

# Destellos de glamour

Novedosos productos cosméticos que encantan desde lo visual. Un universo de estética, color y diseño que atrae y seduce a cualquier mujer. *Por María Paz Berri*

La cosmética es un mundo rodeado de belleza en que la elegancia y el glamour son fundamentales. Y a partir de aquí, diversas marcas conquistan con productos impactantes y atractivos que buscan asemejarse cada vez más a objetos de lujo.

Luciano Morales, jefe de Producto de Puig Argentina, comenta que la estética de los envases de fragancia, por ejemplo, es vital para su éxito: "Con estas propuestas se generan en el consumidor ganas de

poseerlos, tocarlos, y llevárselos con ellos", explica. Y Romina Fontana, gerenta de Marketing de Dior Parfums, agrega: "El producto comunica desde su *packaging*, y es el diseño el que refleja lo que se encontrará adentro".

No hay dudas de que, a la hora de pensar un envase de cosmética, se tendrá en cuenta la tendencia de la moda, la búsqueda de lo irresistible y la ruptura de ciertos moldes con algo único y llamativo que genere un

deseo instantáneo en cualquier mujer.

"Tanto desde la estética del formato como desde la gráfica, se debe seducir con recursos simples y exclusivos. Y es importante apelar a una esmerada atención por los detalles y el refinamiento", destaca Adriana Cortese, directora general creativa de la agencia de diseño Tridimage. Y concluye: "Así, a través de cualidades únicas, se podrá reconocer cada producto como algo superior".

## UN DISEÑO PARA CADA COSMETICO



1

- En una fragancia, el diseño de su frasco proyecta si será intensa, floral o fresca. Nos orienta a preparar nuestros sentidos.

- En el caso de marcas de lujo, la estética y la calidad del envase juegan un rol fundamental. Aquí los *packagings* son joyas. En muchos casos, hasta se transforman en piezas de colección que las mujeres sacan a relucir en fiestas y reuniones proyectando su feminidad y buen gusto.

2

3

- En cuanto a las cremas, la idea es mostrar tecnología de vanguardia, innovación, inspirar confianza, calidad y lujo. Y nunca, descuidar el diseño.

Foto: Corbis

### LA BELLEZA ESTA A LA VISTA

- Los diseños de envases que marcan tendencia apuntan a lo bello, sofisticado y ultrafemenino.
- Se busca crear impacto con el frasco, hacer que el consumidor no

- pueda evitar desearlo.
- Se trata de *packagings* que encuentran en el lujo una promesa de felicidad.
- Es fundamental anclar el diseño de

- los envases con la moda, que inspira y marca tendencia.
- La estética es un punto determinante a la hora de adquirir un producto cosmético.



### Lady Million

Fragancia floral, amaderada y fresca. [Paco Rabanne, 80ml] \$420.

### Wanted Eyes Duo Feline Collection

Sombra de ojos con armonías perfectas [Helena Rubinstein] \$220.



### Astor Place Eau de Parfum

Fresco y floral. Inspirado en la intersección del arte y el estilo más brillantes de Nueva York [Astor Place, 50 ml] \$773.



### Lola EDT

Un electrizante bouquet floral que estalla desde el interior de un frasco femenino y muy sexy. [Lola Marc Jacobs, 50 ml] \$347.

### Cellular Cream Platinum Rare

Los poderes revitalizantes del platino. Se diseñó para aquellos que buscan la perfección en sus objetos personales [La Prairie] \$4400.



### La Rose Déco

La rosa emblemática de Lancôme en una versión inspirada en los motivos gráficos del art nouveau. [Lancôme] \$290.



### Labial Rouge G Brilliant

Viene en un estuche precioso inspirado en lingotes de oro. Contiene un labial glamoroso que da cremosidad y resplandor a los labios [Guerlain] \$200.



### Dior Cannage

Un accesorio transgresor, gráfico y muy chic. [Dior] \$350.



### Feerie

Lujo y elegancia que se combinan. En la imagen de una aguamarina preciosa, flashes de luz se reflejan creando miles de facetas azuladas [Feerie de Van Cleef, 100 ml] \$580.