

NA KRATKO

Elordi obožuje ženske torbice



Hollywoodskega igralca Jacoba Elordija obožuje generacija Z. Poleg atraktivnega videza, s katerim osvaja občinstvo z vlogami negativca v najbolj priljubljenih serijah Netflix in HBO, ima tudi zavidljivo zbirko »it« modelov luksuznih dizajnerskih torbic. Avstralskega igralca, ki se ga spomnimo po vlogi slabega fanta Nata Jacoba v seriji Euphoria in Noaha Flynn v Netflixovi najstniški filmski franšizi The Kissing Booth, so fotografirali v športnih oblačilih za prosti čas. Predvsem ženske je navdušila črna usnjena torbica Bottega Veneta iz ženske kolekcije Andiamo, katere cena je 3300 evrov. Ni pa to edina torbica iz njegove kolekcije, saj ga v javnosti pogosto vidimo v modnih kombinacijah, ki jih dopolnjuje z dizajnerskimi torbicami, med njegovimi najljubšimi znamkami pa sta Burberry in Celine.

Redki diamant gre na dražbo



V New Yorku bodo na dražbi, ki bo 8. junija, prodajali izredno redek rožnati diamant neprimerljive barve in svetlosti. Kot je objavila dražbena hiša Sotheby's, vrednost kamna ocenjujejo na 35 milijonov dolarjev (32,3 milijona evrov), če bo prodan, pa bo postal eden najvrednejših kamnov, ki so bili kadar koli prodani na dražbi. 10,57-karatni diamant, imenovan The Eternal Pink, bo šel na dražbo štiri leta po tistem, ko ga je v enem od rudnikov v Bocvani odkrilo podjetje De Beers. Kot dodajajo v dražbeni hiši, bo to najdragocenejši diamant, ki je bil kadar koli razstavljen na njihovi dražbi. Uradno barvo diamanta so klasificirali kot vijoličastorožnato.

Novi obraz hiše Tiffany

Pomlad je idealen čas za predstavitev novih kampanj. V teh dneh to potrjuje tudi luksuzna draguljarska hiša Tiffany & Co. V novi kampanji svetovno znane znamke This Is Tiffany so še posebno privlačna imena – ambasadorji kolekcij nakita Tiffany T in Tiffany HardWear. To so Jimin, slavni član slovitih K-pop zasedbe BTS, ter igralki Zoë Kravitz in Gal Gadot, ki sta s to znamko že sodelovali. Sodelovanje med Tiffanyjem in Jiminom je predstavljeno kot povezava s svetom



glasbe, umetnosti, kulture in luksuza, v čast sodelovanju pa so kampanjo posneli v Južni Koreji. Jimin (ki je tudi ambasador znamke Dior Homme, ki je tako kot Tiffany & Co v lasti luksuznega konglomerata LVMH) nosi prstane in zapestnice iz rožnatega zlata iz linije nakita Tiffany T, ki so po besedah Jimina ultimativni odsev luksuza. x

.....
Pripravila Vesna Levičnik

MODA

Lepilni trak za bujnejši dekolte

Končno so tudi slovenske modne navdušenke prišle do modnega pripomočka booby tape, ki spreminja pravila igre v modnem svetu že vse od leta 2018. Zasnovan je kot udobna in varna rešitev za ženske, ki želijo nositi oblačila brez naramnic, z globokim dekoltejem ali hrbtnim izrezom, in tiste, ki želijo eleganten dvig prsi.

Vesna Levičnik

S trakom booby tape lahko ženske samozavestno nosijo svoja najljubša oblačila, ne da bi jih pri tem skrbelo, kako skriti naramnice spodnjega perila, neprimerne za take priložnosti. Trak booby tape je izdelan iz visokokakovostnega medicinskega lepila, ki je nežno do kože in zagotavlja zanesljivo oporo za vse velikosti košaric.

Do zdaj izdelek naročale v tujini

Modne navdušenke, kot so Tjaša Kokalj Jerala, Lorella Flego, Pika Zrim in še bi lahko naštevali, prisegajo na booby tape. »Booby tape poznam že kar nekaj časa, največkrat ga uporabljam za posebne priložnosti, ko sem

za bradavice, sta prišli na idejo o traku, ki bi ga lahko uporabili za ustvarjanje učinka dviga prsi brez dejanske plastične operacije. Na trgu namreč ni bilo nobenega izdelka, ki bi rešil to težavo. Pravzaprav bi lahko tudi rekli, da je preboj prišel z naravnim dvigom prsi – enostavna in cenovno dostopna rešitev za dve sestri, ki se tudi sami lahko pohvalita z bujnim oprsem.

Danes je booby tape, ki velja za izvorni izdelek za potrebe dojk, več kot izdelek: blagovna znamka predstavlja celostno ponudbo za nego dojk in prsi. Vso ponudbo je zdaj mogoče najti v več kot 40 državah po vsem svetu, od konca marca tudi v Sloveniji. Njihov cilj? Lepota uspeha sester Roccisano je v tem, da izdelki booby tape delajo čudeže, to ni samo navdušenje. Booby tape se ponaša s fuzijo



instagram/Booby Tape

na odru in imam oblečene toalete z odprtim hrbtnom ali V-izrezom. Do zdaj sem izdelke naročala v tujini in sem presrečna ob novici, da so zdaj na voljo tudi v Sloveniji, v prodajalnah DM in na njihovi spletni strani,« je povedala vsestranska uspešna vplivnica Lorella Flego. V podjetju DM Drogerie Markt, kjer je revolucionarni modni pripomoček mogoče tudi kupiti, se pohvalijo, da so pripeljali delček Hollywooda v Slovenijo. »Že od samega začetka, lahko bi rekli od prvega sestanka, smo bili navdušeni nad booby tapom. Takoj smo videli jasen cilj: novo zgodbo in produkte, ki bodo očarali ženske v Sloveniji. Tako kot so jih že drugod po svetu,« je ob predstavitvi globalne modne znamke povedala Teja Kampuš iz DM Slovenija marketing.

Zgodba o sestrah Roccisano

Ko sta sestri Bianca in Bridgett Roccisano leta 2018 ustanovili podjetje za nego dojk, ki ponuja trakove za dvig prsi, silikonske vložke in obliže

Prejemnici nagrade mladi podjetnik

Z nagradami, kot je avstralski mladi podjetnik leta 2020 (nagrado podeljujejo v Melbournu), je znamka Booby Tape pridobila veljavnost. S prisotnostjo znamke v trgovinah, kot so Pretty Little Thing, Revolve, Selfridges, Aritzia ter v večjih verigah lekarn in supermarketov v Veliki Britaniji in Avstraliji, sta se sestri Roccisano več kot izkazali kot inovatorki in podjetnici. Sestri Roccisano, ki sta zgodbo gradili na skromnih začetkih, sta pred Booby Tapom ustanovili že dve podjetji. Njuna podjetniška pot se je začela z ustanovitvijo Melbourne Stylists leta 2011. Takrat je bila Bianca stara 25 let, Bridgett štiri leta manj. Starši so ju naučili sanjati in razmišljati na veliko, saj so jima pokazali, kako pomembno je trdo delati za svoj denar in ceniti vrednost vsakega dolarja. Z naložbo 200 dolarjev v ustanovitev Melbourne Stylists sta Bianca in Bridgett denar porabili za izdelavo spletne strani, saj je šlo za storitveno podjetje. Po sedmih letih v Melbourne Stylists sta spoznali, da obstaja povpraševanje po modnih videzih, ki sta jih ustvarjali za rdečo preprogo. To je vodilo do ženske modne znamke Bianca and Bridgett. Po sedmih letih izkušenj z Melbourne Stylists sta podjetniški sestri svoj podvig v slabem mesecu dni spremenili v večmilijonski posel. Začeli sta z naložbo 100.000 dolarjev



Sestri Bianca in Bridgett Roccisano sta ženskam podarili rešitev z lepilnimi trakovi booby tape. instagram/Booby Tape

in bančno posojilo odplačali v treh tednih. Naslednji je bil Booby Tape, ki je bil predstavljen kmalu za Bianca and Bridgett. Sestri sta uporabili enak pristop pri Booby Tape. »Posel smo začeli s 15.000 dolarji, od tega smo 1000 dolarjev porabili za fotografiranje. Čeprav smo takrat imeli le malo izdelkov, je bila naša filozofija, da če želimo biti globalna večmilijonska blagovna znamka, moramo biti tako tudi videti.« Pri poslu jima je pomagala njuna izobrazba: Bridgett je študirala grafično oblikovanje (ustvarila je logotip Booby Tape), Bianca pa je diplomirala iz prava. Booby Tape je bil v prvem letu večmilijonski posel. »Ljudje nas sprašujejo, katere elemente potrebujete za uspešno naložbo? Vedno odgovorim, da potrebujete blagovno znamko in marketing. Najpomembnejše pa je, da imate izdelek, ki dejansko deluje. In danes potrebujete tudi dokaz – ne morete lagati.«

Sestri Roccisano sta neomajni tudi pri prikazovanju rezultatov na družbenem omrežju instagram. Fotografije, objavljene na profilu Booby Tape, so objavljene brez filtrov ali retuširanja. Videti pomeni resnično verjeti. »Na našem instagrame lahko vidite, da imamo ženske vseh velikosti brez urejanja – prikazujemo strije in vse. Sprejemamo žensko telo in resnično postajamo blagovna znamka za opolnomočenje žensk.« x

Mnenje modne strokovnjakinje



Lea Pisani

Za mnenje o uporabi lepilnega traku smo povprašali modno svetovalko in avtorico treh knjižnih uspešnic o kulturi oblačenja Leo Pisani:

»Menim, da je ta izdelek odlično podprt v vseh družbenih medijih in je zato dobil nalepko izuma, ki naj bi ga imele vse ženske. Ustrezna oblika klasičnega nedrčka lepo oblikuje postavo, oblačila lepše padejo po telesu: Vse ženske vemo, da se z lepim spodnjim perilom počutimo boljše, lepše, bolj žensveno. Pa tudi če ga vidim samo me. Ta trak je korak nazaj v oblikovanju, modeliranju spodnjega perila. Nekako celo v posmeh strokovnjakom, ki razvijajo spodnje perilo. Lahko bi mu rekli primitivni nedrček, ki omejuje, lahko poškoduje kožo, lepljenje ni tako enostavno, kot se zdi. Verjamem pa, da je lahko delno v pomoč pri posebnih poletnih oblekah, ampak samo za nekaj ur.«