CULTURA, ITALIA, POLITICA

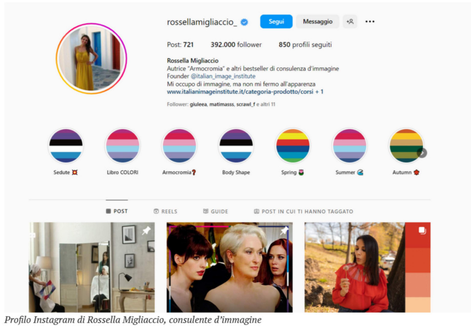
Elly Schlein e l'armocromia, ma "i colori non sono tutto"

BY LORENZA FERRAIUOLO
APRILE 28, 2023

Un trench verde salvia annodato in vita, le braccia incrociate (con gli anelli in primo piano) sui pantaloni viola. Dietro il sorriso appena accennato della segretaria del Pd **Elly Schlein** immortalata da Vogue Italia c'è un segreto. "Le mie scelte di abbigliamento dipendono sicuramente dalla situazione in cui mi trovo", spiega Schlein. Che poi aggiunge: "Dico sì ai consigli di un'**armocromista**".

Il segreto è questo. La leader del Partito democratico, nonostante le non troppo lontane critiche al suo look "sciatto e non curato", tiene molto ai colori che indossa. Tanto da seguire le indicazioni di una professionista: **Enrica Chicchio.**

Il 'dettaglio' rivelato all'interno di un'intervista molto più ampia in cui Schlein ha parlato soprattutto di politica, ha generato un certo scalpore e da ieri tiene banco sui giornali. "Probabilmente perché è donna", commenta a Fortune Italia **Anna Maria Lamanna**, consulente d'immagine. "Se lo avesse detto un uomo l'attenzione mediatica sarebbe stata diversa. Oppure, chissà, perché il termine armocromia incuriosisce".



Profilo Instagram di Rossella Migliaccio, consulente d'immagine

La verità è che prima che la pronunciasse Schlein, la parola "armocromia" era già nota a una parte enorme del mondo social, popolato da consigli di esperte (ed esperti) su quali colori abbinare al nostro incarnato. Per fare solo un esempio: **Rossella Migliaccio**, 392.000 follower su Instagram.

L'armocromia infatti è una teoria che si occupa di identificare **quali sono i colori che meglio si addicono a ciascuno**. E nella società della corsa alla bellezza l'interesse è alto. Ad essere analizzati sono principalmente **il tono della pelle, la tinta dei capelli e quella degli occhi**. Il mix pelle-occhi-capelli definisce quello che in materia viene chiamato **'contrasto'.**

"Nel mix **è la pelle che comanda**", spiega Lamanna. L'incarnato ci aiuta a trovare la nostra stagione (cromatica) di appartenenza a cui corrisponde una specifica palette di colori valorizzanti. La palette è ispirata alle stagioni climatiche, con **colori via via più chiari per le 'persone primavera-estate' e colori sempre più scuri per le 'persone autunno-inverno'.**

"Per conoscere la stagione cromatica di un cliente bisogna aver visto molte foto con capi d'abbigliamento diversi tra di loro per vedere l'effetto che questi colori hanno sul viso. Ma la cosa migliore rimane la consulenza dal vivo", suggerisce l'esperta, che è pioniera di un lavoro che fino a poco tempo era conosciuto in particolare all'estero.

"Ho cominciato nel 2004 e il mio lavoro si è evoluto moltissimo. Il nome del mio brand è Personal Shopper Milano perché l'attività era quasi esclusivamente rivolta a clienti stranieri che sempre più attirati dalla moda, dal lusso e soprattutto dal Made in Italy, ricercavano una figura che li potesse seguire nei loro tour di shopping milanesi", dice Lamanna. "Oggi il **50%** dei miei clienti invece è rappresentato da italiani".

Anna Maria Lamanna, Personal Shopper Milano

Il 'fenomeno armocromia' è esploso soprattutto durante il periodo della pandemia, quando sono arrivate le consulenze online e piattaforme come Instagram sono state un ottimo biglietto di presentazione. Eppure **"i colori non sono tutto"**, come precisa la personal shopper.

"È come se avessimo davanti tre fette di torta. La più grande deve essere lo **stile**, perché come consulente devo entrare in punta di piedi nella vita del mio cliente e identificare il suo stile personale, ossia come lei o lui interpreta la moda e quindi l'immagine che vuole comunicare agli altri. Classica, moderna, romantica. Con che tipo di aggettivi posso descriverlo? La seconda fetta riguarda la **forma fisica**: cosa valorizza una fisicità mettendo in risalto punti di forza e nascondendo difetti? E solo alla fine c'è la **valutazione dei colori**".

Sul caso Schlein, presa di mira dai giornali, secondo Lamanna il concetto di base è semplice: si fa tanto discutere per nulla. "Io non credo che migliorarsi dal punto di vista esteriore e curarsi di più possa snaturare il suo essere la 'ragazza coi jeans', come ha detto qualcuno. Si può avere anche un'immagine più casual con un altro tipo di abbigliamento. **La personalità resta dentro.** Certo è che i vestiti, che sono fuori, comunicano qualcosa e anche la politica lo sa".

Il modo in cui un politico (come chiunque) si presenta dà un tipo di messaggio. **Matteo Renzi**, quando a suo tempo vinse a mani basse le elezioni toglieva la giacca, sbottonava i primi due bottoni della camicia, arrotolava le maniche. "Trasmetteva inclusione e cercava di somigliare ai suoi elettori, per instaurare un rapporto di fiducia", ha ricordato Lamanna.

Matteo Renzi, 2013

Se al posto di Schlein adesso però ci fosse stato lui, se ci fosse stato un uomo, e avesse rivelato di curare il proprio aspetto esteriore più che 'disimpegnato' sarebbe apparso l'esatto opposto. "Non se ne sarebbe parlato allo stesso modo. Tutto ciò che riguarda la nostra immagine viene considerato frivolo. E **ciò che è frivolo viene considerato da donne.** La narrazione è sbagliata, e le assicuro che se all'inizio i maschi interessati a una consulenza erano veramente molto pochi, ormai sono sempre più coinvolti in quella che è a tutti gli effetti anche una **trasformazione culturale**", sottolinea Lamanna.

E poi, come ha scritto Oscar Wilde: **non c'è una seconda occasione per fare una buona prima impressione.**