

L'ARMOCROMIA INCONTRA LA COSMESI

Si parla sempre più spesso di Armocromia, sia come tecnica da applicare alla persona per individuare i colori che valorizzano sia come strumento per creare make-up personalizzati

Fino a poco tempo fa non avevo avuto modo di approfondire cosa si intendesse per Armocromia e quali fossero i suoi principi, poi grazie all'incontro con Elisa Bonandini, architetto e consulente di immagine, ho potuto sperimentare i suoi benefici e conoscerne la storia e le applicazioni. Ho chiesto ad Elisa di raccontarci i momenti salienti dell'evoluzione di questa tecnica e quella che leggerete di seguito è una storia affascinante.

L'Armocromia applicata alla persona è in pieno boom oggi, le persone (soprattutto donne) iniziano a scoprirla e voler sapere a quale palette appartengono tra le 12, considerando il sistema tonale delle 4 stagioni per cui ognuna ha 3 sottogruppi. La famiglia di colori alla quale si appartiene, una volta scoperta, è una linea guida sui colori da utilizzare nell'abbigliamento, nel make-up e colore di capelli, quelli più in linea con i propri colori di incarnato, occhi e capelli, con lo scopo di ricreare una certa armonia cromatica in tutta la persona. Questa tecnica ha una lunga storia alle sue spalle, circa 100 anni di studi, applicazioni e sviluppo.

**QUESTA TECNICA
HA UNA LUNGA
STORIA ALLE SUE
SPALLE, CIRCA 100
ANNI DI STUDI,
APPLICAZIONI E
SVILUPPO**

che quando i colori di contorno al soggetto in un quadro figurativo erano in armonia rispetto all'incarnato, colore di occhi e di capelli, il quadro era più bello e il soggetto più valorizzato. Fu proprio lui a seguito di queste sue sperimentazioni a ideare il sistema delle 4 stagioni, convenzione per la quale i colori potevano essere suddivisi in 4 macro-categorie accomunate

Siamo ai primi del '900 e colui che piantò il seme dell'Armocromia fu il pittore e designer Svizzero Johannes Itten. Fu lui a introdurre per il primo il concetto di "colore soggettivo". Insegnando pittura ai suoi allievi si era accorto





da precise caratteristiche di temperatura, valore e intensità del colore.

Sull'onda dello sviluppo e della trasmissione trasversale di informazioni sul colore tra l'arte, il cinema, il design e la moda in questi anni, anche i magazine femminili iniziarono a suggerire palette di colori ideali per l'abbigliamento e il trucco in base alle varie tipologie cromatiche. Helena Rubinstein ed Elizabeth Arden furono le pioniere della cosmesi negli anni '30 e le prime a consigliare le tonalità di rossetto ideali in base all'incarnato e al colore di occhi e capelli. Tra gli anni '40 e i '90 fu il periodo delle fashion designer e color consultant Americane (Suzanne Caygill, Carole Jackson, Mary Spillane con Christine Sherlock, Barbara Jaques per citarne alcune), le quali sviluppa-

LE 4 STAGIONI DELL'ARMOCROMIA

Siamo negli anni '20 e gli studi di Itten si inscrivono nel fenomeno della "color revolution", cioè il periodo in cui il colore si industrializza e si iniziano ad usare i primi colori sintetici. Con questa invenzione il colore diventa un vero e proprio strumento di vendita e marketing: i settori che producono oggetti di largo consumo capiscono che il colore può vendere e nascono i primi "color swatches", cioè delle palette colori per cui quel dato oggetto è disponibile. Altra svolta la diede la nascita del cinema in

Technicolor: se col bianco e nero gli attori sembravano sempre e solo vestiti di bianco, grigio e nero, con l'avvento del colore si iniziarono a ideare delle palette cromatiche con precisi simbolismi che esaltassero il personaggio. Last but not least, la moda si industrializza e di conseguenza la sperimentazione del colore in questo settore si amplia, e nasce anche il make-up, con la figura del Make-Up Artist, che vede come primo protagonista Max Factor, truccatore delle star del cinema a Hollywood.

SPRING HOMEBASE COLORS



SUMMER HOMEBASE COLORS



MAX FACTOR

Maksymilian Faktorowicz, nome completo di Max Factor, nasce nel 1877 a Lodz, in Polonia, da una famiglia ebrea molto povera. Dopo aver lavorato come parrucchiere ed estetista emigrò negli Usa agli inizi del '900, dove a causa di un errore di trascrizione alla dogana, il suo

nome si trasforma da Faktor a Factor. Cominciò a lavorare collaborando con l'industria cinematografica e subito si accorse che il cerone utilizzato, anche se applicato in uno strato sottile, non è facile da lavorare, e sullo schermo crea un effetto

pessimo, crepandosi e dando all'incarnato un aspetto spento. Inventò così il Cerone Flexible, che dona agli attori un effetto più naturale, diventando il padre del primo fondotinta.

"Non si nasce attraenti, attraenti lo si diventa".
MAX FACTOR

rono e applicarono in modo strutturato l'Armocromia alla persona, occupandosi di consulenza di immagine. Furono loro, grazie anche alle pubblicazioni di diversi libri e alla fondazione di accademie specializzate nello studio di questa tecnica, che la fecero conoscere al mondo (principalmente Anglosassone). Ma nella pratica come funziona questa tecnica? Ci risponde Elisa Bonandini descrivendoci una sessione di Armocromia *"l'Armocromia presuppone innanzitutto l'avere un kit colori professionale (composto da un minimo di 80 drappi di tessuto ad un massimo di 120 drappi) che include una serie di rettangoli di tessuto di diversi colori, i quali vanno usati in una precisa sequenza. Questi drappi*

vengono appoggiati sul busto sotto al viso per registrare la diversa reazione della pelle sottoposta ad un colore rispetto ad un altro. Si misura in questo modo il sottotono di pelle, ed altre caratteristiche cromatiche della persona, come ad esempio il naturale contrasto che possiede comparando la pelle e il colore di occhi e di capelli. La palette colori di riferimento alla quale si arriva dopo questa analisi rispetterà le caratteristiche cromatiche naturali della persona, perché c'è armonia lì dove si lavora per ripetizione". Oggi questa tecnica è utilizzata dai consulenti di immagine, e in alcuni casi anche dai make-up artist e hairstylist più illuminati, oltre ad essere conosciuta e

AUTUMN HOMEBASE COLORS



WINTER HOMEBASE COLORS



a volte utilizzata anche dalle case cosmetiche, anche se non in modo sistematico.

Il make-up di oggi dovrebbe quindi seguire queste regole, anche se ancora non sono entrate a pieno nella creazione di palette e linee di colore. Secondo Elisa le donne oggi iniziano ad essere più consapevoli dell'uso del colore nel make-up, quando acquistano make-up chiedono "colori di rossetto freddi" oppure "fondotinta dal sottotono caldo", quindi se il mercato rispondesse con delle palette occhi e labbra e delle linee colore già suddivise in base alle varie tipologie cromatiche sarebbe al passo con questa nuova ma crescente domanda. Inoltre, produrre linee di make-up per le varie "stagioni" e relativi sottogruppi sarebbe una novità da lanciare e sviluppare nel settore su cui costruire nuove strategie di vendita e di immagine. Anche il personale che lavora in profumeria dovrebbe essere istruito sul riconoscere le tipologie cromatiche per saper dare un consiglio esperto e fidelizzare la clientela. Vendere a tutti i costi qualsiasi prodotto/colore a qualsiasi donna, pur di venderlo, non è una strategia che paga sulla fidelizzazione e il ritorno di immagine di un brand. Il colore infatti è un fenomeno così potente che anche se non si sa spiegare il perché, quando non rispetta l'incarnato, ci si accorge subito e lo si evita. E di chi sarà

la "colpa" se non della commessa che l'ha consigliato con tanto ardore?

In Italia siamo agli albori dell'applicazione di questa tecnica nel make-up e nelle colorazioni per i capelli, ma in America ci sono realtà che l'hanno integrata con successo tra i loro servizi, per fare un esempio, senza fare nomi, un illuminato centro estetico dell'Ohio ha integrato il servizio di Armocromia tra i trattamenti viso in listino. Del resto a cosa serve investire grandi cifre in trattamenti estetici se poi i colori che indossiamo (make-up, capelli e abbigliamento) non sostengono e illuminano il nostro incarnato? Ricordate che il colore impatta tra il 62% e il 90% nella nostra immagine quando una persona ci guarda e la sua interazione con i nostri colori personali di pelle, occhi e capelli è "fisica" e misurabile! ●

BIBLIOGRAFIA

- Elisa Bonandini "Smart Beauty Ridisegna la tua immagine", 2018, EIFIS Editore.
- Pamela Graham "Color Analysis. What? Why? How?", 2017, Amazon Media EU S.a.r.l.
- David Zyla "Color your style how to wear your true colors", 2010, Penguin Book Ed.
- Joanne Richmond "Reinvent yourself with color me beautiful", 2008, Taylor Trade Publishing.