

Golden Lady

Per dirlo tutta, lo spot sbarcò sugli schermi delle nostre televisioni nei primi anni '90, ma la protagonista del clip era stata scelta sulla base del successo di un film che aveva interpretato qualche anno prima. Parliamo di Kim Basinger che nello spot reinterpretava su stessa. Ovvero la bella protagonista di 3 settimane a mezza.

Solari Bilbao

Nel 1984, lo spot dei solari Bilbao ci mostrava una splendida mora, con in testa un grosso cappello di paglia. S'intuiva subito come quel cappello fosse l'unico indumento indossato dalla modella, fatta eccezione per uno slip nero. La Bilbao ha mantenuto nei suoi spot la tradizione della donna in monokini, arrivando a spogliarsi, nel 2005, persino l'ary Blas.

Morositas

Chi, verso la fine degli anni '80, non ha sognato di salire le scale dietro quella moretta in canottiera bianca e pantaloncini cortissimi rosa? Chi ha detto no, avrebbe voluto essere il signore distratto che nello spot inciampava e finiva con il viso nel coccolone della bella ragazza, quella Cannella, che nel '84 affiancò Pippo Baudo a Sanremo.

Dietorelle

Una pupa come facendo svolazzare i capelli biondi. Due tenniste si scambiano un bacio, una sirenina due pezzi esce dall'acqua e una ragazza in motorino improvvisa una doccia nel parco Grandos indietro i capelli bagnati: era questa la canaglia di bellezze mozzafiato che animava lo spot delle Dietorelle in onda qualcosa come vent'anni fa...

Media**La passione di Eva**

NEL SENSO DI LONGORIA. PER LORO, LA STAR AMERICANA È LETTERALMENTE IMPAZZITA. E ORA I TECHNO JEWELS SI PREPARANO A FARE STRAGE DI CUORI

[di Sara Trovato]

Da Dubai a Hong Kong, fino a New York e Mosca. Le nuove capitali del lusso impongono un nuovo trend: si tratta della Luxury Tech, ovvero gadget iper tecnologici trasformati in veri e propri gioielli e creati in Italia da maestri orafi e gioiellieri. Negli Stati Uniti, dove si è imposta la tendenza, rappresentano già uno status symbol ricercatissimo da star internazionali del calibro di Mariah Carey, Jay-Z e Rihanna. Si tratta di oggetti di uso quotidiano come i lettori mp3 o le cuffie per i telefonini, resi unici dall'aggiunta di pietre dure e metalli preziosi.

A rendere un cult questi oggetti c'è la straordinaria intuizione dell'azienda italiana *Kiwie Jewels* (*www.kiwie.it*) che ha acccontentato uomini e donne attraverso la geniale idea di unire l'universo maschile della tecnologia e quello femminile dell'alta gioielleria. Sono nati così il Timephone, un elegante orologio con cinturino in pelle, che al suo interno contiene un cellulare di ultima generazione e in grado di scattare fotografie di alta qualità, o dei due lettori mp3, Diamond e Ruby, che oltre a essere i più sottili presenti sul mercato, sono impreziositi da una trilogia di pietre preziose,



incastonate a mano da maestri orafi. Fra la gamma di techno gioielli della Kiwie, il super campione dell'Nba Tony Parker ha preferito il TwinHeart, un ciondolo a forma di cuore che si divide in due parti, da regalare alla sua Eva Longoria. C'è da scommettere che la star di *Desperate Housewives* sia rimasta colpita dal regalo e che alla sua gioia sia seguito lo stupore di scoprire che al suo interno, ciascuna delle due parti, nasconde un potentissimo letto-

Autentici oggetti del desiderio. I Kiwie Jewels fondono alta tecnologia e gusto made in Italy.

re mp3. Ma la Longoria non è l'unica ad aver ceduto al fascino di questi gioiellini. La cantante Rihanna, prima ha acquistato il Diamond, poi ha chiesto alla casa

italiana di creare una collezione personalizzata. I techno gioielli, dopo essere diventati un oggetto del desiderio tra le star internazionali, sono finalmente arrivati nelle gioiellerie italiane dove una fila di tecnomaniaci e amanti del lusso non vede l'ora di acquistarsi. E di esibirli. ■