

PARTNERSHIP

Uno dei vari metodi che la scuola ha escogitato per raccogliere fondi è la stipula di contratti e accordi con compagnie di magicosmesi come sponsor.

La Preside Lia Pallone è però restia ad accettare alcuni di questi accordi per tutelare la scuola. È stato così escogitato un piano di sicurezza per evitare brutte sorprese. L'Accademia è stata circondata da una cupola magica che la rende invisibile o irricognoscibile alla percezione di chi non ha l'autorizzazione ad entrare.

Dopo la firma del contratto i membri di un'azienda sponsor guadagnano l'accesso alla scuola e spesso lasciano i propri prodotti per farsi conoscere dagli studenti. Tra i prodotti non ci sono solo cosmetici, dal momento che molte di queste aziende attuano strategie di diversificazione: Jetzabelle, ad esempio, offre anche prodotti per la cura domestica, mentre Ki.Ko. Boutique propone persino abbigliamento, prodotti tipici del Giappone e ha fornito alcuni abiti da cerimonia utili ai fini ritualistici.

Nel tentativo di portare i propri prodotti all'interno dell'Accademia, chi non ha preso parte all'accordo cerca di escogitare nuovi metodi per aggirare le misure antintrusione. Memorabile fu la volta in cui Mariella Avon intercettò una serie di pacchi indirizzati agli studenti dalle famiglie e mise i propri prodotti all'interno di questi, prima di rispedirli. Altro caso degno di nota fu quello di Lady Wai-Kong che riuscì a infiltrare i propri prodotti sostituendoli a quelli di un'intera fornitura di Ki.Ko. Boutique destinata alla scuola, presentandosi ai fattorini come una dipendente dell'azienda giapponese che doveva cambiarli in quanto difettosi. In seguito a questi episodi, il Professor Di Vito ha intensificato i controlli sui pacchi che raggiungono la scuola.

Tra i finanziatori dell'Accademia, oltre a Ki.Ko. Boutique e Jetzabelle, abbiamo anche Esmeralda e Rodrigo Vidal, il Baron de L'Oreal, Federica la Viaggiatrice, Mariasole Seta. Mentre potremmo aggiungere all'elenco degli "indesiderati" L'Intesa, Herbalife, N.I.V.E.A. e Mademoiselle Garnier.

Le sorelle L.U.S.H fanno parte del gruppo degli sponsor, nonostante la preside Pallone all'inizio non fosse troppo contenta del sodalizio a causa dei loro modi "esplosivi" di farsi pubblicità. La capogruppo dell'azienda si chiama Gelsomina ed è l'ideatrice di questa politica di marketing. La strategia pubblicitaria consiste nell'urlare nella lingua delle sorelle L.U.S.H. qualcosa come "che i tuoi capelli siano bellissimi" o "che la tua pelle sia morbida come la seta" prima di lanciare il prodotto nella vasca.