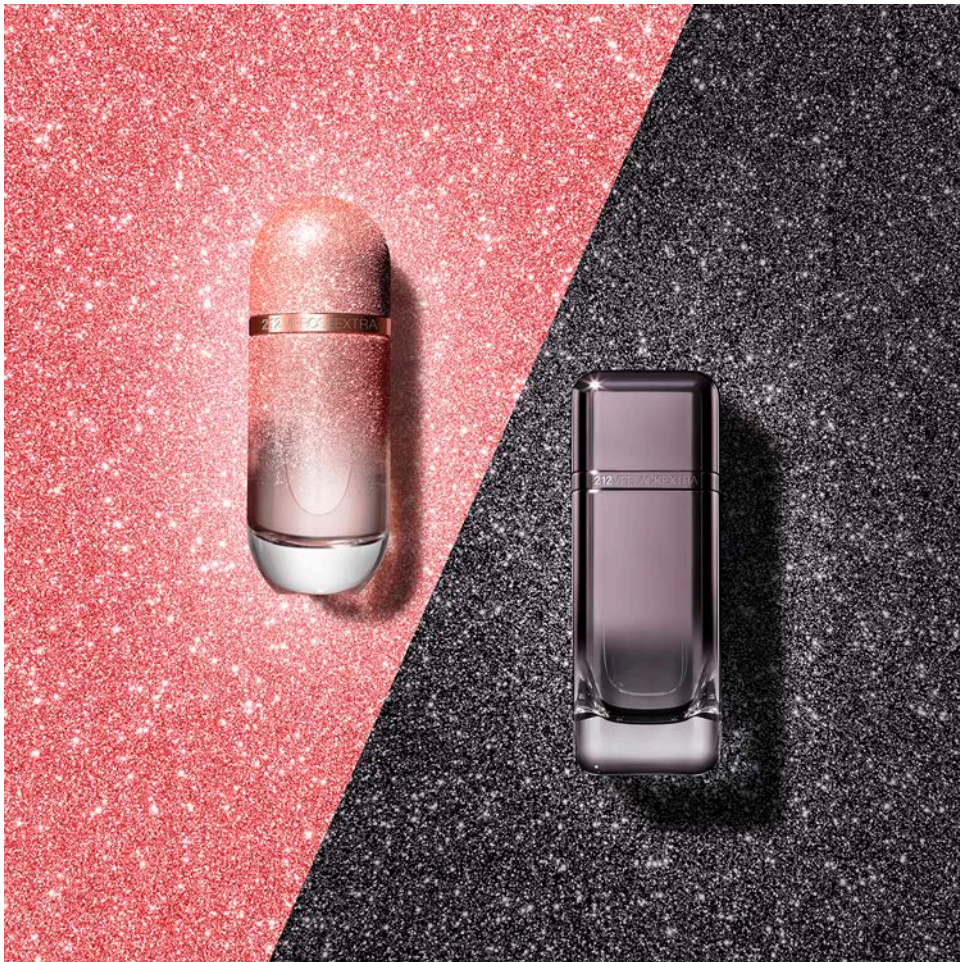


212

CAROLINA HERRERA

212 VIP EXTRA LIMITED EDITION

CAROLINA HERRERA PRESENTA 212 VIP ROSÉ EXTRA EAU DE PARFUM Y 212 VIP BLACK EXTRA EAU DE PARFUM: DOS FRAGANCIAS PARA SENTIRSE EXTRA



212 VIP Rosé Extra Eau de Parfum (para ella) y 212 VIP Black Extra Eau de Parfum (para él), las nuevas ediciones limitadas de 212 VIP, reivindican el *voguing* desde la modernidad y celebran esta exaltación de la autenticidad y la personalidad únicas con dos perfumes opulentos, extravagantes e impactantes para sentirse extra. Dos fragancias que potencian el lado más salvaje y vitalista de 212, creadas para destacar, ser el alma de la fiesta y sentirse extraordinario e inigualable. Una actitud expresada a través del lema *Why be basic when you can be EXTRA!* y los *hashtags* #BEEXTRA y #OWNTHEPARTY.

La cultura *voguing*, nacida en los 70 en Nueva York y popularizada en 1990 por el célebre videoclip de Madonna *Vogue*, revive hoy a través de nuevas fiestas, clubes y concursos. **212 VIP EXTRA** reivindica la energía, fuerza y unión que transmite este baile extraordinario cuyo lenguaje se expresa mediante estilosos y poderosos movimientos.

212 VIP Rosé Extra Eau de Parfum (para ella) y **212 VIP Black Extra Eau de Parfum** (para él) invitan a sumergirse en una fantasiosa fiesta de *voguing* donde todo es posible.

212 VIP Rosé Extra Eau de Parfum enaltece, sublima e inunda de glamur festivo. La energía contagiosa queda patente desde la **salida**, una optimista explosión donde se alían el **Licor de Cereza**, el **Lichi** y la **Mandarina Italiana**. La **Almendra Amarga**, puro carácter, y la irreverencia floral de la **Peonía** y del **Iris** se funden en el **corazón**. El plus lo ponen en el **fondo** la madera **Queenwood**, la **Vainilla** y el **Haba Tonka**, una combinación adictiva, capaz de infundir seguridad y sensualidad. Este **Oriental Floral** ha sido creado por los perfumistas Émilie Coppermann y Alienor Massenet.

Atrevido, directo y elegante, **212 VIP Black Extra Limited Edition Eau de Parfum** es un perfume creado para destacar. Esta fragancia masculina supone toda una declaración de intenciones desde la **salida**, donde se abre con la alegre osadía del **Ron & Cola** y del **Pomelo**. Su **corazón**, basado en la elegancia de la **Lavanda** y el **Cuero Negro** y la frescura del **Musgo**, enamora. Su secreto se encuentra en el **fondo**, desde donde seduce la golosa oscuridad del **Cacao** y el **Almizcle**, un dúo que abre todas las puertas de la noche. Los perfumistas Juliette Karagueuzoglou y Carlos Benaim firman este **Gourmand Fougère**.

212 VIP EXTRA reafirma: "La fórmula invita a sublimarse en un estiloso baile olfativo. Por eso están ahí el **Licor de Cereza** (Rosé) y el **Acorde de Cocoa** (Black), intensos, y su contrapunto, la **Almendra Amarga** (Rosé) y la **Lavanda** (Black). Combinaciones magnéticas y elegantes que, como el *voguing*, empoderan exudando seguridad", describe Carolina Herrera de Baez, directora creativa de los perfumes.

Los **frascos** son la versión **extra** de **212 VIP Rosé** y **212 VIP Black** (lanzados en 2014). La ultra femenina silueta de **212 VIP Rosé Extra Eau de Parfum**, basada en la icónica cápsula 212 (1997), vira del rosa brillante al rosa purpurina. **212 VIP Black Extra Eau de Parfum** repite forma monolítica y degradado, pero cambia el negro por el metalizado. El *packaging* de ambos ahonda en el alma fiesterera y urbana de las nuevas ediciones limitadas.

UNA ESTILOSA CELEBRACIÓN

El **voguing**, cuyo renacer está asimismo relacionado con el *boom* de las redes sociales, ofrece la posibilidad de reivindicar el estilo propio y celebrar la diferencia. **Carolina Herrera** coincidió con su edad de oro, los 80 –la andadura de la diseñadora arrancó en **1981** en **Nueva York** –, y comparte con el *voguing* más que una fecha y un lugar. Ambos defienden la **actitud y el carácter únicos**. La modista, retratada por Andy Warhol en los 70, supo trascender la escena neoyorquina del momento y apreciar la inspiración artística que se escondía tras la superficie glamurosa y expansiva de templos como Studio 54.

"El estilo debe ser individual, no se puede adquirir. Se trata de cómo se combinan los elementos. El estilo lo conforman los gustos artísticos, literarios, musicales o la manera de hablar", defiende Carolina Herrera. ¿Hay algo más *extra* que exhibir con orgullo nuestra identidad?

En Carolina Herrera, como en el *voguing*, las tendencias no son lo principal, la protagonista es la **personalidad**: "No creo en las tendencias, consiguen que todos se parezcan, como si vistieran de uniforme. ¿De qué sirve tener el bolso de moda si todo el mundo lo lleva? Lo esencial es la huella personal", argumenta.

Como su moda, los *balls*, competiciones y encuentros de *voguing*, premian la personalidad. En el *voguing* y a través de la moda y la perfumería, sí es posible ser diferente.

Triunfar con un desfile requiere **constancia, dedicación e inspiración**. "Detrás de cada colección, hay mucho trabajo y energía. Uno pone gran parte de sí mismo en un *show*", asegura Carolina Herrera, una emprendedora cuyo primer desfile en 1981 generaba escepticismo. La prensa, por ejemplo, era escéptica. El debut derribó los prejuicios y Carolina Herrera rápidamente se granjeó los favores de la industria. En el circuito de los *balls*, de las competiciones de *voguing*, un joven desconocido puede triunfar siempre y cuando ponga empeño, fiereza y creatividad. **212 VIP EXTRA** es un homenaje a esa explosión artística.

GANG 212: EL PODER DE LA COMUNIDAD

Un carismático equipo de personalidades influyentes en el mundo de la moda, la música y las artes acompaña nuevamente a Carolina Herrera de Baez, directora creativa de las fragancias, en el lanzamiento de **212 VIP EXTRA**. A la cabeza del **Gang 212**, se encuentran los modelos e *influencers*, auténticos héroes de las redes sociales, **Cameron Dallas**, **Hailey Baldwin** y **Taylor Hill** (imágenes de 212 VIP desde 2017).

Hailey Baldwin, hija del actor Stephen Baldwin y sobrina del célebre intérprete Alec Baldwin, es un referente en el mundo de las tendencias

y una de las modelos más influyentes del momento, como también lo es **Taylor Hill**, un *top model* que copa desde hace varias temporadas las portadas y editoriales de las mejores revistas del mundo.

Cameron Dallas, un fenómeno viral con más de 21 millones de seguidores en Instagram, se dio a conocer por sus hilarantes vídeos publicados en Vine y en YouTube. Dallas, también modelo, ha actuado en varias películas (*Expelled*, *The Outfield*) y cuenta con su propia serie en Netflix (*Chasing Cameron*).

El vídeo de la campaña ha sido grabado en Nueva York por el dúo de artistas mexicanos **Santiago y Mauricio**. La banda sonora original ha sido compuesta por los **Martinez Brothers**, dos célebres productores y DJs neoyorquinos, quienes también forman parte del Gang 212. Completa el *casting* un equipo de bailarines expertos en *voguing*.

Porque la unión hace la fuerza, **212 VIP EXTRA** reivindica el **poder de la comunidad**, con el **Gang 212** y el lema Own The Party. El carisma y la energía de las imágenes de 212 VIP EXTRA, entre las que se encuentran Cameron Dallas, Hailey Baldwin y Taylor Hill, se multiplica cuando se juntan. En equipo, consiguen que cada fiesta sea mágica. "El éxito no depende solo de ti; el equipo es fundamental", recuerda Carolina Herrera. El mismo sentimiento de familia con el que ha levantado su imperio la diseñadora se respira en el *voguing*. Los *voguers* pertenecen a familias, no por lazos de sangre, sino por amistad, y así compiten en los *balls*.

212 VIP Rosé Extra Eau de Parfum y **212 VIP Black Extra Eau de Parfum** son nuevas versiones exclusivas cuyo objetivo es revalidar el éxito de la saga 212 VIP.

Sobre Carolina Herrera.

Carolina Herrera (www.carolinaherrera.com) es una firma de moda y fragancias internacional reconocida por su refinamiento y elegancia atemporal. Fundada en 1981 por Carolina Herrera, las colecciones que llevan su nombre consisten en prendas prêt-à-porter y accesorios para hombres, mujeres y niños, así como vestidos de novia y fragancias. En 1988 la aventura de las fragancias despegó con el lanzamiento de la primera eau de parfum de Carolina Herrera.

En 1997 su hija Carolina Herrera de Báez se unió como directora creativa a House of Herrera Fragrances y la división se amplió hasta llegar a más de 20 fragancias, que se venden en más de 100 países de todo el mundo. Las colecciones reflejan la sofisticación natural inherente al estilo emblemático de su fundadora, Carolina Herrera. Síguenos en [Facebook.com/CarolinaHerreraNY](https://www.facebook.com/CarolinaHerreraNY) y [@houseofherrera](https://www.instagram.com/houseofherrera) en Instagram para conocer las últimas noticias.

Para consultas de prensa, ponte en contacto con tu RRPP local o bien visita Press-site.carolinaherrera.com/.