



**L'io poliedrico delle donne permette di vivere tante vite in una sola. Basta cambiare il colore dei capelli o la tinta del rossetto. Il motto è: trovare il proprio stile. E superarlo**

## Look

Sempre più poliedriche, difficilmente le donne amano rimanere ancorate a un solo look/stile. Mutano in continuazione, di giorno in giorno. «E nel cambiare, nel confrontarsi con lo specchio, giocano a creare il loro personaggio, sperimentando, come un bambino», dice David Le Breton, professore di sociologia all'Università di Strasburgo. Ovvio che il maquillage e lo styling, in questo contesto, giochino un ruolo fondamentale. Segnato da quelle che sono le ultime tendenze. Gli esperti ne hanno identificate quattro: «Da una nuova eleganza *privé*, più esclusiva e ricca di riferimenti stilistici del passato, a un mood tribale, "voodoo", interpretato da tonalità vibranti e pigmenti esotici. Dal filone *organic-green*, vicino alla natura in tutte le sue sfumature, fino al trend "open horizon", tinto di tonalità pastello», spiega Nicholas Hotham, trend researcher P&G Beauty. Rientra di diritto nell'ultima categoria, la collezione Trianon, che la maison Dior ha dedicato alla primavera. La location è Le Petit Trianon, tenuta privata

di Maria Antonietta, mentre la protagonista è una dama contemporanea, che ostenta pelle di porcellana (assicurata dalla nuova generazione di primer effetto photoshop: Pore Minimizer e Glow Minimizer), bocca e palpebre accese dalle nuances "rose crinoline" e "pink pompadour". Stessa atmosfera chez Chanel: il maquillage di Notes du Printemps gioca su tonalità rosa, rosse e porpora, evocando visioni di fiori di campo e nuvole al tramonto. La *it-palette* si chiama Lumière Facettes ed è un quartetto di ombretti romantici: grigio lavanda, marrone intenso, rosa albicocca e avorio. Secondo Pat McGrath, global creative director Max Factor, «tutto, della stagione a venire, è completamente nuovo. Il metallo degli ombretti, per dire, diventa liquido e va a tingere dettagli inusuali del viso, come le sopracciglia, (viste sulla passerella Dior, ndr). Perché il motto è: trova il tuo stile e superalo! Nulla deve risultare già visto. Bandite le vie di mezzo. La sfida è: nude vs. avant-garde. Tornando alle sopracciglia, per esempio, l'alternativa è schiarirle, rendendole invisibili (vedi Miu Miu, ndr), oppure sottolinearle con audacia, come

**Quattro macro-tendenze disegnano il mood del maquillage a venire. Dai toni nude di un'eleganza *privé* alle sfumature pastello del cielo aperto. Dalle nuances tribali alla new green attitude**

fossero dipinte "in grassetto" (ancora Miu Miu, ndr). Alla base, però, c'è sempre un incarnato che sprizza vitalità e luce. Scolpito con prodotti highlighter oppure reso radioso da formule effetto glow». La rilevanza (perfino sociale) di sfoggiare una pelle ad alto tasso di luminosità viene sottolineata anche da recenti ricerche psicologiche, che, recuperando gli studi sul cosiddetto "Halo effect" (l'importanza della prima impressione nella percezione caratteriale e globale dell'individuo), «hanno provato quanto il social power di una donna migliori considerevolmente quando si presenta con un make-up di grande impatto», spiega Nancy Etcoff, psicologa presso la Harvard Medical School. Va da sé che conta anche il look scelto per i ca-

PELLI. «Per quanto riguarda le acconciature, è molto di tendenza la semplicità: capelli lunghi lasciati morbidi oppure raccolti in modo da dare l'illusione che siano corti. Il tutto, però, convive con coiffages rétro che riprendono forme e architetture molto lontane nel tempo: si va dai bouclé chic degli anni Quaranta alle pettinature neo-hippie dei Settanta. È poi da segnalare l'esplosione di nuove regole cromatiche: la rivoluzione è totale, il colore diventa sempre più creativo, inaspettato, da personalizzare il più possibile. Perfino l'ombré gioca sugli opposti, scurendo le punte e schiarendo le radici», sostiene Danilo, Pantene global ambassador. «Cut needs color and color needs cut», aggiunge Duffy, hair-guru Vidal Sassoon, sottoline-

ando quanto la scelta stilistica e il tono della sfumatura siano interconnessi e rappresentino l'una la controparte dell'altro. «È un crossover. Tra linee classiche e textures moderne», conclude. Certo è che, come si diceva all'inizio, si riscontra sempre di più l'esigenza forte e chiara di concedersi il lusso creativo di giocare con il proprio look. Soprattutto in contesti ad hoc come la recentissima urban-(hair)spa milanese Aldo Coppola Kingdom of Beauty, dove, seguendo l'heritage di innovazione del mitico, indimenticabile coiffeur, si possono sperimentare servizi e trattamenti per rivoluzionare completamente la propria immagine, nonché, grazie alla collaborazione con il luxury brand Valmont, anche la propria silhouette. Susanna Macchia

[www.vogue.it/magazine/fashion-stories](http://www.vogue.it/magazine/fashion-stories)