



CHE BELLEZZA  
LAURA LAURENZI

# La guerra (persa) ai buchi rosa

BOOM DI VENDITE PER IL LIBRO SULLA CELLULITE DI CRISTINA FOGAZZI, NOTA COME **L'ESTETISTA CINICA**: INSEGNA A NON CREDERE AI MIRACOLI

**B**ASTA con le bugie. Paga la franchezza: trionfa l'estetista che alla domanda qual è il miglior rimedio alla cellulite risponde senza tante cerimonie: il photo-shop. Si riaffaccia alla ribalta Cristina Fogazzi, famosa come "**l'estetista cinica**", imprenditrice beauty che insegna alle sue clienti a non credere nei miracoli. La notizia è che la sua *Guida cinica alla cellulite*, ristampata dopo quattro anni con numerosi nuovi contenuti inediti, è balzata al primo posto degli Oscar Mondadori più venduti in Italia. «La cellulite è una malattia. La cellulite non è una malattia. La cellulite viene perché prendi la pillola. La cellulite viene perché sei dell'Acquario con ascendente Vergine. La cellulite non viene agli uomini ma a mio cugino sì. Tutte hanno la cellulite. Potrei continuare all'infinito a elencarvi le sciocchezze che ho sentito dire in tanti anni di luminosa carriera» scrive l'autrice, sottolineando come «tante purtroppo sono ancora le leggende metropolitane che circolano indisturbate tra le donne».



Cristina Fogazzi. Dai **consigli** smagati è passata alla (proficua) vendita di prodotti

Meno male che è arrivata lei a illuminarci e a ristabilire la verità: «Ho deciso di scrivere un libro che spiegasse davvero tutto quello che c'è da sapere sulla cellulite e desse alle donne gli strumenti per muoversi in un mondo farcito di slogan accattivanti. Perché noi donne siamo più propense a credere ai miracoli antigrasso che al principe azzurro. Per questo è nata **l'estetista cinica**, un mix di ironia e consapevolezza per dare alle cose (e alle cosce) il giusto peso».

Il boom editoriale di questo manuale è un'ulteriore conferma che la formula complessiva – se cinica – funziona. È la storia di un successo all'americana che ha visto una semplice estetista, per giunta disoccupata, creare dal nulla un modello di impresa da oltre 28 milioni di euro. A questa cifra vanno aggiunti i quasi dieci milioni fatturati esclusivamente nei due lunghi mesi di lockdown durante i quali le followers sono raddoppiate, sfiorando quota 600 mila. Non c'è dubbio: un po' di sano cinismo non può far male. Anzi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

