

## BELLEZZA



# Ciak! Clio è in onda

Dai tutorial alla tv, la truccatrice social svela il segreto che la lega alle fan e perché le lacrime non sempre rovinano il makeup

di Rita Balestriero

QUESTA 37ENNE con gli occhi azzurri e l'accento veneto che ricorda a tutti quanto sia italiana nonostante viva da anni a Manhattan, è la prova vivente che il trucco è fatto di divertimento e condivisione. Se Clio Zammatteo è diventata la youtuber Clio Makeup, poi scrittrice, star televisiva e imprenditrice (la sua linea è su [cliomakeupshop.com](http://cliomakeupshop.com)), il merito è del modo trasparente con cui ha saputo raccontarsi al pubblico, che dal 2008 è senz'altro cambiato e cresciuto (solo su Instagram ha 2,8 milioni di follower), ma non ha mai smesso di riconoscersi in lei.

«Penso che la mia forza», riflette al telefono dagli States, dove a breve partorerà la seconda figlia, «sia quella di affrontare temi diversi: dall'accettazione di sé alla maternità, passando per l'ansia da Coronavirus (raccontata in commoventi *stories* su Instagram)». Chi la segue da anni, e ha imparato a truccarsi guardando i suoi tutorial, le è grata, prova persino affetto. Si capisce guardando la nuova trasmissione *Clio Pop Up*, in

onda su [Real Time](#) (canale 31, il sabato alle 13,50): in ogni puntata una ragazza viene portata da un amico nel temporary shop di Napoli e poi, a sorpresa, si ritrova davanti Clio, pronta a truccarla. «C'è chi piange, chi rimane senza parole, chi urla... Onestamente non immaginavo tanto stupore, anzi la prima volta mi sono commossa anch'io: l'emozione mi ha travolta».

Ma ha ancora senso fare tv, oggi? «Assolutamente sì: tengo a coltivare sia il successo *online* che quello *offline*, così raggiungo un pubblico diverso e più vasto». In un certo senso, Clio applica la teoria della versatilità anche alle collaborazioni. «Lo sponsor principale del programma è Nivea, con la linea struccante MicellAIR® Professional (salviette e acqua micellare), un marchio con cui lavoro da tre anni. A chi mi critica dandomi dell'incoerente, visto che ormai ho la mia linea di trucco, rispondo che le partnership sono un'occasione di crescita: confrontandomi con gli altri imparo e mi diverto. Restare curiosi è il segreto per migliorare».

In alto, Clio Zammatteo durante le riprese di *Clio Pop Up*, programma in onda ogni sabato su [Real Time](#). Lo sponsor è la linea struccante MicellAir di Nivea, che rimuove anche il trucco waterproof lasciando la pelle ossigenata.