



Sarah Cossu

Professionista in marketing communications, vendita e HR empowerment nei settori salute e bellezza. È consulente direzionale, business coach, trainer di ventennale esperienza. Managing director di We! Wellness, con la sua squadra opera per primarie aziende del consumer healthcare e della cosmesi. Da oltre 15 anni è al fianco dei farmacisti in laboratori di formazione, consulenza e coaching mirati alla competitività, con particolare focus sulla crescita dell'extra-farmaco, dell'automedicazione e della valorizzazione dei servizi. Le chiavi del suo approccio: concretezza, valorizzazione della squadra, visione strategica.

Capelli alleati dell'immagine personale

A partire dal consiglio di bellezza in Farmacia e dal suo nuovo volto: la Beauty Coach

Non è solo una questione di vanità. Se ai nostri capelli dedichiamo tanta attenzione una ragione c'è, anzi più d'una e da tempi davvero remoti. Elemento centrale della figura sul piano percettivo, i capelli sono da sempre una componente essenziale del nostro più potente *biglietto da visita*: l'immagine personale. Che ne siamo consapevoli e artefici, o no. Lucentezza e vitalità, colore, taglio e styling incorniciano il nostro viso con un effetto valorizzante o depotenziante. Strumenti, quindi, al servizio non solo della bellezza ma anche della comunicazione personale più coerente, quella in armonia con noi stessi e in sintonia con il contesto, il ruolo, gli obiettivi. Aspetto importante, si sa, in un mondo che viaggia a gran velocità e in cui il giudizio che in un "battito di ciglia" gli altri elaborano su di noi non è trascurabile. La connessione tra salute, estetica dei capelli e dimensione sociale, però, non è solo un fatto del presente. È Storia a tutti gli effetti.

I capelli hanno fatto Storia

Potente amplificatore di messaggi, il capello ha da sempre veicolato significati sociali, religiosi e persino magico-mistici. Ben oltre la loro funzione, infatti, ci occupiamo della bellezza dei capelli da almeno 27mila anni!

Per averne conferma è sufficiente osservare la testa della donna di Willendorf, era paleolitica, meticolosamente scolpita in un'acconciatura non certo casuale...

O i dipinti murali egizi, testimoni delle acconciature che incorniciavano i volti sia femminili che maschili: lisce chiome geometriche nutrite da unguenti, colorate da pigmenti e allungate grazie all'arte dell'extension.

D'altra parte quello dello "stylist" del capello è un mestiere decisamente antico: i primi parrucchieri/barbieri sono apparsi

nella Roma del 300 a.C, quella Roma che riteneva che la vita stessa risiedesse tra i capelli essendo questi l'ultima parte del corpo a morire.

Per vedere gemme preziose e oro incastonati in pettinature complesse e arroccate su cartoni che sorreggono capigliature alte fino a 70 centimetri dobbiamo attendere il XIV secolo, così come per la diffusione della parrucca dobbiamo aspettare il XVII, quando Luigi XIII la introduce a corte per nascondere la sua calvizie, terrore degli uomini di ogni tempo perché sintomo di debolezza e perdita di potere, problema da occultare se non risolvere attraverso rimedi di ogni sorta per neutralizzare la pericolosità di una questione di forma capace di influenzare la sostanza.

Nel proteggere la sua immagine di sicuro Luigi XIII era ignaro del fatto che le parrucche avrebbero fatto tendenza "abbellendo" le teste coronate e tutto l'entourage con eccessi al limite dello scomodo. Basti pensare che un secolo dopo la regina Maria Antonietta ne portava una alta quasi un metro e mezzo che la costringeva ad affrontare i viaggi in carrozza inginocchiata!

C'è da dire che fino a quel momento la cura e l'estetica del capello restano appannaggio di una ridotta fetta della società.



La Venere di Willendorf

In ogni tempo a “giocare” con le ciocche era stato il potere, il che accorda ai capelli un posto nell’arsenale di armi e mezzi per comunicare il proprio status.

È la Rivoluzione Francese che con “l’apertura dei cancelli di Versailles” alla borghesia ha democratizzato tanti aspetti della cultura e dei consumi compresa la cura della capigliatura, liberandola da parrucche e schemi in un trend progressivo culminato nel XX secolo. È proprio nel ‘900, infatti, che il modo di pettinarsi ha smesso di essere un elemento di rigorosa distinzione tra classi sociali ed è diventato parte dell’espressione di un sentire collettivo più dinamico e trasversale che, tra bisogno di appartenenza e desiderio di distinzione e rottura, dà costantemente vita ai trend e alle reinterpretazioni individuali.

Le emozioni tra i capelli

Nei secoli, quindi, abbiamo comunicato la nostra identità sia pubblica che privata anche attraverso i capelli, consegnandogli inconsapevolmente persino le nostre emozioni. Sì, perché il modo di pettinarsi ha raccontato in tutti i tempi non solo la moda, le convinzioni, i precetti o le istanze di ribellione, ma anche la **psicologia individuale**. La relazione tra la condizione dei capelli e lo stato emotivo di ciascuno di noi è nota non solo agli specialisti. Se ci pensiamo, quando rivisitiamo il look della testa non è solo l’immagine ad essere più gradevole e in ordine; anche i pensieri sembrano essere più a posto e l’umore positivo. Viceversa, un aspetto trasandato della chioma, come uno stato di cattiva salute del capello, sono spesso la cartina di tornasole di un’interiorità adombrata da insoddisfazione, insicurezza e preoccupazione. Il tutto in un rapporto di reciproca influenza.

Non è raro che in un nuovo taglio di capelli, così



come in un nuovo colore, riponiamo il primo segno tangibile di un cambiamento cercato e voluto nella nostra vita, quasi fosse un promemoria per noi stessi o una forma di incoraggiamento capace di infonderci grinta.

Le scelte di styling possono raccontare o trasmettere involontariamente tratti di personalità e stato d’animo del momento. Cambiamenti rilevanti e frequenti di colore e taglio sono spesso di persone irrequiete e desiderose di attenzioni.

Tenere, invece, la stessa acconciatura negli anni denota per alcuni armonia con se stessi, chiara identità ma anche un po’ di rigidità.

La posizione della riga - laterale o centrale - è un altro elemento che viene collegato a tratti di personalità, dall’amore per l’ordine e per la discrezione di chi la porta volentieri a destra alla testardaggine di chi la predilige centrale.

E ancora, la lettura del nostro non verbale annovera i diversi gesti con cui mettiamo le mani tra i capelli rivelando sentimenti di perplessità, insicurezza o anche messaggi seduttivi.

Come sempre, oltre la curiosità che certi elementi suscitano, il gioco dell’interpretazione non deve cadere nella banalizzazione. Mai isolare gli elementi, le scelte di stile sono spesso strettamente legate a limiti funzionali ed esigenze pratiche.

Capelli belli, ovvero capelli sani

A garantire una “testa perfetta”, però, non basta certo una nuova acconciatura.

In fatto di capelli, il legame stretto tra salute e bellezza si sviluppa in modo positivo a partire da un’alimentazione sana e dall’equilibrio con

“
Il modo di pettinarsi ha raccontato in tutti i tempi non solo la moda, le convinzioni, i precetti o le istanze di ribellione, ma anche la psicologia individuale
”

“
La Beauty Coach è la nuova figura professionale che abbiamo creato secondo un metodo esclusivo che, forte della nostra esperienza nella cosmesi in Farmacia, unisce le più avanzate tecniche internazionali di consulenza di immagine e il coaching

”



se stessi e con il mondo esterno.

Cambi di stagione, agenti esterni, stirature e decolorazioni sono motivi diffusi di fragilità e diradamento. A questi si aggiungono fattori ormonali, genetici, psichici come il forte stress, debolezza fisica e malnutrizione, responsabili dei danni maggiori.

Temporanei o cronici che siano, questi problemi sollecitano l'attenzione di tutti, rendendoci particolarmente ricettivi verso le novità proposte dal mercato e il consiglio competente, come quello offerto in Farmacia.

Partendo da un'analisi strumentale, il colloquio dell'esperta non può quindi trascurare gli aspetti legati a stile di vita, benessere globale, dimensione emotiva, sempre nel rispetto della sensibilità e del tempo a disposizione della cliente.

Integratori, detersione mirata e trattamenti speciali, prodotti adeguati per lo styling, tinte sicure e scelte in funzione delle caratteristiche cromatiche fino alle dritte di stile, sono gli step di un approccio globale che non trascura alcuna dimensione del nostro rapporto con i capelli e che fa sentire la cliente accudita, guidata, più bella.

Un approccio che restituisce grandi risultati nell'immediato e nella relazione di fiducia nel

tempo. Così nuove competenze arricchiscono la professionalità di chi da addetta alla cosmesi diventa Beauty Coach, la nuova figura professionale che abbiamo creato secondo un metodo esclusivo che, forte dell'esperienza maturata come *We! Wellness* nella cosmesi in Farmacia, ha unito le più avanzate tecniche internazionali di consulenza di immagine e il coaching.

Per la cliente la Beauty Coach è infatti una vera e propria "guida" allo sviluppo e al mantenimento di una bellezza armonica e gratificante; per la farmacia si traduce nell'offerta di un servizio esclusivo e nell'ottimizzazione delle dinamiche di cross-selling.

Stile e tendenze

Come ad ogni cambio di stagione le clienti arrivano in reparto con esigenze di benessere e desideri di stile, ispirate dai buoni propositi e dalle mode.

I guru dell'Hair Styling dettano le regole con nuove acconciature o revival di grande successo in linea con il mood e la moda del momento.

Le tendenze sono certo un'intrigante tentazione, ma non bisogna dimenticare che se la moda

può ispirare, le scelte di stile devono essere fatte con buon senso e, meglio, con professionalità.

Per essere aggiornate e ispirare nuovi look, ecco alcune proposte trendy per l'inverno 2016. Ad essere protagonisti sono i tagli medi con particolare riferimento al **Long Bob**, caschetto lungo fino alle spalle o appena oltre, che quest'anno non ama lo stile troppo pettinato e gradisce invece il tocco glamour delle onde, con preferenza per un effetto naturale. Un taglio amico non solo dell'ovale perfetto, ma anche di lineamenti più squadri e irregolari in particolare in questa versione leggermente ondulata che aiuta ad ammorbidire tratti troppo marcati e crea volume dove serve.

Tra le acconciature raccolte adatte a questa lunghezza è di moda l'**Half Bun**, chignon che raccoglie solo i ciuffi della parte superiore del capo. Ottima soluzione se si vuole creare un

Se per valorizzare la propria femminilità, invece, non si rinuncia alla lunghezza, il diktat del 2016 è **capelli lunghissimi**, scelta permessa a chi nel capello sano e luminoso ha uno dei punti di forza della propria bellezza, purché resi dinamici da scalature delicate e naturali dall'effetto **wild**. La raccomandazione per i visi lunghi è: evitare la riga centrale per non accentuare la verticalità del volto.

Opzione per occasioni speciali, o semplicemente per variare look, sono le **acconciature raccolte: giochi di trecce** tenute insieme da forcine e **fermagli gioiello**, accessorio *must have* del 2016. **Frange e ciuffi** sono i benvenuti. Anche in questo caso da scegliere con attenzione a seconda della morfologia del viso e dell'effetto armonizzante.

Parlando di colore, chi vuole seguire le tendenze può valutare il **Bronde**, mix tra un tono di biondo e uno di castano assolutamente da selezionare



effetto "allungamento del viso" giocando sui volumi sopra la testa; da valutare con attenzione se si ha bisogno invece di accorciarlo, come il viso rettangolare e oblungho. Per chi si riconosce nei tagli corti, con il **PixieCut** ancora in cima alla lista le proposte diventano più audaci attraverso scalature decise al limite del rasato. Sbarazzino o più aggressivo, incornicia bene un viso ovale o tondo.

È bene ricordare che si tratta di un taglio mascolino e che portato su mascelle importanti tende a enfatizzare la durezza dei tratti e a richiamare un look androgino, elemento che tuttavia può corrispondere a una scelta di stile personale.

in base al proprio colore naturale di occhi, capelli e carnagione.

Le più audaci, invece, non resisteranno al fascino del **Granny Style**, particolare gradazione di grigio-argento impreziosita da riflessi cangianti che spaziano dai toni dell'azzurro, al rosa e al violetto.

Da consigliare agli incarnati freddi. Un look up-to-date è quanto le riviste patinate possono ispirare, ma ricordiamo sempre che la bellezza autentica e lo stile passano dal consiglio "su misura", vero antidoto e rimedio agli errori generati da disinformazione o emulazione.

Sarah Cossu
Managing Director We! Wellness



**WE WELLNESS
BY WE PROJECT Srl**
Via Wildt, 19/3
20131 Milano
Tel 02.89456312
Fax 02.99985681
info@we-wellness.com
info@imageconsultinglab.it
we-wellness.com
www.imageconsultinglab.it