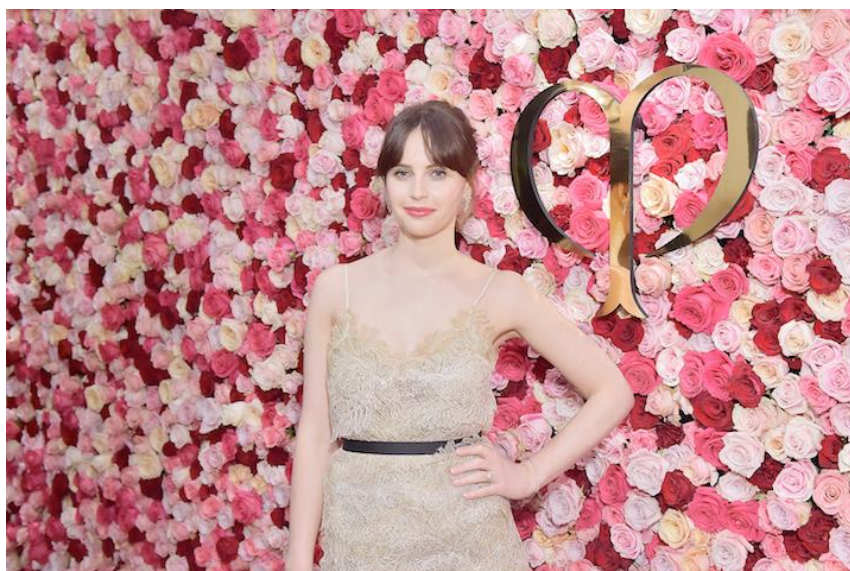


∞  
clé de peau  
BEAUTÉ

資生堂 クレ・ド・ポー ボーテ  
新グローバルブランドフェース、フェリシティ・ジョーンズ  
ロサンゼルスベルエアーホテルでのグローバルイベントに登場



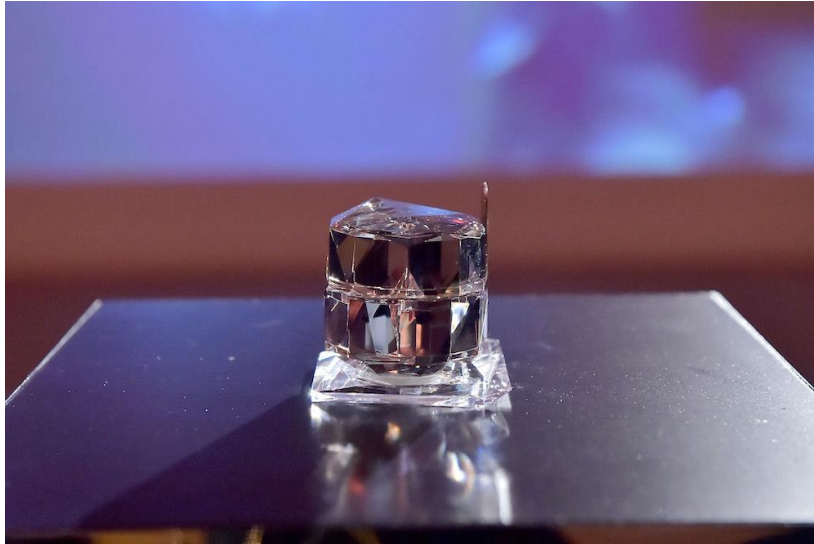
資生堂グループのハイプレステージブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は現地時間 1 月 17 日（水）、ロサンゼルスベルエアーホテルにて、グローバルプレスとインフルエンサーに向けたイベントを開催。アカデミー賞ノミネート女優のフェリシティ・ジョーンズを同ブランドのグローバルブランドフェースとして紹介し、新しいグローバルキャンペーンのリローンチを発表しました。

フェリシティ・ジョーンズは、知性があり、妥協なき精神を持ち、この上なく美しい、というブランドの DNA を体現する存在です。そして、仕事に対する情熱と妥協なき献身によって憧れの的のとなり、世界中に、まわりの人々に、絶大な影響を与えています。

会場のベルエアーホテルは、クレ・ド・ポー ボーテを象徴するような輝きと光に溢れ、ジョーンズが新たなブランドの顔として紹介され、2018 年春夏キャンペーンの発表となりました。世界中から集まったインフルエンサー、ジャーナリスト、そしてファッションクリエイターたちが、ブランドアイ

SHISEIDO GROUP

コンである「ラ・クレーム」からインスパイアを受けた、眩い光とクリスタルで表現された世界に驚嘆の声をあげました。



テラスいっぱい埋め尽くされたフラワーウォールや、煌めきのボールルームの設えと共に、訪れたゲストたちは新たなブランドメッセージ「鍵はあき、輝きが解き放たれる」の世界の中へと誘われ、クレ・ド・ポー ボーテ ブランド担当役員の鈴木ゆかり氏とフェリシティがシャンパンで乾杯を告げると、クロアチアで撮影されたブランドエッセンス・ビデオに続いて、ロンドンで撮影された2018年春夏キャンペーンムービー「A Radiant Day」がお披露目となりました。フェリシティ演ずるこのビデオは、アジア、アメリカ合衆国、カナダ、ロシアをはじめとする世界中で展開されます。

「クレ・ド・ポー ボーテ」は「美しい肌への鍵」という意味を持ちます。ブランドの理念は、世界でも最先端のスキンケアテクノロジーとメイキャップで、女性の輝きの力を解き放つこと。今回のキャンペーンでは、2018年SS新製品であるセラムフェルミシサンS、ルージュアレーブルの新色、ブリリアンレーブルエクラ、新コンシーラーそして人気の高いル・フォンドウタンや、ブランドのアイコンであるハイパフォーマンスアイテムのラ・クレームが紹介されました。

<http://www.cledepeau-beaute.com>

写真キャプション：「クレ・ド・ポー」フェリシティ・ジョーンズを迎えてロサンゼルスでのブランドリローンチ発表会を開催

写真クレジット：Stefanie Keenan / Getty Images

#cledepeaubeaute

#radiantday

#unlockradiance

Instagram: [@cledepeaubeaute](https://www.instagram.com/cledepeaubeaute)

Facebook: [@cledepeaubeaute](https://www.facebook.com/cledepeaubeaute)

WeChat: @CPB\_China