

FAR LEVA SU COLORI, FORME E MATERIALI PER AVVICINARE L'UOMO E INCONTRARE I SUOI GUSTI

Gli orientamenti espressivi guardano al pubblico maschile

Paolo Dossi

Da qualche tempo valori e atteggiamenti considerati stereotipicamente femminili sono accettati e condivisi dall'universo maschile. Una sorta di femminilizzazione della società che si fa sentire anche a livello esteriore: ingresso a piè pari degli uomini nella moda e rapido decollo della cosmesi per chi finora pensava solo alla rasatura della barba. Sulla scia di un continuo aumento d'interesse per la cura del sé e del proprio corpo da parte del sesso forte, osserviamo gli orientamenti espressivi del comparto. Per la sua ampiezza e complessità, ci concentriamo sulle ricorrenze più frequenti che regolano il contatto tra produzione e consumo.

1. Le marche elaborano linee dedicate per aumentare il senso di appartenenza

LINEE MORBIDE E SOFISTICATE
Oggi gli uomini vogliono migliorare l'aspetto fisico e per questo motivo le marche elaborano linee interamente dedicate a loro. Nascono prodotti sempre più mirati e personalizzati, dai profumi alle creme, dalle lozioni ai trattamenti per aumentare il quoziente seduttivo e aumentare il senso di sicurezza che prima riguardava solo le signore. Lo squadrato o il geometrico, anti-



Parola d'ordine: morbidezza delle linee. Ne sono esenti alcuni profumi che adottano vetro e acciaio nelle confezioni

camera dell'asprezza collegata al mondo maschile, si stanno consegnando alla rotondità in molti settori quali, per esempio, le automobili, gli arredi, l'alta tecnologia. Poteva esserne esente il personal care, dove i segni di aggressività sono quasi al bando? Domanda superflua: citazioni morbide e sofisticate contrassegnano le linee di prodotto. Con qualche eccezione nei profumi: alcune confezioni adottano più vetro e acciaio del solito anche se poi il dosatore a spruzzo alloggia in cavità ergonomiche e friendly. Insomma, se badiamo alle linee espressive dei cosmetici, non sembra esserci molta diversità tra le codifiche per lui e lei.

VERBALIZZAZIONI E LOCUZIONI

Nella toeletta il più evidente spartiacque tra i due sessi tocca verbalizzazioni e locuzioni ("men", "uomo", "for him" ecc.) che abbondano nelle varie forme informative, spazi di vendita compresi. Sono rari i casi in cui spunta una scritta rivolta alle signore, al massimo qualche profumo che nasce in coppia. Questa prassi manifesta la lentezza con cui l'uomo mette tutti e due i piedi in questa riserva,

confessando il suo dilettantismo nel distinguere ciò che fa per lui. Se vogliamo leggerle in positivo, le didascalie tutte al maschile segnalano che il settore si sta dedicando al fenomeno. E anche senza tante esitazioni: marche che stravolgono

le loro linee per coccolare gli ultimi arrivati, negozi che destinano metà della superficie ai prodotti per uomini, pubblicità che lanciano sempre più numerose occhiate al nuovo target. Di fatto la segmentazione verbale è diventata il criterio prin-

Contro le rughe anche l'universo maschile

Per ora l'elisir di lunga vita esiste solo in letteratura. Già allo scoccare degli "anta" il volto inizia a mostrare segni d'invecchiamento. Ma se per l'universo femminile è sempre stato oggetto di cure e restauri, fino a un recente passato l'uomo non si cimentava con creme antiaging e peeling, figuriamoci filler o microchirurgie. Le rughe erano viste addirittura come ingrediente essenziale del fascino maschile, segno di virilità e vita spericolata alla Steve McQueen. Oggi sono, invece, molto meno popolari; d'altronde la cura del sé non trascura il minimo dettaglio. Durezza di espressione e broncio avvizzito, coefficienti da retrosexual, non piacciono e **con il prolungarsi della vitalità gli uomini ambiscono al differimento della decrepitudine**. Tirare a lucido guance e solchi periorculari, insieme a un'avvenenza dolce e delicata, non alimenta più nell'uomo timori di narcisismo effeminato. È soltanto la **necessità di avere una faccia "pulita" e un aspetto più attraente per conquistare gli altri o esserne accettati**. A infondere sicurezza e credibilità non servono mascelloni quadrati o bicipiti scolpiti. Meglio essere freschi, rilassati, cercando di sprigionare carica e intensità in ogni circostanza. Maschi dalla presenza fine e dall'aria curata, senza manie di esteriorità: **sì ai cosmetici senza eccessi, no agli artifici nevrotizzati dalle tendenze**.

Le nuove fragranze si accoppiano

Una boccetta per lei e una per lui. Escono insieme, abbinata in un gemellaggio di fragranze a volte fresche e a volte avvolgenti. Se non fosse per il colore, ci sarebbe da penare per distinguere a chi va una e a chi l'altra.

Forme e dimensioni spesso sono identiche a parte qualche curiosa eccezione che rispecchia la corporatura dei fruitori (ovviamente più piccola per le fanciulle e più grande per i maschietti). In profumeria occhieggiano perfino due flaconcini che combinano la forma di un cuore quando sono a contatto. Il ripiegamento su se stessi e la propria intimità sembra venir meno e il profumo irrompe nella vita di relazione.

Ognuno con il suo colore identificativo. Non è difficile ritrovare un universo di sfumature rosa per lei e tonalità vicine alla sfera dell'azzurro per lui. E quando il packaging preferisce altri rivestimenti cromatici si risolve qui l'unica concessione al divorzio, poi tutto si ricongiunge in una condivisione non solo di affetti, ma di gradevolezza e cura del sé. Le "twin fragrances" non sopportano il corpo come una specie di territorio isolato.

cipale di attestare l'entrata in scena della cosmesi maschile. Esibire la sua esistenza significa partecipare al processo produttivo con la possibilità di valorizzare l'esatto profilo di lozioni e preparati. Cioè una veste che li renda riconoscibili. Per di più questa prassi proietta immediatamente i prodotti sul mercato e per la maggiore forza indicale conquista attenzione e appetibilità, coinvolgendo il potenziale acquirente e stimolando il desiderio di consumo. Senza considerare poi che la declinazione di queste formule verbali riferisce non solo contenuti pratici, legati alla riconoscibilità, ma li può caricare di richiami simbolici e di tutto un immaginario di aspirazioni. Per legare a doppio filo un'identità al maschile sarebbe sufficiente optare per simboli che richiamano concetti di virilità, come alcune figurazioni o nomi di eroi del nostro tempo. Questa pratica, invece, è piuttosto trascurata, segno che il reparto per lui vive di luminosità riflessa dal corrispettivo universo femminile.

I COLORI, VIGORE ESPRESSIVO
Sebbene dopo anni l'uomo investa cospicuamente in bellezza,

le pari opportunità restano al palo. L'eredità della sedimentazione culturale fa in modo che gli manchi una vera cultura del prodotto così come la piena consapevolezza dei benefici. Risultato: i prodotti per lei godono di maggiore esperienza e credibilità che vengono perciò trasferite sull'altra sponda con tutte le connotazioni del caso. Da questo si sottrae il metodo, diffuso soprattutto dalle fragranze, di sottolineare verbalmente le linee con la nominazione "black". Accompagnata ovviamente dal colore che esprime. Tutto l'insieme riproduce con grande vigore espressivo forza e fisicità che orientano verso concetti di audacia, potenza e volontà. Una simbologia legata a una mancanza d'indecisione e mezze misure. Appunto un condensato identificativo della virilità in senso lato che, a dispetto dell'idea di protagonismo vincente, sembra essere ancora la carta più valida da giocare per entrare subito in empatia con i consumatori uomini. Rivelando, inoltre, la capacità di esprimere paure e passioni, vertigini e nostalgie. Il nero si carica, inoltre, di altre connotazioni; scontata la ventata di classe e lusso metropoli-

tano. Ecco che i colori dei prodotti di bellezza suddividono molto di più delle forme. Basta entrare in profumeria per accorgersi delle diverse tonalità tra i due compartimenti. Toni accesi per lei, più cupi per lui. Le parti si riavvicinano in estate con un abbraccio pastellato, talvolta acquamarino o esotico: bisogna somministrare a tutti sensazioni di freschezza e di luce che dispensano energia e benessere. Generalmente però l'uomo viene differenziato da divise cromatiche che si inseriscono in un discorso di pura raffinatezza e sobrietà. Prendiamo per esempio il grigio che, rassicurante e virile, ispira serietà ricordando una capacità seduttiva portata con grande naturalezza. E così il verde, che vira verso il muschio e il mondo vegetale, ricompone energia e vigore di un uomo consapevole capace di vivere in armonia con la realtà e la natura. Come i colori e le immagini legnose, calde, per gli amanti del contatto con gli influssi positivi del naturale. Non mancano nemmeno le tonalità sull'azzurro mutuate dal comparto tutto al maschile dei prebarba e dopobarba che promettono un'immersione di freschezza. Per nulla energico ma impattante per contrasto, il bianco aumenta le quotazioni (perfino nel segmento dei profumi). Chic e sobrio, diffonde concetti ristretti all'area della purezza. Si collega alla pulizia e all'incontaminazione elaborando un'estetica "scientifica".

APPROCCI TATTILI

Se poi aggiungiamo che al tatto i codici espressivi puntano sulla levigatezza di materiali senza rugosità o rilievi, si dipana un intreccio affettivo-simbolico che fa riferimento a figure di delicatezza e accudimento. Un mondo di tenerezze e benevolenza che per di più sottolinea fluidità e

viscosità dei preparati. Plastiche e poliaccoppiati che veicolano messaggi di cedevolezza vanno per la maggiore, riecheggiando le proposte per lei. Ogni approccio ai prodotti di bellezza deve fuggire sensazioni di freddezza o di estraneità se vuole sprigionare una certa ragione empatica. Ecco allora che tutti cercano di sfoderare una tattilità calda e sensuale ispirando un richiamo ai piaceri della vita. È pur vero che il vetro dalla temperatura un po' scostante è ancora vivo, ma resiste nei segmenti più alti dove ha il compito di accreditare distinzione a profumi e deospray. Attraverso la propria trasparente nitidezza veicola, infatti, concetti di preziosità e purezza. Qualcosa di simile succede con certi profili o rivestimenti metallici, freddi al contatto e alla vista, ma infiammati di lusso e senso di potere. Effetti di distinzione che decantano ritmi e mondanità legati al modernismo delle metropoli. Nell'apporto iconico invece la cosmesi maschile si distingue per l'evasione dal tran tran della realtà urbana. Parola d'ordine: vivere senza complessi e liberarsi dalle regole stereotipate. Il generale minimalismo simbolico prevede soprattutto segnali di libertà ed espressioni di disinibizione, dove energia e divertimento sono associati a concetti di forma fisica. ■

Personaggi sportivi come testimonial

