

IL TRUCCO NON SI VEDE MA SI VENDE SEMPRE PIÙ

Con la micropigmentazione una «self-made-woman» cinquantenne ha trasformato una tecnica in minibusiness: si chiama Backstage. E da Milano sta crescendo in tutta Italia.

di Paola Cavallero

■ L'arte d'inventarsi un lavoro, di crederci e di trasformarlo in successo imprenditoriale. «Senza improvvisarsi, però» puntualizza Brigida Stomaci, 50 anni, professione: «pigmentatrice». Ovvero: come micropigmentare la cute e vivere felici. Come trasformare in business imprenditoriale quello che in estetica si chiama «trucco permanente». «La crisi? Per me non esiste! Nel 2008 ho lavorato più di prima. Ho dovuto ampliare per la terza volta la mia azienda e cercare 3 consociate».

mette in proprio del tutto, convinta che il trucco permanente è un affare che resterà nel tempo, per lei e per i suoi clienti. La sede s'ingrandisce mattone su mattone. Tutto ciò che fa, con tanto impegno «e grazie a mio marito Silvano, ingegnere, che mi ha aiutato a restare coi piedi per terra» ricorda l'ex phonista «è bello, piace, il passaparola delle clienti soddisfatte è la pietra angolare dell'espansione».

Oggi Backstage ha un carnet con oltre 4 mila clienti (4.236, per l'esattezza, con un incremento di quasi il 9% sul 2007): sono attrici, politici e consorti, imprenditori e le loro mogli, banchieri, finanziari, professionisti... Non solo nella Milano che conta, ma in tutt'Italia. Donne e uomini hanno raggiunto la parità nel chiedere il trucco per il proprio aspetto. «Ma negli ultimi anni è cresciuta in proporzione di più la domanda degli uomini» aggiunge Brigida.

Il lavoro comincia con un'anamnesi su allergie, malattie, caratteristiche della pelle, tasso di melanina (che contribuisce a fissare i pigmenti). I dati finiscono in una cartella di quattro pagine, protetti dalla privacy. Poi inizia la parte creativa. Come il pittore che traccia le coordinate cartesiane per centrare il ritratto sulla tela, Brigida studia il viso e disegna con un sottile tratto di matita le correzioni. Se il cliente approva, il disegno serve da base per inserire al suo interno i micropigmenti di colore in gradazione con quello naturale. Valorizzare un volto è un raffinato gioco di chiaroscuri. Insomma: il trucco c'è, ma non si vede. Brigida Stomaci dichiara con orgoglio i propri 50 anni, sicura di non dimostrarli. Ammette: «Ho corretto tutto: sopracciglia, lo sguardo con la riga che sottolinea le ciglia, contorno e colorito delle labbra». Prima cliente di se stessa! Naturale che non senta la crisi... E



SQUADRA SORRIDENTE Brigida Stomaci al centro della sua squadra di operatori della sua Backstage.

La sua storia inizia 32 anni fa quando, ragazza di provincia, sale dal Sud a Milano. Valigia da emigrante, stazione Centrale, indirizzo del coiffeur della sorella: phonista, niente di più, ma almeno indipendente. Oggi è titolare di una società, **Backstage**, che occupa 200 metri quadrati in un palazzo del centro di Milano, con tanto di ingresso videosorvegliato.

I suoi sono tatuaggi di lusso. Il miracolo di non perdere l'ombra giusta sulla palpebra o il disegno delle labbra nemmeno al mare, o sotto la doccia, o appena sveglie al mattino. L'esordio da imprenditrice di se stessa avviene in uno spazio di due metri per tre nel salone di Rubertelli, la grande tradizione nell'estetica a Milano. Dopodiché il grafico s'impenna: Brigida si