

Semitoni. A fianco, dall'alto in senso orario, Arizona, Proenza Schouler (50 ml, 85 €), Diorskin Nude Air Luminizer Powder, Dior (55 €), Honey & Crocus Cologne, English Fields, Jo Malone London (30 ml, 57 €), Alaïa Nude, Alaïa Paris (50 ml, 88 €).

Tracciare un segno forte, di affermazione, persino esibizione. Oppure presentarsi senza filtri. Come dire: o tutto o niente, il massimo dell'artificio o il massimo della naturalezza. La vera avanguardia è scegliere di sentirsi a proprio agio. Nel gioco estetico, vale solo quel che piace. Di **Lucia Corna**

Nella vita sono tanti i momenti in cui ci si trova di fronte a un bivio. Uno potrebbe capitare questa primavera e, come spesso succede, per decidersi bisognerà leggersi dentro. Perché anche capire qual è la tinta che ci porterà fuori dai grigi mesi invernali può essere una questione interiore. Specie se, come quest'anno, si tratta di optare tra due mondi contrapposti. Da una parte il rosso, dall'altra il nude. Energia contro pacatezza, tradizione versus modernità. Un simbolismo cromatico che non può non trovare corrispondenza negli abiti che indossiamo e in ciò che ci circonda.

Tingendo di rosso lacca la boccetta del suo nuovo profumo-simbolo e battezzandolo *Si Passione* (95 euro, 50 ml), il re del tortora Giorgio Armani è il primo a suggerire una precisa scelta di campo: quella verso la positività e lo slancio vitale. Non a caso, la fragranza si scuote dalle risonanze vanigliate, così come dalla sua ultima versione limited (tutta giocata sulla rosa), per puntare su note fruttate e pungenti come il ribes, la pera e il pepe rosa. «Volevo che la fragranza esplodesse subito, che si aprisse con una spinta adrenalinica» spiega Julie Massé, il naso che l'ha creata. «L'unica indicazione che mi aveva dato Giorgio Armani era di fare un profumo che celebrasse le donne di oggi, che fosse un inno alla femminilità, a quella forza che non rinnega la sua fragilità». La rosa rimasta si è allora trasformata in una nota luminosa, vibrante.

A cambiare emisfero cromatico c'è anche un altro designer, Narciso Rodriguez. Da sempre legato a palette tenui e cipriate (una ha preso addirittura il suo nome), per questa primavera ha dipinto di rosso la sua fragranza più iconicamente nude. Esce a fine aprile *Narciso Rouge* (85 euro, 50 ml): boccetta color cremisi e bouquet che emana muschi, fava tonka, cedro bianco e nero, rosa bulgara e iris. «Amo i colori nella loro massima purezza, mi evocano



IN ANTITESI

how to spend it

41

emozioni profonde, viscerali», sostiene il designer. «Il rosso che ho scelto incarna passione e mistero».

C'è anche chi, nel rosso, rivede i colori dell'infanzia. Il porpora degli affreschi nelle antiche ville romane ha ispirato Lucia Pica, global creative make-up & color designer di Chanel, per creare le tre tonalità delle *Poudre à lèvres* (34 euro) della nuova collezione make-up *Neapolis*. Non un rossetto, non un burrocacao, ma un mix di pigmenti in polvere da miscelare a un balsamo labbra per ricreare, sulla bocca, lo stesso effetto fané delle tonalità pompeiane. E far così diventare una controtendenza (si pensi alla moda dei rossetti superpigmentati e no transfer) qualcosa che nasce come un inno alla memoria e alla tradizione.

Effetto lacca. Sotto, dall'alto in senso orario, *Narciso Rouge*, *Narciso Rodriguez* (50 ml, 85 €), *Si Passione*, *Giorgio Armani* (50 ml, 95 €), *Rouge Louboutin*, *Nail Lacquer*, *Christian Louboutin* (50 €), *Poudre à lèvres*, *Chanel* (34 €).

Prendere posizione: colore pieno o totale assenza di colore. Fra make-up adrenalinici e ciprie impalpabili e trasparenti

Ma nel continuo gioco di ripescaggi e rimescolamenti, chi può dire che cosa sia davvero avanguardia? Di sicuro, mettere il rosso sulle ciglia non è un gesto conservatore. Eppure, Christian Louboutin l'ha proposto quest'anno in una limited edition che è andata sold-out all'inaugurazione della nuova boutique beauté, nella Rinascenza di piazza Duomo, a Milano. Se il *Lash Amplifying Lacquer Mascara* (70 euro), nella tonalità *Rouge Louboutin*, ha già una lista d'attesa, ci si può rifare con il *Nail Lacquer*, lo smalto effetto laccato dello stesso colore (50 euro).

Tante, inaspettate, scelte di campo da una parte corrispondono ad altrettanti spostamenti dall'altra. *Alaïa Nude* è la nuova fragranza che porta il nome del famoso stilista, scomparso lo scorso novembre, soprannominato

lo "scultore del bianco e del nero" (88 euro, 50 ml). «Proprio come quelle due tinte hanno fortemente influenzato tutto il suo lavoro, monsieur Alaïa aveva voluto che il suo terzo colore emblematico fosse il nude, il punto di partenza per riprodurre una delicata sensazione di pelle, una carezza tenera e sensuale», racconta la creatrice, la parfumeur Marie Salamagne. Ecco, allora, che dalla boccetta emerge un'alchimia di note legnose miscelata alla dolcezza intima della fava tonka, in contrasto con la freschezza del cardamomo e il tocco vellutato dei fiori d'arancio.

Nude, quindi, come sinonimo di sensualità e intimità, ma anche di pelle messa a nudo, naturale, non mediata. Un'accezione interpretata dal make-up con quella categoria di ciprie e fondotinta dal finish trasparente che, anche quest'anno, si arricchisce di novità. Come le *Skin Feels Good* di Lancôme (28 euro), veli cremosi e appena colorati da stendere anche più volte al giorno, un sopra l'altro, per perfezionare l'incarnato senza che nessuno se ne accorga. O come *Diorskin Nude Air Luminizer Powder* di Christian Dior, impalpabile terra illuminante che dona al viso il riflesso di un tramonto sahariano (55 euro).

A dimostrare che l'universo nude è ricco di sfumature, ci sono ancora due profumi. Il primo è *Arizona*, esordio nel mondo delle fragranze del duo che firma le collezioni di Proenza Schouler (85 euro, 50 ml). La tonalità rosata del flacone riprende la tinta delle rocce del deserto americano, simbolo di un modo di essere libero, selvaggio, quasi primitivo. «Tornare in contatto con la natura incontaminata è un'esigenza, al tempo stesso, personale e universale», spiegano McCollough ed Hernandez. Anche l'intenzione della collezione *English Fields* di Jo Malone (57 euro l'uno, 30 ml) è di ricondurre alle sensazioni più semplici della vita. Quindi il nude dei flaconi diventa il mezzo per evocare un mondo bucolico, fatto di campi di grano inondata dal sole e di cereali dorati.

Invece di limitarsi a un colore, si potrebbe seguire l'indicazione che arriva dai marmi della storica collezione dell'architetto Piero Portaluppi, ancora visibile nel suo studio, a Milano. I 1.500 tasselli, provenienti da scavi romani e organizzati in una raccolta dal geologo Epiro Recani fra il 1862 e il 1877 (nella pagina accanto, il 980, in questa pagina, l'864) sono la prova - più concreta che mai - di un'indiscutibile verità: sulle sfumature, la natura non sbaglia mai.

SCAMBIO DI RUOLI

Alaïa, www.alaia.fr. **Chanel**, www.chanel.com. **Christian Louboutin**, eu.christianlouboutin.com. **Dior**, www.dior.com. **Giorgio Armani**, www.armani.com. **Jo Malone**, www.jomalone.com. **Lancôme**, www.lancome.it. **Narciso Rodriguez**, www.narcisorodriguez.com. **Piero Portaluppi**, www.portaluppi.org. **Proenza Schouler**, www.proenzaschouler.com. I marmi di queste pagine sono tratti dal libro *Santoni Edited By Marco Zanini Spring 2018*, curato da Angelo Flaccavento e Pomo. Edizione di 1.500 esemplari non in commercio.

