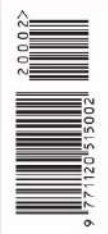


FEBBRAIO 2022

ITALIA

marionnaire



**UN
OROSCOPO
NUOVO**
Ci riprendiamo
la luna

**PENSIERO
STUPENDO**
L'intelligenza
collettiva
ci salverà

**STAMPA
E LIBERTÀ**
Il giornalismo
torna
tra la gente

**FILM
D'AMORE**
Anche
i *super cult*
invecchiano

AURORA
Una voce
oltre Greta

**ROMANTICA
& RIBELLE**

Piacevoli sorprese

TEXTURE VERSATILI
CHE FLIRTANO CON LA
PELLE E PROFUMI CHE
SOLLECITANO TUTTI I SENSI.
I NUOVI COSMETICI HANNO
UN *LATO MAGICO* CHE
CI INCURIOSISCE.
LASCIAMOCI CATTURARE!

di *Francesca Varasi* foto *Fernando Gomez*



illusioni



REFLESSIONI
INSOLITE
INDOSSARE
ROSSISETTI CON
EFFETTI DIVERSI
VEDI SUL LABBRO
SUPERIORE
ROUGE D'OR
DARK INC. CAL
FRESH MAY, SO
QUELLO
INFERIORE IL
TONO METAL
DAISY PLUM.

IL TRUCCO C'È. Ma non si vede. Almeno a una prima occhiata, perché è nelle texture mutevoli, nei packaging che sembrano-ma-non-sono, nei colori trasformisti, e in profumi che alludono ad altri sensi. Il mondo della cosmetica allarga i confini delle suggestioni e sfiora persino la magia. «La crescita di questo trend è il risultato di una sorta di opposizione alla realtà, di reazione al contenimento, anche della creatività, che abbiamo dovuto affrontare. Ora si vuole andare oltre gli argini attraverso la fantasia e un'interazione più intensa con i prodotti», spiega Michele Superchi, Global Performance Executive di Beautystreams, piattaforma di insight di bellezza a livello mondiale. «Tra i cambiamenti principali c'è quello della ricerca di nuove texture ibride ed esperienziali che amplificano le proprie caratteristiche sensoriali: sono la chiave delle connessioni emotive e danno vita a sentimenti inaspettati. L'industria cosmetica sta esplorando nuove generazioni di trattamenti multisensoriali che virano sfumature, cambiano temperatura, offrono effetti tattili intriganti e un uso flessibile. Queste formule sorprendenti stanno trasformando i prodotti di base in cosmetici innovativi, che fanno risparmiare tempo e, soprattutto, sono ludici. L'effetto sorpresa è imprescindibile».

TUTTO HA UN SENSO. Le suggestioni che riguardano il mondo dei profumi oggi si sviluppano attorno al filone gustativo: «Si è consolidato un legame con il cacao, la vaniglia e il caffè», spiega Luca Maffei, creatore di fragranze. «Non esiste più il concetto del *pink sugar*, del lato gourmand stucchevole e chimico. Emergono su tutte le altre quelle note derivate da ingredienti che siamo abituati a mangiare, e la loro intensità arriva davvero a sfiorare il palato. Non si tratta solo di ispirazioni. Sono tutte note di alta qualità e molto performanti, come le assolute estratte dalla fava di cacao nelle sfumature salate, verdi o tostate. Questo conferma in parte il trend della sostenibilità e della tracciabilità, che mette in evidenza la materia prima naturale. È anche cultura olfattiva: la nicchia continua a crescere perché abbiamo imparato ad apprezzare, a leggere e usufruire del potere emozionale dei profumi. Non indossiamo più solo il brand, ma la fragranza vera».



1. **SCIA MISTERIOSA** Ambrata-floreale con una nuova nota di tuberosa: Narciso Rodriguez For Her Musc Noir Rose (da 95 €).
2. **TROVARE LA CHIAVE** Promettente: Furtuna Skin Porte Per La Vitalità Face & Eye Serum, con ingredienti botanici siciliani (185 €).
3. **AMMALIANTE** Deborah Milano 24Ore Instant Maxi Volume con cheratina rinforzante e olio di melograno nutriente (11 €).
4. **30 ANNI** Bottiglia celebrativa per l'eau de parfum genderless in edizione limitata Serge Lutens Féminité du Bois: con sentori di legno di cedro ispirati agli aromi delle falegnamerie marocchine (122 €).
5. **MAKEUP UN TUBO!** Nubyen Val-à-date Blushing Bright Vitamin-C Body Illuminating Cream sembra un trucco e invece è una crema corpo con estratti di arancio (33 €; net-a-porter.com).
6. **UNA GOCCIA** Clarins Skin Illusion Velvet fondotinta in siero riduce l'eccesso di sebo e sfuma ogni imperfezione (43 €).
7. **GOLOSA** Gli ingredienti ricordano quelli di una torta, mixati a fiori e resine: Maison Tahiti Vicious Cacao Eau de Parfum (92 €).
8. **SPECCHIO, SPECCHIO...** L'Objet Oh Mon Dieu No.69 emana un profumo di cognac, rossetto, incenso, cuoio e caramello (295 €).

ALIMENTARE LA FANTASIA e accendere le sinapsi gustative è la scintilla che ha fatto esplodere Air Up, l'innovativa start up tedesca che ha attinto alle proprietà dell'olfatto retronasale, cioè alla percezione dell'aroma attraverso l'apparato orale che il nostro cervello percepisce come gusto, per creare dei *flavour pods*. Anelli di diversi gusti che, applicati alla bocca di una borraccia contenente acqua, sono in grado di cambiarne il sapore ma non il dna. «Lavorare sull'illusione è un argomento molto attuale, prima di tutto perché la "percezione della bellezza" in generale ha un grande impatto sulla società, e poi perché poter modificare le nostre sensazioni rispetto ad alcuni prodotti di consumo, e quindi cambiare certe abitudini, ha un grande potenziale. La nostra invenzione, per esempio, incentiva le persone a idratarsi limitando l'uso di zuccheri aggiunti nelle bevande. Illusione che potrebbe essere trasferita al cibo nel futuro o ad altri emisferi dove vediamo comportamenti non salutari», spiega Lena Jungst, co-fondatrice del brand.

LA POLISENSORIALITÀ è una delle evoluzioni nel mondo degli illusionisti, che sottolineano quanto sia cresciuto il desiderio di stupore: «Di fronte a un gioco di prestigio la reazione femminile è sempre più accesa, è più sensibile alla sorpresa: le donne trasmettono molto di più le emozioni nei confronti dell'inatteso», afferma l'illusionista Gianlupo Borgogelli Ottaviani. «Oggi si preferiscono show che coinvolgano tutti i sensi per creare effetti stupefacenti, limitarsi a stimolare la vista dello spettatore è diventato ordinario. Il contatto fisico, il richiamo a un odore, un'allusione temporale, alimentano il divertimento perché più sensi si toccano e più forte sarà il coinvolgimento durante il gioco. Per esempio un oggetto che si trasforma tra le mani è accolto con particolare piacere. E poi si punta molto sul rapimento emotivo, sull'evasione: anche la mente è partecipe, guidata dalla voce dell'illusionista attraverso un racconto, è accompagnata in un viaggio emozionale. E in questo gioco il prestigiatore si fa quasi da parte, diventa un tramite. Ricordatevi che la magia può essere creata anche solo da voi stesse», conclude Ottaviani. E noi, con i nostri cosmetici, lo sperimentiamo ogni giorno. ○

illusioni



1. **FORMULA IBRIDA** Sembra solo un fondotinta, invece ha l'effetto di un prodotto di skincare: Dior Forever opacizza e perfeziona la pelle, nella versione Skin Glow illumina e idrata. Contiene estratti floreali, ed è declinato in 43 nuance (51,42 €).
2. **SGUARDO IPNOTICO** Con perle luminose che riflettono la luce: Lancôme Idôle Liner, Glossy Black, ha una tenuta di 24h (33,08 €).
3. **SFERA MAGICA** Promette una pelle rimpolpata: Noble Panacea The Absolute Intense Renewal Serum, con 30 monodosi anti-age (460 €).
4. **ESPERIENZA MISTICA** Atmosfera da resort con Aman Skincare Grounding Smoked Body Butter (100 €; beautyaholics.com).
5. **TOCCO DORATO** Una polvere morbida che accende la pelle: Edward Bess Mister Midas Illuminating Powder (60 €; saccani.com).
6. **TENTATORE** Tè Masala Chaï, riso e sandalo: L'Artisan Parfumeur La Botanique Venum è decorato dall'illustratrice Katie Scott (195 €).
7. **IPNOTICO** In Yes Saint Laurent Beauté Black Opium Illicit Green l'accordo di caffè è infuso con note di mandarino verde e fico (da 75 €).
8. **FOREST BATHING** Lenisce la pelle e fa respirare i sensi grazie a burro di karité e olio di Tamanu: Rowse Balsamo Corpo Forest (35 €).

IL TRUCCO C'È. Ma non si vede. Almeno a una prima occhiata, perché è nelle texture mutevoli, nei packaging che sembrano-ma-non-sono, nei colori trasformisti, e in profumi che alludono ad altri sensi. Il mondo della cosmetica allarga i confini delle suggestioni e sfiora persino la magia. «La crescita di questo trend è il risultato di una sorta di opposizione alla realtà, di reazione al contenimento, anche della creatività, che abbiamo dovuto affrontare. Ora si vuole andare oltre gli argini attraverso la fantasia e un'interazione più intensa con i prodotti», spiega Michele Superchi, Global Performance Executive di Beautystreams, piattaforma di insight di bellezza a livello mondiale. «Tra i cambiamenti principali c'è quello della ricerca di nuove texture ibride ed esperienziali che amplificano le proprie caratteristiche sensoriali: sono la chiave delle connessioni emotive e danno vita a sentimenti inaspettati. L'industria cosmetica sta esplorando nuove generazioni di trattamenti multisensoriali che virano sfumature, cambiano temperatura, offrono effetti tattili intriganti e un uso flessibile. Queste formule sorprendenti stanno trasformando i prodotti di base in cosmetici innovativi, che fanno risparmiare tempo e, soprattutto, sono ludici. L'effetto sorpresa è imprescindibile».

TUTTO HA UN SENSO. Le suggestioni che riguardano il mondo dei profumi oggi si sviluppano attorno al filone gustativo: «Si è consolidato un legame con il cacao, la vaniglia e il caffè», spiega Luca Maffei, creatore di fragranze. «Non esiste più il concetto del *pink sugar*, del lato gourmand stucchevole e chimico. Emergono su tutte le altre quelle note derivate da ingredienti che siamo abituati a mangiare, e la loro intensità arriva davvero a sfiorare il palato. Non si tratta solo di ispirazioni. Sono tutte note di alta qualità e molto performanti, come le assolute estratte dalla fava di cacao nelle sfumature salate, verdi o tostate. Questo conferma in parte il trend della sostenibilità e della tracciabilità, che mette in evidenza la materia prima naturale. È anche cultura olfattiva: la nicchia continua a crescere perché abbiamo imparato ad apprezzare, a leggere e usufruire del potere emozionale dei profumi. Non indossiamo più solo il brand, ma la fragranza vera».