




Y  
O  
D  
O  
N  
A

yodona.com

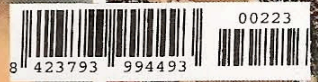
de la mano de   
**ISABEL COIXET,**  
**RINKO KIKUCHI**  
nos vuelve a  
llevar a Tokio  
La directora de cine  
fotografía para YO DONA  
a su nueva musa

**Moda** Avance  
**OTOÑO-INVIerno**  
Los complementos  
que se llevarán la  
próxima temporada

**Belleza**  
Cosmética exquisita  
El secreto de las  
marcas nicho

EL MUNDO

8 DE AGOSTO DE 2009. Nº 223. YO DONA SE VENDE CON EL MUNDO POR 1,50€





## CAMPOS DE IBIZA ESENCIA NATURAL

Aurélie Kahn vive durante los tres meses de verano en la isla pitiusa. Campos de Ibiza nació de la mano de su madre, Camile Stora de Kahn, aristócrata de refinada educación parisina y alma ibicenca, que soñaba con hacer compatibles ambos mundos. El deseo de capturar los aromas de la isla para obsequiar con ellos a sus invitados es el germen de un negocio que ya tiene más de 30 años. «Aprendí de ella que lo importante es crear en algo por encima de los resultados económicos», dice Aurélie. En la actualidad, la marca ofrece seis fragancias, 60 referencias y se encuentra presente en 25 países. Son esencias 100% naturales que no añaden conservantes ni colorantes. «Mi abuelo adquirió una finca junto a los acantilados de Es Cubells, un lugar privilegiado con gran cantidad de árboles frutales y plantas aromáticas, fuente de inspiración de los perfumes de mi madre», explica. La simbiosis entre lo exclusivo y lo natural es precisamente un aspecto esencial de la filosofía de Campos de Ibiza; una producción pequeña para un público selecto.



**Aurélie Kahn**, directora general de Campos de Ibiza e hija de la fundadora.

### ALMA IBICENCA

1. Eau de toilette Splash (70 €).
2. Leche hidratante (20 €).
3. Gel de baño (18 €).
4. Eau de toilette Spray (50 ml/45 €) y (100 ml/55 €).
5. Vela (33 €).
6. Aceite (32 €).

Todos los productos, de **CAMPOS DE IBIZA**.

## DR. SEBAGH EL MÉDICO CON FIRMA PROPIA

«Como cirujano cosmético, no creo en las cremas milagro. Pero sé que un buen cuidado de la piel puede marcar una diferencia real», afirmó recientemente el doctor Jean-Louis Sebagh durante una conferencia en Madrid. Este médico francés, con consulta en Londres, presta especial atención a la epidermis. Sus productos responden a las necesidades básicas de belleza: limpieza, protección frente al sol, hidratación y anti-envejecimiento. Y da un consejo, quien quiera utilizar una sola crema, necesita una con filtros UVA, al menos con un factor 15. Los mejores son los que emplean minerales de última generación, «porque son invisibles y salvaguardan la piel de la polución», explica. Su cosmética se basa en un concepto sencillo, tomar los principios activos más eficaces en concentraciones muy altas para obtener resultados específicos y muy localizados.

Aunque debe su fama a la mascarilla exfoliante, que aporta gran luminosidad al rostro, su producto estrella es 'Rose de Vie', un nuevo y avanzado serum tecnológico, con aceites muy ricos y activos calmantes para pieles reactivas, que llega a España en octubre. Y es que, para el doctor Sebagh, el envejecimiento es la principal preocupación. «Por mi consulta pasan mujeres muy mayores con una piel excelente. Se han cuidado toda su vida y se nota. Pero hoy tenemos varios 'handicaps': agresiones medioambientales, contaminación, una mala alimentación y estrés. Para luchar contra estos enemigos de la piel, los antioxidantes y la vitamina C, son fundamentales.»



### EN CASA

1. Espuma limpiadora para todo los tipos de piel (37 €).
  2. Serum *Suprême Maintenance* (260 €).
- Todos los productos, de **DR SEBAGH**.



## UNA CADENA QUE APUESTA POR LAS 'MARCAS NICHOS'

Douglas es una de las empresas con presencia en España que confía en la calidad de las denominadas marcas nicho. Además de vender sus propios productos, sus perfumerías también ofrecen artículos de otras firmas. César Pérez Luna, director general de Douglas en España y Portugal, explica que apuestan «por las marcas propias y exclusivas porque aportan diferenciación y, en consecuencia, fidelización. Como los productos de la Colección Douglas no se pueden encontrar en otras perfumerías, los clientes vuelven a las nuestras para comprar su cosmético favorito». Condiciones que cumplen, por ejemplo, MBR y MSB, dos firmas alemanas adscritas a la categoría de dermatológica. «Ambas desarrollan formulaciones anti-envejecimiento con una alta concentración de sustancias activas y una óptima dermatotolerancia», explica Pérez Luna. Otra de las marcas líder en Douglas es Skin Yoga, una línea inspirada en la filosofía de esta disciplina, con protección frente al exterior y un impulso interior gracias al aporte de oxígeno directo al corazón de las células de la piel. Por último, recomienda Be You, una gama de maquillaje moderno a precios muy asequibles.

### CALIDAD

1. Cytoline Cream 100 (312 €), de **MBR**.
2. Sun Powder (9.50 €), de **BE YOU**.