

ROSA, ROSA

Andrea Frigerio lanza una marca de cosmética y mucho más, que apunta a mejorar el estilo de vida

La modelo, actriz y conductora Andrea Frigerio, que actualmente ensaya para la obra *Rumores*, ahora está de estreno. Sí, un estreno que postergó durante muchos años y que tiene que ver con la época en la que estudiaba Biología y trabajaba en laboratorios. Algo que pocos saben. Lanzó su marca de cosmética, que eludiendo el nombre propio –asegura que “no necesita cartelera”–, se llama *Roses are Roses, The ways of flowers* (Rosas son rosas, el camino de las flores).

Hace tres meses inauguró su primer local en Palmas del Pilar Shopping, con bajo perfil y buena repercusión. “Es como entrar en un espacio que puede estar en lugares como Notting Hill o Saint Germain”, asegura.

La semana próxima abrirá su segundo local, esta vez en Paseo Alcorta. Su propuesta, al mejor estilo de la firma británica Jo Malone, incluye cremas, colonias, jabones (en packagings elegantes), que no sólo perfuman o hidratan, sino que forman parte de un estilo de vida, con una variedad de elementos que cambian la atmósfera de una casa: hay velas de larga duración; inciensos japoneses sin palo; vajilla inglesa; perfumeros de cristal austriaco; aguas para la almohada; pijamas de algodón pima, suave al tacto; esponjas verdaderas del Mediterráneo. Y mucho más, que puede verse en su catálogo en www.rosesareroses.com

Placeres

Y la marca habla mucho sobre el estilo de vida de Frigerio. Cuenta que aunque esté en su casa, le encanta estar rodeada de elementos que le hagan la vida placentera. “Me gusta tener un lindo pijama, las sábanas perfumadas, unos buenos platos y un lindo mantel, y especialmente, agasajarme con flores. Si no las tengo, siento que algo me falta”, asegura. Y nadie lo duda. *Roses are Roses* se remite también a su infancia y sus orígenes. Los recuerdos olfativos de la casa de Olivos de su abuela marsellesa Paulette la marcaron de por vida. “El jardín rebosaba

POR GABRIELA CICERO



de fresias, muchísimas rosas, azahares, manzanas, paltas, naranjas amargas. Y la cocina también la recuerdo. Mi abuela, que hoy tiene 97 años, me hacía adi-

vinar aromas: el del orégano, la salvia, la menta.”

Toda esas combinaciones de fragancias que sabía de memoria, incluso de chica las había mezclado jugando, están hoy en un frasco. Si bien Frigerio

es la nariz de su marca, se rodeó de gente con mucha experiencia, como Josué Quesada y Michel Garnero, que la acompañaron en el proceso. No sólo ellos. Frigerio, cuando habla, lo hace en plural. El nosotros se refiere a su marido, Lucas; a su hijo, Tomás, y a la novia de él, Andy Mentasti. Entre todos planificaron la comercialización y comunicación, mientras que ella se dedica a la parte creativa. “Hubo mucho trabajo preliminar y la verdad es que si bien ellos diseñaron una estrategia, cuando vieron las primeras muestras dijeron: ¡Esto es un éxito total!”

Más adelante organizará una cata olfativa en su local “para que el mundo de la perfumería sea más disfrutado”. Lo más interesante es que Frigerio también vende tubos con esencias especiadas, florales y cítricas, compatibles entre sí, de manera que cada uno pueda elaborar su propia fragancia. “Para la gente pendiente del detalle. Al menos a mí, no me gusta oler igual que otros”, destaca.

¿Por qué *Roses are Roses*? “Porque las verdaderas rosas son las del jardín, no las de la florería, que son de corte. Es mi flor preferida, es deliciosa. Y, además, porque pienso que las rosas son la definición más acabada de la naturaleza de una mujer: tienen una fortaleza única, te recuerdan que el tiempo es hoy, porque mañana se marchitan. Además, tienen espinas, siempre se defienden.



Frigerio, mucho trabajo, mucha pasión...