

אל, 11/07

הצגת האל

## הבוגרות

### בנות 40-60 מובילות קמפיינים

זה התחיל כבר בשנה שעברה, כאשר כוכבות בנות 40 פלוס כמו מדונה, דמי מור וקים בייסינגר כיכבו בקמפיינים לוחטים. אבל 2006 הוכיחה שלא זו בלבד ש-40 הוא ה"30 החדש" - 60 הוא ה"40 החדש. בקמפיינים מעוררי השראה של "לוראל" כיכבו השנה דיאן קיטון בת ה-61 וג'יין פונדה בת ה-69 - שתי נשים שגם היום, בעשור השביעי לחייהן, ממשיכות להיראות מעולה. גם בארץ לא פספסו את הטרינד, וחברת האופנה "קום איל פו", כמו גם המעצבת אילנה אפרתי, הציגו בקמפיין שלהן חבורה של נשים שהנעורים כבר הרחק מאחוריהן. אגב, גיל 40 פלוס ממשיך להיות לוחט גם השנה: קים בייסינגר בת ה-48 הובילה את קמפיין הבושם של "ורסאצה", טרי האצ'ר בת ה-42 הופיעה בקמפיין של "לוראל", כמו גם אנדי מקדואל; ושרון סטון בת ה-48 הובילה קמפיין של "דיור".



מתוך קטלוג "קום איל פו"



מתוך הקטלוג של אילנה אפרתי

דניאלה ריבנך, בעלת משרד יחסי הציבור "בר תקשורת", הוזה כי **טרנד הנשים הבוגרות יימשך**: "חברות הקוסמטיקה גילו שהצרכנית שיש לה כסף, איכות חיים אמיתית ורצון להשקיע בעצמה, היא בעצם בת 40 פלוס. לקהל הזה נורא קל להזדהות

עם מישהי שהיא בעצם כמוהו, בגובה העיניים. כל אשה אחרי גיל 40 יודעת שהיא לא נראית כמו הנערה בת ה-20 ששמו לה בקמפיין. כשאשה בוגרת מובילה קמפיין, או מצד אחד היא סלב, ומצד שני יש לה קמטים כמו לצרכניות. הגל הזה יימשך, כי הוא ימכור מצוין וזה מדבר לנשים אמיתיות, שהחברות רוצות להגיע אליהן".

### קרן אלדד



ג'יין פונדה  
ל"לוראל"



אנדי מקדואל  
ל"לוראל"



שרון