

# MakeUp

T E C H N O L O G Y



MASCARA  
IS **B(L)ACK**

**CEC**  
EDITORE

ISSN 2611-7657 Semestrale (1,2021). Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, LO/MI

Primavera-Estate 2021

# MASCARA IS BACK!

La nuova era del mascara:  
protagonista in tempi di crisi

# Parole chiave

MASCARA INDEX • EYE MAKEUP • VEGAN MASCARA • VOLUME 2.0

## Summary

### **Mascara Is Back!**

*Mascara New Era: protagonist in times of crisis*

Purpose of this article is to highlight how the mascara trend has changed in recent years; from its momentary decline in early 2018, to its surprising rise following the 2020 world health crisis: a product that has been highly underrated it is now experiencing a new era.

The arrival on the scene of surgical masks as part of everyday life has effectively overshadowed lip product category, increasing the focus on the eye area.

This background has led to the birth of the term Mascara Index, a market measurement tool that has replaced the already existing Lipstick Index, coined in 2001 following the lipstick sales analysis during the economic crisis of that period.

Eye products are now the focus of color make-up and mascara in particular has become one of the most popular products of this last year, as it is able to give the right emphasis to the eyes, which are an important communication tool in this period where distance is a necessity.

Mascara is an extremely technical and subjective product, so it is necessary to find the perfect synergy between the different elements that make it up in order to obtain a highly performant and winning product. In addition, it also needs to be eye-catching and in line with market demand, which is constantly evolving according to social and cultural context.

Reason why, it is important to develop a mascara which follows today's trends, going from high-definition and long-lasting volume to the increasing need of cutting-edge, natural and "clean" formulations.

### **di CHIARA ALQUATI**

Marketing Manager, Oxygen Innovation, Crema (CR)

[calquati@oxygendevopment.com](mailto:calquati@oxygendevopment.com)

Obiettivo di questo articolo è evidenziare come negli ultimi anni il mascara abbia cambiato il suo corso, partendo dal suo momentaneo declino a inizio 2018, fino alla sua sorprendente ascesa a seguito della crisi sanitaria mondiale del 2020: un prodotto che negli ultimi anni è stato altamente sottovalutato, sta ora vivendo una nuova era.

L'entrata in scena delle mascherine come parte integrante della quotidianità ha di fatto messo in ombra la categoria di prodotti labbra, aumentando il focus sugli occhi. Tutto ciò ha portato alla nascita del termine "mascara index", strumento di misurazione del mercato che ha sostituito il famoso "lipstick index", coniato nel 2001 successivamente all'analisi della vendita di rossetti durante la crisi economica di quel periodo. L'area occhi è oggi il focus del *color makeup* e in particolare il mascara è tra i prodotti più richiesti dell'ultimo anno, in quanto capace di dare il giusto risalto allo sguardo, importante strumento di comunicazione in questo periodo in cui la distanza è una necessità.

Il mascara è un prodotto estremamente tecnico e soggettivo, per cui è necessario trovare la perfetta sinergia tra i vari elementi che lo compongono per ottenere un prodotto performante e vincente. In aggiunta, ha anche bisogno di essere attrattivo e in linea con la richiesta di mercato, in continua evoluzione a seconda del contesto sociale e culturale.

Ecco perché è necessario sviluppare un mascara che segua i trend del momento, partendo dalla ricerca di un volume ad alta definizione e lunga durata, alla domanda di formulazioni sempre più all'avanguardia, naturali e "clean".

**A**nno 2018: uno dei protagonisti indiscussi del mondo del

*color makeup* stava vivendo un momento difficile nonostante restasse tra i primi posti dei prodotti cosmetici più venduti; parliamo del mascara.

In quel periodo si parlava di "futuro incerto" e di vendite in calo per il mascara, uno dei prodotti makeup per eccellenza, che veniva talmente trascurato da essere sempre meno incluso nei nuovi lanci di mercato, sia dei nuovi brand che di quelli più trendy e affermati.

Complici anche i social network e la ricerca del selfie perfetto, negli ultimi anni i marchi cosmetici hanno preferito focalizzarsi sulle categorie "Complexion" e Labbra, prediligendo anche l'utilizzo di ciglia finte per aumentare la drammaticità del look occhi.

Tuttavia, il 2020 è stato un periodo storico che ha segnato profondamente il mondo intero dal punto di vista culturale e sociale, portando dunque nuovi stili di vita

e, di conseguenza, nuove domande di mercato.

L'uso delle mascherine, strumento indispensabile per la prevenzione della salute in questa emergenza sanitaria mondiale causata dal COVID-19, ha radicalmente cambiato la richiesta dei consumatori che hanno dovuto adattarsi e adeguare le proprie abitudini. Ed è proprio in questo difficile periodo storico che vediamo il ritorno del mascara come prodotto essenziale e irrinunciabile nella nuova routine quotidiana dei consumatori di makeup. Quindi, che siate fisicamente in ufficio o

a casa, che abbiate una videocall o una semplice commissione da fare, l'importanza di poter sorridere con lo sguardo ha fatto sì che gli occhi diventassero il nuovo focus di attenzione e potente strumento di comunicazione.

Ecco perché enfatizzare e intensificare lo sguardo è diventata la nuova necessità, e nessuno più del mascara può riuscirci con una sola passata e in pochi secondi.

### Discussione

Il makeup è da sempre parte integrante della società e dei nostri costumi. Utilizzato sempre più come



forma di espressione e di pensiero, è ogni giorno più inclusivo e in continua evoluzione. Ecco perché il mascara, considerato non più necessario fino a poco tempo fa (“Is Mascara Losing Its Relevance?” recitava l’articolo della giornalista Tamison O’Connor sulla rivista *Business of Fashion* (1)), sta ora riprendendo il suo posto sul podio dei prodotti più ricercati del momento. L’utilizzo quotidiano della mascherina ha messo momentaneamente in ombra la categoria dei prodotti labbra (esclusi i prodotti *care*), dando di conseguenza maggiore risalto e focus agli occhi, e aumentando la domanda di prodotti per quell’area.

Ed è qui che ci ritroviamo a parlare del declino del “lipstick index” (2), termine coniato da Leonard Lauder quando, in seguito alla crisi economica del 2001, le vendite di rossetto invece di diminuire (come si pensava in quanto beni non di prima necessità) subirono un’impennata sorprendente, mandando il forte messaggio che il rossetto veniva invece visto come un piccolo gesto quotidiano in grado di dare positività e benessere, più di vestiti o scarpe. Oggetto irrinunciabile anche in tempi difficili, indossarlo aveva il potere di dare la sensazione del sentirsi bene, come da sempre lo è il gesto di truccarsi e di prendersi cura di sé.

Oggi questo ruolo tocca dunque al makeup occhi e in particolare al mascara, da qui la dicitura “mascara index” (3), che si propone come prodotto in grado di dare risalto allo sguardo trasmettendo positività e leggerezza, proprio quando l’unico modo che si ha di sorridere è quello di farlo con gli occhi.

### Come funziona il mascara?

Il mascara è da sempre il prodotto cosmetico più tecnico e complesso perché, a differenza di altri prodotti, non ha una vera e propria identità; la sua performance, infatti, dipende non solo dalla formula stessa, ma anche da tutti gli elementi che compongono il packaging, vale a dire brush, astina e riduttore. Una formula di mascara non può nulla da sola, e anche la miglior “ricetta” e il perfetto bilanciamento degli ingredienti non bastano a garantire un risultato che dipende anche da tutti gli elementi che compongono il contenitore.

### Quali sono gli ingredienti che compongono il mascara?

Il mascara, in breve, è un insieme di cere, gelificanti, agenti filmogeni e pigmenti che insieme creano questo impasto estremamente versatile

che può essere volumizzante, allungante, incurvante, panoramico, waterproof, water-resistant e molto altro ancora. Tuttavia, una formula volumizzante non è detto che non sia anche allungante o incurvante, ma tutto dipenderà anche dalla combinazione di brush, astina e riduttore scelta.

### Come creare il mascara perfetto?

Questa è una delle domande più ricorrenti quando si parla di mascara e la cosa più sorprendente è che non esiste una risposta corretta. Il mascara è per eccellenza il prodotto più soggettivo che esista, proprio perché, come dicevamo prima, dipende da moltissimi fattori: da formula e packaging ma anche dalla persona stessa. Sì, perché ogni persona ha le proprie caratteristiche, partendo dalle ciglia stesse che possono essere folte, rade, incurvate, corte, ecc., fino ad arrivare a considerare la manualità durante l’applicazione e la confidenza con il prodotto stesso. Ecco perché è molto importante tenere a mente che ogni persona è unica e le varianti implicate sono moltissime.

Durante lo sviluppo di un mascara è dunque importante testare la combinazione brush/formula su più soggetti, così da avere un range di valutazioni che sia il più ampio possibile e ottenere un risultato che includa il maggior numero di variabili, tra cui ad esempio il parere della persona meno esperta e quello del soggetto con la manualità da makeup artist, piuttosto che il soggetto con le ciglia folte o quello con le ciglia rade o lunghe e dritte.





## Come capire qual è la combinazione vincente?

In realtà la combinazione vincente di per sé non esiste, ma si ottiene considerando il risultato migliore date tutte le dinamiche appena evidenziate.

È tutto qui? No, perché nonostante la sua tecnicità, anche il mascara segue dei trend di mercato di cui bisogna tenere conto per individuare i claim che il nostro prodotto dovrà avere, così da renderlo un prodotto interessante e in linea con la richiesta di mercato del momento. Per esempio, fino a pochi anni fa il prodotto vincente sarebbe stato facilmente un mascara dal volume estremo, quindi lo sviluppo di un nuovo mascara avrebbe portato a lavorare su una formula costituita da cere plastiche e fondenti, tra cui in primis la cera d'api, così da creare un mascara ricco e corposo con rilascio importante sulle ciglia.

Tuttavia, al giorno d'oggi, le nuove tendenze, gli stili di vita e il volersi diversificare sempre più hanno portato a ricercare anche nel mascara qualcosa in più; ecco che quindi non basta più la sola performance, ma serve creare un prodotto che si adatti alla vita del consumatore, oltre che essere in linea al suo modo di pensare e di vivere. Tutto ciò ha portato dunque al crearsi di tendenze non più solo in relazione alla performance (come più frequente in passato), ma anche legate alla struttura formulistica e alla sua composizione, oltre alle sue proprietà meccaniche e fisiche.

## Quali sono i trend del momento quando si parla di mascara? *Volume 2.0*

Il volume non ha mai perso il podio quando si parla del finish più richiesto per un mascara, eppure qualcosa è cambiato.

Non si ricerca più l'effetto spesso e quasi "impaccato" che appesantisce le ciglia, ma, al contrario, il volume si è evoluto ed è ora più discreto e, seppur sempre importante e visibile, non rinuncia alla definizione e all'effetto panoramico da ciglia moltiplicate. L'effetto volume deve essere ricco e intenso, ma allo stesso tempo facilmente pettinabile e leggero, così da non appiccicare o appesantire le ciglia durante la giornata. Inoltre, dal punto di vista formulistico, deve assolutamente contenere una buona dose di agenti filmogeni che possano garantire una performance perfetta durante tutta la giornata, senza sbriciolarsi o sfaldarsi. Questo perché la tenuta del mascara è diventato un elemento imprescindibile, come lo è il volume: non si tratta più solo di un claim richiesto, ma è ormai parte integrante delle caratteristiche base che un mascara deve avere. Il prodotto deve mantenere la propria performance per

almeno otto ore, in modo da essere un mascara competitivo e in linea con le necessità del mercato.

## Go vegan!

Un'altra rivoluzione certa è stata la richiesta sempre più crescente di formule vegane, partita in modo massivo dagli Stati Uniti e di conseguenza ora sempre più richiesta anche in Europa. Il desiderio di formule prive di derivati animali ha impattato le formulazioni dei prodotti cosmetici in generale, ma per il mascara è stata una vera sfida riuscire a trovare una valida alternativa alla cera d'api. Oggi le possibilità sono molte ed è possibile utilizzare diverse cere vegetali sostitutive, tuttavia è bene sottolineare che, nonostante queste nuove opzioni, le formule di mascara senza cera d'api non sono comunque paragonabili a quelle in voga fino a qualche anno fa. Il che non significa che le formule vegane di oggi non siano performanti, ma semplicemente che la risultante corposità della formula è comunque diversa, tanto da rendere ancora oggi difficile il paragone 1:1 tra una formula volume classica non vegan con una esattamente uguale ma vegana.

## *Naturale, clean e micro-plastic free*

La ricerca di uno stile di vita più sano e le tematiche ambientali

relative all'inquinamento e a come combatterlo hanno ovviamente raggiunto anche il mondo della bellezza. Sempre più in crescita, al giorno d'oggi, è la richiesta di prodotti che siano sicuri per noi e per l'ambiente, portando il consumatore alla ricerca di elevate percentuali naturali, all'identificazione di liste specifiche di ingredienti considerati "puliti", oltre alla crescente richiesta di evitare le cosiddette microplastiche. Non esiste a oggi una regolamentazione specifica a riguardo e, proprio per questo, possiamo dire che la creazione di una mascara sempre più naturale e clean, ma allo stesso tempo altamente performante, è una delle sfide odierne più difficili in termini di formulazione.

### ***Mascara care & lash growth***

Negli ultimi anni la categoria Skin care è cresciuta a dismisura, anche grazie all'influenza del fenomeno K-Beauty, la lunghissima routine di bellezza coreana. In seguito alla crisi sanitaria COVID-19, il prendersi cura di se stessi e della propria pelle è diventata una prerogativa essenziale per aiutare a mantenere il proprio benessere psico-fisico, oltre a idratare e lenire la pelle stressata dall'utilizzo costante e prolungato della mascherina.

Questa tendenza ha portato dunque il mondo del makeup ad adeguarsi, creando prodotti ibridi che potessero includere sia performance e colore che proprietà idratanti e benefiche tipiche dello *skin care*. Ovviamente ciò ha influito anche sui prodotti ciglia, portando quindi non solo un forte incremento della domanda dei prodotti *care* (sieri, maschere, stimolatori della crescita), ma anche all'aumento di richiesta di mascara che potessero unire tutte queste caratteristiche.

Il mascara, quindi, oltre alle performance desiderate, diventa un vero e proprio trattamento grazie all'aggiunta di peptidi stimolatori della crescita ed estratti vegetali nutrienti in grado di ridare lucentezza e forza alle ciglia.

### **Sitografia**

1. [www.businessoffashion.com/articles/beauty/is-mascara-losing-its-relevance](http://www.businessoffashion.com/articles/beauty/is-mascara-losing-its-relevance)
2. [https://en.wikipedia.org/wiki/Lipstick\\_index](https://en.wikipedia.org/wiki/Lipstick_index)
3. [www.globalcosmeticsnews.com/goodbye-lipstick-effect-hello-mascara-index-how-covid-19-may-have-changed-the-beauty-landscape-for-good/](http://www.globalcosmeticsnews.com/goodbye-lipstick-effect-hello-mascara-index-how-covid-19-may-have-changed-the-beauty-landscape-for-good/)

