

free COLORS

Su il giallo, giù il viola: nel make-up è il momento di nuance ardite che riflettono intraprendenza e personalità delle nuove generazioni di donne. E non è solo una questione di tendenze: a influenzare la moda sono i social (e il Pil)

di ROSSELLA FIORE *foto* MIKAEL SCHULZ

A ME GLI OCCHI
Porpora, marrone, oro e rosa, compongono la palette *Devilish 5 Couleurs* di Dior del prossimo autunno (€ 59,53).



questione di carattere, ma anche di nazionalità. Il momento storico fa il resto. Parliamo dell'uso ardito del colore nel make-up, una tendenza estiva influenzata curiosamente anche dal Pil: «La propensione all'uso del colore è legata a eventi socio-economici. In periodi di crescita, come durante gli anni Ottanta in Occidente, il *color clash* era un must tra i giovani e non», spiega Michael Nolte, Creative Director di Beautystreams, agenzia internazionale specializzata nello studio e nell'elaborazione di tendenze nel mondo della bellezza. «Lo stesso sta accadendo in questo momento in Cina, dove le giovani generazioni hanno iniziato a indossare tinte accese per manifestare la propria indipendenza e personalità. In economie instabili o stagnanti, invece, avviene l'esatto contrario. Si pensi al minimalismo durante gli anni Novanta in Europa», dice Nolte.

La parola ai social

Con la rivoluzione digitale dei primi anni 2000, i make-up artist non sono più gli unici depositari dei trucchi del mestiere. Assurgono al potere nuove autorità, come *Instagrammer* e *vlogger* di YouTube. E con loro saltano le regole: vale il *contouring* (il sottolineare solo le zone d'ombra del viso), ma anche lo *strobing* (il mettere in evidenza solo i punti luce), il *make-up statement*, preciso e d'impatto, ma anche il *no make-up make-up*, mentre la *dura lex* che legava il tono



dell'incarnato a precise palette occhi e labbra decade definitivamente. Vale tutto, basta essere se stessi. E così ombretti saturi e decisi (e democratici, perché sfidanti per tutte) formano il glossario di un metalinguaggio per farsi notare e per sfidare l'audience, quella digitale in primis. «I social media sono stati grandi promotori del colore. Questo per un semplice motivo: ciò che è difficile indossare per strada risulta seducente sul piccolo schermo del telefono, soprattutto se si vuole catturare l'attenzione altrui nel flusso di foto. In questo momento, stiamo assistendo alla crescente popolarità del giallo nel mondo, mentre il viola, amato negli Stati Uniti, non ha la stessa popolarità in Cina e in Giappone», dice Nolte.

Tutta colpa del lato destro

Il potere del colore è ben noto alle agenzie di marketing. Perché a prendere le decisioni è il nostro emisfero destro, quello emotivo, sedotto dai colori delle pubblicità, dei cibi e, ovviamente, del make-up. «Negli ombretti, i best seller sono sempre i *nude*. Eppure, ciò che differenzia un brand e che attira il consumatore è la sua tinta *signature*, forte e identitaria, pensata all'origine non per vendere, ma per affascinare il cliente», conclude Nolte. Un flirt, quello tra cervello e colore, che Kandinskij aveva intuito prima di qualunque analisi di mercato: «Il colore è un potere che influenza direttamente l'anima». **VI**

STILL LIFE FEDERICO MILETTO. LE FOTO DEL SERVIZIO SONO DELL'AGENZIA TRUNK ARCHIVE



«È il momento delle palette occhi con ombretti *nude* e tonalità vistose, come il giallo limone e il rosso, che è stato anche il protagonista degli eyeliner di stagione in versione metal»
Paola Colombo, Vice President Powder di Intercos

«Il mercato dei rossetti in Italia vale 194 milioni di euro. Le vendite di quello rosso pesano per il 55%. Seguite da rosa, arancio e mattone»
Gian Andrea Positano, responsabile del centro studi di Cosmetica Italia

1. Sedici colori mat, metallici e glitterati: **Eyeshadow Palette di Kat Von D** (€ 49,50). 2 e 5. Finishing mat, idratanti grazie all'olio di albicocca: **Joli Rouge Velvet Spicy Chili** e **Pink Cranberry di Clarins** (€ 25). 3. Rossetto liquido ad alta pigmentazione: **Lip Vibes Red** e **Magenta di Giorgio Armani Beauty** (€ 36). 4. Ombretti cotti da usare asciutti o bagnati: **Mermaid Tail** e **Vibrant Turquoise di Pupa** (€ 14,50). 6. Illumina e colora le guance in un solo gesto: **Two-Tone Blush di Guerlain** (€ 47,40). 7. Matita labbra con estratto di resina commiphora, idratante: **Phyto-Lip Twist Mat Ruby di Sisley** (€ 37,50). 8. Finishing ultra mat e texture ultra sottile: rossetto **Tatouage Couture Blood Orange Pact di Yves Saint Laurent** (€ 37,90). 9. Matita automatica dalla texture luminosa **Phyto-Khol Star Waterproof Sparkling Blue di Sisley** (€ 40). 10. È la variante neon del rosa shocking: **Diabolo Les Vernis di Dior** (€ 26,07).

