

Tendenze di bellezza | Indagine


Shiseido

Super concentrato per contrastare rughe e rilassamento cutaneo e affinare la grana della pelle: **Future Solution LX Regenerating Serum** (263 euro)


Sisley

Trattamento perfezionista. Leviga i micro rilievi cutanei, affina la grana e attenua i pori della pelle: **Global Perfect Pore Minimizer** (142 euro)


Carita

Complesso di estratti vegetali per contrastare il rilassamento cutaneo e i segni dell'età: **Progressif Sérum Jeunesse Originelle** (112 euro)

SEDUZIONE SENZA ETÀ

Bisturi addio Il fascino discreto dell'autenticità

Il 70% delle donne non vuole più essere «trasformata» ma curata e valorizzata

di **Giulia Ziino**

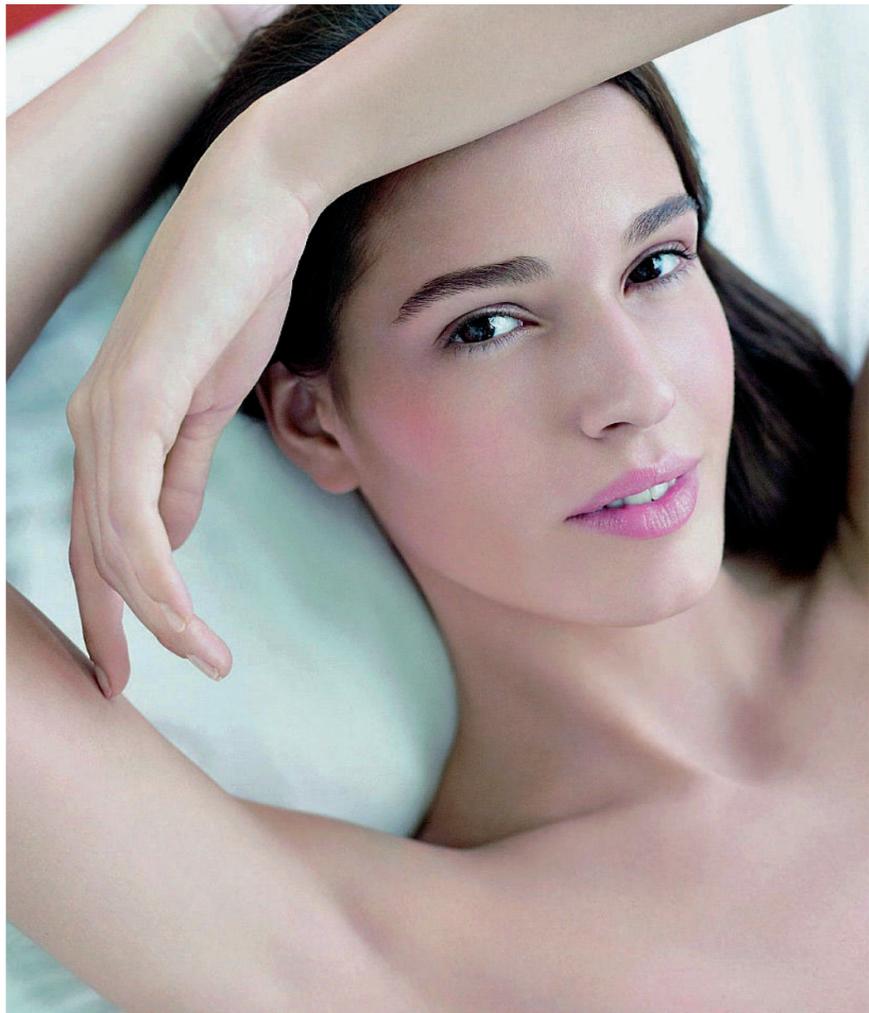
La vera bellezza? Restare se stessi. Non è solo un modo di dire: sul fronte della medicina estetica oggi la tendenza è tutta naturale. Lo ha confermato anche l'ultimo congresso internazionale di Agorà-Amiest, la società italia-

na di medicina estetica: banditi labbra a canotto e gonfiore eccessivi, quello che chiediamo ai trattamenti è di curare e preservare, ma senza cambiarci.

«Secondo il sociologo Enrico Finzi, che ha eseguito per Galderma una ricerca sui valori che influenzano le scelte del medico estetico, il 70% delle donne oggi non vuole essere "trasformata" ma mantenere la propria personalità con interventi migliorativi progressivi e gradualmente», conferma Maria Gabriella Di Russo, medico estetico a Milano e Formia. Una tendenza comune a uomini e donne, legata a un nuovo modo di vivere il tempo che passa: «Fino a qualche tempo fa le donne volevano apparire più giovani — continua Di Russo — oggi, invece, l'81% non vuole apparire più vecchia di quello che è. Poiché è cresciuta la vita media, i pazienti richiedono sempre di più soluzioni che portino gradualmente a un risultato durevole. Siamo sicuramente in una nuova fase storica in cui si cercano rassicurazioni per non apparire ridicoli e finti e garanzie per un approccio più soft». Nella pratica, tecniche meno invasive e che permettano subito la ripresa della vita sociale. Ma quali scegliere? «Stabilito il tipo e il grado di invecchiamento cutaneo — consiglia Di Russo — è importante procedere con trattamenti mirati associati a cure domiciliari per ottenere un risultato sinergico soddisfacente sul piano clinico ma soprattutto

duratura. Su questi presupposti, per esempio, si fonda Skinbooster, un trattamento per il ringiovanimento cutaneo che si avvale di particolari formulazioni di acido ialuronico Nasha, studiate non per "riempire" ma per ripristinare il corretto funzionamento dei meccanismi di idratazione della pelle. Così come i peeling di nuova tecnologia brevettata Enerpeel che permettono un assorbimento più uniforme degli acidi».

Non solo medicina: oggi anche ai prodotti cosmetici si chiede di rispettare la bellezza naturale. Un trend che coinvolge a 360 gradi, dalle formulazioni all'immagine pubblicitaria. È il caso di Clarins che, per la sua campagna, si è affidata alla forza di volti acqua e sapone e al talento fotografico di Guido Mocafico: «Fin dall'inizio — spiega Hugh Wilson, direttore brand Clarins — l'immagine delle campagne ha privilegiato una bellezza naturale, autentica. Perché Clarins, da sempre, è vicino alle donne con un obiettivo: ren-



Charme Un'immagine di Chiara Baschetti, la top model italiana testimonial di Clarins (Foto Guido Mocafico)



Uma Thurman Si limita a un buon fondotinta unito ad una cipria «effetto luce»



Francesca Neri Valorizza l'incarnato perfetto con un semplice tocco di blush



Sophie Marceau L'attrice francese predilige un tocco di rossetto vivace

LA «GLOBAL FACIALIST» DI L'ORÉAL PARIS

«La pelle ci parla: impariamo ad ascoltarla»

Joëlle Ciocco studia trattamenti personalizzati: «Ogni stagione vuole il suo prodotto»

di **Giancarla Ghisi**

«Global facialist», il nome non spaventa: è un nuovo ruolo nel mondo della bellezza. Nuovo, almeno per l'Italia. A farlo conoscere ci pensa Joëlle Ciocco, appena entrata nel beauty team di l'Oréal Paris. Con il lancio di Revitalift Laser X3 la multinazionale francese le ha affidato il compito di far capire come utilizzare una crema. «È il primo concetto che si deve apprendere — dice Madame con piglio deciso —. Non siamo estetiche ma esperte in epidermologia e diamo consigli personalizzati su come trattare la pelle, dai prodotti indispensabili alle tecniche di applicazione. Non basta scegliere la crema: bisogna saperla utilizzare. Vogliamo trasmettere

un messaggio: utilità e efficienza». Di origine slava, 60 anni, una laurea in biologia e un marito italiano. «Ciocco — spiega — non è solo il cognome ma è il paese dell'Appennino dove ha origine la famiglia». Il quartier generale di Joëlle invece è a Parigi, nella sofisticata Place de la Madeleine, punto di riferimento di vip e attrici di tutto il mondo, da

«Non basta saper scegliere la crema occorre allenarsi a utilizzarla bene»

Carla Bruni a Monica Bellucci. Anche se lei tiene a sottolineare: «Niente nomi per carità. La bellezza è per tutti, non si devono fare distinzioni. Da quarant'anni faccio questo lavoro e il mio obiettivo è quello di dare consigli per invecchiare bene. L'età non si basa su un numero ma è una questione di spirito. Si può avere sessant'anni e dimostrarne dieci di meno. Sono indispensabili volontà, decisione e amore. Lo dicevo all'inizio della mia carriera quando i prodotti cosmetici non erano così performanti. A maggior ragione lo sostengo adesso, che le aziende cosmetiche hanno lanciato e continuano a proporre novità». Ad ascoltare le sue parole e osser-

varla a lavorare ci si rende conto che, a volte, basta poco per se stessi. «Prendiamo un esempio pratico. L'acquisto di una crema per il viso. Spesso viene fatto come un gesto meccanico. Si guarda la confezione, si è affascinati dal pack e, dallo scaffale, entra nel beauty di casa. Forse sarebbe meglio pensare a quello che acquistiamo. La nostra pelle deve essere ascoltata. Bisogna guardarla e interpretarla, capire di cosa ha bisogno. Deve essere nutrita a seconda delle stagioni. Individuato il cosmetico, si deve imparare a utilizzarlo. Prima di tutto detergere il viso. Io consiglio sempre di utilizzare un detergente non aggressivo e risciacquarlo. L'acqua è la vita. L'epidermide ha

bisogno di acqua. Non utilizzo i saponi: anche i più delicati diventano aggressivi e tendono a disidratare. È indispensabile l'utilizzo del tonico, un gesto che molte donne trovano inutile. Poi, si può procedere al trattamento giorno o notte. Ogni texture ha un modo di applicazione differente. L'emulsione va stesa subito sul viso partendo dal collo verso l'alto. Se la texture è ricca e cremosa conviene metterla prima sul dorso della mano, mai sul palmo perché si rischia di scaldarla e perdere i principi attivi, e quindi stenderla con i polpastrelli sul viso». Quindi, per mantenersi giovani seguire i suggerimenti di Madame.



Esperienza Laureata in Biologia, 60 anni, Ciocco annovera clienti come Carla Bruni (Foto di Sébastien Calvet/Story box)

IL VOLTO

Chiara e la Romagna bellissima

Venticinque anni, castana, bellissima: somiglia a Cindy Crawford. Chiara Baschetti, romagnola originaria di Sant'Ermete di Santarcangelo, è la nuova testimonial della Clarins. Chiara ha cominciato a lavorare nel campo della moda dopo aver vinto il concorso di bellezza Elite Model Look Italia, nel 2003. Poi il passaggio alla prestigiosa agenzia di modelle, una carriera in passerella poi (momentaneamente) interrotta per prestare il volto alla nuova crema Clarins. «Amo la buona tavola e la mia terra», ha confidato di recente. Nel 2009 ha sfiorato il Festival di Sanremo, accanto a Paolo Bonolis, impegno poi saltato all'ultimo momento. (r.s.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA
© RIPRODUZIONE RISERVATA
© RIPRODUZIONE RISERVATA