



ioDonna, January 15th 2022, cover

Bello (a modo suo)



1. Ferragamo Intense Leather, luminoso e seducente con mandarino, salvia e muschio di quercia SALVATORE FERRAGAMO 85 euro.
2. Sauvage Elixir, lavanda vibrante, liquorizia liquorosa e patchouli D19 130 euro.
3. Eros, una sferzata di Mediterraneo non

4. Mistero, sentori di distillato invecchiato e note legnose e speziato CALÉ FRAGRANZE D'AUTORE.

col muschio CARTUSIA.
6. L'Homme Minthe, un tocco di menta piperita e salvia sostenuto da muschio e legno di patchouli. ROGER GALLEY 41 euro.
7. Bvlgari Man Terra Essence rende omaggio alla terra con la freschezza degli agrumi e il calore delle resine BVLGARI.
8. Baobab Fiori Legni è una fragranza avvolgente che ricorda una passeggiata tra frutti, petali e corteccia L'ERBOLARIO 22,90 euro.
9. Kenzo Homme Eau de Toilette Intense è un'esplosione di freschezza che ruota intorno alla nota marina e ad accordi legnosi KENZO 71,50 euro.

SEQUITO Segnali anche dalla moda

A proporre linee di make up maschili, o comunque inclusive, ci pensano oggi anche le case di moda. Da Tom Ford, con la sua linea "For Men" che comprende un correttore e due mascara per le sopracciglia, a Givenchy con una proposta dal nome evocativo "Mister". Poi c'è Chanel con la linea "Boy" completa di fondotinta, matite occhi e smalti. «Per me è sempre stato normale pensare che anche un uomo potesse truccarsi o pitturarsi le unghie» racconta ancora Babila Spagnolo. «Sarà forse perché sono stata abituata a vedere mio marito, Alessandro Di Fuccia, responsabile della ricerca e sviluppo Layla, testare tutte le nostre formule su se stesso. La scorsa estate, inoltre, siamo stati protagonisti del video musicale del cantante Sangiovanni che ha deciso, per l'occasione, di indossare lo smalto Layla Ceramic Effect numero nove».

diversità

«Argo, dunque, alla creatività. Purché si tenga presente che la pelle dell'uomo è diversa da quella della donna». «In linea di massima è più seborroica, ma necessita anche di una buona idratazione soprattutto se ci si trucca». Laura Portomeo, make up artist e fondatrice del brand Lace Beauty. «In questo caso, meglio evitare il fonicino a barba e baffi per applicarlo con un pennello a punta fine localmente, solo nelle zone da perfezionare. Anche la cipria va ben dosata proprio per evitare che evidenzi la peluria». Un consiglio per l'uomo che vuole osare senza timore di mettere in discussione la propria virilità? «Dinci di puntare sullo sguardo! C'è molta più possibilità di gioco e si può dare ampio spazio alla creatività» conclude Portomeo.

Questione d'identità? Non più

Non stupisce, dunque, che a Londra in Carnaby Street ci sia un negozio in cui si tengono corsi di trucco per lui, quello di War Paint for Men, marchio fondato nel 2018 e diventato famoso in mezzo mondo grazie al suo gel disciplinante per barba e sopracciglia. E che, nonostante la difficoltà a incasellare questa nuova identità maschile sempre più fluida, il mercato globale dei cosmetici per lui potrebbe superare la soglia dei 50 miliardi per raggiungere i 51,26 miliardi di dollari entro il 2025 (fonte Euromonitor).

Questo perché, se da un lato cresce la richiesta da parte delle nuove generazioni di prodotti ibridi e soprattutto "colorati", dall'altro sono ancora molto gettonati (anche per necessità) i classici saponi, schiume e gel barba. Così come i prodotti anticaduta per i capelli, essendo la calvizie una delle principali preoccupazioni maschili.

Certo è che non esistono più coordinate precise per definire il vero maschio, che oggi libera la sua fantasia creativa. Anche quando si parla di bellezza (la sua).

© RIPRODUZIONE RISERVATA