo assistito in esclusiva per *Grazia* all'anteprima del video della campagna dove la modella veste di nuovo i panni di una dea dai super poteri. Questa volta, però, lo sfondo non è il monte Olimpo, ma le dune rosse del deserto della Namibia infestato da una banda di pirati a bordo di veicoli fantasiosi che evocano la saga cinematografica di *Mad Max*.

Tra nuvole di polvere e rombi di motori, la nuova missione di *Olympéa* è soccorrere il guerriero *Invictus*, impersonato da Nick Youngquest, 35 anni, modello australiano ed ex giocatore di rugby, volto dell'omonimo profumo maschile di Paco Rabanne (come *Olympéa*, declinato nella nuova versione *Invictus Legend*).

L'azione ha il ritmo palpitante di una produzione hollywoodiana e culmina nel salvataggio di *Invictus*, minacciato da un gigante di sabbia: senza esitare, *Olympéa* salta sulla moto del guerriero da un cavallo al galoppo e, con un bacio soffiato sulla mano, debella il temibile mostro. Infine, fianco a fianco, i due neutralizzano l'orda nemica.

«Non avevo mai fatto dell'equitazione», m'informa la modella sorseggiando un bicchiere d'acqua minerale. «Ho imparato in un mese seguendo dei corsi intensivi». Nick, seduto al suo fianco, la guarda con ammirazione. Da un paio d'anni, i due fanno coppia fissa anche nella

vita e il loro affiatamento è palpabile. «Lavorare con Luma è stato incredibile», conferma l'atleta, che oggi insegna yoga e pratica il surf. «Quando avremo dei figli, potremo condividere con loro i ricordi di questa bellissima avventura».

Luma, che cosa ha apprezzato in particolare di questa esperienza?

«L'atmosfera conviviale sul set, ma soprattutto il messaggio veicolato dal video: con il linguaggio di una favola, si racconta una realtà».

Quale?

«Noi donne non siamo più il trofeo del vincitore. Lottiamo e ci affermiamo esattamente come gli uomini. E insieme, uniti e solidali, siamo imbattibili. Dovrebbe essere sempre così anche nella vita».

Qual è l'aspetto del personaggio di *Olympéa* che l'affascina di più?

«Non ha bisogno d'essere sexy per imporsi. Al contrario, sono la sua forza e la sua determinazione a renderla sensuale. È un concetto fondamentale, soprattutto nel mondo della moda e della bellezza dove, molto spesso, di una donna viene messa in valore solo l'apparenza».

Pensa che anche la campagna di un profumo possa contribuire a far evolvere le mentalità?

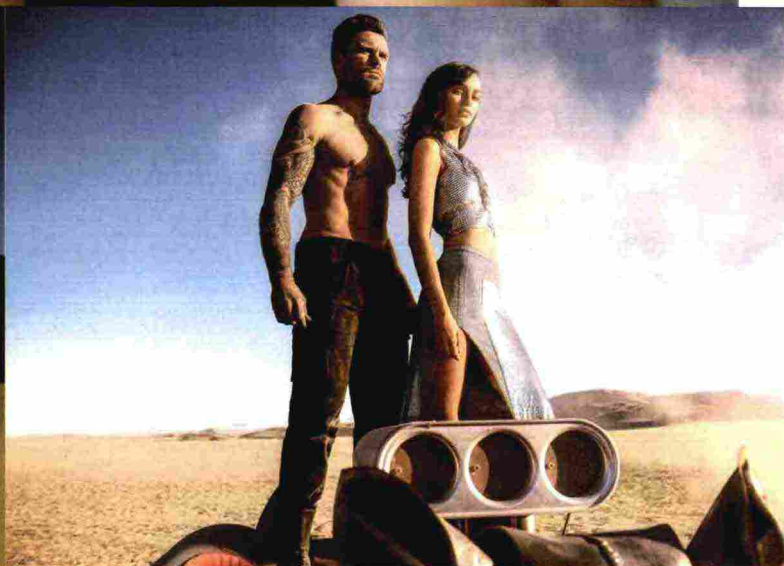
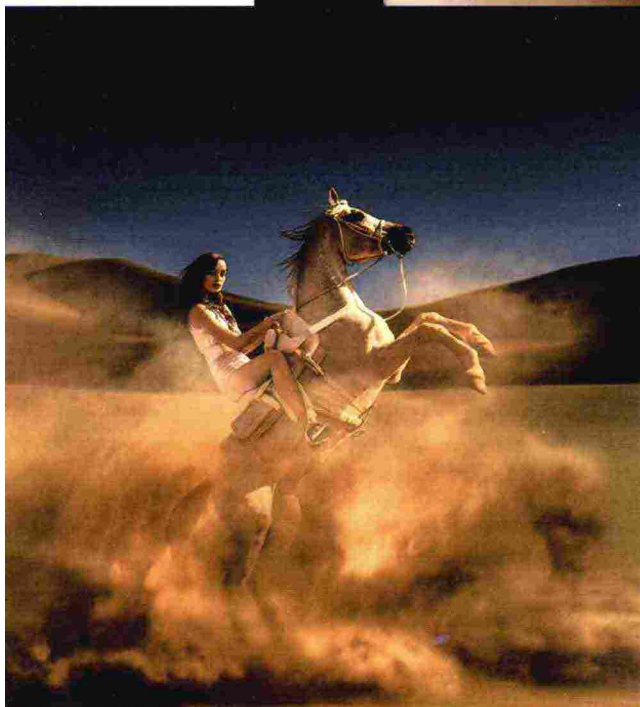
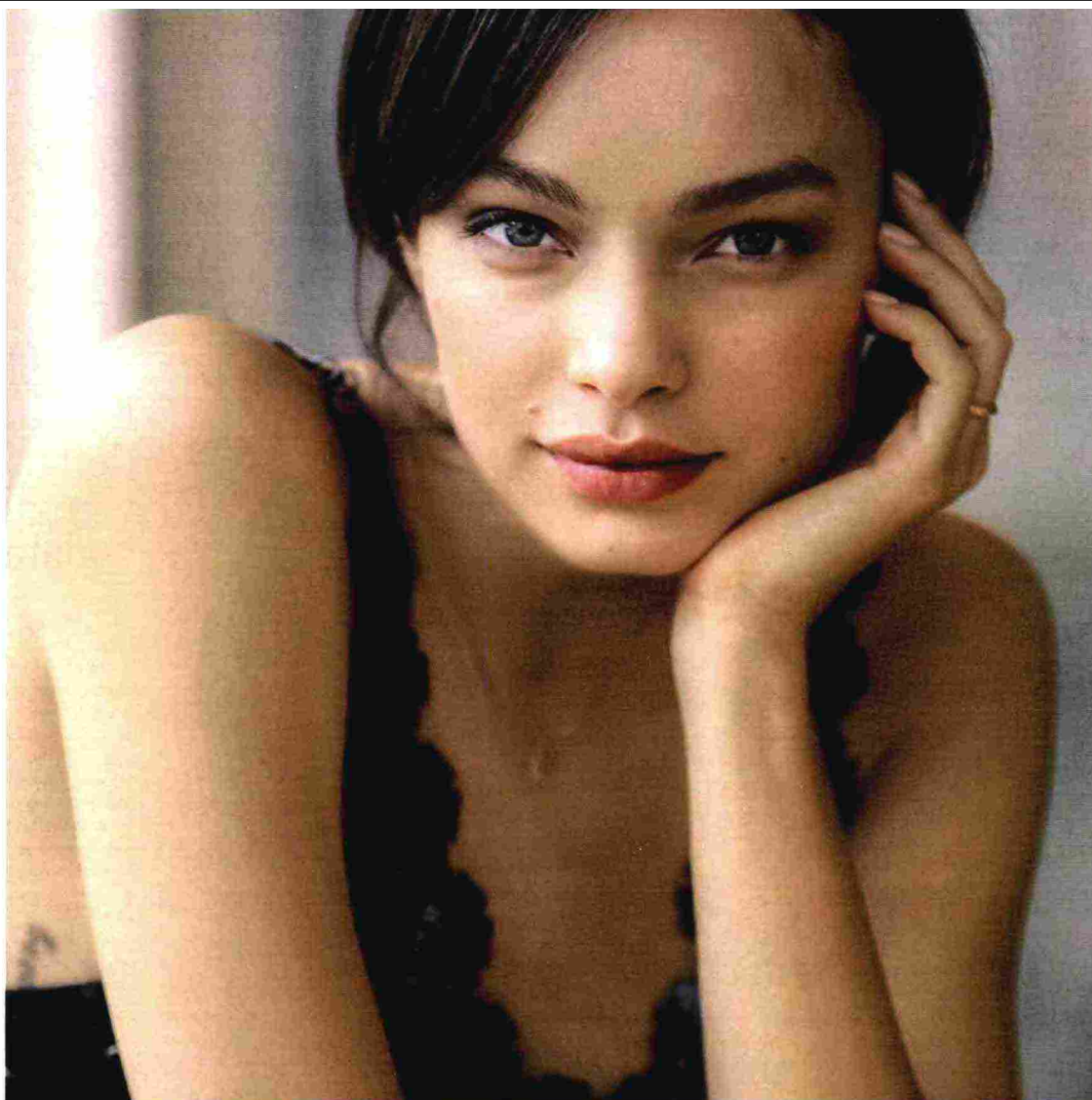
«Certo, piccoli passi possono portare a grandi cambiamenti. Dobbiamo tutti fare la nostra parte, per esempio usando con responsabilità i social network. Possono essere un vettore estremamente potente, soprattutto quando ci si rivolge alle giovani generazioni, e bisogna gestirli con onestà e intelligenza (Nick annuisce con un vigoroso cenno del capo, ndr)».

***Olympéa* è un'eroina. Che cosa significa per lei esserlo nella vita di tutti i giorni?**

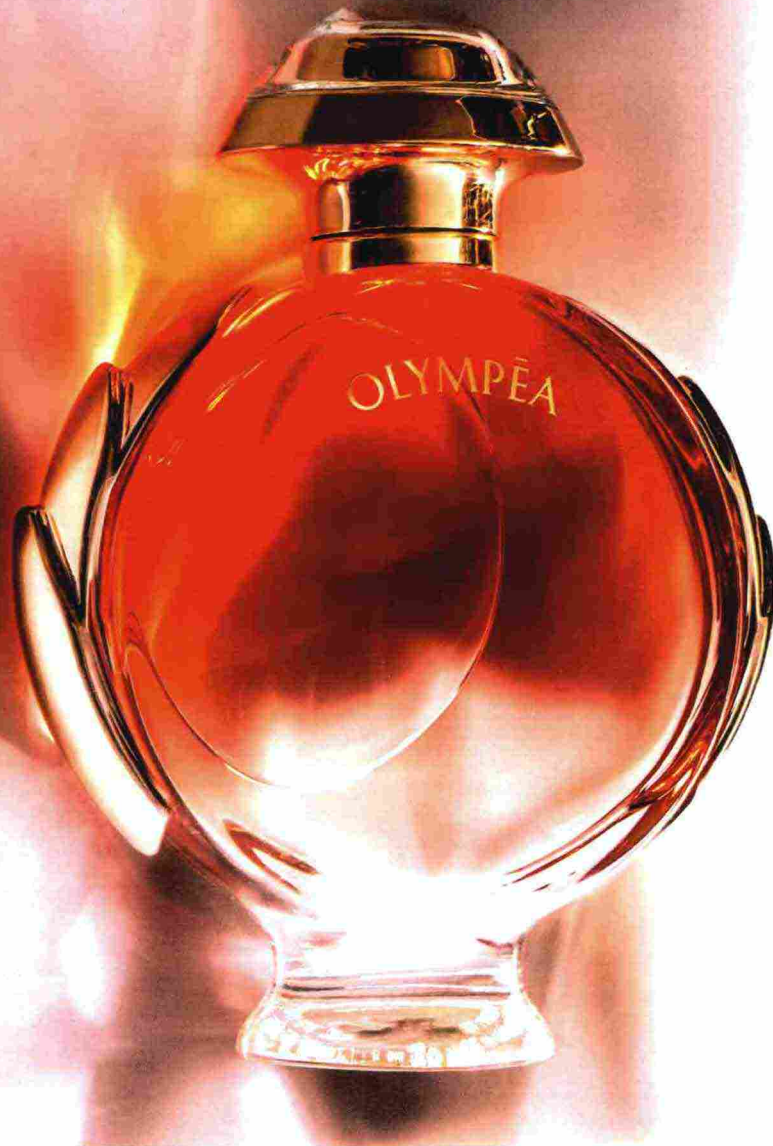
«Penso alle madri single, alle donne che combattono quotidianamente per assicurare una vita migliore a se stesse e alla propria famiglia. C'è un'eroina in ogni donna che non si dà per vinta».

Quali sono i vantaggi, e gli inconvenienti, di lavorare

A destra, la top model basiliense Luma Grothe, 25 anni, famosa per i suoi occhi verdi. Sotto, alcune immagini del video pubblicitario per la fragranza *Olympéa Legend*, girato nel deserto della Namibia in cui è co-protagonista insieme al fidanzato Nick Youngquest, modello ed ex-campione di rugby (con lei, nella foto a destra).



GRAZIA • BEAUTY CONFIDENZE



La dolce freschezza della vaniglia "salata"

Un tocco caldo, come una folata di vento secco nel deserto, e un riflesso floreale luminoso, come la luce estiva del sole. In un flacone-trofeo decorato con foglie di alloro, *Olympéa Legend* di **Paco Rabanne** nasconde una doppia anima olfattiva tra freschezza e sensualità: fiore di zenzero e vaniglia salata, amplificata dalle singolari note fruttate di prugna e albicocca viola. Una scia orientale-gourmand ricca di sfumature: per sentirsi un po' dea (eau de parfum da euro 85).

con l'uomo che si ama?

«Vedo solo i vantaggi. Nick ed io ci comprendiamo alla perfezione, forse perché prima di metterci insieme siamo stati amici per molto tempo. Ci siamo conosciuti grazie a Paco Rabanne, e il team della marca è un po' la nostra famiglia allargata».

Le piacerebbe diventare attrice e fare del cinema?

«Sto seguendo dei corsi di recitazione, ma non per questo mi vedo a Hollywood tra qualche mese. Per ora sono una spettatrice entusiasta e appassionata, specialmente di serie tv».

Che impatto ha avuto sulla sua vita la collaborazione con una maison che ha rivoluzionato il mondo della moda con il suo anticonformismo e la sua irriverenza?

«Quando è cominciato il nostro sodalizio ero molto giovane. Timida, insicura, non osavo parlare in

pubblico. Poi, più mi veniva descritta e conoscevo la personalità d'Olympéa, più mi identificavo in lei e mi affermavo. Oggi mi sento molto più forte, posso dire che Paco Rabanne ha gettato le basi della mia femminilità».

Nelle foto della campagna sfoggia un mini abito a placche argentate Paco Rabanne originale degli Anni 60. Che cosa ha provato indossandolo?

«Nel 2015, la prima volta che ho visto questo modello iconico, avevo chiesto se potevo provarlo. «Sei matta?», mi avevano risposto, «è un pezzo da museo». S'immagini dunque la mia emozione quando me lo hanno proposto per la campagna di *Olympéa Legend*. Paco Rabanne disegnava abiti "armature" per parlare del coraggio delle donne. Sono fiera d'aver avuto il privilegio d'indossarne uno». ■