

STYLE Beauty



Da sinistra. La famiglia Bonetti nel 1870: in piedi a sinistra Giovanni Battista Bonetti, il fondatore dell'azienda. Una pubblicità degli anni Trenta con Bette Davis per Diadermina. La prima campagna stampa per il mascara Deborah nel 1968.

Sotto, da sinistra. Pubblicità fine anni Trenta di Boccasile. Rita Pavone in sala trucco al Festival di Sanremo nei primi anni Settanta.



Sopra. L'attrice Sydne Rome nella campagna stampa di Deborah nel 1980. Styling Enrica Massei.

TRADIZIONE

# LA PIÙ BELLA SEI TU

Da Bette Davis a Renée Simonsen, da Sanremo a Miss Italia, il marchio Deborah festeggia i suoi primi 100 anni. Tutti in famiglia. Tutti dedicati alle donne

DI MARTA CARAMELLI

**A**ll'inizio degli anni Ottanta il marchio Deborah debuttava nel mondo della moda, proprio quando Milano si affacciava sulla scena internazionale del prêt-à-porter: i suoi trucchi sfilavano sulle passerelle di Gianni Versace, Krizia, Enrica Massei, Fiorucci. Qualunque ragazza rimaneva colpita dalle pagine pubblicitarie sui giornali, che catturavano l'attenzione per la freschezza e l'esplosione dei colori. Come quella di Sydne Rome, così allegra, così viva. Essendo

una beauty editor ho seguito Deborah da vicino nella sua evoluzione aziendale e strategica, ma soprattutto ho potuto conoscere i proprietari (i pronipoti del fondatore, tengo a precisare) che, per festeggiare i cento anni del brand, mi hanno permesso di accedere all'archivio fotografico. Quelle che vedete nel servizio sono appunto foto, locandine e campagne stampa che ho trovato raccolte in libroni custoditi sotto chiave nella biblioteca di famiglia. Proprio qui, attraverso le immagini, mi è stato rac-





A sinistra. Deborah debutta nella moda. Renée Simonsen nella campagna Mascara Super Lash 1987.

Sotto. Caterina Murino, Miss Deborah 1997, con Federica Moro, Miss Italia 1982, nella campagna stampa del fondotinta No Trace.



Sopra. Dalila Di Lazzaro per la campagna stampa ombretto del 1981. La nuova Miss Deborah 2010, Viola Gualandri.



**IL TRUCCO PRENDE FORMA**  
Sopra. I nuovi ombretti Eyeshadow Eye Design Quad di Deborah Milano. Sotto. La palette occhi Deborah Metal Attraction disegnata dall'architetto Mario Trimarchi, dalla superficie concava a specchio.



contato un secolo di vita, la storia di quattro generazioni. Dal 1910, anno in cui il fondatore Giovanni Battista apre la prima filiale dell'azienda Bonetti Frères a Milano, spostando l'attenzione dalle specialità medicinali alla produzione di cosmetici. Il prodotto che segna questo passaggio si chiama *Diadermina*, la crema delle dive. Vengono stipulati contratti con le più grandi case di produzione per promuoverne l'immagine: le testimonial si chiamano Bette Davis, Olivia de Havilland e, in Italia, Anna Magnani e Paola Borbone. Bisogna però aspettare gli inizi degli anni Sessanta per vedere la nascita del brand Deborah, che lancia il primo mascara liquido sul mercato italiano. Il sogno di una bellezza accessibile e democratica diventa una realtà per milioni di donne: Deborah si propone come la marca di make-up per le nuove generazioni. E se gli anni Ottanta sono tutti

all'insegna della moda, quelli Novanta (precisamente il 1997) segnano il sodalizio tra Deborah e Miss Italia: da allora il brand, oltre a essere uno degli sponsor dell'evento, sceglie ogni anno la sua miss, la ragazza della porta accanto con uno slogan: tutte le donne possono essere realmente belle. Il nuovo secolo è invece dedicato alla forma: il make-up, espressione creativa dell'anima del marchio, diventa anche oggetto da toccare. Così i packaging vengono affidati a designer del calibro di Stefano Giovannoni e Mario Trimarchi, permettendo così a Deborah di aprire un nuovo capitolo e diventare uno dei protagonisti della design week milanese.

Quando sono uscita dalla biblioteca ho incontrato i fratelli Gianluca, Sofia e Giorgia, la nuova generazione dei Bonetti. Forse anche nel business la famiglia può fare la differenza. **VF**