

# Make Up

T E C H N O L O G Y





NUOVE PROSPETTIVE

# OSMETICHE

Ricominciamo con un futuro a colori

**L**a drammatica e imprevista situazione causata dalla pandemia da COVID-19 ha mutato concretamente e irrimediabilmente gli scenari mondiali, costringendo il mondo intero a un veloce e repentino cambiamento in tutti i campi e settori. Anche le prospettive cosmetiche previste per il 2020 hanno disatteso le tendenze preventivate e si sono dovute adattare a queste incalzanti trasformazioni e al nuovo panorama che si sta delineando all'orizzonte. Questo è stato infatti l'anno che nessuno si aspettava. Chiunque è stato coinvolto dalla grave emergenza che stiamo ancora vivendo e durante il *lockdown* abbiamo imparato a cambiare e/o modificare le nostre pratiche di vita quotidiana. Negli ultimi mesi, la chiusura forzata e la ridotta libertà di circolazione hanno permesso a molti di riscoprire il piacere di dedicarsi a se stessi tra le mura domestiche, in molti casi migliorando e trasformando le proprie abitudini per stare bene con il proprio corpo. Sono proprio questi alcuni degli elementi che trainano le richieste più recenti dei consumatori: prodotti per la cura di sé, che coccolino e facciano sentire bene l'utilizzatore durante il loro impiego, e che restituiscano un senso concreto di benessere. In questo contesto si inquadrano tutti quei prodotti con un concetto olistico, arricchiti di estratti vegetali ricercati e di materie prime dalle caratteristiche detossificanti e protettive, quasi a creare uno "scudo" nei confronti di un nemico invisibile e insidioso.

Già alcuni segnali in questa direzione si stanno vedendo anche in altri campi. Per esempio, nel tessile importanti marchi hanno creato tessuti con "tecnologie anti-

di GIUSEPPINA VISCARDI<sup>1</sup>,  
VALENTINA STRADA<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Creative Cosmetic Consultant,  
giuseppinaviscardi@tiscali.it

<sup>2</sup>Chemist Research,  
valentinairene.strada@gmail.com

virus” che impediscono alla stoffa di diventare una superficie ospite per microrganismi indesiderati. Sempre nell’abbigliamento la ricerca di materiali morbidi, soffici, avvolgenti, che diano una sensazione di comfort ha ispirato il cosmetico. La ricerca di comodità si è fatta via via più strada: il desiderio di “coccola” e personalizzazione del prodotto sono diventati elementi centrali per sentirsi al sicuro in un momento dove quasi tutte le certezze sembrano essere messe in discussione.

In parallelo la comunicazione è cambiata e l’approccio virtuale si è ulteriormente intensificato, ma anche il modo di lavorare ha subito un determinante cambiamento di rotta. La necessità di rimanere a casa ha infatti amplificato l’utilizzo di internet per non appiattire completamente le attività commerciali, e ha permesso di gestire in sicurezza riunioni, presentazioni e seminari. Purtroppo lo schermo di un computer spesso è impietoso, la luce artificiale il più delle volte non è quella giusta e le immagini che vengono trasmesse non rendono merito ai volti (soprattutto femminili, visto che le donne sono molto attente a questo tipo “esposizione”). E allora l’utilizzo di un trucco facile, veloce, ma che aiuti la pelle a catturare la luce a proprio favore rendendola uniforme e levigata è una richiesta improrogabile. Insomma, per utilizzare un’espressione molto di moda, “il trucco deve essere instagrammabile” e questa caratteristica slitta con naturalezza dai social alle riunioni di lavoro. L’isolamento ha lasciato ampio spazio di sperimentazione, permettendo di dare libero sfogo alla propria creatività e



suscitando un nuovo bisogno di condivisione. Infatti, il disavanzo di tempo che ha caratterizzato le giornate dei mesi passati ha permesso a molti, soprattutto tra i più giovani, di fare del trucco un passatempo divertente e stimolante; una modalità per condividere attraverso lo schermo idee stravaganti e *look* ricercati, quasi come a voler fare le prove generali per prepararsi a tornare verso una “nuova normalità”. Colori brillanti e provocanti, che catturano l’attenzione nelle foto e nei video, ed effetti volutamente esagerati hanno fatto da cornice a migliaia di volti pubblicati sul web, dando sfogo all’inventiva e alla voglia di evasione che ha caratterizzato tutta la fase di isolamento. Gli occhi in questo contesto l’hanno fatta da padroni, forse per l’esigenza di coprire il volto con la mascherina o forse perché ben si prestano a effetti molto elaborati; in ogni caso sono stati oggetto di vere e proprie opere d’arte. E così come il fermarsi ha aiutato molti a rivedere il proprio stile di vita, allo stesso modo il rallentamento delle attività produttive e lo svuotarsi delle città ha ridato ossigeno a una natura in forte sofferenza, dimostrando come questo sistema apparentemente fragile abbia in sé la forza della rinascita. Le immagini delle volpi in città o dei delfini nei

porti hanno aumentato l’attenzione dei consumatori verso il tema dell’inquinamento, dello spreco e dell’utilizzo consapevole. Il riavvicinarsi alla natura, inoltre, aiuta a sfuggire dall’ansia e a trovare pace e serenità. Già negli anni passati si era creato un forte interesse rispetto alla riduzione nell’utilizzo di plastiche e microplastiche; questo trend senza dubbio, a seguito della pandemia, si è amplificato e consolidato, orientando sempre più anche nel makeup le scelte verso materie prime biodegradabili, limitazione del consumo di acqua (grande ritorno quindi dei prodotti in *stick*), prodotti caratterizzati da formule *clean* e confezionati con packaging utilizzando elementi di riciclo (ad esempio RPET). E se da sempre la confezione ha lo scopo non solo di contenere ma anche di proteggere il prodotto, oggi più che mai il senso di protezione è diventato un tema sensibilissimo anche per il consumatore, che tende a preferire cosmetici il cui *pack* garantisca

la minima esposizione verso eventuali fattori di contaminazione esterna. Ampio spazio quindi a contenitori *airless*, spray e con pompetta. E per concludere come non citare la nostra ormai complice quotidiana: la mascherina. Senza dubbio l’utilizzo di questo dispositivo ha condizionato molto le scelte del pubblico in termini di tipologie di prodotti e relative aree di applicazione, in particolare per quanto riguarda il trucco. Gli occhi, ovviamente, restando l’unica parte completamente visibile sono diventati il focus delle amanti del makeup. Mascara, ombretti, *eyeliner* ed *eyebrow* conoscono il loro periodo migliore permettendo di apparire curate e intriganti, seppur con mezzo volto coperto. Ma allora le labbra che fine faranno? I fatti parlano chiaro: anche a loro non si può rinunciare, seppur con qualche accortezza. Rossetti *no transfer* e *long lasting* sono i preferiti, infatti permettono di mantenere inalterato il colore e i contorni anche se a contatto con il tessuto, seguiti da prodotti idratanti e nutrienti come *lip balm* o *lip oil*. Questi ultimi, in particolare, sono ultimamente molto apprezzati poiché aiutano a riequilibrare le labbra che, rimanendo “soffocate” in un ambiente umido e poco areato, risultano spesso sofferenti. Certamente ripartire dopo questo shock non sarà facile, ma già qualche piccolo passo si sta facendo. Si avverte una certa voglia di leggerezza, quasi una necessità di ricostruzione dopo l’azzeramento; una volontà di ripristinare un nuovo modo di vivere e di rimmaginare il futuro che sarà di certo diverso, ma non per questo meno promettente, sereno e aperto. In questo percorso la scelta dei colori farà da sfondo alla ripresa: giochi di sfumature forti e intense (*eyeliner* e mascara) accompagnate da toni più morbidi e quasi acquerellati (occhi e guance); labbra lucide o satinare vestite da tinte morbide e rassicuranti. Il makeup scopre una *palette* di colori semplici e universali, adatti a tutte le pelli.

