



IL PIACERE DELLA TEXTURE

Mousse, soufflè, polveri...

**Effetto vellutato, crepitante, caldo o freddo.
Le protagoniste dei cosmetici sono le texture:
innovative, piacevoli al tatto e all'olfatto.
Consistenze confortevoli e gourmand ad alte
performance che scivolano, si fondono,
accarezzano...**

Per un'immediata sensazione di benessere.



ANYA COSMETIQUES s.r.l. • Via Case Basse, 11 • 27017 Pieve Porto Morone • Pavia • Italia

Cap. Soc. € 100.000 i.v. • C.F. - P.IVA e RI 01590360184 • REA Pavia 195796

Phone: 0039.0382.788315 - 0039.0382.718033 • Fax 0039.0382.719322 • E-mail bien@anya.it • Internet site: www.anya.it



Sono mondi così lontani anima e corpo? No: l'uomo possiede degli organi senso che gli consentono di rispondere a stimoli esterni con modifiche di natura fisiologica, psichica, comportamentale o verbale, in una continua interazione tra "interno" ed "esterno", in una relazione strettissima tra corpo e mente, al punto che non è più possibile parlare di interventi sull'uno senza effetti sull'altro.

Alle percezioni di base si fondono quelle accessorie in un nuovissimo mix che solletica istinto e capricci femminili, localizzando le connessioni nervose fra percezione e mente. Le scoperte scientifiche parlano chiaro al riguardo. Esistono vie anatomiche che uniscono il cervello agli organi periferici e che in questo modo esiste una vera "autostrada" che collega corpo e mente.

CONTACT FIT

In un mondo dominato da sistemi di comunicazione sempre più incorporei e virtuali riemerge con prepotenza il senso del tatto. La vera novità è la ricerca del comfortable touch, un contatto capace di trasmettere emozioni, di ridurre lo stress e di rasserenare, che si può trovare anche in un semplice abbraccio. Non a caso si è diffusa in tutto il mondo la campagna FREE HUGS, ideata dall'australiano Juon Mau: squadre di volontari dislocate nelle piazze delle principali città, si offrono di abbracciare i passanti.

Lasciamoci andare al contatto, nel linguaggio dei sensi meglio noto come tatto. La tecnologia di oggi è tutta all'insegna del touch, dagli mp3 agli ultimi telefonini fashionisti (iPOD), ma il suo territorio naturale è quello della bellezza. Dopo l'overdose di "vista" (siamo nel mondo dell'apparenza) ci siamo messi all'ascolto di tutto grazie ai movimenti di musicoterapica, inspiratio-respiratio con l'aromaterapia che ha assediato tutti i nostri recettori sensoriali nelle spa del mondo, mentre il gusto va da sé, è sempre stato protagonista. Ora è tempo di lasciare la scena al senso meno "visibile" ma più potente, il primo che troviamo appena svegli, l'ultimo che se ne va al momento del sonno.

I MISTERI DEL TATTO

Un semplice sfioramento innesca una catena di reazioni scientificamente misurabili. "Attraverso le fibre nervose, i recettori presenti sulla superficie cutanea trasmettono la sensazione tattile prima al midollo spinale, poi al cervello che decodifica gli stimoli ricevuti e li traduce in processi biochimici.

Se poi il contatto è calibrato, la connessione pelle-cervello incentiva la sintesi di endorfine, che hanno effetti di piacere e rilassanti e di alfa MSH, molecole dell'azione antinfiammatoria.





La sublimazione del tocco di quei 500 recettori per centimetro quadrato che abbiamo sulla pelle, potenzia le altre esperienze sensoriali. Non è dunque un caso che i francesi, quando si innamorano, dicono “Je t’ai dans la peau” (e così cantava Edith Piaf): a significare un sentimento che si insinua nella cute, prima ancora che nel cuore. E’ un fatto, d’altronde, che la pelle ed il sistema nervoso abbiano origine dallo stesso foglietto embrionale. La loro correlazione è quanto di più interessante si stia studiando negli ultimi anni, anche da un punto di vista cosmetologico. Il contatto, che resta un senso quasi isolato, in realtà potenzia le altre esperienze sensoriali. La tendenza è quindi inventare un touch che dia una sensazione immediata e coincida con l’aspettativa della performance, come un messaggio considerato alla stregua di un principio attivo. E’ ormai necessario coniare nuovi termini per riuscire a descrivere la consistenza delle ultime formule.





*“Una delle grandi gioie del mondo è la bellezza.
Cercala e riconosciila dov'è
Cercala ed esaltala dove non c'è
Se ti sarà compagna solo così sarai sempre felice”*

Nefertiti

Sono mondi così lontani anima e corpo? No: l'uomo possiede degli organi senso che gli consentono di rispondere a stimoli esterni con modifiche di natura fisiologica, psichica, comportamentale o verbale, in una continua interazione tra “interno” ed “esterno”, in una relazione strettissima tra corpo e mente, al punto che non è più possibile parlare di interventi sull'uno senza effetti sull'altro.

Alle percezioni di base si fondono quelle accessorie in un nuovissimo mix che solletica istinto e capricci femminili, localizzando le connessioni nervose fra percezione e mente. Le scoperte scientifiche parlano chiaro al riguardo. Esistono vie anatomiche che uniscono il cervello agli organi periferici e che in questo modo esiste una vera “autostrada” che collega corpo e mente.

BELLI IN MEZZO AGLI ALTRI

Il cosmetico applicato sulla cute agisce su quello che è il limite tra l'io e l'altro, nella barriera che condiziona le relazioni del singolo con l'ambiente e quindi in quella zona dell'io che assume un rilevante significato sociale. Assicura quindi un valore aggiunto a tutto quello che viene fatto perifericamente.

Certe persone truccandosi possono acquistare maggiore fiducia in sé stesse ed avere un comportamento più positivo. Aspetto fisico -o meglio variazioni dell'aspetto fisico- ed autostima sono strettamente legate tra loro e quindi migliorano la percezione dell'io, giungendo ad agire sulla personalità. Dall' applicazione locale si arriva alla self perception che passa attraverso i sensi, assicurando un surplus di sicurezza e piacere di sé.

Incluso il sesto senso, cioè quella notevole capacità d'intuito che è una fortuna riconoscere ed ascoltare e che risiede nell'ippocampo, al centro del cervello, che è il crocevia di sensazioni, emozioni e memoria.





STIMOLI CEREBRALI

Ci avviciniamo ad un quadro “guardandolo”, ad un profumo “annusandolo”, ad una musica “ascoltandola”, ad un materiale “toccandolo”, ad un cibo “gustandolo”. Usiamo, intellettualmente, un senso alla volta mentre in tutte le azioni citate potrebbero essere coinvolti altri sensi.

La capacità di “sentire” messaggi di stimolazione e di piacere e assimilare “nuove sensazioni” con l’utilizzo dei nostri sensi deve essere la risposta del mondo della bellezza con prodotti per il benessere totale della mente e del corpo.

Certi studi hanno consentito di osservare l’attività cerebrale durante l’applicazione di cosmetici sulla pelle. Comprendono misurazioni degli effetti sul sistema nervoso centrale, come cambiamenti nella composizione dei fluidi corporei, tipo saliva. Nuove tecniche elettrodermiche ed elettrotermiche misurano le risposte del sistema nervoso autonomo, quello che presiede alle reazioni involontarie nel nostro organismo agli stimoli. Sulla relazione tra le sensazioni di piacere e benessere e la stimolazione immunologica sono stati pubblicati dati scientifici.

Ciò può essere spiegato tramite un meccanismo in cui il benessere psicologico (ovvero, al negativo, la condizione di stress) genera dei segnali attivando alcune aree cerebrali che controllano le risposte del sistema nervoso autonomo e la secrezione endocrina. Di lì, poi, derivano gli effetti sul sistema immunitario.

Si parla quindi d’interazione completa dei sistemi neuro-immuno-cutaneo-endocrino. In un famoso esperimento, dopo aver sottoposto a stress dei volontari umani, furono misurati i parametri di molti sistemi fisiologici: l’influenza negativa dell’affanno sulla pelle risultò chiara. L’applicazione di cosmetici e l’inalazione d’odori gradevoli, al contrario, modificò il livello di glucocorticoidi, ed influenzò il manifestarsi di alcuni particolari tipi di cellule immunitarie della pelle, promuovendo effetti benefici.





UNA FESTA PER I SENSI

Un'opera colossale della letteratura occidentale tutta incentrata sulla memoria come la famosa Recherche ("Alla ricerca del tempo perduto" di Marcel Proust) è nata grazie ai ricordi stimolati da un dolce –una madeleine- imbevuto nel tè di tiglio. Per il filosofo Platone, gusto ed odorato non sono soltanto fonte di gioia ma anche di bellezza. La poetica cinese declama che "la musica ha lo stesso ritmo del gusto", come la teoria indiana indica "il profumo secondo la cadenza dei sentimenti". Ma anche l'occidente su questo concorda. Nel processo alchemico chiamato cosmetica la somma degli ingredienti diventa un originale, un messaggio di sensazioni, di stimolazioni e di piacere per noi stessi e verso gli altri, insomma un inno all'amore. Quell'amore, fisico e psichico in cui sono intriganti complici.

ESTESIA

Perché il corpo è pura estesia (dalla radice di estetica ed opposto ad anestesia) non si limita ad una percezione cognitiva: ogni percezione ci dice se qualcosa ci piace o ci dispiace, è attrattiva o repulsiva. Quindi uscire dalla ristrettezza del quotidiano per assumere un corpo ed una dimensione differente, aiuta a vivere. Ogni prodotto cosmetico deve contenere gli ingredienti per vedere il mondo ed il proprio mondo interno come più adeguati e più colorati. Quindi bisogna lavorare per ridare smalto e comprimarietà ai nostri sensi più antichi, porte d'accesso alle emozioni, chiavi interpretative di una più matura percezione. La strada è tracciata ed il contesto storico e culturale appare propizio alla rivalutazione di tutti i sensi ed alla valorizzazione della loro simultaneità.

Dentro questa "nuova pelle" si è pronti per sognare, per immaginarsi in una storia diversa da quella che ha affaticato, più serena rispetto alle preoccupazioni pesanti del vivere. E' lo spazio della metamorfosi e la metamorfosi parte sempre dal corpo. E i cosmetici devono rappresentare l'incipit del rito di trasformazione.

E' straordinario potersi togliere la patina triste e rivestirsi di nuovo, guardarsi allo specchio e vedersi cambiati. Come nelle favole. Il sogno corale che deve partire dalla ricerca di nuovi materiali, i materiali del sogno, alla composizione di prodotti che fanno sognare, incartati dentro una carta argentata e piena di stelle. Di buone stelle.

"Il sogno è l'infinita ombra del vero"

Giovanni Pascoli





Hai 24 ore Per attuare il tuo piano. Vista, gusto, tatto, udito e olfatto: i tuoi compagni nel gioco della seduzione.

Nel gioco della seduzione sai bene che i 5 sensi hanno tutti un loro ruolo.
Ecco alcuni utili consigli per fare sempre colpo...
o almeno per evitare di farti "colpire" da un bel 2 di picche.

Prendila per la gola, non per il naso.

Dove la porti a mangiare al primo appuntamento? pizza, sushi o messicano? Se lei è una ragazza semplice punta sulla pizza. Fa figo ma non impegna. Non scegliere quella con le cipolle, il tuo alito potrebbe ribellarsi. Appartiene al popolo delle sofisticate? Portala al giapponese, ti costerà un po', ma del resto se ci provi con una così devi metterlo in conto. Donna focosa? Scegli il messicano, la cucina piccante non può che aumentarle i bollori. Basta solo stare attenti ai movimenti intestinali che le salsine potrebbero scatenare.

Il profumo della conquista.

L'olfatto è il senso che più degli altri ti segue nella conquista. Non puoi permetterti di uscire di casa e di sentire la necessità di ripassarti il deodorante perché nel vederla le tue ghiandole sudoripare si sono imbizzarrite. Cerca un prodotto che sia efficace per lungo tempo, l'ideale sarebbe per 24 ore. Questo perché non è detto che stanotte tornerete a casa. E poi il profumo: evita di sceglierne uno che fa a pugni con il deodorante. Se possibile usane uno che abbia la stessa fragranza. Eviterei cocktail poco gradevoli. La scia che lasci è fondamentale. Cerca di lasciarla più efficace possibile.

Anche l'occhio vuole la sua parte.

Evita il calzino bianco e possibilmente tutte le calze che non raggiungono il ginocchio. Accavallando le gambe potresti mostrare un pezzo di polpaccio peloso, molto poco sexy. Non mettere magliette troppo attillate se non te le puoi permettere. E per rimanere in tema evita le righe verticali, che sai allargano. Preferisci quelle orizzontali se righe devono essere, e ricorda sempre che il nero smagrisce.

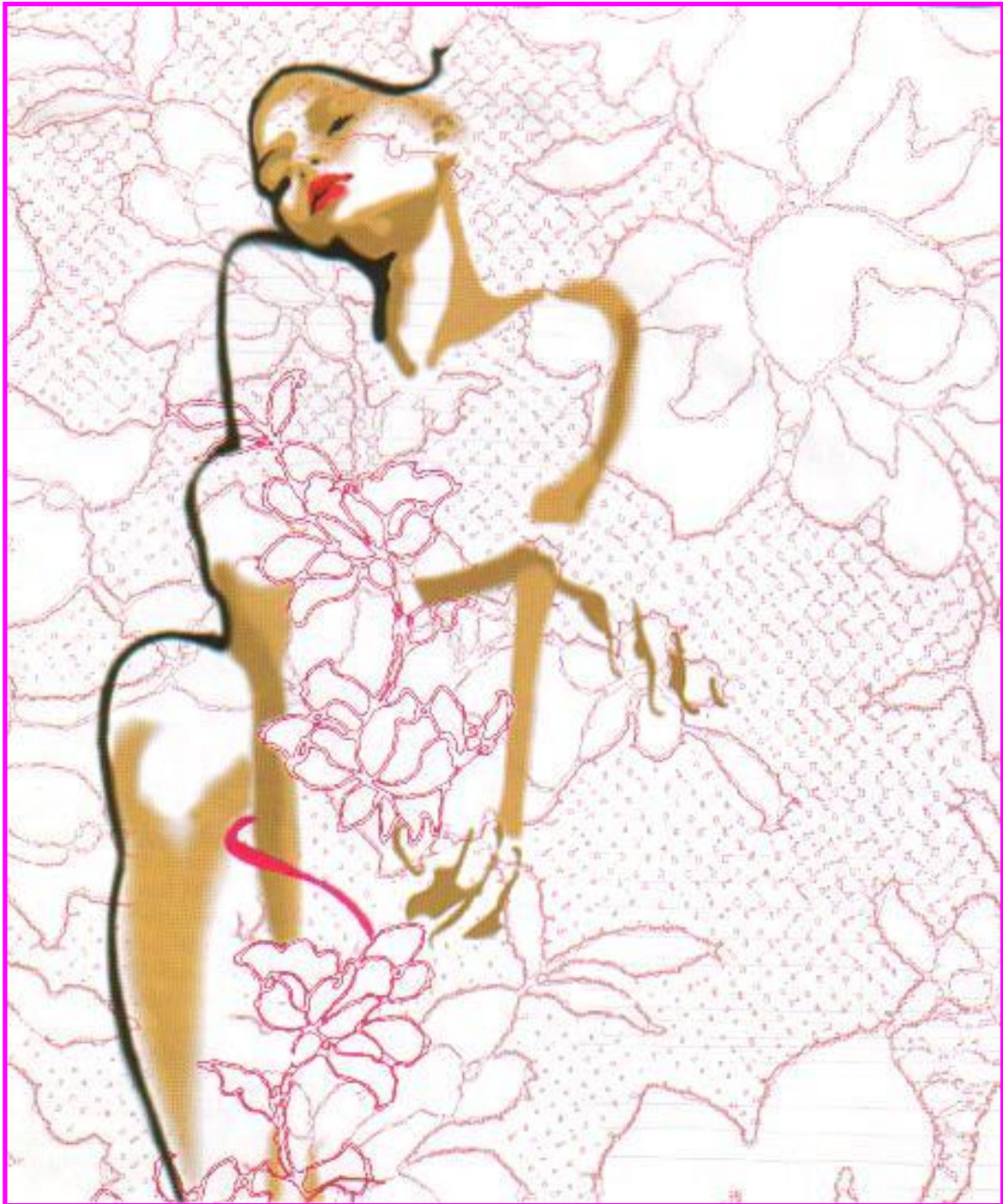
Apri bene le orecchie.

Importantissimo è certamente l'approccio. Cosa le dite per presentarvi? "Vorrei sapere due cose, la prima è il tuo nome, la seconda, vuoi essere la madre dei miei figli?". Esagerato, ma se lei è spiritosa potreste fare centro. Ma la vera differenza la fa la musica che sceglierai di mettere in macchina o a casa al primo appuntamento. Attenzione che un cd sbagliato potrebbe rovinarti la vita, sarai sempre quello dei "POOH" anche dopo aver giurato tutta la sera che quel disco è di tua madre.

Stabilisci un con...tatto.

Sai bene che esiste un linguaggio del corpo. Se mentre ti parla lei si tocca frequentemente i capelli o addirittura i lobi delle orecchie si sta rendendo disponibile, quasi a tutto. E se sfiorandola con la mano le togli con delicatezza una ciglia dal viso o una briciola dall'angolo della bocca non ti potrà resistere. In fondo sono tutte esercitazioni che preludono al vero momento del contatto.





Seduction



ANYA COSMETIQUES s.r.l. • Via Case Basse, 11 • 27017 Pieve Porto Morone • Pavia • Italia

Cap. Soc. € 100.000 i.v. • C.F. - P.IVA e RI 01590360184 • REA Pavia 195796

Phone: 0039.0382.788315 - 0039.0382.718033 • Fax 0039.0382.719322 • E-mail bien@anya.it • Internet site: www.anya.it



“Esplorare il desiderio sessuale attraverso siti di bellezza, fragranze, texture e make-up è l'ultimo obiettivo dei laboratori di ricerca cosmetica mondiale” affermano i trendsetter dell'Imagen Matthews.

Cosmetici come nuovi afrodisiaci. E, più delle ostriche e del peperoncino, diventano feticci per attrarre l'altro sesso.

L'aveva già intuito Marylin Monroe confidando al mondo di indossare a letto soltanto Chanel n. 5 e saranno sempre più numerosi i cosmetici ad alto tasso seduttivo, in grado di vestire le donne e renderle irresistibili. Un erotismo elegante, sofisticato, pieno di ironia e sensualità. La tendenza non è ancora stata etichettata, forse perché il desiderio è arrivato a passo felpato, si è installato progressivamente ed ha obbligato la cosmetica verso nuovi orizzonti finora giudicati troppo osè. Creme voluttuose, profumi intensi, maquillage scintillante e camaleontico, magari da applicare con sensualissimi pennelli. Nuove texture all'insegna di una sensualità afrodisiaca. Ci si mette in scena, ma con un'idea di gioco, di ricerca di sensazioni inedite. L'ingrediente chiave è l'ironia. L'elemento ludico ne è la componente fondamentale. Nulla di volgare anzi piuttosto, i prodotti flirtano con un erotismo politically correct e molto estetizzante. Ma anche senza più tabù. Durante buona parte del ventesimo secolo la cosmesi ha puntato solo ad abbellire l'aspetto. Dagli anni 90 l'apparire ha ceduto il passo al “sentire” cosmetico. Un mood che esplora campi meno tangibili, esaltando i sensi. Ora ci aspettiamo formule dalle proprietà supplementari che nutrono sì la pelle, ma anche lo spirito. Dal “funzionale” si passa all'esplicitamente “sessuale” perché l'eros è la chiave moderna al desiderio di evasione delle donne del ventunesimo secolo. Un'era che assilla le donne con infinite richieste sociali, affettive, intellettive e lavorative, alle quali non sanno dire di no perché impegnate a dimostrare di essere brave ed efficienti in tutto. C'è quindi voglia di andare in profondità, quasi sotto la pelle, di penetrare nell'universo più intimo dell'individuo, di prendersi una pausa, un momento prezioso e salutare.

UN FLIRT CORPO-MENTE

Ma come avviene? Con formule, ingredienti, texture e fragranze in grado di far esplorare nuove emozioni, piacere, più piacere, niente altro che piacere. Ispirati al gioco della seduzione da boudoir. Come dire: dopo la liberazione sessuale, il calo del desiderio e l'approccio virtuale ci penseranno i cosmetici a farci riconnettere con le pulsioni più primordiali.

Candele profumate da sciogliere sul corpo per massaggi afrodisiaci, oli essenziali di “pronto soccorso” antidepressione, emulsioni aromatizzate e calmanti alla pari dell'endorfina, creme effetto yoga per rendere la pelle elastica e la mente libera. Stick per labbra che scatenano nuove emozioni, matite per disegnare sul corpo a mano libera e liberare la fantasia, cubetti di ghiaccio idratanti per sensazioni inedite.

E' l'emo-cosmetica. Oggi i prodotti più innovativi hanno una relazione con le neuroscienze e la psicologia. Puntano quindi a nutrire il desiderio di combattere lo stress ricalcando gli stessi meccanismi fisiologici innescati, a livello neurologico, dalle molecole del nostro organismo che comandano l'umore per farci ritrovare serenità e riequilibrare i chakra.





EMOZIONI SULLA PELLE

Il focus è sulla pelle, dunque, il territorio di conquista più esteso, visibile, sensibile. “Vedere accende la voglia di toccare”. “Fin dalla preistoria l’uomo ha sviluppato il senso della vista, per raccogliere informazioni sul mondo che lo circondava, per cacciare la preda e catturarla. Così, oggi, guardare una donna-geisha che è lì per lui, si sveste, si mostra senza alcuna protezione o finzione, scatena il suo immaginario erotico”. E’ la giusta ricompensa per il guerriero che ha combattuto le sue battaglie quotidiane: in ufficio, nel traffico, in palestra. I luxury brands raccolgono la sfida e studiano soins che avvolgono la pelle in un caldo abbraccio, la circondano di profumazioni che stimolano l’eros, la preparano al contatto. Agent Provocateur, marchio inglese di lingerie famoso world wide per aver dato una scossa alla tipica discrezione britannica, propone Ménage à trois Massage Oil, tre mini elisir alla rosa, ylang ylang e tuberosa, e la crema Body Glamour che promette di lasciare la pelle sensuously soft e misteriosamente glowing. Non è da meno il sexy boudoir di New York Kiki de Montparnasse che tenta le beauty addicts con la sua Body Crème. Le istruzioni per l’uso suonano come un invito: “Spogliatevi e spalmate la crema sulla pelle con il piacere dell’attesa che solo le mani di due amanti possono risvegliare”. Regala un corpo liscio come seta Allure Sensuelle Crème pour le Corps di Chanel, a base di essenze di bacca rosa, vaniglia, gelsomino e iris, e rilassa la pelle e risveglia i sensi la soffice texture di Belle de Jour KenzoKi.

SEXY PROFUMAZIONI

Le visioni di due mani che si spogliano, il tocco leggero dell’amante, un bouquet protagonista nel gioco della seduzione. La parola chiave per creare soins ed elisir ad alto tasso erotico è aromaterapia. Una scienza che promette di curare l’inquietudine accompagnando corpo e mente verso ciò che dà piacere e soddisfazione. “Sedurre significa attrarre a sé. E che cosa meglio di un profumo può farlo?” “L’olfatto, molto sviluppato negli animali e poco negli esseri umani, ha una particolarità che lo distingue dagli altri sensi: va subito al cervello. Arriva a quelle aree cerebrali che archiviano le emozioni, ecco perché innesca all’istante reazioni più o meno piacevoli legate all’inconscio. L’evoluzione ha sfruttato questa capacità con i feromoni, sostanze invisibili prodotte dal corpo che inviano tanti messaggi, non ultimo quello di “disponibilità sessuale”.

Una nuovissima ricerca dell’Università di Calgary rilancia e scopre che i feromoni dei maschi alfa stimolano la nascita di nuovi neuroni nel cervello femminile rendendolo più attivo e veloce (per ora la sperimentazione si è fermata ai topi, domani chissà). Le griffes cosmetiche sfruttano la scienza nella ricerca di nuove profumazioni e studiano bouquets capaci di stregare (ogni anno i ricercatori della Givaudan di Ginevra mettono a punto almeno duemila nuove molecole). Coco de Mer scommette su Molecule Perfume 1, un’essenza pheromone-based che ha già conquistato Elton John, Kate Moss. Aveda punta su Love Pure-Fume Absolute, un piccolo roll on con cui accarezzare collo, polsi e décolleté per attirare gli sguardi, e non solo, maschili. E che dire del battage pubblicitario per Midnight Poison di Dior? In scena una Cenerentola seducente, Eva Green, che con la sapiente regia di Wong Kar-Wai lascia intuire l’alto potenziale erotico di un’essenza a base di rosa nera e patchouli ambrato.





A MAN MEETS A WOMAN

Il fascino di una donna è nascosto fra i messaggi che il suo corpo comunica. Se si piace davvero, comprese le inevitabili imperfezioni, rimanda un segnale positivo, una vibrazione capace di attrarre. Per sedurre è importante sentirsi a proprio agio anche in corsetto di pizzo che sottolinea le forme o su stiletto da 12 cm. Altrimenti l'incoerenza fra immagine di sé ed immagine comunicata agli altri si farà sentire, guastando l'atmosfera. E' una difficile alchimia, certo. Gli elementi devono trovare il giusto equilibrio. Lo scultore padrone della pietra realizza un'opera più espressiva. Il violinista che conosce a fondo le possibilità di corde ed archetto suona meglio. Così una donna consapevole del proprio corpo ne fa uno strumento al servizio del piacere. E' la possibilità di vedere il proprio corpo desiderato, guardarlo attraverso gli occhi di chi lo ama. Ed amarlo allo stesso modo. Anzi forse di più, con un comune denominatore: il piacere, che ci incanta ed, alla fine, ci seduce. Effetti collaterali: nessuno. E il buonumore, si sa, è contagioso.

