

BEAUTY

ROSELINA SALEMI

«**C**ara, mi passi il fondotinta?» Sarebbe carino se lo chiedessero, ma non lo fanno. I maschi italiani pescano nei beauty case della fidanzata/moglie/compagna e si perdono tra un correttore per le occhiaie e un anti-age, osando addirittura lo smalto. Li smaschera una ricerca dell'Osservatorio Mv condotta su un campione di 700 uomini tra i 25 i 48 anni. Che cosa attira questi metrosexual sotto traccia, capaci di apprezzare balsami e trucchi, ma non di comprarseli da soli? Al primo posto ci sono creme antirughe per viso e contorno occhi (35%) seguite da maschere idratanti e tonificanti, correttori e fondotinta (25%), idratanti per il corpo, peeling e strisce depilatorie per i peli del petto (19%).

E ancora: shampoo rinforzante, nutrienti per capelli (16%) contro l'incubo della caduta, camouflage e tinte leggere per mimetizzare le ciocche bianche o dare riflessi luminosi. Altri prestiti: pinzette per le sopracciglia (troppo folte e disordinate sono out), crema per le mani (12%) solari e autoabbronzanti (8%). La cosmetologa Milena Valentini assolve il furto,

I dati della ricerca

dell'Osservatorio Mv
condotta su 700 uomini
tra i 25 i 48 anni



Il make up
Quando fa molto caldo come in questi giorni, si sceglie rendendo la pelle lucida. Per questo in estate è necessario usare il trucco waterproof, che risulta impermeabile in qualsiasi condizione climatica. Questo tipo di trucco contiene polimeri e silicone, cioè molecole che formano una pellicola trasparente sulla cute consentendo la tenuta dei pigmenti colorati. In più molti fondotinta contengono anche il filtro solare, quindi il loro uso è particolarmente consigliato



peccato veniale dettato dalla vanità: «Gli uomini sono pigri per natura e preferiscono provare prodotti già collaudati, sono incerti, incapaci di accettare il tempo che passa». Qualcuno si sente patetico mentre s'infilza in profumeria e chiede sottovoce la crema agli enzimi Q10, neanche si trattasse di una droga passata sottobanco. Certo, è più facile rivendicare l'acquisto del pre-barba con acido ialuronico, burro di Karité e vitamina B12.

A incoraggiare le incursioni, ci sono le tendenze lanciate dalle sfilate maschili della prossima primavera/estate: al netto dell'esagerazione, contouring per il viso, ciprie, fondotinta effetto abbronzatura e rossetti quasi naturali sono entrati nella normalità. Michele Magnani, make-up artist della sfilata di DSquared2, sostiene che il trucco non toglie, ma esalta la virilità: bronzing naturale, tonalità biscotto e sfumatura appropriata sulle mandibole, perché rinunciare? Nuovo look anche per le unghie, con la Californian Manicure, curativa-rinforzante, mentre basta uno smalto scuro per imitare Max



Tra i cosmetici più sottratti alle compagne le creme antirughe per viso e contorno occhi (35%)



In seconda posizione le creme e maschere idratanti e tonificanti, correttori e fondotinta (25%)



Seguono creme corpo idratanti peeling e strisce depilatorie e per i peli del petto (19%)



Ci sono anche gli shampoo rinforzanti e le tinte per mascherare i capelli bianchi (16%)

Sono sempre di più gli uomini che ricorrono al trucco

CARA, MI PRESTI IL FONDOTINTA?



L'anno scorso sono stati spesi oltre 2,6 miliardi di euro per l'acquisto di cosmetici maschili

Gazzè. Dove vogliamo arrivare? A David Beckham, con le sue creme leviganti o a Johnny Depp-Pirata dei Caraibi con il mascara? Mentre si fanno (o non si fanno) queste domande, i fidanzati/compagni/mariti esplorano i misteri del beauty case femminile. Il 44% trova il furto «una soluzione comoda», il 30% «si fida» (lei è più brava a scegliere) il 26% «si vergogna» e mai e poi mai andrebbe a comprare un lifting istantaneo alla caffeina, l'11% è divertito dall'idea di condividere un segreto tanto personale come quello del trucco.

Si capisce perché, pur rap-

presentando i maschi una bella fetta del mercato (il 27,6% cioè 192,2 milioni di euro, secondo l'ultimo report di Unipro) i consumi complessivi non siano in crescita, anzi. Le donne, con il 72,4% comprano anche per loro. Ma sono contente? Non tutte, e non tanto. Il 37% preferirebbe una richiesta precisa; il 29% è contrariato dalle «sparizioni», specie se si tratta di sieri costosi, il 20% ne fa una questione di indipendenza, il 16% sospira: «Ah, uomini, eterni bambini! In un modo o nell'altro, dobbiamo sempre occuparci di loro». Anche con il pronto soccorso beauty, non c'è scampo.