

SEPHORA È MAKE-UP PARTNER DELLA 73ª EDIZIONE DEL FESTIVAL DI SANREMO 2023

Con l'avvento del nuovo anno è ufficialmente iniziato il countdown per l'evento più atteso nel panorama musicale italiano: il 7 febbraio si accenderanno i riflettori sulla **73esima edizione del Festival della Canzone Italiana di Sanremo** che quest'anno vedrà come **partner make-up Sephora**.

Dal 7 all'11 Febbraio Sephora accenderà di bellezza Sanremo: dal dietro le quinte del Teatro Ariston fino al Beauty Store Sephora al centro della città dei fiori.

Sephora porterà i suoi brand partner esclusivi, **Sephora Collection, Fenty Beauty by Rihanna, Make Up For Ever e Rare Beauty by Selena Gomez** nel backstage del **Teatro Ariston**, dove le maestranze del Festival creeranno i look che accompagneranno gli artisti sul palco più importante di Italia.

Sephora, in qualità di partner di Rai Pubblicità nel progetto "Tra Palco e Città" sarà inoltre presente nei diversi punti nevralgici della città:

presso il **Forte Santa Tecla** con un Beauty Bar dove i make-up artist Sephora realizzeranno esclusivi look per il pubblico della mostra dedicata a Raffaella Carrà, e presso **Casa RAI Pubblicità'**, con una postazione make-up dove i beauty expert di Sephora daranno vita a make-up look pazzeschi, sulle note musicali dei superospiti che durante la settimana del Festival si esibiranno sul Suzuki Stage di Piazza Colombo.

Sephora sarà anche Make-Up partner di Fuori Sanremo 2023 di Radio Italia con una **Beauty Lounge** allestita presso il **Grand Hotel De Londres** dove tutti i cantanti in gara, gli speaker radiofonici e gli addetti ai lavori della kermesse canora, potranno concedersi un make-up look impeccabile per i tanti appuntamenti sanremesi.

Per chiudere in bellezza, Sephora aprirà le porte della sua **Sephora Suite**, all'interno dell'hotel Royal, dove il beauty retailer ospiterà artisti, talent e influencer. I beauty expert di Sephora metteranno a disposizione la loro professionalità e la loro artistry per offrire servizi skincare e make-up personalizzati, capaci di regalare un momento beauty da star per affrontare la mondana settimana del Festival!

Per celebrare questa partnership con tutta la beauty community, Sephora omaggerà i look iconici che si sono distinti nelle passate decadi sul palco musicale più importante di Italia creando **cinque make-up look unici** che verranno presentati in tutti Beauty Store Sephora, nelle diverse location del Festival a Sanremo e su www.sephora.it/sanremo.html.

Dai trend *grafici anni 60*, passando per quelli *halo* degli anni 80, arrivando fino ai look *glitter* dei giorni nostri.

60's Graphic Bold Liner

Il Graphic Bold Liner, portato in auge dalla top model androgina Twiggy e reso protagonista anche sul palco di Sanremo – tra le tante citiamo la meravigliosa Iva Zanicchi – è pronto a tornare! Il beauty look focalizzato sugli occhi, che dona profondità allo sguardo con texture matt giocando sui forti contrasti di chiaro-scuro, rievoca le favolose vibes anni '60. Che sia colorato o black and white, questo eyelook stregherà grazie al suo effetto sorprendente.

70's Extra Smudged Graphic Liner

Il grafismo esasperato degli anni '70 colpisce ancora! Lo sguardo di questo decennio viene da una parte adornato dallo scintillio della disco music e dall'altra si combina con l'irriverenza del punk. Questo look si ispira a quello bold e vistoso di Anna Oxa, incorniciandole gli occhi con un eyeliner grafico e dall'effetto sbavato.

80's Halo Iconic Look

L'halo eye è una tecnica di make-up che si ispira allo smokey eye e ha acceso gli sguardi degli indimenticabili anni '80. Gli occhi sono ancora una volta protagonisti grazie al punto luce al centro della palpebra, senza però eccedere: la delicatezza di questa tecnica ha accompagnato il look provocante dell'artista Anna Oxa del 1986.

90's Ultra Glass Look

Texture giocose e leggere, tantissima luce e dettagli glassy: questo il look iconico degli anni Novanta/Duemila che oggi ritorna come Y2K make-up. In occasione del Festival, Sephora lo interpreta con una versione nei toni del beige ma senza dimenticare i punti fermi dello stile make-up Y2K: effetto glow, labbra a contrasto con outline definito e sopracciglia lasciate al naturale.

2020's Messy Glitter Smokey

Versatile ed elegante, questo look valorizza qualsiasi tipo di sguardo donando mistero e charme. Il Messy Glitter Smokey si ispira a quello sfoggiato dai Måneskin – icone del make-up genderless e inclusivo - in occasione della vittoria di Sanremo 2021 e si adatta ad ogni carnagione, grazie alla possibilità di giocare con diverse tonalità di ombretto. Neppure quest'anno si potrà rinunciare ad una pioggia di glitter per aggiungere un tocco scintillante in sfumature sempre differenti.

Sephora trova così ancora una volta in un festival musicale l'occasione per esprimere al meglio il proprio DNA. Una partnership per affermare ancora una volta una fortissima beauty expertise, un palco unico per mostrare tutto il potere di una bellezza creativa, inclusiva, autentica, libera, piena di energia.

About Sephora

Sephora è la beauty community più appassionata del mondo, oltre ad offrire ai suoi clienti un'esperienza di bellezza unica e a proporre brand innovativi di altissima qualità, Sephora abbraccia una visione del Beauty come possibilità di espressione della propria creatività e personalità. Fondata nel 1969 da Dominique Mandonnaud e da sempre sensibile a tematiche come l'inclusività, il valore della diversità e la centralità del cliente all'interno dell'esperienza di acquisto, offre un concetto rivoluzionario di Retail e di Servizio. Garantisce ai suoi consumatori una selezione esclusiva di prodotti di bellezza molto innovativa grazie alla collaborazione con business partner di prestigio, brand indipendenti, firme emergenti e la richiestissima Sephora Collection.

Fin dagli esordi, quasi 50 anni fa, l'Insegna ha svolto un ruolo pionieristico nel mondo della cosmesi, invitando le sue clienti ad esplorare liberamente un universo di bellezza e benessere intorno al quale si è creata una beauty community attiva e affezionata. Sephora crede in un approccio imparziale ed esperienziale ed invita le sue clienti a toccare, testare e recensire i prodotti, proponendo una selezione di 16.000 prodotti e oltre 250 brand e una continua evoluzione di servizi make-up o skincare disponibili negli store fisici e digitali. Una shopping experience omnicanale irripetibile frutto di un investimento continuo sulla formazione di beauty expert

altamente qualificati, sullo sviluppo di store fisici sempre più innovativi e di una piattaforma e-commerce all'avanguardia.

Marchio del gruppo LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondiale dei prodotti di lusso, con la sua eccellenza, la sua innovazione e il suo spirito imprenditoriale, e con più di 3000 punti vendita in 35 Paesi di cui 130 in Italia, Sephora è un pioniere della bellezza omnicanale.