



Tämän jutun kuvissa loistaa malli Indira, 54. Meikkitaiteilija Raili Hulkkonen, 74, teki hänelle kolme upeaa aikuisen naisen meikkiä. Katso vinkit seuraavilta sivuilta.

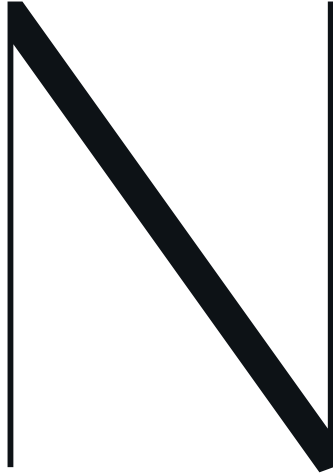
*Nauti,
sillä nyt on*

IIHANNA

IKÄÄ

*Hyvästi anti aging,
tervetuloa pro aging! Myönteinen
suhtautuminen ikääntymiseen
vähentää ulkonäköpaineita,
tuo lisää elinvuosia ja
muuttaa koko yhteiskuntaa.*

teksti HANNA PESONEN
kuvat JOHANNA MYLLYMÄKI



äyttelijät **Jane Fonda** ja **Catherine Deneuve**, mallit **Nicola Griffin**, **Cindy Joseph**, **Yazemeenah Rossi** ja **Daphne Selfe**. Kosmetiikka- ja muotimainoksissa näkee nyt aiempaa iäkkäämpiä naisia. Uusin nimi listalla on suomalainen tv-juontaja ja ravintoloitsija **Sikke Sumari**, 69, joka on L'Oréal Parisin Age Perfect -ihonhoitolinjan keulakuva.

Maailmalla puhutaan ilmiöstä *pro age* tai *pro aging*. Muita nimityksiä trendille ovat *well aging*, *smart aging* ja *happy aging*. Termien ytimessä on hyväksyvämpi ja lempeämpi asenne ikääntymiseen. Jos hyvin käy, yleinen kauneusihanne hivuttautuu pikkuhiljaa kauemmas ikuisen nuoruuden tavoittelusta.

Siinä missä anti aging -buumi on vuosikymmeniä tavoitellut iholle sileää pintaa järeinkin keinoin, pro aging ei yritä estää luonnollista prosessia vaan pyrkii ihon kauniiseen ikääntymiseen. Se ei tarkoita ihonhoidon hylkäämistä vaan pehmeämpiä hoitokeinoja ja aiempaa armollisempaa suhtautumista ikääntyvään ihoon.

Ilmiössä ei kuitenkaan ole kyse vain ulkonäöstä. Ihmiset elävät yhä pidempään eivätkä enää suostu olemaan näkymättömiä ja hiljaisia yhteiskunnan jäseniä vain ikänsä vuoksi.

Harvardin ja Yalen yliopiston tutkimusten mukaan myönteinen suhtautuminen omaan ikään voi tuoda jopa 7,5 elinvuotta lisää. Mekanismi on lopulta yksinkertainen: kun arvostaa itseään, haluaa pitää itsestään parempaa huolta. Silloin omaksuu terveellisiä elintapoja.

Ryhmä, jolla on rahaa ja aikaa

Pro agingin puolesta puhuvat nyt myös kosmetiikkafirmat, joille *anti aging* on ollut jättimäinen tulonlähde vuosikymmeniä. Kosmetiikkaa markkinoitiin kuitenkin

pitkään korkeintaan viisikymppisille, mutta nyt omat tuotesarjansa ovat saaneet myös yli kuusikymppiset. Ikäryhmä on kasvava kuluttajajoukko, jonka potentiaalinen yritykset ovat viime vuosina toden teolla huomanneet.

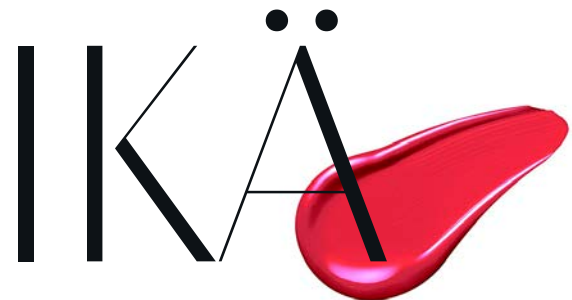
Aikuisilla naisilla on rahaa ja aikaa hoitaa itseään. Ostovoima keskittyy jatkossa yhä vankemmin yli 60-vuotiaille: Suomessakin tiedetään jo, etteivät useimmat mileniaalit koskaan yllä vanhempiensa tulotasoon. Sitä paitsi yli 60-vuotiaiden osuus väestöstä kasvaa. Tilastojen mukaan maailman väestöstä 22 prosenttia on yli kuusikymppisiä vuoteen 2050 mennessä. Vuonna 2015 heidän osuutensa oli 12 prosenttia.

Ikä on aikuisuudesta nauttimista

Moni ikääntyvä nainen haluaa näyttää ikäiseltään, mutta upealta. Rypyt eivät enää ole se iso huolenaihe, vaan naiset kaipaavat apua väsyneeseen ilmeeseen.

Juuri tähän iskee myös kotimainen kosmetiikkasarja BTB13 Pro-Age.

”Tuotesarja syntyi ajatuksesta, että ikää ja vanheneemista ei tarvitse enää piilotella. Naiset elävät uutta aktiivista aikaa, jolloin ikä ei ole kriisi vaan aikuisuudesta nauttimista”, sarjan kehittäjä ja Naviterin toimitusjohtaja **Anni Linnavirta** sanoo.



*ei ole enää kriisi,
eikä sitä tarvitse
piilotella. KAIKISTA
MUUTOKSISTA EI
SILTI TARVITSE
PITÄÄ.*

Anni Linnavirta



Puna paikalleen

Tuo kasvoille väriä huulipunalla. Valitse koostumus tuhdin voimamaisen ja täysmatan väliltä, niin se pysyy muttei korosta huulten kuivuutta. Vaihtele väriä rohkeasti. Tärkeintä on, että viihdyt värissä itse.



Meikki Sensai. Meikin alla Dual Essence -seerumi. Meikkivoide Flawless Satin Foundation Mocha Beige FS 205. Peiteväri Concealer Brush CB 03. Huultenrajauskynä Lip Pencil Cheerful Orange 02. Huulipuna Sensai The Lipstick Himawari Orange 05.





Poskipäät esiin

Virkistä ilmettä voide-
maisella poskipunalla.
Älä jätä väriä liian
sivuun vaan tuo sitä
myös poskipäille. Mitä
korallisempi tai roosam-
pi sävy, sitä varmempi
piristysruiske puna on.

Meikki By Raili. Meikin alla
Pro Glow Primer. Meikki-
voide Pro Glow Perfecting
Foundation 040. Poskipuna
Pro Glow Perfecting Cream
Blush 030. Heleytysvoide
Pro Glow Perfecting
Brightener 020. Meikin kiin-
nityssuihkeena Pro Glow
Perfecting Face Mist.





aging -termin käyttö pitäisi lopettaa. SE VIHJAA, ETTÄ IKÄÄNTYMISSÄ ON JOTAIN PAHAA.

Rochelle Weitzner

Linnavirran mukaan hallitut ulkoiset muutokset eivät haittaa, kun mieli pysyy nuorena ja myönteisenä.

”Ihon ikämuutokset ovat luonnollisia, mutta ihan kaikista niistä ei tarvitse pitää. Itsestään huolehtiminen on tärkeää, ja omaan hyvinvointiin ja ulkonäköön saa ja pitää investoida”, hän sanoo.

”Myös positiivinen elämänsäsenne pehmentää kasvopiirteitä, silottaa ryppyjä ja saa ihon näyttämään nuorekkaammalta.”

Myös vaihdevuodet innostavat kosmetiikkavalmistajia. Yhdysvaltalainen Pause Well Aging -tuotesarja tuo helpotusta muun muassa kuumiin aaltoihiin. Sarjan perustajan **Rochelle Weitznerin** missio on, että naiset lakaisivat ajattelemasta, etteivät ole enää kauniita vaihdevuosissa tai niiden jälkeen.

Weitznerin mukaan naisia pommitetaan kauneusasioilla nuoresta asti, mutta juuri kukaan ei tarjoa ihonhoitovinkkejä vaihdevuosiin. Aivan kuin naiset muuttuisivat näkymättömiksi, kun he täyttävät 45.

”Meidän pitäisi lopettaa anti aging -termin käyttö. Sehän vihjaa, että ikääntymisessä on jotain paha”, Weitzner sanoo sarjansa verkkosivuilla.

”Sen sijaan jokaisella on oikeus ikääntyä hyvin: juuri niin kuin haluaa ja omilla ehdoillaan. Väitän, että kauneus kehittyy koko elämän ja vain paranee iän myötä.”

Kirurgian pehmeämpi puoli

Pro aging -ilmiö näkyy jopa siellä, missä ikääntymisen merkkejä on perinteisesti totuttu poistamaan ja piilot-

tamaan: plastiikkakirurgin vastaanotolla. Tukholmalaisella Akademiklinikenillä ja helsinkiläisellä Cityklinikalla työskentelevä plastiikkakirurgi **Riikka Veltheim** sanoo, että asiakkaat tosiaan suhtautuvat ikämuutoksiin myönteisemmin kuin vielä joitakin vuosia sitten.

”Useimmat naiset hyväksyvät ihon ikääntymisen. He hakevat hyvin luonnollisia tuloksia. Harva haluaa enää muuttaa kasvopiirteitään näkyvästi. Valtaosa kokee, että näkymätön tulos on paras.”

Yleisin toive on näyttää vähemmän väsyneeltä.

”Ryppyjä ja juonteita saa olla. Moni haluaa pehmentää ilmettään, näyttää pirteältä ja ehkäistä tulevia muutoksia.”

Ilmiötä tukee myös asiakkaiden venynyt ikähaitari.

”Moni on työelämässä pidempään kuin ennen ja yhä useammat pysyvät terveinä, vaikka ikää tulee. Vastaanotolla käy paljon kuusikymppisiä. Yli 70-vuotiaat ovat uusi näkyvä ryhmä eikä yli 80-vuotiaakaan asiakas ole enää harvinaisuus”, Veltheim sanoo.

Esteettisen kirurgian menetelmät ja tuotteet kehittyvät hienovaraisempaan suuntaan.

”Nyt tähdätään ihon kimmoisuuden lisäämiseen ja ylläpitoon ennemmin kuin ihon täyttämiseen. Kasvojen halutaan olevan ilmeikkäät.”

Ilmiö lävistää koko yhteiskunnan

Myönteisempi suhtautuminen ikääntymiseen ei ole pelkkää kosmetiikkaa, vahvistaa markkinointia ja kuluttajakäyttäytymistä tutkiva työelämäprofessori **Pekka Mattila** Aalto-yliopistosta. Ilmiö näkyy työelämässäkin.

”Paljon puhutaan ikärasismista, mutta tänä vuonna monessa yrityksessä on nimitetty keskeisiin asemiin yli 55-vuotiaita, ja etenkin naisia. Aiemmin oli niin, että jos menetit johtajan paikan tuossa iässä, se oli siinä. Enää ei palkattu vastaaviin tehtäviin.”

Käsitys ihmisen aktiivisista vuosista on Mattilan mukaan pikkuhiljaa muuttumassa.

”Enää ei päde ajatus, että yli 60-vuotias alkaa jäähtyä. On ihmisiä, jotka palaavat eläkkeeltä töihin ja korkeisiin asemiin, koska eivät viihdy kotona. He hoitavat työnsä jopa nuorempia jämäkämmin.”

→

Mattilan mukaan yli 60-vuotiaiden painoarvo kasvaa koko yhteiskunnassa: heitä on vuosi vuodelta enemmän ja he ovat varakkaita.

”Tämä sukupolvi on ensimmäinen, joka on perinyt vanhemmiltaan jotain ja kerryttänyt eläkkeet. En nyt puhu eliitistä vaan ihan keskiluokastakin. Velat on maksettu ja lapset muuttaneet omilleen. Vaikka olisi eläkeläisen tulot, rahaa voi olla käytössä yllättävän paljon.”

Ilmiö on näkynyt varainhoidossa, sijoittamisessa ja säästämässä jo vuosia. Siellä iäkkäät hoksattiin hyväksi kohderyhmäksi jo kauan ennen kauneusbisnestä.

Kuusikymppinen kelpaa ihoidoliksi

Pekka Mattilan mukaan kosmetiikan yhä kohdistetumpi mainonta yli 60-vuotiaille perustuu ennen muuta harkittuun liiketoimintamalliin. Se ei silti ole koko totuus.

”Yrityksissä on tunnistettu, että kohderyhmällä on rahaa. On tajuttu, että mainonnan pitää opastaa kuluttajaa myös kuvillaan ja näyttää, mitkä tuotteet on tarkoitettu hänelle”, Mattila sanoo.

”Mutta kyllä mainonnassa näkyy myös yhteiskunnallinen keskustelu. Anti age -voiteita mainostettiin pitkään 19-vuotiaiden kasvoilla. Se ei toimi enää.”

Aiemmin ikääntyneitä naisia näki Mattilan mukaan mainonnassa lähinnä sokkiarvon vuoksi, ikään kuin tehokeinoina. Nyt heillä on toisenlainen rooli.

”Aivan erityisesti kosmetiikkaan liittyy odotus, että se saa näyttämään joltain. Ikääntyneemmät mallit ovat samastuttavia kohderyhmälleen. Toisaalta he ovat poikkeuksellisen näyttäviä omassa verrokkiryhmässään aivan kuten nuoremmat mallit omassaan. Ikääntyneemmät mallit pystyvät siis yhtä lailla luomaan ostajille haaveen: tuolta voin näyttää, jos hankin tämän tuotteen.”

Kauneustrendit menevät ja tulevat, mutta tämän Mattila arvelee pysyvän.

”On tervettä tehdä näkyväksi, millainen todellinen populaatiomme on. Kun asiat liikkuvat yhteiskunnan eri alueilla samaan suuntaan, tapahtuu muutosta. En usko, että ikämyönteisyys on mikään sesonkikuunteinen asia tai buumi. Se on tullut jäädäkseen.”



JOKA

**AAMU HYMYILEN
PEILILLE VAIKKA
VÄKISIN. Aivot
tulkitsevat
tekohymynkin
aidoksi.**

Sikke Sumari

Katso peruutuspeiliin ja hymyile

Mutta entä jos kaikesta huolimatta potee ikäkriisiä eikä tykkää iän tuomista muutoksista iholla ja kropassa? Mitä jos haluaa taistella niitä vastaan kaikin keinoin?

Sekin on ok. Pro aging -ajattelussa on oleellista, ettei kenenkään tarvitse ahdistua muiden ihmisten luomien paineiden vuoksi. Jokaisella on vapaus päättää itse, miten muutoksiin suhtautuu ja mitä niille tekee tai jättää tekemättä.

Sitten vielä käytännön vinkki ihonhoitosarjan kasvulta Sikke Sumarilta siihen, miten itseään kannattaa katsoa, oli kriisiä tai ei.

”Hymyilen joka aamu peilille, vaikka väkisin. Aivohan tulkitsevat tekohymynkin aidoksi”, Sumari sanoo.

”Ja jos autoilet, vilkaise peruutuspeiliin. Se on usein armollisesti vähän pölyinen ja auton katon muoto luo siihen kohtaa aivan ihanteellisen valon.”

Mieluumminhan sitä näkee itsensä kauniina kuin ei.

Lähteinä myös: Levy, Slade, Kunkel, Kasl: Longevity increased by positive self-perceptions of aging (2002), Levy & Myers: Preventive health behaviors influenced by self-perceptions of aging (2004), aestheticplasticsurgeons.org.au, CNN ja The Guardian



Silmät sädehtimään

Terästä katsetta ja silmien muotoa rajauksilla. Kokeile rajauksiin voimaista luomiväriä. Levitä se kapealla, viistopäisellä siveltimellä ripsien tyveen. Pohjusta luomet, jotta meikki pysyy.



Meikki L'Oréal Paris Age Perfect. Meikkivoide Radiant Foundation 70 Sand. Luomiväri Cream Eyeshadow 02 Opal Pink. Rajausvärinä Cream Eyeshadow 03 Celestial Blue. Ripsiväri Lash Magnifying Mascara. Kulmageeli Brow Densifier 05 Brown.



Hiukset L'Oréal Paris. Shampoo, hoitovain ja naamio Elvital Full Resist. Muotoileva föönausvoide Stylista The Blowdry Cream. Suolasuihke Stylista The Beach Wave Mist. Muotoiluvaha Stylista The Pixie Cream-Wax. Hajusteeton, voimakas hiuskiinne Elnett.

Meikit Railii Hulkkonen
Hiukset Katja Arolinna/
Toimisto makeup
Malli Indira/As You Are