

MakeUp

T E C H N O L O G Y



RED PASSION

Primavera-Estate 2022





Providing
selected
INGREDIENTS

Official
Distributor of

for your
SKINCARE
MAKE UP
SUNCARE
HAIRCARE
FORMULATIONS



Givaudan



Editoriale

3 Girl's best friend

R. Rossi

Tendenze

4 Wellbeing e makeup

L. Celleno, A. Vasselli, C. Riccardi

10 Cosmetitrovo: la nuova "fiera virtuale" della cosmetica • M. Randazzo

15 Tendenze colore • E. Nunno

Finestre di approfondimento

24 Modificatore reologico innovativo multifunzionale • M. Deola, L. Rigano

32 Pulizia e sicurezza di un prodotto cosmetico • S. Abbattista

Speciale Rossetti

38 La storia del rossetto • M. Pasqua

46 La riscoperta dei prodotti anidri • C. Alquati

52 Gransperse • IMCD Italia - Grant industries

58 L'evoluzione del rossetto e dei prodotti per le labbra • E. Piras

62 Il camaleonte del makeup: il rossetto • S. Giarrusso, A. Giammarino

68 Makeup anidri • E. Biraghi, P. Abbà, L. Vitaloni, D. Quaggio, N. Pasquali

78 Il riempimento soft mould dei rossetti • A. Cazzaniga, E. Puglisi

84 Innovazione e Made in Italy: la combinazione vincente • S. Cerato

86 Applicazione labbra performante • A. Vanoncini

90 Rossetto, ma quanto ci manchi? • V. Abbondandolo, C. Galardi, M. Borgogno, C. Chiaratti

L'avvocato risponde

98 L'avvocato della bellezza • C. Bellomunno

L'angolo della strategia

99 Ritorno al futuro • G.P. Armana

Cosmetica e proprietà intellettuale

102 Come si legge un brevetto • A. V. Vanosi

Job Corner

110 Competenze e futuro • S. Lovagnini

Ingredienti

112 DEFENSIL®- PLUS • Biochim - RAHN AG

122 Hyallnno®ACE • Deimos Group - TS-BIOTECH

128 OLIVSPERSE • Gale & Cosm - Sandream Specialties

134 Press Release

MakeUp

T E C H N O L O G Y

Elenco

Inserzionisti

Direttore Responsabile

Francesco Redaelli - fr@ceceditore.com

Direttore Scientifico

Riccardo Rossi - rrossi@oxygendevlopment.com

Responsabile di redazione

Serena Ponso - sp@ceceditore.com

Marketing assistant

Chama Sirvent - cs@ceceditore.com

Progetto grafico e impaginazione

Serena Dori - sd@ceceditore.com

Giulia Gilardi - gg@ceceditore.com

Stampa e fotolito

Faenza Printing Industries Spa

Spedizione

Spedizione: Poste Italiane Spa - spedizione in abbonamento postale

D.L. 353/2003 (conv. in 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, LO/MI

Copyright CEC Editore - Milano

Tutti i diritti sono riservati. La riproduzione dei contenuti, totale o parziale, è soggetta a preventiva approvazione della CEC Editore

Legge sulla privacy

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati in suo possesso, forniti dagli abbonati, fatto diritto, in ogni caso, per l'interessato di richiederne gratuitamente la rettifica o la cancellazione ai sensi del D.lgs 196/03. L'Editore non assume responsabilità per le opinioni espresse dagli Autori e per eventuali errori riportati negli articoli. Il materiale pubblicitario si intende essere conforme a standard etici: la stampa di tale materiale non costituisce la garanzia della qualità del prodotto e della veridicità dei claim.

Autorizzazione

Tribunale di Milano n. 256 del 17/10/2018 - ISSN 2611-7657
N° ROC 24649 del 20/06/2014

IVA assolta dall'editore.

CEC Editore pubblica anche:

Cosmetic Technology - L'Integratore Nutrizionale

Innovazione in Botanicals

Legislazione Cosmetica

Libri scientifici nell'area cosmetica, nutrizionale e erboristica



Via Primaticcio, 165 - 20147 Milano
tel 02 4152 943 - fax 02 416 737
info@ceceditore.com - www.ceceditore.com

ACTIVE UP

www.activeup.it - support@activeup.it 89

COMPLIFE

www.complifegroup.com - info@complifegroup.com III Cop

COSMOFARMA

www.cosmofarma.com 109

COSMOPROF

www.cosmoprof.com - info@cosmoprof.it 14

EUROSYN

www.eurosyn.it - info@eurosyn.it II Cop

GALE & COSM

www.galecosm.com - info@galecosm.com 133

PCD - PACKAGING PREMIÈRE

www.pcdmilan.com - commerciale@packagingpremiere.it 45

VEVY EUROPE

www.vevy.com - info@vevy.com 97

Girl's best friend

No, non si tratta dei diamanti, anche se quelli sono i veri protagonisti della canzone citata nel titolo e resa famosa da Marilyn Monroe, perché qua parliamo di altro. Parliamo di rossetto.

“Se siete tristi, se avete un problema d’amore, truccatevi, mettetevi il rossetto rosso e attaccate”.

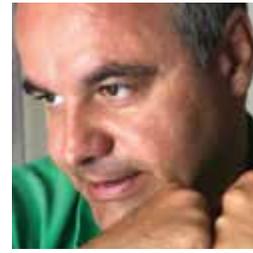
Questa è una delle celebri frasi di Coco Chanel, fondatrice del famoso e iconico brand di moda e cosmetica che ha fatto la storia del “rouge à lèvres” con il suo mitico Rouge Allure, tutt’ora a catalogo tra i rossetti della Maison di Parigi.

Già, perché il rossetto, soprattutto quello classico rosso, è molto più di un prodotto di makeup: è un segno di distinzione, di forza e di resilienza. Infatti è stato il simbolo dell’emancipazione femminile ben prima della minigonna. Addirittura, pare che Winston Churchill, durante la Seconda Guerra Mondiale, abbia ordinato di interrompere la produzione di cosmetici nel Regno Unito per dare spazio a produzioni più urgenti, con l’unica eccezione per il rossetto, in particolare quello rosso. Perché nei tempi bui del conflitto la bellezza era diventata quasi un dovere spirituale per le donne, che avevano il compito di rassicurare e tenere alto il morale delle truppe, tanto che le campagne di propaganda insistevano proprio su quel concetto. Mentre benzina, zucchero o uova venivano razionati, i rossetti venivano distribuiti regolarmente come la farina. Alla fine, il rossetto rosso brillante divenne quindi un simbolo di patriottismo. Pubblicazioni di moda e aziende cosmetiche si unirono alla rivendicazione dell’asse alleato senza

riluttanza. Elizabeth Arden creò un kit per il trucco progettato per le donne della Marina degli Stati Uniti per abbinare le loro uniformi, e Helena Rubinstein creò tonalità e sfumature di rossetto con nomi come Regiment Red, Commando o Fighter Red. Il rossetto aveva definitivamente assunto il suo ruolo di prodotto icona, tanto che, una volta che fu nominata, anche la stessa regina Elisabetta II, che vanta una vasta collezione di rossetti, commissionò la fabbricazione del suo rossetto rosso con sfumature bluastre e abbinato al suo stile, in occasione della sua incoronazione nel 1952.

Un prodotto, il rossetto, che sta ora vivendo un nuovo rilancio, dopo due anni di pandemia che hanno fatto nascondere le labbra di tutti, e non solo delle donne, e che si candida per diventare l’emblema del new normal. Anche e soprattutto cavalcando nuovi trend trasversali a più mondi, come il risparmio di acqua per il Pianeta, sintetizzato dal concetto waterless, che si sposa alla perfezione con formule che di acqua non ne hanno mai contenuta fin dai loro esordi.

Eccoci arrivati quindi nel fantastico mondo del rossetto, per scoprire i segreti nascosti dietro al “pastello per labbra”, modo in cui è a volte definito. Infatti, anche per questo primo numero del 2022, il *fil rouge* (e in questo caso nessun altro modo di dire è più consona di questo) sarà uno speciale dedicato a una categoria di prodotti, in questo caso agli anidri, di cui il rossetto è il più famoso rappresentante. Grazie all’indispensabile supporto di vari specialisti del settore che ci svele-



di **Riccardo Rossi**

Oxygen Innovation

rossi.ceceditore@gmail.com

ranno curiosità e proprietà di questo imperdibile accessorio di makeup, partiremo dalla storia del rossetto per passare attraverso i trend più attuali, finendo alle metodiche di produzione con le quali le formule più innovative sono poi portate sul mercato.

Anche per questo numero, infatti, il lettore potrà meravigliarsi nello scoprire quanta scienza, arte e tecnologia si celino dietro le quinte dei prodotti più alla moda, che si trovano poi sugli scaffali dei principali rivenditori. In questo caso, le cosiddette “paste anidre” rappresentano il grosso della categoria, soprattutto per gli stick tradizionali. Come per ogni prodotto, anche qua ci sono, però, le solite eccezioni. Esatto, perché il rossetto può anche essere una formula in emulsione, soprattutto usata per i lip gloss, che sono nati proprio per ottenere quell’effetto super lucido che non è, per ora, raggiungibile con gli stick tradizionali.

Vi lascio quindi al contenuto di questo numero che vi porterà alla scoperta del rossetto, perché come ama dire Poppy King, fondatrice di Lipstick Queen, un brand australiano che produce esclusivamente rossetti e che sta ottenendo un successo planetario:

“Il rossetto è molto più di un prodotto. È qualcosa che ti trasforma”



Wellbeing e MAKEUP

di **LEONARDO CELLENO¹, ALESSANDRA VASSELLI², CLAUDIA RICCARDI³**

¹Dermatologo, Docente, Presidente AIDECO

²Cosmetologa, Membro Comitato Direttivo AIDECO

³Biologa e Membro Comitato Direttivo AIDECO

info@aideco.org

Il benessere dell'individuo non è solo una tendenza. Il "wellbeing", inteso come miglioramento della qualità della vita, corrisponde al raggiungimento dello stato dello "star bene" e del "sentirsi bene". Questo obiettivo da raggiungere, però, in realtà è una complessa fusione tra equilibri di diversa natura: non solo salute in antitesi a malattia organica, ma benessere (wellbeing/wellness) che migliora l'esistenza dell'individuo.

Il benessere è definibile come uno "stato felice di salute, di forze fisiche e morali..." o, meglio ancora, come la qualità o lo stato di essere sani nel corpo e nella mente, soprattutto come risultato di uno sforzo deliberato, interpretabile anche come quell'importante approccio corretto all'assistenza sanitaria. Diventano dunque protagonisti i punti correlati alla prevenzione delle patologie e al prolungamento della vita, invece di dare esclusivo rilievo al trattamento della malattia.

Premesso che, ovviamente, per accedere a una condizione di wellbeing è necessario aver conseguito un buon stato di nutrizione/dimora/cultura/lavoro, lo stato di salute e benessere è dunque un concetto positivo che valorizza le risorse personali, sociali e fisiche.

Nel mondo cosmetico, attualmente, i principali valori che rendono un prodotto più interessante agli occhi del consumatore sono la sua sicurezza, la naturalità e l'assenza di ingredienti considerati preoccupanti. È però già evidente come il consumatore si sia avvicinato a una percezione "olistica" del benessere attraverso il cosmetico, che comporta una modificazione degli aspetti sia fisici sia emotivi.

L'utilizzo dei prodotti cosmetici, in particolare del makeup, è un atto essenziale per il raggiungimento dello scopo, non solo per il benessere di pelle, capelli e unghie, ma perché occupa una posizione preferenziale nella soddisfazione della componente psicologica del "sentirsi meglio e dunque sentirsi bene".

Un esempio per tutti: il camouflage migliora la qualità della vita e le condizioni della pelle dei soggetti che presentano inestetismi determinati da malattie cutanee.

Wellbeing, wellness = BEN ESSERE



Secondo le numerose definizioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), mutate nel tempo in base al variare della condizione sociale delle popolazioni, il concetto di salute è “uno stato di completo (totale!) benessere fisico, mentale e sociale e... non semplice assenza di malattia o infermità”. Inoltre: “la promozione della salute è il processo che mette in grado le persone di aumentare il controllo sulla propria salute e di migliorarla [...]; la salute è un concetto positivo che valorizza le risorse personali e sociali, come pure le capacità fisiche”.

Gli individui sentono profondamente l'impegno per conseguire un personale stato di “benessere”, ma anche le istituzioni governative dei Paesi sviluppati sono ufficialmente chiamati a occuparsi del raggiungimento di questo obiettivo.

Per il *Random House Unabridged Dictionary*, la definizione di “wellbeing” corrisponde a “una buona o soddisfacente condizione di esistenza (ovvero uno stato caratterizzato da salute, felicità e prosperità)”. Il termine wellness = benessere nel Dizionario Treccani è spiegato come lo “stato felice di salute, di forze fisiche e morali...”. Definizioni dunque simili o sovrapponibili che descrivono l'equilibrio di tipo psico-fisico del singolo individuo e della conseguente volontà di “essere/sentirsi belli” (a livello sia esteriore che interiore).

I prodotti cosmetici sono un mezzo attraverso il quale questo proposito viene raggiunto, dalla beauty routine personalizzata domiciliare ai trattamenti presso centri medici, estetici, terme e SPA.

In tale contesto le aziende cosmetiche sono protagoniste: lo “star bene”, il “sentirsi bene” e l'uso dei cosmetici vanno di pari passo **(1-3)**.

L'INDISCUTIBILE VALORE DEL *camouflage* E LIMITROFI

Inestetismi e lesioni visibili possono compromettere notevolmente la qualità della vita (*Quality of Life*, QoL) dei soggetti che li presentano. È stato dimostrato che l'utilizzo del “trucco correttivo” fa risalire considerevolmente il livello della qualità di vita e di autostima di coloro che ne fanno utilizzo. La possibilità di nascondere i difetti cutanei (importanti e non), sia per la socialità sia per la percezione del sé, è una soluzione primaria per aumentare il grado di benessere personale. Questo risultato è stato dimostrato in numerosi studi e riportato in molte pubblicazioni.

Ad esempio, in uno studio multicentrico, solo dopo un mese di partecipazione in un centro medico di trattamento con prodotti di correzione degli inestetismi della pelle (*camouflage*) i pazienti traevano un significativo miglioramento della qualità della vita. Questa valutazione è stata eseguita attraverso la modalità del *Dermatology Life Quality Index* (DLQI), in particolare su condizioni quali alterazioni della pigmentazione, esiti cicatriziali e problemi vascolari **(4)**.

Il solo acquistare un prodotto di correzione degli inestetismi può però non essere sufficiente per ottenere lo scopo prefissato. Per risultati migliori, soprattutto nell'ottica del conseguimento del wellbeing, è infatti



altrettanto essenziale che chi ne fa uso sappia operare correttamente nell'applicazione. Lezioni pratiche, formazione e indicazioni specifiche agli utenti/pazienti fanno aumentare nel tempo la loro QoL in modo significativo. La soddisfazione degli utenti nel completare le conoscenze pratiche di applicazione attraverso percorsi educativi specifici fa accrescere le aspettative di aumento della qualità della vita, aiuta ad accettare benevolmente il proprio aspetto e a migliorare i rapporti sociali (5,6).

Alcune aggettivazioni in cosmetica affermano concetti molto vicini a "la tua pelle non è mai così bella come quando sei felice". Sembra banale ma non lo è. È possibile, piuttosto, dimostrare e basare su evidenze scientifiche questo tipo di affermazione attraverso la messa a punto di protocolli specifici per la verifica e la dimostrazione tecnico-scientifica di quanto questi prodotti possano davvero realizzare. Nell'ottica del wellbeing, in particolare, se un cosmetico è davvero utile al miglioramento dello stato di salute, anche attraverso la componente emotiva di chi ne fa utilizzo, questa funzione va comprovata. Per questo, l'utilizzo di questionari soggettivi che apportano giudizi personali e correlati alla sfera emotiva sulla gradevolezza nell'uso del prodotto, espressi direttamente dal soggetto volontario che partecipa al test, è di enorme aiuto. Dunque, se un prodotto di makeup rende da un lato la pelle più bella e dall'altro il soggetto più soddisfatto della propria condizione di vita, questo effetto può essere supportato da evidenze, come quelle legate all'autopercezione individuale.

INESTETISMI DA PATOLOGIE CUTANEE? NON È SOLO UN *trucco*



Iper- e ipopigmentazioni, esiti dell'acne, cicatrici e lesioni visibili, disturbi del microcircolo cutaneo e altri inestetismi determinati da patologie cutanee sono i principali disagi estetici ma affrontabili attraverso l'uso di prodotti makeup, di tipo sia correttivo, come il camouflage, sia tradizionale, come il fondotinta. In uno studio, 1840 soggetti che presentavano acne (48,9%), melasma (16,7%) e rosacea (15,3%) hanno riportato un miglioramento significativo su tutti i parametri indagati, con uno score denominato Skinindex-16 (per sintomi tra cui secchezza e tensione della pelle, componente emozionale e funzionalità del prodotto). Il prodotto in esame è stato ben tollerato. La soddisfazione sia dei soggetti partecipanti sia degli sperimentatori

è stata alta o molto alta e il cosmetico correttivo testato ha migliorato significativamente la qualità della vita dei soggetti afferenti allo studio (7). La cute, inoltre, rappresenta uno degli organi principalmente interessati dalle malattie autoimmuni, come ad esempio la dermatite atopica, il lupus o la vitiligine e molte altre ancora.

Spesso queste patologie cutanee si accompagnano a evidenti alterazioni estetiche, talora in grado, soprattutto quando colpiscono il volto o altre aree esposte, di compromettere anche la vita di relazione delle persone che ne soffrono. In questi casi, l'intervento dermo-cosmetologico è utile, se non necessario, perché, oltre a riuscire ad alleviare sintomi quali il prurito o il rossore, permette al paziente di migliorare la qualità di vita, consentendogli di ridurre imbarazzo e ritrosia nella vita pubblica. Questo conforto si traduce anche in una migliore "compliance" verso la terapia medica che il paziente deve seguire ed è per questo che in alcuni centri dermatologici (sempre più numerosi) esistono unità di supporto che aiutano i pazienti a scegliere trattamenti cosmetologici, sia per eseguire una valida correzione estetica dei loro difetti (camouflage), sia per la scelta di prodotti cosmetici che, meglio del farmaco, possono ridurre alcune alterazioni cutanee causate dalla malattia, come la disidratazione, l'alterazione della barriera cutanea, l'eritema ecc., aiutando la pelle a ripristinare il suo buono stato fisiologico. In tal caso, dunque, la finalità di un trattamento cosmetologico è duplice: lenire e ridurre i sintomi e gli eventuali effetti collaterali delle terapie in corso e consentire la quotidiana e necessaria routine igienico/cosmetologica, compreso il makeup.

Anche in condizioni di malattia o alterazione cutanea, i cosmetici per il makeup operano la meritevole azione di “far stare meglio”, esattamente in linea con il concetto di wellbeing: mantenimento della salute della pelle e soddisfazione nel sentirsi bene con se stessi. L’aspetto salutistico, dunque, si interseca con quello emotivo per raggiungere, in modo semplice, una maggiore sensazione di benessere.

Sussiste poi la questione della pelle sensibile. Con questo termine generico si intende un complesso di sintomi oggettivi, ma soprattutto soggettivi, non ancora del tutto ben identificati, standardizzati o standardizzabili. È stata definita come una sindrome determinata dal verificarsi di sensazioni spiacevoli (stinging, ovvero pizzicore o sensazione puntoria, bruciore, dolore, prurito e sensazioni di formicolio) come risposta a stimoli che normalmente non dovrebbero provocare queste

sensazioni (8) (Fig.1).

La controversia rimane nel riconoscimento di questo problema cutaneo: queste classiche sensazioni spiacevoli non necessariamente sono sempre attribuibili ad altre patologie della pelle, tanto è vero che la cute sensibile può anche apparire “normale” oppure presentare i classici sintomi. Per questo alcuni autori hanno proposto di definire una sottocategoria di pelle sensibile quando questa è associata a patologie dermatologiche identificate (ad esempio dermatite atopica, rosacea, psoriasi, dermatite seborroica, acne ecc.) (9).

Il trattamento della cute sensibile si basa soprattutto nell’evitare l’applicazione sulla pelle di prodotti che possano danneggiare la barriera cutanea o contenere sostanze potenzialmente irritanti/allergizzanti. Tra i componenti meno sicuri in caso di pelle sensibile, perché

possono scatenare reazioni, vanno considerati i conservanti, i tensioattivi troppo schiumogeni, alcuni emulsionanti, l’alcol, i coloranti e le fragranze. Dunque, la formulazione di prodotti di makeup indicati per pelle sensibile, compatibilmente con le basi della forma cosmetica di un prodotto da trucco, deve evitare l’inclusione di ingredienti già noti per il loro potenziale irritante e/o sensibilizzante, sia esso “forte” che “debole”: le ormai famose tracce inevitabili di nichel ne sono l’esempio più calzante. “Sensibile”, “sensibilizzata”, “suscettibile”, “reattiva” e “intollerante” sono solo alcuni tra gli aggettivi che ricorrono quando ci si riferisce a questo tipo di cute problematica, difficile da trattare sia in generale sia dal punto di vista cosmetologico. Grazie alla crescita di attenzione su questo tema, sia da parte dei consumatori che delle aziende cosmetiche, la cosmetologia si è prontamente

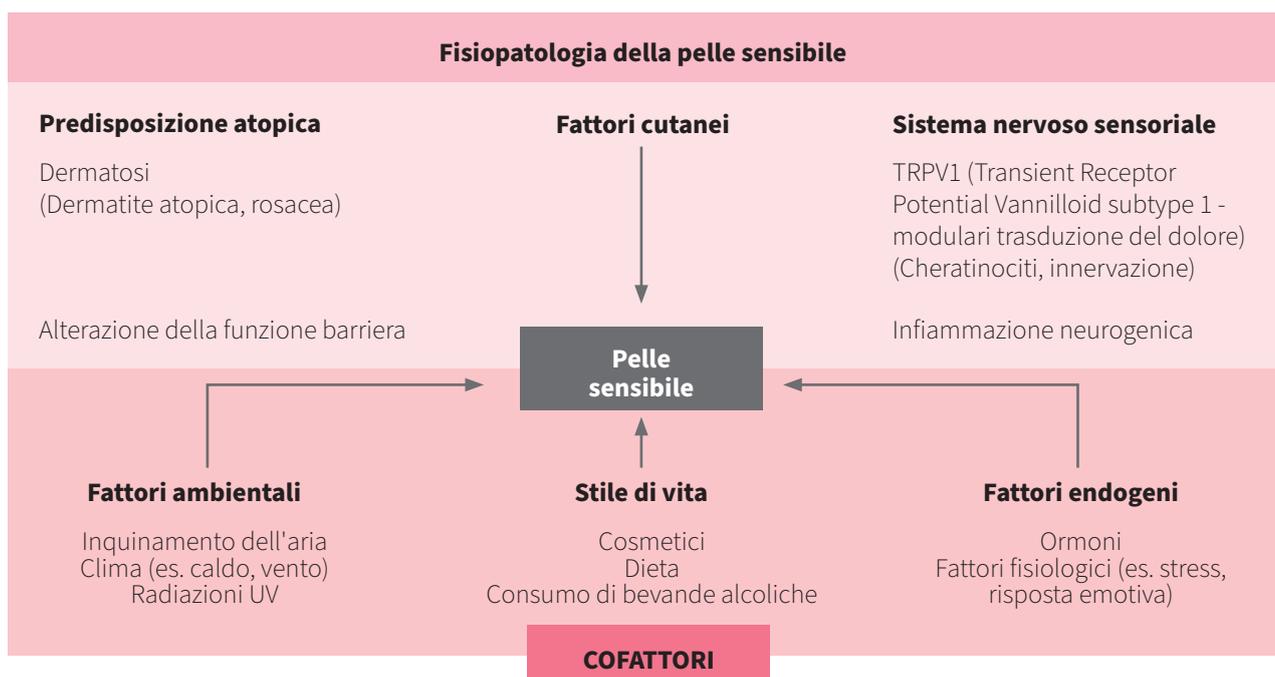


Figura 1 - Fattori coinvolti nell’insorgenza e nello sviluppo della pelle sensibile (10)

adeguata allo sviluppo, in particolare per il makeup, di prodotti progettati per ridurre al minimo il rischio di reazioni cutanee.

Conclusioni

I cosmetici per il makeup, per molte donne (e non solo), rappresentano il modo per enfatizzare la propria identità, la libertà, il fascino e la seduzione, rafforzando in modo consistente il raggiungimento del “sentirsi meglio”.

Texture gradevole, packaging raffinato, fantasia delle forme, scelta delle nuance e profumazione sono fattori interpretati dal consumatore come parte integrante del prodotto e della piacevolezza nell'utilizzarlo. Dunque, prodotti e servizi del mondo beauty producono un profondo senso di benessere emotivo negli individui; nelle donne, negli uomini e nel genere d'identità “fluida”. L'entusiasmo che

ne deriva si trasforma facilmente in buonumore, maggiore serenità e quindi migliore condizione di vita, proiettata verso il raggiungimento di una condizione di wellbeing.

Gli effetti psico-sociali ed estetici del camouflagge ne sono un esempio indicativo: riuscire a nascondere inestetismi cutanei importanti come angiomi, vitiligine, teleangectasie, discromie cutanee ed esiti cicatriziali corrisponde al raggiungimento di uno scopo primario per la qualità della vita di chi soffre di questi problemi.

Bibliografia

1. Bedos P, Leduc C, Damez C *et al* (2016) Quantifying Wellness: Anti-aging Benefits Beyond Wrinkle Reduction. *Cosm & Toil* 131(8):23-34
2. Press Release Global Data (2019) Four beauty trends to watch in 2020.
3. Dayan SH, Cho K, Siracusa M *et al* (2015) Quantifying the impact cosmetic make-up has on age perception and the first impression projected. *J Drugs Dermatol* 14(4):366-374
4. Holme SA, Beattie PE, Fleming CJ *et al* (2002) Cosmetic camouflage advice improves quality of life. *Br J Dermatol* 147(5):946-949
5. Peuvrel L, Quéreux G, Brocard A *et al* (2012) Evaluation of quality of life after a medical corrective make-up lesson in patients with various dermatoses. *Dermatology* 224(4):374-380
6. Troin L, Mallet S, Lagouanelle MC *et al* (2020) Five years' experience of cosmetic camouflage of disfiguring skin disorders: Patient satisfaction. *Ann Dermatol Venereol* 147(1):4-8
7. Andra C, Suwalska A, Dumitrescu AM *et al* (2020) A Corrective Cosmetic Improves the Quality of Life and Skin Quality of Subjects with Facial Blemishes Caused by Skin Disorders. *Clin Cosmet Investig Dermatol* 13:253-257
8. Misery L, Ständer S, Szepietowski JC *et al* (2017) Definition of Sensitive Skin: An Expert Position Paper from the Special Interest Group on Sensitive Skin of the International Forum for the Study of Itch. *Acta Derm Venereol* 97(1):4-6
9. Mills OH, Berger RS (1991) Defining the susceptibility of acne-prone and sensitive skin population to extrinsic factors. *Dermatol Clin* 9(1):93-98
10. Misery L, Loser K, Ständer S (2016) Sensitive skin. *J Eur Acad Dermatol Venereol* 30 Suppl 1:2-8

COSMETITROVO

LA NUOVA “FIERA VIRTUALE” DELLA COSMETICA



DALLA SUA ESPERIENZA COME FORMULATRICE COSMETICA IN AZIENDE CONTO TERZI, NASCE L'IDEA DI COSMETITROVO, DI CUI OGGI È FONDATRICE CON LA SUA START UP

di MARIA RANDAZZO

Alirema, Torino

maria@cosmetitrovo.it

Immaginate un luogo sempre aperto che vi dia la possibilità di visitare ed esplorare, ogni volta che ne abbiate bisogno, i fornitori di tutta

la filiera di produzione cosmetica, i loro relativi cataloghi e servizi.

Immaginate di accedere a una vera e propria piazza virtuale, selezionare con un click l'area di vostro interesse (materie prime, packaging, servizi, conto terzi, consulenze) e una volta digitato il servizio o prodotto richiesto accedere a una lista di potenziali fornitori e contattarli in modo rapido.

Tutto questo oggi è possibile grazie all'intuizione di Maria Randazzo, cosmetologa con esperienza pluriennale in laboratorio R&D come formulatrice, che, tramite il suo progetto Cosmetitrovo, ha avuto l'ambizione di rendere più semplice, efficace e avanzata la ricerca di fornitori e partner per gli attori della filiera di produzione cosmetica.

Cosmetitrovo è la nuova piattaforma digitale dedicata alle aziende e ai professionisti che ruotano intorno alla filiera di produzione cosmetica, nata con l'obiettivo di creare una community per facilitare l'incontro tra domanda e offerta.

Cosmetitrovo, online da settembre 2021 e in continua crescita ed evoluzione, connette aziende clienti e fornitori di materie prime, packaging, servizi (per esempio laboratori che effettuano test o enti certificatori), consulenti e, non da ultimo, aiuta nella ricerca del terzista più idoneo al proprio progetto. Nasce da una start up italiana dall'idea di Maria Randazzo, la quale afferma: "L'obiettivo non è stato semplicemente trasferire su una piattaforma online i cataloghi e i prodotti dei fornitori, ma puntare a migliorare l'efficienza di ricerca dei nostri utenti e il processo di acquisto e vendita a 360 gradi".

Cosmetitrovo scaturisce da un'intuizione: gli acquirenti hanno bisogno di poter esplorare prodotti e servizi, proprio come in un negozio fisico multimarca; verificarne le caratteristiche e confrontare le offerte dei fornitori, con il vantaggio di un unico username e password per accedere a tutti i cataloghi senza perdersi in un mare disorientante di informazioni non strutturate.

Su Cosmetitrovo la ricerca può essere effettuata facilmente tramite nome INCI, descrizione, parole chiave o categorie di interesse in un grande database trasversale che raccoglie i cataloghi e le informazioni riguardanti i servizi dei fornitori del settore.

La modalità di contatto con i fornitori è resa molto semplice grazie a un sistema di messaggistica che consente di richiedere



informazioni, quotazioni o campionature in pochi click. Inoltre, è possibile tenere traccia delle richieste e delle relative risposte in tempo reale, avendo così sempre a disposizione nel proprio profilo una visione chiara e aggiornata della propria attività.

Il valore che ne deriva non è limitato al solo risparmio di tempo, ma si concretizza in una maggiore efficienza di utilizzo delle risorse aziendali: una significativa semplificazione di tutto il processo di ricerca e acquisto. Questo vale per le materie prime, il packaging, i servizi, le consulenze e la ricerca di contratti in conto terzi, perché Cosmetitrovo amplia gli orizzonti consentendo di vagliare in pochi minuti diverse soluzioni alternative.

Dalla parte di chi cerca

Le difficoltà e l'intuizione della fondatrice

"Nella mia passata esperienza lavorativa da formulatrice in aziende terziste, quasi quotidianamente avevo la necessità di effettuare delle ricerche di materie prime per finalizzare i numerosi progetti su richiesta dei clienti, quindi di richiedere campionature, consigli e quotazioni ai nostri fornitori. Che strumenti avevo a disposizione? I numerosi cataloghi cartacei da sfogliare, un computer con i file e altri cataloghi in formato pdf, tutti i siti dei fornitori (ognuno con una password differente), i database internazionali e i motori di ricerca per Internet.

Nonostante questo, la strada più immediata per me era quella di inviare varie e-mail di richiesta alla lista dei miei contatti di fornitori, con grande dispendio di tempo (mio e loro) e senza la sicurezza di centrare l'obiettivo, mentre le e-mail da gestire si moltiplicavano ogni giorno.

Una volta inviate le richieste, scattava la corsa contro il tempo in attesa delle risposte. E una volta ricevute, le informazioni erano da ordinare, trascrivere, confrontare e tracciare. Talvolta dopo aver consultato i database internazionali, avevo bisogno di individuare il distributore italiano di un brand di materie prime e mi trovavo davvero in difficoltà.

Mi sono presto resa conto di come la mia ricerca fosse dispersiva e frustrante. Ho progettato quindi lo strumento che mi sarebbe piaciuto avere per semplificare il mio lavoro rendendo più efficaci le ricerche e l'invio di richieste, non solo di materie prime ma di tutto ciò che dà vita a un prodotto cosmetico".

Amplia i tuoi orizzonti e ti fa risparmiare tempo prezioso

In Italia e in Europa ci sono centinaia di aziende fornitrici, produttori e distributori che si presentano ai loro clienti con un'enorme quantità di informazioni, tramite canali fisici e online, ma nonostante questo il nostro orizzonte può essere limitato, perché?

Le informazioni sono utili quando sono ordinate, rilevanti, in scopo: senza queste caratteristiche parliamo solo di dati, e se questi ultimi non vengono in qualche modo elaborati e razionalizzati non sono fruibili.

Nell'immenso mare di Internet, nella quotidianità lavorativa frenetica, senza un tramite che processi, ordini e traduca i dati del mercato in informazioni chiave, trovare quello che serve diventa molto dispendioso in termini di tempo, e non efficace perché ci si affida talvolta alle prime informazioni che si riescono a reperire, soprattutto quelle sospinte da una forte campagna di marketing. Occorreva quindi uno strumento per organizzare in modo intelligente tutte le informazioni in un unico database e razionalizzare i dati presenti sul mercato per restituire agli utenti ciò che di più prezioso si ha in ambito lavorativo: il tempo.

Utilizzare uno strumento specifico per esplorazioni mirate rappresenta un grande aiuto per chi ha bisogno di vagliare le proposte commerciali nel minor tempo possibile.

Ridisegna l'esperienza di ricerca e di acquisto per gli utenti

Cosmetitrovo consente di innovare e rivoluzionare il processo di ricerca e di acquisto, semplificandolo e rendendolo smart: più efficace e

più efficiente. Prendiamo le grandi piattaforme online per i consumer che hanno rivoluzionato il nostro modo di fare acquisti. Perché non dovrebbe valere per chi opera in ambito aziendale? Un processo di ricerca e di acquisto ci impone di visitare, richiedere, valutare e contattare i fornitori di nostro interesse per confrontare le offerte.

In un processo tradizionale questo viene fatto fornitore per fornitore, separatamente, per poi organizzare e confrontare tutti i dati.

Un processo innovativo ci consente di fare le stesse cose, ma in modo nuovo e intelligente, lasciando che gli strumenti digitali siano il motore che facilita e semplifica il nostro processo.

Che tipo di ricerche è possibile effettuare

Per quanto riguarda il complesso settore delle materie prime, si possono effettuare ricerche per nome INCI, parola chiave, categoria cosmetica, trend o caratteristiche (Made in Italy o sostenibilità per esempio) o trovare il distributore di un particolare brand.

Per la sezione packaging, i servizi e le consulenze, o per l'individuazione del terzista più idoneo, basterà selezionare la categoria e l'ambito di interesse per essere guidati nell'esplorazione dei fornitori.

Non solo ricerche, ma anche uno strumento di contatto e un gestionale

All'interno della piattaforma è disponibile un sistema di messaggistica che dà la possibilità di chiedere informazioni, documenti, offerte e campionature, anche simultaneamente, a più fornitori in pochi minuti.

Le richieste vengono indirizzate direttamente alla figura commerciale di riferimento e le risposte dei fornitori possono essere tracciate comodamente in tempo reale all'interno del proprio profilo, in modo ordinato e semplice grazie a un sistema semaforico che evidenzia la disponibilità del fornitore.

I tuoi fornitori di sempre e un nuovo modo per contattarli

Sappiamo bene che ogni azienda ha i propri fornitori storici, di fiducia, ecco perché è possibile salvare i propri fornitori "preferiti" per ottimizzare e personalizzare i risultati di ricerca. La selezione dei fornitori preferiti consente, infatti, che questi vengano posizionati con priorità tra i risultati, per offrire all'utente un'esperienza personalizzata di utilizzo della piattaforma.

Cosmetitrovo offre la possibilità di rimanere in contatto con i propri fornitori di fiducia in un modo nuovo, bypassando la pratica di invio, gestione e archiviazione di decine di e-mail.

Una finestra sulle novità

È importantissimo rimanere aggiornati sulle novità anche mentre si è al lavoro; pertanto, Cosmetitrovo offre la possibilità di esplorare che cosa accade



sul fronte fornitori grazie alla sezione news, nella quale vengono raccolte quotidianamente le pubblicazioni dei fornitori che riguardano eventi, offerte, articoli scientifici e novità.

Dalla parte dei fornitori

C'è posto per tutti

Su Cosmetitrovo sono presenti le più grandi e note realtà del settore che hanno dato credito al progetto riconoscendone l'innovazione e le opportunità, ma anche le piccole eccellenze del territorio, le start up, produttori specializzati e singoli consulenti che in Cosmetitrovo possono avere la stessa visibilità, proprio come in una fiera reale.

Si possono trovare anche fornitori stranieri e aziende già attive in altri ambiti come la chimica, la farmaceutica e la nutraceutica, che vogliono aumentare la visibilità specifica nel settore cosmetico.

Una vetrina per la propria azienda e uno strumento di marketing

Tutti i fornitori iscritti possono presentarsi agli utenti costruendo ad hoc la propria scheda aziendale per evidenziare la panoramica dei servizi offerti e inserire il link diretto al proprio sito.

Nel caso del packaging e delle materie prime, caricare e gestire semplicemente e in autonomia il proprio catalogo, per i distributori indicare i brand distribuiti. È possibile valorizzare le proprie categorie di specializzazione, pubblicare offerte commerciali, articoli scientifici e notizie nella bacheca "news".

Dal proprio pannello di controllo sarà sempre disponibile lo storico delle richieste ricevute, i report di ricerca utenti e i dati sulla propria visibilità.

L'interazione digitale con i nuovi clienti e i clienti di sempre

Cosmetitrovo non rappresenta solo uno strumento per reclutare nuovi clienti, ma concretizza e facilita l'interazione all'interno del mercato.

Negli ultimi due anni la presenza online è diventata per tutti una realtà parallela: l'opportunità vitale per superare la crisi e le distanze imposte dalla situazione sanitaria.

Da un punto di vista commerciale, basti pensare all'evoluzione dei comportamenti di consumo e al ricorso massivo da parte dei consumatori agli e-commerce, allo streaming di eventi, meeting, trasmissioni, lezioni di fitness e persino alla spesa online.

Gestione e funzionamento del profilo fornitore

Condividere il proprio catalogo e metterlo sempre a disposizione di utenti certificati e di tutti i potenziali clienti consente di aumentare la propria visibilità fino al 400%, con un risparmio di tempo di gestione delle richieste dal 20 all'80%.

L'amministratore del profilo fornitore riceverà una notifica in caso di nuova richiesta e potrà rapidamente dare il primo feedback al cliente.

Dal proprio profilo potrà gestire la scheda aziendale e avere la visibilità di tutti i report di ricerca e lo storico delle richieste ricevute.

Se si desidera che le richieste vengano indirizzate anche alle figure commerciali, è possibile creare dei profili "agenti" che riceveranno direttamente le richieste dalle aziende clienti a loro associate, anche su base territoriale.

Entra nel mondo Cosmetitrovo

Per gli acquirenti (R&D, ufficio acquisti, proprietari di aziende) il servizio è completamente gratuito. Cosmetitrovo è uno strumento professionale ad accesso riservato per aziende e professionisti. Basterà creare il proprio profilo utente e, una volta validato dallo staff di Cosmetitrovo, iniziare le proprie ricerche. Per i fornitori è previsto un periodo di prova non vincolante e la sottoscrizione di un abbonamento 3, 6, o 12 mesi che comprende numerose funzionalità e tante opportunità tutte da scoprire.

Per informazioni

tel 371 4148794

info@cosmetitrovo.it

www.cosmetitrovo.it



COSMOPROF

WORLDWIDE BOLOGNA

LA FIERA LEADER MONDIALE
PER L'INTERA INDUSTRIA
DELLA COSMETICA E DELLA
BELLEZZA PROFESSIONALE
COSMOPROF.COM

NEW DATES

28 APRILE - 1 MAGGIO 2022

COSMOPACK

COSMO PERFUMERY &
COSMETICS

29 APRILE - 2 MAGGIO 2022

COSMO HAIR & NAIL &
BEAUTY SALON

BOLOGNA
QUARTIERE FIERISTICO

Heads Collective

ORGANIZZATO DA
BolognaFiere Cosmoprof S.p.a.
Milano
T +39 02 796 420
F +39 02 795 036
info@cosmoprof.it

COMPANY OF
 **Bologna Fiere**

IN COLLABORAZIONE CON
 **COSMETICA ITALIA**
associazione nazionale imprese cosmetiche

CON IL SUPPORTO DI

Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale


ITALIAN TRADE AGENCY

A NEW WORLD FOR BEAUTY BOLOGNA, HONG KONG, LAS VEGAS, MUMBAI, BANGKOK

Colore TENDENZE

I trend principali per la stagione
Autunno-Inverno 2022/2023

DI ELENA NUNNO

Key Account Manager, Merck, Milano
elena.nunno@merckgroup.com

Agendo da reset virtuale, la pandemia ci ha permesso di fare chiarezza sui nostri valori.

Con una rinnovata fiducia nel futuro e nell'umanità, siamo pronti a nuove sfide e ci sentiamo spinti ad agire grazie a una ritrovata energia.

Questa attitudine stimola i nostri sensi e ci spinge a intraprendere direzioni mai provate prima.

Non saremo più vittime degli eventi, siamo tornati carichi di nuova energia e pronti a controllare il nostro destino e desiderosi di ricostruire il mondo partendo da noi stessi!

CONCENTRATED BOOST



#peacefulreconnection

#wellbeing

#caringbeauty

#newessentials

#soothingcomfort

Questa moderna eremita cerca un rifugio in cui trovare riparo dal caos, avendo l'opportunità di riconnettersi profondamente con se stessa e con la natura, concentrandosi su ciò che è essenziale.

Esausta dalle mille notifiche a cui è esposta, che riducono la sua capacità di concentrazione, reclama la sua libertà di disconnessione e il suo bisogno di allontanarsi dal consumismo e dagli eccessi.

Per esaltare e proteggere la sua naturale bellezza, sceglie nuovi rituali cosmetici sensoriali estremamente efficaci e tecnologici, pur ispirandosi ad antiche tradizioni.

Texture avvolgenti, ingredienti naturali, colori che ispirano calma affiancati a tonalità energetiche come oro e ambra: questi sono gli alleati per il suo viaggio introspettivo.

Soft therapy

Raffinata e naturale, sceglie beauty routine semplici che si ispirano ai concetti della naturopatia.

Per nutrire e proteggere la pelle usa balsami solidi dalla texture burrosa, che si sciolgono al contatto con la cute. Ricchi e cremosi, curano la pelle e forniscono la giusta quantità di luminosità al viso e al corpo.

Il suo makeup è formulato per offrire texture cerosi dal finish opaco e vellutato; una miscela di pigmenti beige e dalle tonalità metalliche e iridescenti mettono in risalto palpebre e zigomi in modo discreto e delicato.



IDEA FORMULATIVA

Melting Body Bar - Cozy Cocoon

Questa innovativa e trendy barretta per il corpo fondente senza acqua si scioglie durante l'applicazione. Il filler funzionale RonaFlair® White Sapphire supporta l'applicazione sorprendentemente morbida e cremosa sulla pelle. Piccole quantità di tre pigmenti a effetto speciale (Colorona® Bright Gold, Timiron® Silk Gold, e Xirona® Le Rouge) sono stati miscelati per aggiungere un colore beige delicato e naturale, leggermente rosato.

Nurturing Sun

È influenzata dagli elementi della natura e in particolare dal sole, con la sua luminosità arancione e la sua forza energizzante rappresentata da tonalità miele e toni ambrati che vanno dall'oro intenso a toni più delicati.

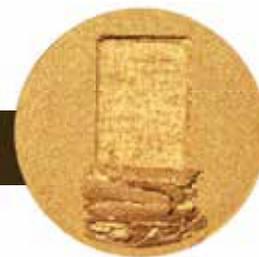
Lo skin care punta su sieri high-tech arricchiti da SPF, in grado di catturare la luce per infondere una sferzata di energia alla pelle.

Per il makeup, predilige per gli occhi un trucco verde-oro estremamente metallico, come intensi raggi dorati di luce che ricordano un'iniezione di sole che soddisfa il suo bisogno di luminosità.

IDEA FORMULATIVA

High Reflection Eyeshadow - Solar Energy

Morbido al tatto sulla pelle, il risultato di questo ombretto altamente riflettente è una potente coprenza, progettata per produrre un trucco intenso e simile a una lamina sulle palpebre. È come un'esplosione di luce grazie a una miscela di due pigmenti dorati: Colorona® Precious Gold e Ronastar® Dazzling Lights.



UNREASONABLE BOOST



#popcultureinspiration

#playfulenergy

#regression

#joyfulescape

#funnyDissonance

Improvvisazione, colpo di scena e umorismo sono le caratteristiche principali di questo gioioso tema.

Unreasonable Boost riunisce le generazioni e rimette insieme i pezzi di una società fratturata. È creativa e audace, con un atteggiamento proattivo che punta verso tutto ciò che è fuori dal comune, strano o visionario, anche se sembra... irragionevole.

In un mondo che ha sempre meno senso, ignora le regole e i costumi, e reinventa la creatività con un'estetica post-moderna che flirta sia con la "cuteness" sia con la stranezza. Ispirata dalla cultura pop, evoca flashback nostalgici attraverso i fumetti, mascotte, cartoni animati, giocattoli coccolosi e bambole.

Usa prodotti per la cura della pelle e trucco con il divertimento di un bambino al parco giochi, ma afferma comunque la propria personalità e la sua voce con colori vivaci e pop o in toni "candy".

Comic strip

Influenzata dalla cultura di strada e dalla cultura pop, indossa il trucco in modo personalizzato e artistico, ispirandosi agli idoli della sua gioventù, come personaggi di serie TV, per creare nuovi codici estetici.

Non ha regole quando gioca con i colori e i tratti decisi o quando fa notare il suo stile attraverso una frangia colorata.

Il packaging in barattolo e le matite jumbo, realizzati con materiali riciclati, sono i suoi tool di makeup preferiti!

IDEA FORMULATIVA

Multi-use color

Colori versatili e multiuso che offrono una varietà di sfumature vibranti. Sono ideali per creare un trucco giocoso, ispirato ai cartoni animati e ai fumetti. Per facilitare l'applicazione di questo colore multiuso sulla pelle è stato utilizzato il filler funzionale RonaFlair® LDP White.

Squeezy Green è un colore vibrante, creato miscelando due pigmenti a effetto speciale (Xirona® Kiwi Rose e Colorona® Majestic Green) e aggiungendo un pigmento minerale verde.

La tonalità blu di Bubbly Blue si basa su una miscela di tre pigmenti a effetto perlato: Timiron® Splendid Violet, Colorona® Dark Blue e Timiron® Ice Crystal.

L'appariscente tonalità rosata di Frizzy Pink è stata ottenuta utilizzando la Colorona® SynBerry Pink.



Strange cartoon

Strizzando l'occhio all'infanzia, reinterpreta il mondo delle favole e delle bambole con una strana prospettiva adulta che stravolge l'ingenuo romanticismo femminile e lo rende più importante in questa nuova era così caotica.

Il suo makeup, ispirato al mondo del food come torte, pasticcini e caramelle, presenta finish lucidi e jelly in tonalità golose e candy.

Le labbra e le guance hanno un finish glossy, mentre per occhi e sopracciglia gioca con una gamma di morbidi rosa retrò abbinati a tonalità più acide in texture ultra-opache.

IDEA FORMULATIVA

Lip Gloss – Glossy Pudding

Per labbra infinitamente desiderabili dal finish lucido e dalla lucentezza irresistibile.

Il suo tono rosa confetto è creato dalla combinazione di tre speciali pigmenti a effetto: Ronastar® Red Lights, Timiron® Super Silver Fine e Xirona® Le Rouge. Questa delicata miscela rosa è priva di ingredienti di origine animale ed è adatta alla cosmesi vegana.



FANTASTIC BOOST



#fascinatinguniverse

#eccentricity

#luxuriantaesthetic

#ornamentation

#imaginaryworld

Benvenuti in un universo semi-fantastico, uno specchio dei nostri tempi con protagonista una musa audace che ama sperimentare. Ha un'immaginazione eccentrica e una spiccata capacità di trasformazione che le permettono di ispirarsi per il suo look al mondo botanico. Crea un'estetica ricca di micro- e macro-contrasti, e naviga tra poesia e inquietante follia, come fosse persa nel paese delle meraviglie. Le piacciono le cose radicalmente sperimentali e tende a sconvolgere lo status quo.

Interpreta il makeup come un laboratorio per esperimenti straordinari, utilizzando una tavolozza sciamanica di colori densi e vibranti accoppiati a luci soffuse e materializzati in strane e mutanti texture, quasi "velenose".

Dreamy Nature

Cerca di imitare la natura inserendo elementi “vegetali” nella sua vita quotidiana in un modo molto sensuale e istintivo.

Si trucca puntando su effetti “volume”, perfezione irreali e finish super lucidi, come se vivesse in un giardino incantato. Osservata al microscopio, la natura si trasforma in una visione soprannaturale di colori intrecciati e forme acquose e gelatinose.

Il suo look è molto vistoso e inaspettato, le piace un makeup dirimpante: preferisce indossare il fucsia sulle ciglia e sopracciglia invece che sulle labbra, combinandolo con un ombretto jelly viola chiaro per uno sguardo ai confini della realtà.



IDEA FORMULATIVA

Jelly Highlighter - Bizarre

Si fonde con la pelle per creare un effetto luminoso. Crea un look bizzarro e un po' sognante che ricorda strani fiori viola velenosi.

Il viola di questa formulazione è creato utilizzando una combinazione di tre pigmenti a effetto perlato: Timiron® Splendid Violet, Xirona® Magic Mauve e Colorona® Blackstar Blue.

Precious Stones

Assolutamente misteriosa, come un alieno elegante che usa gemme ultraterrene polverizzate per lanciare incantesimi sciamanici con il suo look teatrale.

Le piace indossare sugli occhi il verde e l'oro che ricreano gli effetti delle pietre semipreziose. Sulle labbra le piace indossare effetti camaleontici che, come fossero in grado di cambiare colore per effetto dei raggi X, dei raggi infrarossi o dei cambiamenti di temperatura, producono effetti ottici ipnotici.

IDEA FORMULATIVA

Lipstick - Chameleon

Incredibile rossetto ispirato ai colori iconici e ipnotici delle labbra degli anni '80. Può essere usato sulle labbra così com'è o sopra un rossetto rosso scuro per creare un inaspettato effetto stravagante.

Dopo l'applicazione, le labbra sono rosso-marrone con un effetto di cambiamento di colore che vira verso il verde, che ricorda immediatamente le pietre preziose sfaccettate. Questo effetto è facile da ottenere utilizzando Colorona® Chameleon, un pigmento a effetto speciale che si presenta in un colore rosso-marrone che riflette sfumature verdi, a seconda dell'angolo di osservazione.



CONQUERING BOOST



#aestheticdesign

#performance

#assertivebeauty

#glamempowerment

#nobleluxury

L'inquinamento, la pandemia, la tensione politica... vivere in città è diventato uno sport da combattimento, ma questa individualista metropolitana regna come un nuovo conquistatore e impersonifica lo spirito senza compromessi, essenziale ora più che mai per sopravvivere nella giungla urbana. Questa elegante guerriera della città è focalizzata sulla performance e sullo spingersi oltre la sua comfort zone. Si esprime con orgoglio con una potente palette di tonalità scure e toni neutri che comunicano forza.

Il suo makeup è meticoloso e tagliente, porta unghie appuntite e finiture metalliche. Scolpisce il suo corpo con oli speciali e lo esalta con pigmenti in un'attitudine glam-gym.

Urban Knight

Grazie al suo magistrale inner power, viene attratta da tutto ciò che richiama le culture guerriere. Come una novella Giovanna d'Arco usa cosmetici dal finish argento metallico su tutto il corpo, il viso e i capelli.

È come un'armatura che la protegge dalle battaglie urbane e che cattura la luce per far sì che venga notata. Applica prodotti leave-on di colore argento sui capelli come abbellimento e sceglie maschere per il viso o detergenti con intensi effetti metallici per proteggere e nutrire la pelle. La sua tavolozza si ispira agli stemmi: le sfumature metalliche annerite del ferro, il blu, il grigio canna di fucile e il bronzo invecchiato delle antiche palle di cannone.



IDEA FORMULATIVA

Rinse-off Mask –Faerless

È una maschera da risciacquo che si presenta con una forte lucentezza metallica. Il suo colore dorato, simile a un'armatura, si basa su una miscela di tre pigmenti a effetto: Ronastar® Diamond Black IQ, Ronastar® Dazzling Lights e Ronastar® Golden Lights.

Sharp Seduction

Lei ha il potere e vuole che la gente lo sappia, usando il suo corpo e il suo makeup come un manifesto. È appassionata di skin care innovativa e si prende cura del suo corpo per apparire come una moderna scultura in ferro. I pigmenti del suo trucco le permettono di giocare con luci e ombre, in finish sia ultra-laccato che opaco. Ha un debole per le tonalità metalliche scure che la fanno apparire potente, in una silhouette da cavaliere moderno.

IDEA FORMULATIVA

Body Sculpting Serum – Blue Code

Siero dalla texture estremamente leggera e piacevole, contiene ingredienti attivi per scolpire il corpo, con un tocco di verde e blu che è stato creato mescolando due pigmenti a effetto perlato (Xirona® Nordic Sunset e Colorona® Majestic Green) e combinato con un pigmento minerale blu oltremare. Il risultato è un blu traslucido con riflessi verdi, che aggiunge un fascino immediato alla formulazione.



A close-up, profile view of a woman's face, focusing on her eyes, nose, and lips. She has dark, well-defined eyebrows, long dark eyelashes, and is wearing shimmering eye makeup. Her lips are coated in a glossy, reddish-pink lipstick. The background is a soft, neutral grey.

**MODIFICATORE
REOLOGICO
INNOVATIVO
MULTIFUNZIONALE**

Applicazione
in formule di makeup

Parole chiave

MAKEUP • VISCOSIZZANTE IDROFILO • OMBRETTO GEL

di MIRIAM DEOLA, LUIGI RIGANO

Rigano Laboratories, Milano

miriam.deola@labanalysis.it

Riassunto

Modificatore reologico innovativo multifunzionale

Applicazione in formule di makeup

Il sodio poliacriloidimetil taurato (Aristoflex Silk®, prodotto da Clariant) è un modificatore reologico polimerico, versatile e multifunzionale, che trova applicazioni interessanti nel settore del makeup. Il gel idrofilo che crea è risultato compatibile con diversi tipi di polveri (pigmenti, filler, perle), che vengono adeguatamente mantenute in sospensione. Grazie all'ottimo profilo sensoriale, caratterizzato da tatto evanescente e setoso, e alle sue proprietà emulsionanti, è possibile realizzare formule speciali come ombretti in gel, eyeliner e fondotinta light. In particolare, questo studio affronta lo sviluppo formulativo di un ombretto in gel partendo dalla selezione di una formula base con ingredienti idonei alla delicatezza della zona periorbitale, tra cui emollienti, idratanti e conservanti. La giusta combinazione di pigmenti e perle, necessaria per la resa colore e brillantezza, e la selezione di un polimero filmogeno con l'obiettivo di migliorare la durata sulle palpebre completano lo sviluppo del prodotto, insieme alla funzionalizzazione con attivi a effetto protettivo, antiossidante e rinforzante delle ciglia.

Innovative multifunctional rheological modifier

Application in makeup formulas

Sodium polyacryloyldimethyl taurate (Aristoflex® Silk manufactured by Clariant) is a versatile and multifunctional polymeric rheological modifier with interesting applications in the makeup field. Its hydrophilic gel is compatible with different types of powders (pigments, fillers, pearls), which are adequately kept in suspension. Thanks to the emulsifying properties and excellent sensory profile, characterized by an evanescent and silky touch, it is possible to make several innovative formulas such as gel eyeshadows, eyeliners and light foundations. In particular, this study deals with the development of a new gel eyeshadow. Starting from the identification of a base formula with ingredients suitable for the delicate eye area, including emollients, moisturizers, preservatives. The formula is completed by a combination of pigments and pearls, necessary for color rendering and brightness, a film forming polymer for improving the long-lasting effect and, finally, actives with protective, antioxidant and eyelashes strengthening effects.

Summary

La versatilità d'uso di una materia prima in cosmetica e le sue possibili multiple applicazioni in diverse tipologie di formule sono caratteristiche preziose e utili al formulatore moderno, anche per creare continua innovazione, sulla spinta di un mercato in rapida evoluzione. Il sodio poliacriloldimetil taurato (Aristoflex® Silk 100% a.m., prodotto da Clariant) rappresenta, in una vasta schiera di materie prime, che non sempre risultano flessibili nell'uso e performanti, una soluzione vincente. È un modificatore reologico idrofilo con grande resistenza agli elettroliti, stabile in un ampio intervallo di pH (2-11), ampia compatibilità (AHA, DHA, filtri solari, pigmenti organici e inorganici, solventi, glicerina e glicole propilenico), buon potere sospendente di solidi e ottima capacità emulsionante di oli a diversa polarità. Altri vantaggi sono la facilità di lavorazione, l'incorporazione possibile sia nella fase acquosa che in quella oleosa, mediante dispersione a freddo, sensazione fresca e setosa dopo l'applicazione sulla pelle (1).

Lo scopo dello studio è la verifica della compatibilità e del potere sospendente di questo modificatore reologico rispetto a ingredienti comunemente usati nel settore del makeup, come pigmenti, filler e perle. Inoltre, le prestazioni innovative del polimero sono state impiegate per sviluppare una formulazione di ombretto in gel.

Prove sperimentali

Viscosità di gel a concentrazioni variabili di polimero

È stata determinata la percentuale ideale di utilizzo mediante la prepa-

razione di 3 gel (0,5-1,0-1,5%), omogeneizzando con turboemulsore (Silverson L4R) in acqua demineralizzata, con l'aggiunta di una miscela conservante all'1% (fenossietanolo, etilesilglicerina). Nella **Tabella 1** sono riportati i valori misurati di pH e viscosità (a 25°C).

I dati sono rappresentati anche nel grafico riportato in **Figura 1**.

Il polimero consente la formazione di gel con elevati valori di viscosità già a basse percentuali di utilizzo. Il suo profilo reologico suggerisce una tendenza a un plateau di valori all'aumentare della quantità, di conseguenza la percentuale adottata per le prove è stata fissata all'1%.

Compatibilità con polveri e potere sospendente

Al gel acquoso contenente il polimero all'1% e la miscela conservante fenossietanolo + etilesilglicerina 1%, una parte dell'acqua demineraliz-

zata (10% p/p) è stata sostituita con polveri di diversa composizione e granulometria, che appartengono a tre categorie fondamentali di ingredienti solidi utilizzati nel campo del makeup: pigmenti, filler e perle. Ogni polvere è stata incorporata con turboemulsore, aggiungendola in più aliquote, per un tempo totale di lavorazione di circa 30 minuti a velocità costante (escluse le perle, che sono state moderatamente disperse per pochi minuti fino a omogeneità, per non causarne la degradazione dimensionale). Per ogni campione ottenuto è stata eseguita una prova di centrifugazione (Heraeus Multifuge 1 S-R, 3500 rpm, 5 minuti, 25°C) e un'analisi viva delle particelle al microscopio ottico (Optika M-699, ingrandimento 600x), oltre alla misurazione della viscosità (Brookfield RVT, Helipath T-B, mPa.s).

Nella **Tabella 2** sono riportati i tipi di polveri impiegati e i risultati delle analisi sui gel.

Tabella 1 • pH e viscosità dei gel acquosi con Aristoflex® Silk @ 0,5 - 1,0 - 1,5%

Polimero (%)		0,5	1,0	1,5
pH (Mettler Toledo Seven Easy)		4,5	4,0	4,0
Viscosità (Brookfield RVT, Helipath T-B, mPa.s)	0,5 rpm	112.000	114.000	124.000
	1 rpm	65.000	72.000	78.000
	2,5 rpm	32.000	35.200	40.800
	5 rpm	19.200	20.800	24.000
	10 rpm	11.200	12.400	14.400

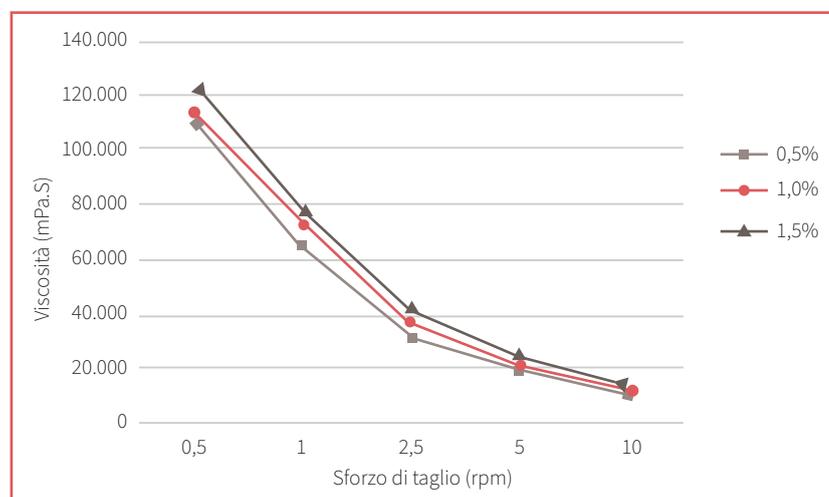


Figura 1 • Viscosità vs sforzo di taglio dei gel a diverse concentrazioni di polimero

Tabella 2 • Compatibilità con polveri e analisi dei gel

Polvere	Viscosità		Aspetto gel	Microscopio ottico	Centrifuga
	rpm	mPa.s			
Titanio biossido (anatasio; 0,3 µm)	2,5	60.000	Omogeneo, eccetto alcuni piccoli grumi	Abbastanza omogeneo, ma con qualche agglomerato	No sedimentazione
	5	34.000			
	10	21.000			
Zinco ossido (<45 µm)	2,5	48.270	Non omogeneo, molti grumi	Non applicabile	Non effettuata
	5	28.800			
	10	17.330			
Miscela di ossidi di ferro (marrone)	2,5	40.530	Omogeneo	Omogeneo (3-20 µm)	Moderata sedimentazione
	5	23.470			
	10	14.000			
Boro nitruro (17-30 µm)	2,5	39.730	Non omogeneo, molti grumi	Non applicabile	Non effettuata
	5	21.600			
	10	12.800			
Talco (10 µm)	2,5	36.530	Non omogeneo, alcuni grumi	Non applicabile	Non effettuata
	5	21.730			
	10	12.870			
Mica (5-15 µm)	2,5	48.530	Non omogeneo, molti grumi	Non applicabile	Non effettuata
	5	28.270			
	10	17.130			
Caolino (0,4 µm)	2,5	56.530	Omogeneo	Omogeneo (~1 µm)	No sedimentazione
	5	31.730			
	10	36.270			
Carbon black (4-5 µm)	2,5	101.070	Omogeneo	Immagine scura, singole particelle non rilevabili	No sedimentazione
	5	58.400			
	10	35.330			
Ossicloruro di bismuto (11-17 µm)	2,5	35.730	Omogeneo	Omogeneo (2-10 µm)	No sedimentazione
	5	21.730			
	10	12.870			
Perla argentata brillante (CI 77891, Calcium Aluminum Borosilicate, Silica, Tin Oxide; 20-200 µm)	2,5	33.070	Omogeneo	Abbastanza omogeneo (20-50 µm)	Poco sedimento (<5%)
	5	20.400			
	10	12.400			
Perla dorata luminosa (Mica, CI 77891, CI 77492; 6-48 µm)	2,5	34.400	Omogeneo	Abbastanza omogeneo (15-20 µm)	No sedimentazione
	5	20.930			
	10	12.800			
Perla bianca effetto color travel (CI 77891, Silica, Tin Oxide; 5-50 µm)	2,5	37.330	Omogeneo	Omogeneo (10-20 µm)	Poco sedimento (<5%)
	5	22.000			
	10	13.270			

Alcune polveri si disperdono più facilmente e risultano più compatibili rispetto ad altre: biossido di titanio, ossidi di ferro in miscela, caolino, nero di carbone, ossicloruro di bismuto e le tre diverse perle hanno dato dispersioni omogenee. Il test in centrifuga non evidenzia per queste polveri una sedimentazione significativa, considerando anche l'elevato peso specifico di alcune di esse (perle e ossidi di ferro). Ossido di zinco, nitruro di boro, talco e mica sono invece polveri meno compatibili con gel acquoso a base di sodio poliacriloidimetil taurato. Hanno mostrato maggiori difficoltà durante l'incorporazione e formano un gel non uniforme.

I valori di viscosità dei gel, rispetto al riferimento senza polveri (**Tab.1**, polimero 1%), rimangono pressoché invariati o subiscono incre-

menti più o meno significativi a seconda del tipo di solido aggiunto e della sua qualità di dispersione.

La **Figura 2** rappresenta due immagini al microscopio ottico di dispersioni omogenee: caolino (**Fig.2A**) e miscela di ossidi di ferro (**Fig.2B**) (600x).

Sviluppo formulativo di un ombretto in gel

Identificazione della formula base

È stata preparata una formula base di gel senza polveri contenente una piccola percentuale di fase oleosa con caratteristiche di delicatezza per il contorno occhi, composta da olio di Dongbaek (Camellia japonica seed oil), dalle proprietà anti-

irritanti e idratanti, che aumenta la produzione di collagene, dona elasticità alla pelle e rinforza le ciglia in combinazione a una miscela pastosa di olio di ricino, olio di ri-

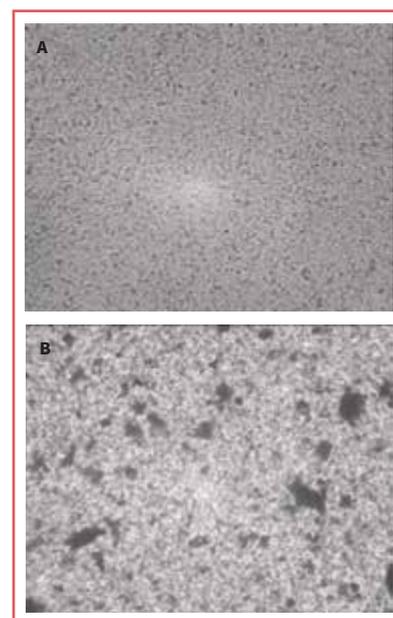


Figura 2 • Aspetto al microscopio ottico di gel con caolino (A) e miscela di ossidi di ferro (B)

cino idrogenato e cera carnauba, che migliora la cremosità, la lucentezza e l'adesione del film alla palpebra. L'aggiunta di glicerina, oltre a fungere da umettante per la cute, svolge la funzione di idrotropo per contrastare l'evaporazione di acqua della formula. Trilaureth-4 fosfato è un emulsionante-bagnante aggiunto in piccola percentuale per migliorare la dispersione dei pigmenti e delle perle, nonché l'adesione alla superficie cutanea del film colorato. Inoltre, supporta la capacità di Aristoflex® Silk di emulsionare gli oli.

Completano la formula base un sequestrante, antimicrobici e la coppia acido-base di origine naturale, acido lattico e dimetilglucamina, che tampona il pH intorno a 7 rendendolo compatibile con il pH fisiologico del fluido lacrimale, quindi con la zona periorbitale.

Aggiunta di polveri alla formula base

Per creare un ombretto con adeguate resa cromatica e coprenza, oltre che luminosità, sono state aggiunte al gel base alcune polveri

perlescenti di diversa composizione, colore e brillantezza miscelate in varie proporzioni per identificarne le percentuali di utilizzo ottimali. Una prova iniziale (prova A) è consistita nell'abbinare tre polveri alle seguenti percentuali:

1. Ossicloruro di bismuto <35 µm 10%
2. Pigmento luminoso marrone (Bismuth oxychloride, Mica, Iron oxides; 2-50 µm) 5%
3. Perla brillante color rame

Le polveri 1 e 2 sono state incorporate mediante omogeneizzazione con turboemulsore, mentre la perla 3 è stata semplicemente miscelata.

Il risultato è un gel di media coprenza, tonalità di colore marrone chiaro ed effetto luminoso. L'ossicloruro di bismuto conferisce alla formula un colore bianco perlaceo, oltre che morbidezza e adesione alla pelle.

Prova B: la sostituzione di metà quantità di ossicloruro di bismuto con una perla scintillante bianco-argento (Calcium aluminum borosilicate, Silica, Tin oxide; 20-200 µm) ha aumentato la brillantezza, schia-

rendo però in modo eccessivo la tonalità di colore.

Prova C: per enfatizzare la tonalità di colore è stata ridotta la percentuale di ossicloruro di bismuto dal 10 al 5%.

Partendo dalla prova C, ritenuta migliorativa, e allo scopo di migliorare l'effetto coprente e la brillantezza, sono stati provati due pigmenti a lucentezza metallica, con simile tonalità di colore in massa (marrone dorato) e granulometria compresa tra 10-150 µm, a base di mica e ossidi di ferro. Le polveri sono state aggiunte alternativamente al 7% e le formule ottenute sono state sottoposte alla valutazione di un panel di consumatori. I migliori risultati in termini di resa cromatica e brillantezza sono stati ottenuti con la perla di dimensioni leggermente minori.

Sono state poi effettuate alcune prove per calibrare le percentuali delle polveri; le quantità definitive sono riassunte di seguito:

1. Ossicloruro di bismuto 5%
2. Pigmento luminoso marrone (Bismuth oxychloride, Mica, Iron oxides) 6%
3. Perla brillante color rame (Cal-

Formula base dell'ombretto in gel

Fase	Nome INCI	Nome commerciale	% (p/p)
A	Aqua	Acqua	q.b. a 100
	Glycerin	-	3
	Aqua, Trisodium Ethylenediamine Disuccinate	Natrlquest E30 (Innospec)	0,50
A1	Sodium Polyacryloyldimethyl Taurate	Aristoflex Silk (Clariant)	1
B	Trilaureth-4 Phosphate	Hostaphat KL 340 D (Clariant)	0,50
	Ricinus Communis Seed Oil, Hydrogenated Castor Oil, Copernicia Cerifera Wax	Plantasens VP R15 (Clariant)	1
	Camellia Japonica Seed Oil	Dongbaek Oil (Clariant)	2
	Phenoxyethanol	-	0,80
	Caprylyl Glyceryl Ether	Velsan CGE (Clariant)	0,30
C	Dimethylglucamine, Aqua	Neutrotain DMG (Clariant)	0,10
	Lactic Acid (80%)	-	0,05

Metodo di preparazione

1. Nel contenitore principale, sciogliere gli ingredienti della fase A in acqua, quindi aggiungere e omogeneizzare A1 con turboemulsore fino a completa dispersione e rigonfiamento del polimero.
2. Aggiungere la fase B (pre-miscelata) e incorporare mediante omogeneizzazione.
3. Regolare il pH con la fase C, mescolando.

cium aluminum borosilicate, CI 77891, Silica, Iron oxides, Tin oxide) 4,5%

4. Perla brillante marrone dorata (Mica, Iron oxides) 7%

Aggiunta di polimeri e solidi filmogeni

Al fine di migliorare la distribuibilità sulle palpebre, il tempo di asciugatura e le proprietà di adesione e durata del film, è stata studiata l'inclusione in formula di un polimero filmogeno. Sono stati selezionati sei tipi di polimeri differenti, tra quelli di uso comune nel campo del makeup. Le materie prime sono state utilizzate in percentuale pari al 2% di materia attiva, mentre le polveri insolubili in acqua sono state aggiunte al 3%, per ottenere effetti più evidenti. I polimeri sono stati aggiunti mediante omogeneizzazione con turboemulsore al termine della preparazione della formula base contenente anche le polveri indicate nel paragrafo precedente, eccetto l'alcol polivinilico, che è stato sciolto in acqua a 75°C prima degli altri ingredienti,

mescolando e omogeneizzando con turboemulsore.

La valutazione da parte di un panel delle proprietà applicative e sensoriali degli ombretti è stata condotta confrontandoli con la formula senza polimero (STD). Si è articolata secondo i seguenti criteri:

- facilità di applicazione-scorrevolezza
- velocità di asciugatura ed evaporazione del veicolo
- sfumabilità
- omogeneità dello strato colorato
- effetto coprente
- effetti ottici di luminosità-brillantezza
- durata e adesione
- effetto flaking
- facilità di rimozione utilizzando uno struccante standard
- comfort sulla palpebra durante il giorno (assenza di sensazioni fastidiose).

I risultati della valutazione comparativa e delle proprietà chimico-fisiche dei gel sono riassunti nella **Tabella 3**. Le aggiunte dei polimeri non in-

fluenzano significativamente il pH della formula, a eccezione di poliuretano-34 che ne causa la diminuzione; la viscosità risulta in generale leggermente maggiore, a esclusione delle formule contenenti alcol polivinilico e poliuretano-34 che mostrano una moderata riduzione.

Dal punto di vista applicativo e sensoriale, si è notato che, per questa tipologia di prodotto, sembrano più adatti polimeri insolubili come Ethylene/Acrylic acid copolymer o Nylon-11, che migliorano la scorrevolezza e l'effetto coprente, conferendo maggiore comfort e lunga tenuta. Nel complesso, la prestazione migliore è stata ottenuta con Nylon-11 al 3%, che determina una velocità di asciugatura leggermente più rapida.

Ottimizzazione della formula

Pur considerata soddisfacente, la formulazione contenente anche il polimero è stata studiata apportando variazioni per verificarne l'influenza delle proprietà di appli-

Tabella 3 • Polimeri filmogeni testati e risultati ottenuti

Polimero	% d'uso	pH gel	Viscosità (Brookfield RVT, Helipath T-B)		Confronto applicativo-sensoriale con STD
			rpm	mPa.s	
Formula senza polimero (STD)	-	7,1	2,5 5 10	29.600 17.730 10.930	Mediamente scorrevole, asciugatura piuttosto lenta, coprenza e durata discrete
Styrene/Acrylates/Ammonium methacrylate copolymer (dispersione acquosa ~ 41% a.m.)	5	7,3	2,5 5 10	34.933 21.870 13.400	Minore scorrevolezza ma maggiore velocità di asciugatura
Styrene/Acrylates copolymer (dispersione acquosa 47-49% a.m.)	5	7,2	2,5 5 10	33.600 19.600 11.470	Maggiore scorrevolezza ma asciugatura più lenta
Alcol polivinilico (polvere solubile in acqua)	2	6,7	2,5 5 10	24.250 16.000 11.600	Maggiore scorrevolezza ma scarsa durata
Polyurethane-34 (dispersione acquosa 38-42% a.m.)	5	4,8 neutralizzato a 7 con dimetil-glucamina	2,5 5 10	24.000 15.530 9.400	Profilo pressoché invariato
Bis-octyldodecyl dimer dilinoleate/Propanediol copolymer (liquido oleoso a.m.100%)	2	7,0	2,5 5 10	33.330 19.200 11.130	Maggiore coprenza ma scarsa durata/adesione
Ethylene/Acrylic acid copolymer (polvere)	3	7,2	2,5 5 10	32.530 19.200 11.600	Maggiore scorrevolezza, coprenza e durata
Nylon-11 (polvere)	3	7,2	2,5 5 10	38.400 21.700 12.600	Maggiore scorrevolezza, coprenza, velocità di asciugatura e durata

cazione, della velocità di asciugatura del film e della sensazione di comfort sulle palpebre.

Sono state effettuate le seguenti prove:

1. Raddoppio dell'umettante glicerina → 6%
2. Raddoppio dell'emulsionante Tri-laureth-4 fosfato → 1%
3. Raddoppio dei due ingredienti oleosi simultaneamente:
 - miscela di olio di ricino, olio di ricino idrogenato e cera carnauba → 2%
 - olio di semi di *Camellia japonica* (Dongbaek) → 4%
4. Aggiunta di etanolo 10%
5. Aumento di Aristoflex® Silk → 1,5%

In **Tabella 4** sono riportati i risultati delle prove.

La valutazione del panel ha individuato come migliore la variante formulativa con il raddoppio degli ingredienti oleosi, grazie al leggero aumento della velocità di asciugatura, alla maggiore sfumabilità e sensazione di comfort sulle palpebre, senza alterazione significativa dei parametri di pH e viscosità. In generale, anche per le altre formule, questi ultimi non sono molto variati, eccetto una leggera diminu-

zione del pH all'aumentare della percentuale di emulsionante, diminuzione della viscosità in seguito all'aggiunta di etanolo e, come prevedibile, aumento di viscosità correlato all'incremento di Aristoflex® Silk.

Infine, per completare la formula, si sono inseriti 3 ingredienti attivi per i possibili benefici al contorno occhi, così descritti dal produttore:

- EMortal™ Pep → peptide estratto dalla pianta di *Pisum sativum*, penetra facilmente nella pelle, dove agisce stimolando la crescita di cellule staminali e fibroblasti con l'obiettivo di infoltire le ciglia.
- B-Circadin™ → estratto della pianta *Lespedeza capitata*, contenente flavonoidi glicosilati, risincronizza il ritmo circadiano

e riduce lo stress ossidativo causato dall'esposizione alla luce blu.

- Vitamina E come antiossidante.

La formulazione finale dell'ombretto in gel è mostrata nella tabella sottostante e rappresentata in **Figura 3**.

Conclusioni

Il sodio poliacrilildimetil taurato (Aristoflex® Silk) è un modificatore reologico polimerico idrofilo, molto versatile e multifunzionale, adatto anche al settore del makeup.

Le sue proprietà di viscosizzante, emulsionante e agente sospendente possono essere utilizzate per creare formulazioni complesse

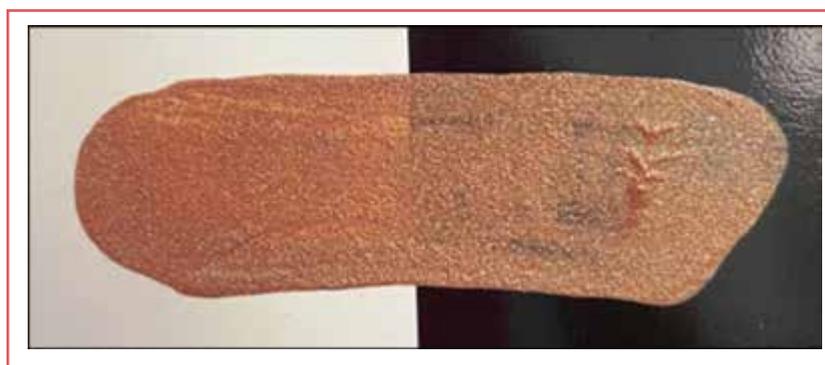


Figura 3 • Formulazione finale dell'ombretto in gel, spalmato su carta lucida

Tabella 4 • Parametri chimico-fisici e proprietà applicative delle varianti formulative

Varianti formula	pH	Viscosità (Brookfield RVT, Helipath T-B)		Risultato applicativo
		rpm	mPa.s	
1. Raddoppio glicerina	7,2	2,5 5 10	42.930 26.130 16.000	Nessun miglioramento significativo nell'applicazione o velocità di asciugatura; film meno durevole
2. Raddoppio emulsionante	6,9	2,5 5 10	44.000 24.000 14.530	Nessun miglioramento significativo nell'applicazione o velocità di asciugatura; minore durata
3. Raddoppio ingredienti oleosi	7,4	2,5 5 10	44.000 24.000 14.530	Aumento della velocità di asciugatura, percepito anche come sensazione di comfort maggiore; sfumabilità leggermente migliore
4. Aggiunta di etanolo	7,3	2,5 5 10	38.670 24.000 14.670	Nessun miglioramento significativo delle proprietà applicative o velocità di asciugatura; minore comfort
5. Aumento di Aristoflex® Silk	7,4	2,5 5 10	72.000 42.000 24.530	Nessun miglioramento significativo nell'applicazione o velocità di asciugatura, eccetto un maggior effetto coprente

come ombretti in gel, eyeliner, fondotinta leggeri o per supportare altri emulsionanti in qualità di stabilizzante.

Permette la formazione di gel dall'ottimo profilo sensoriale, caratterizzati da tatto evanescente e setoso, con valori di viscosità elevati, a basse percentuali di impiego.

Il gel idrofilo creato risulta compati-

bile con diversi tipi di pigmenti, filler, perle quali biossido di titanio, ossidi di ferro, caolino, carbone vegetale e ossicloruro di bismuto, che sono adeguatamente mantenuti in sospensione.

Lo sviluppo formulativo di un ombretto in gel affrontato in questo articolo, basato su Aristoflex® Silk e una combinazione di ingredienti, tra cui

emollienti, idratanti, filmogeni, pigmenti e perle idonei alla delicatezza della zona perioculare, rappresenta un esempio di versatilità e possibilità di utilizzo di questo polimero.

Sitografia

1. www.clariant.com/en/Business-Units/Industrial-and-Consumer-Specialties/Personal-Care/Aristoflex (ultimo accesso: dicembre 2021)

Formulazione finale dell'ombretto in gel a base di Aristoflex® Silk

Fase	Ingredienti	Nome commerciale	% (p/p)
A	Aqua	Acqua	q.b. a 100
	Glycerin	-	3
	Aqua, Trisodium Ethylenediamine Disuccinate	Natrlquest E30 (Innospec)	0,50
A1	Sodium Polyacryloyldimethyl Taurate	Aristoflex Silk (Clariant)	1
B	Trilaureth-4 Phosphate	Hostaphat KL 340 D (Clariant)	0,50
	Ricinus Communis Seed Oil, Hydrogenated Castor Oil, Copernicia Cerifera Wax	Plantasens VP R15 (Clariant)	2
	Camellia Japonica Seed Oil	Dongbaek Oil (Clariant)	4
	Phenoxyethanol	-	0,80
	Caprylyl Glyceryl Ether	Velsan CGE (Clariant)	0,30
	Tocopherol	-	0,50
C	Bismuth Oxychloride	Ronaflair LF-2000 (Merck)	5
D	Bismuth Oxychloride, Mica, Iron Oxides	Colorona Imperial Topaz (Merck)	6
E	Nylon-11	Orgasol Green Touch (Arkema)	3
F	Mica, Iron Oxides	Colorona Bronze Sparkle (Merck)	7
G	Calcium Aluminum Borosilicate, CI 77891, Silica, Iron Oxides, Tin Oxide	Ronastar Copper Jewel (Merck)	4,50
H	Propanediol, Aqua, Pisum Sativum Peptide	EMortal™ Pep (Clariant)	1
I	Propanediol, Aqua, Lespedeza Capitata Leaf/Stem extract	B-Circadin™ (Clariant)	2
L	Dimethylglucamine, Aqua	Neutrotain DMG (Clariant)	0,30
M	Lactic Acid (80%)	-	0,20

Metodo di preparazione

1. Nel contenitore principale solubilizzare gli ingredienti A in acqua, quindi omogeneizzare A1 con turbo-emulsore fino a completa dispersione e rigonfiamento del polimero.
2. Aggiungere B (pre-miscelata) mediante omogeneizzazione.
3. Aggiungere quindi le polveri C, D ed E, una alla volta in aliquote successive, omogeneizzando con turbo-emulsore fino a completa dispersione.
4. Successivamente aggiungere F, G, H, I, L, M mescolando fino a omogeneità.

Proprietà

pH=6,6
 Densità: 1,214 g/ml
 Viscosità (mPa.s, 25°C, Brookfield RVT, Helipath T-B)
 2,5 rpm 38.400
 5 rpm 22.670
 10 rpm 13.200

PULIZIA E SICUREZZA DI UN PRODOTTO COSMETICO



L'essenziale è visibile agli occhi

Parole chiave

CLEAN • SAFE • COSTRUZIONE FORMULATIVA • ESSENZIALITÀ

di STEFANIA ABBATTISTA

Biokosmes, Lecco

stefania.abbattista@biokosmes.it



Riassunto

Pulizia e sicurezza di un prodotto cosmetico

L'essenziale è visibile agli occhi

Il mondo della cosmetica e il prodotto cosmetico in generale hanno subito un importante cambiamento strutturale figlio di un periodo pandemico e post-pandemico altamente incerto, dove i canoni di sicurezza e qualità hanno rappresentato il requisito base per lo sviluppo di una formulazione innovativa. La ricerca cosmetica, costantemente alla base degli studi attuali, si è allineata alle richieste sempre più attente di pulizia formulativa e trasparenza, con elevati standard di qualità e compliance, al fine di creare prodotti moderni, facili da leggere e da comprendere per il consumatore, essenziali nella loro totalità.

Gli scheletri formulativi si semplificano lasciando spazio solo a componenti chiave ben selezionati e accompagnati da solidi dati bibliografici per garantire performance, affidabilità e funzionalità.

Ecco quindi che il ruolo del formulatore, fine compositore e conoscitore delle diverse galeniche e dell'ingredienteistica, si fa sempre più complesso, richiedendo esercizi di stile che creano, però, l'impronta propria di un brand.

Cleanliness and safety of a cosmetic product:

what is essential is visible to the eyes

The relaunch of the cosmetic style in the post-pandemic era while respecting inspiration and safety

The cosmetic world's and the cosmetic product in general, have undergone an important structural change resulting from an highly uncertain pandemic and post-pandemic period, where safety and quality standards represented the basic requirement for the development of an innovative formulae.

Cosmetic research, more and more at the basis of current studies, has aligned itself with increasingly requests for formulations cleanliness and transparency with high standards of quality and compliance in order to create modern products, easy to read and understand for the consumer, essential in their entirety.

The formulative skeletons are simplified, by leaving space only for well selected key components and accompanied by strong bibliographic data to ensure performance, reliability and functionality. Hence the formulator's role, a fine composer and connoisseur of the various galenics and ingredients, becomes increasingly complex requiring style exercises that however create the imprint of the brand.

Summary

Skin care routine, un termine che sappiamo descrivere quella che è la cura quotidiana della pelle in tutta la sua totalità e che in tempi post-pandemici ha avuto bisogno di essere necessariamente reinventato.

I prodotti dedicati a quest'ampia pratica hanno di recente cambiato posizionamento e sono stati ridefiniti in quanto il consumatore, spinto da un periodo di forte incertezza legato al COVID-19, ha iniziato a rivedere il proprio stile di vita contestualizzando agli aspetti di sicurezza sempre più enfatizzati.

La routine giornaliera sappiamo bene che si è arricchita di attenzioni maggiori nei confronti dell'ambiente circostante e della comunità, con apertura a strumenti e prodotti di sicurezza che prima avevano un ruolo solo marginale: basti pensare ai sanificanti per mani e ambienti, all'uso delle mascherine e dei guanti, ai vari sistemi di protezione individuale che ormai fanno parte preponderante della vita di ognuno di noi (1).

Questa svolta ha inciso sicuramente nella scelta dei prodotti cosmetici da parte dei consumatori ed è stata artefice di importanti cambi formulistici attuati dai brand (2).

L'attenzione verso lo studio di un prodotto cosmetico si è massimizzata per incontrare

le nuove richieste, con spettatori sempre più attenti e scrupolosi: non si ricercano più solo performance e gradevolezza, ma si privilegiano prodotti che possano in qualche modo garantire un grado di confidenza maggiore.

Questo tipo di tendenza è sicuramente nata in periodi antecedenti al COVID-19, ma si è estremizzata molto durante il periodo pandemico, dove è stata posta massima attenzione su quanto ogni singolo prodotto potesse essere davvero sicuro e su quanto si potesse fare per migliorarlo, incontrando l'attuale esigenza (3).

Al prodotto cosmetico viene richiesta trasparenza, facilità di lettura e di comprensione, con particolare focus sui componenti e sul perché della loro scelta: lo stile formulativo si sta dirigendo verso concetti minimalisti di "pulizia e sicurezza" e "consapevolezza", dove ogni singolo ingrediente è essenziale alla realizzazione del prodotto stesso e dove viene limitato tutto ciò che possa in qualche modo essere considerato superabile (4).

Approccio alla bellezza essenziale

Siamo arrivati quasi a un concetto di "bellezza essenziale", che coniuga in modo equilibrato i temi di "pulizia/clean" e "sicurezza/safe": non esiste una reale definizione comune di queste terminologie;

tuttavia, l'orientamento generale seguito dai brand è quello di formulare, al fine di comunicare un maggior senso

di sicurezza alla platea dei consumatori.

È un approccio molto sfidante, che richiede al formulatore lo sviluppo di prodotti ad alta performance con una componentistica stringata.

La scienza guida ancora di più le scelte e il settore cosmetico acquisisce sempre più spessore e profondità: dietro a ogni prodotto cosmetico si nasconde uno studio complesso e oggi più che mai l'expertise e la tecnica ricoprono un ruolo cardine nella stesura della formulazione (5).

I prodotti figli dei nuovi concept hanno la caratteristica principale di avere uno scheletro formulativo altamente funzionale: di solito, nella classica formulazione, viene identificato un attivo (o un pool di attivi) da sponsorizzare sul packaging primario o secondario e che viene vantato come leader guidante spesso il claim del prodotto stesso.

Nella nuova lettura, invece, a fare la differenza non è più solo l'attivo ma è proprio la struttura globale a essere altamente funzionale; è l'intero e non il singolo a dare la performance e questo deve essere ben comunicato al fine di evidenziare al massimo quanto lavoro e studio si celano dietro a un prodotto di nuova generazione.

La formula nella sua totalità rappresenta il cuore attivo di una formulazione ad altissimo livello, semplice ma estremamente geniale, dove l'impronta del formulatore e quindi del brand diventa uno stile univoco e caratterizzante.

Ma come si ottengono questi risultati di massima sicurezza e qualità senza penalizzare l'aspetto sensoriale?

La strada maestra è quella di partire da una selezione ancestrale delle



materie prime e dalla valutazione della loro sinergia, affinché siano efficaci, creando un sistema stabile e sicuro, nonché gradevole.

La costruzione del prodotto segue un approccio tecnico volto a garantire al meglio qualità a tutto tondo. In primo luogo va effettuata una scelta del sistema emulsionante, che ritorna a essere vincente perché proprio da esso nasce e si articola la formulazione, ottenendo texture diverse e galeniche particolari pur mantenendo strutture semplici. L'emulsionante ha come valore aggiunto quello di creare un'identità sensoriale unica, sposando texture lussuose e talvolta capaci di ricreare consistenze e tocchi paragonabili quasi a quelli degli elastomeri siliconici.

Il formulatore può adoperarlo con versatilità creando playtime diversi con fasi olio correttamente bilanciate e selezionate. In particolare, stanno emergendo o ritrovando slancio gli emulsionanti derivati da materie prime rinnovabili e a favorevole impatto ambientale, che garantiscono stabilità chimico-fisica per tutta la durata di vita del prodotto, oltre a sostenibilità e comfort.

Un sistema emulsionante accuratamente selezionato permette inoltre di evitare l'aggiunta di ulteriori componenti, spesso inseriti per migliorare o supportare la robustezza del prodotto.

È notoriamente più facile sovrainserire componenti che permettano di stabilizzare l'emulsione, migliorarne la viscosità e il tocco: la sfida attuale è quella, invece, di ottenere gli stessi risultati, o addirittura migliorati, senza eccessiva pesantezza nella componentistica.

Si selezionano materie prime che

abbiano un'importante storia d'uso in sicurezza o che abbiano a supporto dati bibliografici ottimali per garantire idoneità per l'uso topico.

Per le materie prime di nuova generazione e che possono apportare sicuramente un interessante beneficio al prodotto, viene richiesto che siano corredate dei relativi studi e test sulla sicurezza e, nel caso di ingredienti funzionali, è importante verificare la loro reale attività rispettando sempre e prima di tutto la definizione di cosmetico.

Un ruolo fondamentale nella struttura dei prodotti essenziali è rivestito dai conservanti e la loro selezione deve essere fatta in modo accurato, poiché evitano spiacevoli contaminazioni del prodotto nel breve e nel lungo termine e lo rendono quindi idoneo all'uso.

Attualmente stanno trovando rinnovamento i conservanti classici, capisaldi che per un certo periodo di tempo sono stati meno usati, ma che caratterizzano le formulazioni "pulite" in quanto sicuri e corredate da bibliografie ricche e approfondite (6).

La sicurezza microbiologica del prodotto resta una delle criticità maggiori nei preparati cosmetici e spesso si scontra con esigenze di mercato diverse (vedi i limiti all'uso a seconda della galenica o delle aree di applicazione), pH diversi, trend di mercato particolari, nonché valutazioni economiche; motivazioni più o meno significative che rendono la scelta ostica e non sempre di facile risoluzione.

Il ritorno all'uso dei conservanti classici e la rivalutazione di alcune classi ha fortemente caratterizzato lo stile "essenziale" e ha dato vita a correnti di pensiero diverse tra i consumatori, che accettano l'ingre-

diente se questo è la scelta migliore per la sicurezza globale, del prodotto e dell'utilizzatore.

Le formulazioni che vantano l'assenza dei conservanti, seppur ben studiate in modo alternativo con ingredienti non listati o simili, sono state surclassate da formulazioni che invece li menzionano chiaramente e che li sponsorizzano dando loro il giusto posizionamento.

In generale, i prodotti "free from", caratterizzati dal non contenere uno o più ingredienti specifici e che per un lungo periodo di tempo sono stati in auge, vengono considerati talvolta fuorvianti, poiché rischiano di comunicare messaggi non propriamente corretti verso sostanze che sono invece valutate dagli enti competenti come idonee (4).

La sicurezza microbiologica si sta enfatizzando, oltre che a livello formulativo, parallelamente anche nella scelta del packaging: ampio spazio viene dedicato ai tubi o flaconi airless o con pompa, dove il rischio di contaminazione durante l'utilizzo da parte del consumatore è fortemente ridotto e dove si può prevedere anche un uso plurimo senza che si entri in contatto con il prodotto stesso (7).

Il tema della sostenibilità

Lo studio di un prodotto definito essenziale non può esimersi dall'includere, dove richiesto, componenti appartenenti al mondo "green"; scelta questa ancora molto apprezzata dal consumatore se fatta eticamente e in modo sostenibile (8).

Ma come si armonizza il tema della tutela ambientale con quello della sicurezza generale del prodotto e

del consumatore? La valutazione che il formulatore deve fare verso materie prime definite “green” è dettata da una nuova consapevolezza: nonostante molti ingredienti vegetali abbiano uno storico a supporto, e pertanto rientrano perfettamente nei prodotti sicuri, bisogna fare uno sforzo ulteriore per approfondire anche i diversi aspetti legati alla sostenibilità.

Si deve tenere conto che spesso molti ingredienti interessanti derivanti dal mondo vegetale possono nascondere impatti ambientali considerevoli, depauperando le risorse del territorio a svantaggio delle popolazioni locali, che spesso intervengono anche nel ciclo produttivo, nella coltivazione o nella raccolta. Oppure occorre considerare il tema dei trasporti, talvolta lunghi o tali da non giustificare l'uso del materiale in un prodotto definito “essenziale”, dove magari la stessa

funzione possa essere ricoperta da ingredienti provenienti da filiere più corte e di più facile controllo.

Conclusioni

La sicurezza del cosmetico comprende, pertanto, anche quella che potremo definire “sicurezza etica”, volta alla salvaguardia dell'ecosistema e fondamentale per ridurre sprechi e migliorare la gestione delle risorse.

Lo studio formulativo sta quindi subendo una significativa rivoluzione generale, una mutazione globale specchio del momento storico che abbiamo vissuto e che stiamo attraversando: tutto questo per l'azienda cosmetica deve essere visto come una spinta, una totale apertura al nuovo, comunicando al consumatore affidabilità e creatività.

Bibliografia

1. A year of innovation in body, hand and footcare 2020, Mintel GNPD.
2. Ma Y, Kwon KH (2021) Changes in purchasing patterns in the beauty market due to Post-COVID-19: Literature review. *J Cosmet Dermatol* 20(10):3074-3079
3. Congiunturale Settembre 2020, Cosmetica Italia.
4. Gleason-Allured J, Grabenhofer RL (2019) “Clean” Beauty, Decoded. *Cosm & Toil* 134(10):18-25
5. Neera N, Wanner M (2019) Clean cosmetics: Does science back up this new trend? *Int J Womens Dermatol* 5(4):278
6. Torfs E, Brackman G (2021) A perspective on the safety of parabens as preservatives in wound care products. *Int Wound J* 18(2):221-232
7. Zema L, Sangalli ME, Maroni A *et al* (2010) Active packaging for topical cosmetic/drug products: a hot-melt extruded preservative delivery device. *Eur J Pharm Biopharm* 75(2):291-296
8. Rubin CB, Brod B (2019) Natural Does Not Mean Safe-The Dirt on Clean Beauty Products. *JAMA Dermatol* Dec 155(12):1344-1345

SPECIALE

ROSSETTI

38

La storia del rossetto

M. Pasqua

46

La riscoperta dei prodotti anidri

C. Alquati

52

Gransperse

IMCD Italia - Grant industries

58

**L'evoluzione del rossetto
e dei prodotti per le labbra**

E. Piras

62

Il camaleonte del makeup: il rossetto

S. Giarrusso, A. Giammarino

68

Makeup anidri

E. Biraghi, P. Abbà, L. Vitaloni, D. Quaggio, N. Pasquali

78

Il riempimento soft mould dei rossetti

A. Cazzaniga, E. Puglisi

84

**Innovazione e Made in Italy:
la combinazione vincente**

S. Cerato

86

Applicazione labbra performante

A. Vanoncini

90

Rossetto, ma quanto ci manchi?

V. Abbondandolo, C. Galardi, M. Borgogno, C. Chiaratti

LA STORIA DEL ROSSETTO

L'affascinante evoluzione del rossetto nei secoli

Parole chiave

ROSSETTO • STORIA DEL ROSSETTO • PURPURISSUM
THE LIPSTICK EFFECT • COUTURE BEAUTY DIAMOND

di MANUELA PASQUA

Global Formulation Compliance Regulatory Director

manupasqua73@gmail.com

Riassunto

La storia del rossetto

L'affascinante evoluzione del rossetto nei secoli

Il rossetto è stato utilizzato fin dall'antica Mesopotamia. Nel corso della sua lunga storia, diverse società ne hanno abbracciato l'uso, mentre altre lo hanno rifiutato.

Dalle bacche alla varietà di oggi, la metamorfosi dei rossetti nel tempo è una storia interessante che deve essere raccontata.

The history of the lipstick

The fascinating progression of lipstick trends throughout the decades

Lipstick has been used dating all the way back to ancient mesopotamian women.

Throughout its long history varying societies have embraced as well as rejected it.

From berries to today's mind-numbing variety, the metamorphosis of lipsticks over time is an interesting tale that needs to be told.

Summary



Come nasce la tradizione di dipingersi le labbra? Ecco la storia del rossetto, scopriamola insieme, dall'origine sino ai giorni nostri!

Le origini in Mesopotamia

Il rossetto non è certo un'invenzione dei tempi moderni, ma ha una storia molto antica che risale a 5000 anni fa, nell'antica civiltà della Mesopotamia.

Già nella tomba della principessa Sumera Shubad (Puabi) (**Fig.1**), sovrana della città di Ur (2800 a.C.), venne ritrovato un cofanetto in oro che conteneva una pasta compatta composta da un misto di polvere rossa ricavata da rocce sgretolate, olio di sesamo ed essenza di rosa con tanto di pennellino applicatore. La regina Shubad indossava gioielli e copricapo elaborati e, parte fondamentale del suo look, come diremmo oggi, erano proprio le sue labbra dai colori vivaci, che dipingeva usando una miscela di polvere conservata all'interno di gusci di piccoli animali. Successi-



Figura 1 - La principessa Sumera Shubad (Puabi)

vamente questa abitudine si diffuse tra la sua gente e nelle civiltà vicine, come i Minoici, che usavano per le labbra un pigmento rosso violaceo prodotto dalla ghiandola di alcuni molluschi.

Anche le donne nella civiltà della valle dell'Indo usavano abbellirsi colorandosi le labbra (**1**).

Cleopatra e il trucco degli antichi Egizi

Dai reperti archeologici è emerso che anche gli antichi Egizi utilizzavano un rossetto molto simile a quello che siamo abituate a utilizzare oggi per affermare il proprio status sociale.

All'epoca dei faraoni fu ovviamente Cleopatra (**Fig.2**) la prima a tingersi le labbra, utilizzando una pasta realizzata con pigmenti ricavati da scarabei, squame di pesce (effetto perlescente) e cera d'api, aggiungendo a volte anche formiche sbriciolate, aprendo così la strada al trucco tra gli antichi egizi, sia per gli uomini che per le donne.

Gli occhi dipinti di nero non erano completi senza labbra colorate nei toni dell'arancio, del magenta e del blu-nero.



Figura 2 - Cleopatra

I nobili dell'antico Egitto usavano lo stesso pigmento come blush, applicando ocra rossa sulle guance, non solo per scopi estetici, ma anche per proteggere i volti dai potenti raggi del sole che si riflettevano nella sabbia del deserto. Resti di vasetti e conchiglie, riempiti con formule primitive di rossetto a base di scarabeo, sono stati ritrovati nei sarcofagi funerari, proprio perché l'insetto pigmentato era considerato un simbolo di immortalità.

Segni spregiudicati nell'antica Grecia

Nell'antica Grecia il rossetto rosso divenne segno di riconoscimento sociale: usato soprattutto dalle prostitute come emblema della scabrosa professione, al punto che se mai fossero uscite in pubblico senza le labbra truccate sarebbero state punite per essersi spacciate per "donne rispettabili".

Le donne greche si coloravano le labbra con cosmetici a base di coloranti contenenti porpora di tiro, vermiglio e more di gelso (**2**).

Le formule dell'Impero Romano

Sotto l'Impero Romano, tingere le labbra diventa nuovamente un gesto lecito per donne e uomini, ma ancora utilizzato come "classificatore sociale", in particolare tra i funzionari maschi di alto rango.

Anche le donne delle alte sfere, però, sperimentavano il trucco delle labbra: si dice che l'eccentrica imperatrice Poppea, moglie di Nerone, avesse un team di assistenti incaricati esclusivamente alla cura delle

sue labbra, che dovevano essere sempre perfettamente colorate.

Gelsi, limone, petali di rosa e residui di vino erano tra gli antichi ingredienti più usati per creare formule artigianali di lipstick, mentre il rossetto rosso veniva chiamato *purpurissum* e veniva utilizzato anche per tingere le labbra delle statue degli Dei durante le cerimonie religiose.

Riguardo la formula del rossetto latino esistono due diverse teorie: alcuni sostengono che i Romani ottenessero il composto dalla feccia del vino e dall'ocra, altri dal pericoloso solfuro mercurico, come il cinabro e il minio.

Medioevo e rosso peccato

Nel Medioevo la religione cristiana si schierò contro il trucco, definendo il rossetto un "sacrilegio". Le labbra rosse erano viste come un segno di commistione con il diavolo: il trucco, durante questo periodo storico, era associato a una femminilità misteriosa e spaventosa.

Così, mentre i Barbari si tingevano il viso e le labbra di blu per andare in battaglia, le donne che si truccavano erano considerate la reincarnazione di Satana, tanto che i preti, durante le confessioni, le persuadevano a pentirsi per l'uso di questo peccaminoso cosmetico.

Contemporaneamente a Venezia, la città più aperta dell'Occidente, lontana dall'arretratezza dell'Europa medievale, le signore dell'alta società mettevano un rossetto rosa brillante, mentre le popolane uno color rosso terra.

Figura 3 - Elisabetta I d'Inghilterra

Rinascimento tra aperture e proibizionismo

Il rossetto cominciò ad acquisire popolarità nel XVI secolo, durante il regno di Elisabetta I d'Inghilterra (**Fig.3**), che lo portava orgogliosamente per mettere in risalto le labbra e la femminilità.

Se in quest'epoca le ciglia venivano annullate e schiarite, le labbra erano al centro dell'attenzione.

La regina Elisabetta I utilizzava un rossetto rudimentale: aveva la forma di bastoncino sul quale veniva essicata una pasta colorata semi solida realizzata con cera d'api, cocciniglia, gomma arabica, albume d'uovo e latte di fichi.

Aveva, inoltre, la sua ricetta per creare la sua tonalità preferita e tanta era la sua devozione per questo belletto che, nella società inglese dell'epoca, il rossetto divenne merce di scambio al pari del denaro.

Lo indossava spesso, convinta che potesse avere poteri magici e di guarigione; al contrario, però, si pensa addirittura che il piombo contenuto all'interno del rossetto rosso possa essere una delle cause della sua morte.

Anche alla corte francese il rossetto ebbe un periodo di gloria, indossato come simbolo di nobiltà per distinguersi dai ceti sociali più bassi.

La regina Vittoria riportò ordine e rigore durante l'800 nel Regno Unito, e proibì l'uso del rossetto: lo considerava una mancanza di rispetto fare



sfoggio di quel belletto oltraggioso definendolo "volgare e maleducato"(**3**).

Il costume puritano del Regno Unito della regina Vittoria impose alle donne di presentarsi in pubblico pallide, concedendo loro solo di lucidare le labbra con grasso di balena. Di conseguenza, le donne iniziarono a produrre segretamente rossetti in casa e negli istituti di bellezza clandestini, vendendoli al mercato nero del makeup.

Il primo rossetto moderno

Nel 1870 Guerlain lanciò la prima versione del rossetto in tubetto (Ne M'oubliez Pas), una pomata a base di pompelmo mescolato con burro e cera, in grado di colorare le labbra con una leggera sfumatura rossa.

Anche se all'epoca era indossato solo dalle attrici e non in pubblico, fu l'attrice Sarah Bernhardt (**Fig.4**) nel 1880 la prima a rompere il tabù e a portarlo fuori dal set (**4**).

Fu un momento molto importante per la storia del rossetto perché lo rese alla portata di tutte le donne.

Verso la fine del 1890 il carminio venne aggiunto a una miscela composta da olio e cera. L'acido carminico, che costituisce dal 17 al 24%



Figura 4 - Sarah Bernhardt

del peso degli insetti cocciniglia essiccati, mescolato con sali di alluminio o calcio produce il colorante al carminio (noto anche come cocciniglia) (4). Il risultato ottenuto da questa particolare miscela sembrava donare un look molto naturale e seducente. Questo prodotto veniva confezionato e avvolto da carta colorata o in piccoli vasetti.

Novecento, simbolo di emancipazione

Il primo stick è attribuito alla Scovill Manufacturing Company per conto di Maurice Levy, ingegnere francese che nel 1915 creò il primo rossetto in un contenitore di metallo cilindrico, anche se sembra vi siano ancora incertezze al riguardo, considerando il brevetto presentato da William Kendall nel 1917 (Fig.5).

Il tubo di metallo non aveva lo stesso meccanismo di quelli attuali; infatti era necessario far scorrere una leva disposta sul lato per permettere al prodotto di fuoriuscire.

Nel 1920 è nato il primo stick per labbra creato da Roger & Gallet, più comodo da applicare rispetto alle scatolette di metallo che lo contenevano in precedenza, utilizzato anche dalla grande casa cosmetica Max Factor che truccava le dive hollywo-

odiane come Greta Garbo e Marlene Dietrich.

Il 1920 è stato anche l'anno in cui le donne americane ottennero il diritto di voto e durante le manifestazioni per il suffragio le cronache raccontano che Arden scese per le strade di New York distribuendo rossetti rossi alle femministe che marciavano per i propri diritti (le donne lottarono per il suffragio universale, il diritto di voto a loro negato). In **Figura 6** è possibile vedere il rossetto simbolo delle suffragette in un manifesto dell'epoca. Elizabeth Cady Stanton e Charlotte Perkins, leader del movimento femminista negli Stati Uniti, accettarono l'incoraggiamento e iniziarono a sfoggiare labbra vermiglie in favore dell'emancipazione femminile.

Sul caso Arden gli storici si dividono: c'è chi dice che si unì alle proteste femminili regalando rossetti per le vie di New York e chi nega questo gesto altruistico spiegando che la fondatrice del famoso marchio di cosmetica non fosse interessata ai diritti delle donne e che non avesse neanche scorte sufficienti di rossetti da distribuire così generosamente.

In ogni caso, il rossetto divenne un simbolo di femminilità resiliente di fronte al pericolo e uno strumento per rialzare il morale e rendere le donne più coraggiose.

I movimenti femministi si diffusero rapidamente anche in Europa, Nuova Zelanda e Australia, e con loro anche l'utilizzo del rossetto come simbolo

di resistenza, ma anche di liberazione fisica dalla costrizione dei corsetti che caratterizzavano i costumi dell'epoca. Durante gli anni Venti si affermarono le "flappers", una generazione di donne che si caratterizzava per l'utilizzo abbondante di trucco, per il fatto che bevevano alcolici come gli uomini, ma soprattutto per la loro sessualità disinibita, infrangendo tutte le regole morali e sociali del tempo.

James Bruce Mason Jr a Nashville, qualche anno più tardi, finalmente inventò il primo tubo avvitato come quello che siamo abituati a utilizzare oggi. Grazie a questa facilità di utilizzo, il rossetto diventò un oggetto molto popolare tra le giovani donne americane ed europee.

Le formule per fare il rossetto consistevano in polveri di pigmenti, insetti tritati, burro, cera d'api e olio d'oliva. Queste prime formule duravano solo poche ore prima di diventare rancide e spesso avevano effetti negativi sulla salute.

Nel 1927, il chimico francese Paul Baudercroux inventò una formula che chiamò Rouge Baiser (Fig.7), considerato il primo rossetto a prova di bacio. Ironia della sorte, Rouge Baiser era così persistente sulle labbra che fu bandito dal mercato perché considerato troppo difficile da rimuovere.

Nel 1930, Helena Rubenstein fu la prima a pubblicizzare il rossetto con



Figura 5 - Brevetto presentato da William Kendall nel 1917



Figura 6 - Red Manifesto: il rossetto simbolo delle suffragette



Figura 7 - Il rossetto Rouge Baiser by Paul Baudercroux

protezione solare (il fattore di protezione solare (SPF) in quegli anni era considerato importante) e Max Factor inventò il lucidalabbra.

Il rossetto e la guerra

Durante la Seconda Guerra Mondiale, le labbra rosse hanno continuato il loro compito battagliero negli anni della dittatura. Il rossetto rosso era una delle cose più odiate da Adolf Hitler, così le donne dei Paesi alleati iniziarono a indossarlo patriotticamente come statement antifascista. Addirittura, quando in Gran Bretagna le tasse resero il costo del rossetto inavvicinabile, le donne iniziarono a tingersi le labbra con il succo di barbabietola.

Nel 1941 e per tutta la durata della guerra, il rossetto rosso divenne obbligatorio per le donne che si arruolavano nell'esercito americano.

Così i marchi di bellezza capitalizzarono l'opportunità creando rossetti dai nomi evocativi: Elizabeth Arden lanciò sul mercato Victory Red (**Fig.8**), mentre Helena Rubenstein il Regimental Red.

Ma fu la Arden che ricevette dal governo americano l'incarico di creare un rossetto e uno smalto per le donne dell'esercito: il suo celebre Montezuma Red, infatti, si abbinava alla perfezione con i profili rossi delle uniformi.



Figura 8 - Il rossetto Victory Red by Elizabeth Arden

Moltissime donne, conclusa la guerra mondiale, iniziarono a emanciparsi lavorando nella ricerca scientifica e nel campo dell'ingegneria. Hazel Bishop (chimico organico americano) nel 1950 creò il primo rossetto a lunga durata chiamato no-Smear Lipstick (**5**). Lo slogan del rossetto a prova di bacio era "sta su di te e non su di lui". Questa invenzione incuriosì le giovani donne e riportò l'uso del lipstick nella vita quotidiana.

Il 10 marzo 1946 le donne in Italia votarono per la prima volta per le prime amministrative comunali in 436 comuni dello Stivale. In quella occasione le donne dovevano presentarsi ai seggi senza rossetto. La scheda, infatti, doveva essere umettata e incollata, e per non sporcare il sigillo, che a quel punto avrebbe reso riconoscibile il voto, niente labbra dipinte, altrimenti la scheda sarebbe stata annullata.

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, numerose case cosmetiche decisero di avviare la produzione contribuendo all'affermazione del rossetto come oggetto presente in tutte le borse e su tutte le labbra: per fare qualche esempio, Christian Dior nel 1953 creò Rouge Dior (**Fig.9**) con l'intenzione di "voler vestire il sorriso delle donne"; Chanel il suo Passion n.14 dal successo tempestivo;



Figura 9 - Rouge Dior di Christian Dior e l'evoluzione dal 1953

Estée Lauder ideò Rich Red e Mac Cosmetic Russian Red.

Grazie alle star del cinema, come Marilyn Monroe (**Fig.10**) ed Elizabeth Taylor, il rossetto divenne un fenomeno popolare: non tutte se lo potevano permettere, ma cominciò ad essere considerato uno status symbol importante.

Gli anni '70 del punk-rock

Cinquant'anni dopo, negli anni '70 il rossetto diventò ancora una volta uno strumento di ribellione sociale, adottato dalle icone della musica punk-rock per esprimere l'anticonformismo.

Il viola e il nero erano i colori più popolari e diventarono nuovamente il simbolo dell'abbattimento del muro di confine tra l'universo femminile e quello maschile.

David Bowie e Lou Reed ne erano entrambi fan, ma anche Gary Glitter, Kiss, Alice Cooper e Mick Jagger furono tutti artisti che aprirono la strada all'uomo col rossetto.

Il rossetto maschile era utilizzato anche in teatro ed era talvolta chiamato "manstick".

Dagli anni '90

Anche le star della musica diedero il loro contributo: Madonna fece entrare nella storia proprio il Russian



Figura 10 - Marilyn Monroe



The Lipstick Effect: teorizzato durante la grande recessione del '29, è il fenomeno che vede un rialzo delle vendite di rossetti (e altri oggetti di lusso a un prezzo contenuto) nei periodi di crisi economica.



In Giappone le geishe usavano un rossetto fatto con petali di cartamo (zafferanone) schiacciato. La pienezza del colore indicava il livello di esperienza di ognuna.



Il rossetto più caro al mondo si chiama Couture Beauty Diamond di H.Couture Beauty LLC (14 milioni di dollari). Il rossetto è contenuto in un prezioso involucri: 1200 diamanti rosa. L'acquirente riceve ricariche gratuite a vita, sconti e assistenza telefonica.



Il secondo rossetto più caro al mondo è l'iconico Kiss kiss Gold and Diamonds di Guerlain (circa 62 mila dollari): ha 199 diamanti e un astuccio d'oro, per un totale di 18 carati.

Red (**Fig.11**), indossandolo nel famoso tour del 1985, mentre Rihanna fece impazzire un'intera generazione con il Ruby Woo.

E poi Monica Bellucci, che nel 2013 lavorò a una linea di rossetti insieme a Dolce & Gabbana; Dita Von Teese, innamorata del Rouge Bingo Diorific di Dior; Liv Tyler, alla quale Givenchy dedicò una collezione in edizione limitata chiamata Lively; e

anche Iris Apfel, con la bocca rossa in tinta con la montatura degli occhiali.

Negli anni '90 la Lip-Ink International inventò una formula liquida semi-permanente priva di cera: altre aziende immisero sul mercato le loro versioni del "lip stain" o "liquid lip color".

Conclusioni

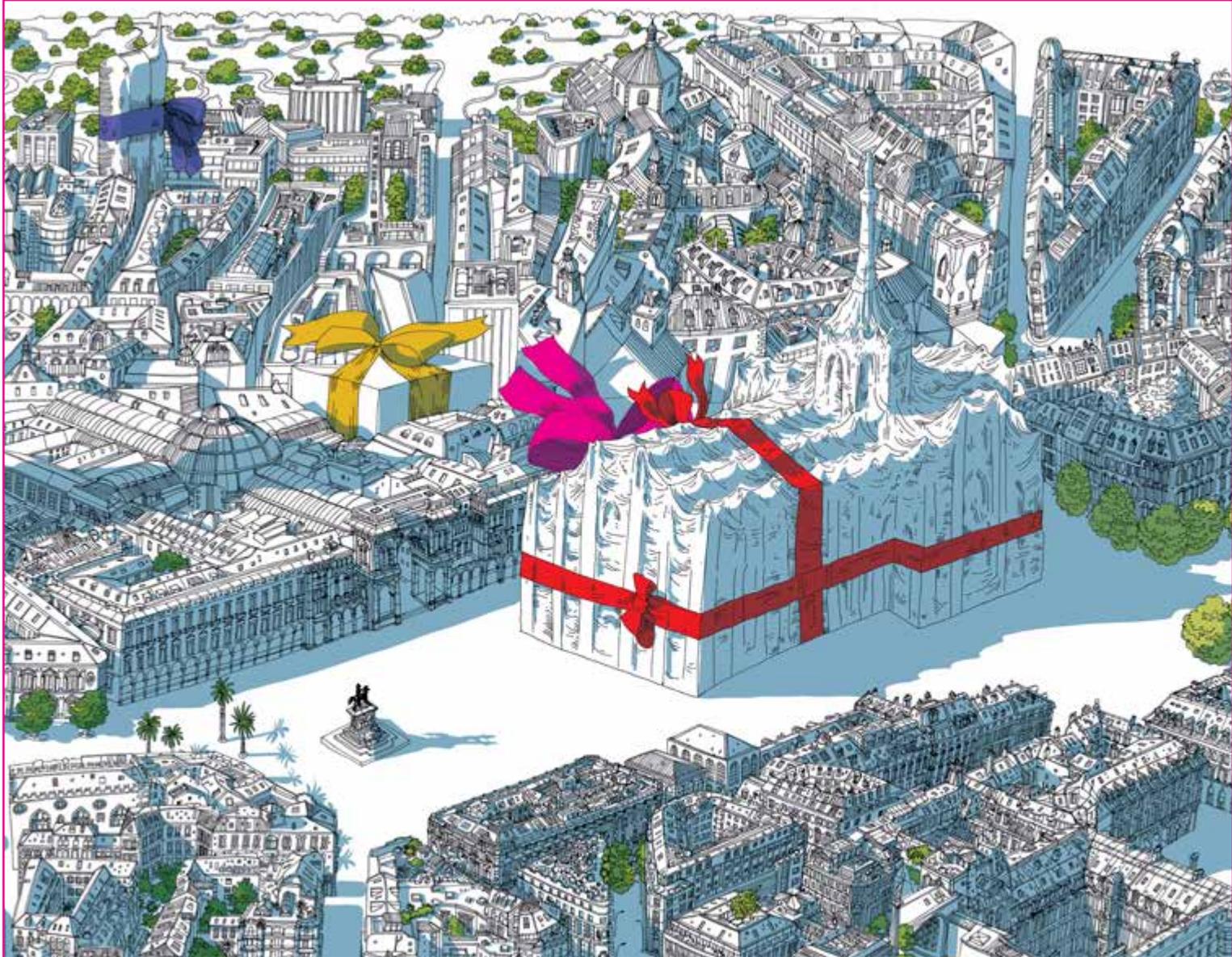
Oggi il rossetto appare nelle più svariate combinazioni cromatiche ma, indipendentemente dal suo colore, rimane un cosmetico dall'alto potere seduttivo, simbolo di femminilità ed eleganza, specchio dell'emotività della persona.

Bibliografia

1. Mackay EJA (1937) Scavi a Chanhu-daro. Giornale della Royal Society of Arts 85(4405):527-545
2. Harvard Law School (2006) Reading Our Lips: The History of Lipstick Regulation in Western Seats of Power.
3. Claramonte V, del Carmen África M (1990) Greil Marcus. Tracce di rossetto: una storia segreta del ventesimo secolo. Harvard University Press, Cambridge, p.496
4. Riordan T (2004) Inventare la bellezza: una storia delle innovazioni che ci hanno reso belli. Crown Publishing Group, New York, pp.36-60
5. Berg R (2001) Bellezza: le nuove basi. Workman, New York, p.144



Figura 11 - Il Russian Red di Madonna by Mac



The future of perfume, cosmetics & personal care packaging

24-26 May 2022 Fieramilanocity, Milan

co-located with >



by **EASYFAIRS**



Free entrance, compulsory
preregistration with code 1025

> Scan the QR-code
and register online

www.pcdmilan.com
www.packagingpremiere.it

LA RISCOPERTA DEI
PRODOTTI ANIDRI
QUANDO **VINTAGE**
E **INNOVAZIONE** SI UNISCONO

di **CHIARA ALQUATI** Marketing & Innovation Director • ch.alquati@gmail.com



Negli ultimi anni, il tema della sostenibilità è diventato sempre più centrale all'interno della quotidianità: la crisi ambientale che sta sconvolgendo l'intero pianeta ha portato a una continua campagna di sensibilizzazione su questo tema e a una necessaria evoluzione, estesa ormai a qualunque area e attività. Una rivoluzione che viene chiesta in primis dal consumatore, sempre più orientato verso marchi che siano in grado di offrire qualità e performance e, allo stesso tempo, che abbiano a cuore l'ambiente e il pianeta. All'interno di questo scenario, si colloca ovviamente anche il settore Beauty, sempre più focalizzato sulla fusione di più categorie all'interno dello stesso prodotto e con conseguente sviluppo di formulazioni e prodotti ibridi, oltre a una continua e sempre più attenta ricerca di materie prime di origini naturali e "pulite", utilizzo di packaging sostenibili e riciclati/riciclabili, riduzione degli sprechi e dell'acqua in particolare.

Per esempio, ciò che nel makeup era principalmente colore e performance è ora indirizzato continuamente verso la sensorialità, la versatilità in applicazione e il multi-benefit, senza però perdere le qualità precedenti. Ed è proprio da qui che ha inizio, dunque, la rinascita delle formule anidre, che essendo prive di acqua e formulate con oli e burri di derivazione vegetale, si inseriscono perfettamente all'interno di questo contesto e guidano i trend odierni di solid cosmetic, water-less, water-free e più in generale di eco-friendly makeup.

Oltre alla situazione climatica, anche il diffondersi di COVID-19 ha fatto sì che ci fosse una trasformazione

globale del settore Beauty, con conseguente adattamento da parte di brand e consumatori. A quasi due anni dallo scoppio della pandemia, questa situazione ancora condiziona le nostre vite, forzandoci a ridisegnarne i confini e cambiando le abitudini, makeup routine compresa. Basti pensare al prodotto anidro per eccellenza: il rossetto.

Se l'arrivo di COVID-19 ha portato a una progressiva perdita di ricavi del makeup bocca, ciò non significa che il settore cosmetico non abbia dato prova di essere in grado di adattarsi e di stare al passo con le nuove necessità dei consumatori. L'utilizzo quotidiano della mascherina ha inizialmente incrementato la richiesta di prodotti long-lasting e transfer-free, così da renderne compatibile l'utilizzo grazie appunto alla possibilità di essere mask-proof. Questa tipologia di prodotti è formata, appunto, da formule principalmente anidre e con elevate percentuali di filmogeni e sostanze volatili, in grado di formare un film sulle labbra che possa fissarsi e restare in posa tutto il giorno, senza sbavare o "muoversi", anche quando si mangia, si beve e, ovviamente, mentre si alza e si abbassa la mascherina. Tuttavia, questo tipo di texture tende a risultare un po' secca e, in seguito all'utilizzo continuo e quotidiano, potrebbe disidratare le labbra. Ed ecco come si è venuta a creare la necessità di prodotti che possano ristabilire la corretta idratazione e la morbidezza della pelle. Il bisogno di prodotti care ha dato vita a un susseguirsi di lanci sul mercato di lip-balm, oli per le labbra, lip-scrub, oltre che a lip-gloss dal finish nude e healthy-looking, ma con effetto *plumping*.

Tutto ciò, però, è già successo, quindi ora che la situazione è sempre critica

ma più vivibile qual è la richiesta in merito ai prodotti labbra e, più in particolare, alla categoria lipstick? Semplice. Come detto precedentemente, la direzione da seguire è quella del multi-benefit, ecco quindi l'idea di creare un rossetto che garantisca sì, colore, tenuta e performance, ma allo stesso tempo sia in grado di fondersi con i benefici dei prodotti care, donando nuova sensorialità a questo prodotto, oltre a estrema morbidezza, ritrovato comfort e leggerezza.

I trend del momento

Waterless is the new anhydrous

Nell'ultimo anno, le parole water-free e water-less si sono fatte strada all'interno delle varie tendenze beauty, sempre più ricorrenti perché legate al concetto di sostenibilità e zero-waste. Ma che cosa rappresentano veramente queste parole, se non un nuovo modo di definire l'intera categoria dei prodotti anidri? Prodotti che il settore cosmetico conosce già da tempo, ma che stanno tornando alla ribalta grazie al desiderio crescente di ridurre gli sprechi di acqua, anche nel più piccolo dei gesti quotidiani, sostituendosi dunque all'interno della beauty routine così come la conosciamo oggi. Che si tratti di makeup, ma ancora di più di routine skin care o hair care, siamo ufficialmente entrati nell'era della cosmesi solida (1).

Quando si parla di prodotti anidri ci si riferisce a quella categoria di prodotti formulati senza acqua. La loro struttura viene realizzata principalmente utilizzando cere, oli, burri ed esteri che danno quindi vita a prodotti tendenzialmente cremosi,

strutturati ed emollienti. Sono un po' il cosmetico per eccellenza, visto che i primi prodotti makeup e trattamenti di bellezza del passato erano proprio formulati senz'acqua; ciò potrebbe far pensare a prodotti un po' vintage od old-style, ma non è questa la realtà, visto che si sono sempre mantenuti al passo con i tempi, conservando il loro status di prodotto cosmetico per eccellenza (basti pensare al classico rossetto in stick che è appunto anidro) e continuando a innovarsi e rinnovarsi adattandosi alle esigenze di mercato.

La famiglia dei prodotti anidri, oltre ad avere molteplici proprietà come la versatilità e la predisposizione al multiuso, ha anche vantaggi pratici, come quello della facile conservazione (essendo privi di acqua, non necessitano di specifici conservanti per mantenerli nel tempo) e l'essere travel-friendly: sono comodi da portare con sé, occupano meno spazio in valigia e al momento non sono soggetti a limitazioni nel bagaglio a mano, il che aiuta durante i controlli di routine prima dell'imbarco. Può sembrare poco, ma per chi viaggia spesso sicuramente non è un aspetto da sottovalutare.

Qual è però il vero motivo del loro ritorno al successo? La causa è riconducibile proprio al fatto che la loro proprietà principale è quella di favorire la riduzione degli sprechi, in primis per quanto riguarda il packaging, vista la possibilità di vendere questa tipologia di prodotti all'interno di soluzioni senza plastica o addirittura senza contenitore stesso, come nel caso delle ormai celebri beauty bar, oggi disponibili in versione shampoo, balsamo, creme e maschere viso e corpo, ma anche profumi solidi e fondotinta.

In secondo luogo, perché permettono di risparmiare acqua, tra le risorse più preziose del pianeta, riducendo quindi l'impatto ambientale. Secondo il World Water Development Report 2020 delle Nazioni Unite (2), nel 2050 il 52% della popolazione mondiale vivrà in regioni "sottoposte a stress idrico".

Siamo nel bel mezzo di una vera e propria crisi idrica globale e se pensiamo che a oggi più dell'80% dei prodotti cosmetici presenti sul mercato ha un contenuto elevato di acqua (che in genere è più del 60% della formula stessa), vale proprio la pena interrogarsi sul futuro della cosmesi, concentrandosi sulle alternative esistenti.

Mono&Multi

L'andamento del settore Beauty, sempre più indirizzato verso la filosofia del *Less is more* e *Simple is better*, ha fatto sì che negli ultimi anni si iniziasse a parlare di trucco monocromatico (3). Un look che parte da una base principalmente *nude* e natural-looking, ma ravvivato da nuance *monochrome* calde e morbide, in grado di dare armonia al colore del trucco occhi, labbra e guance, creando un finish sofisticato e trendy allo stesso tempo, realizzabile in pochissimo tempo.

Inizialmente, questo look veniva realizzato applicando su guance e zigomi un velo di blush, che poi veniva steso verso gli occhi, all'altezza delle tempie, e completato con l'applicazione di un rossetto dello stesso tono. Oggi, invece, non si tratta più solo di una sfumatura per dare un effetto più vibrante, ma di un vero e proprio look monotonale per cui lo stesso colore viene applicato in modo preciso come ombretto sulle palpebre, come blush

sulle guance e come rossetto sulle labbra.

Ciò è la conseguenza non solo di un look vincente, ma anche del desiderio di molti consumatori di poter giocare e osare con il proprio look, utilizzando appunto la stessa sfumatura colore per diverse aree di applicazione. In genere, le tonalità preferite per realizzare questo look sono i *nude* più classici, come i colori rosati, il corallo e il pesca, i beige caldi e i colori terracotta dorati per le carnagioni più chiare, mentre i colori con sottotono blu e viola e più intensi come il magenta, il malva, il prugna e il color berry si fondono perfettamente sulle carnagioni più scure (4). Nonostante la scelta ricada spesso su *shade* classiche e morbide, nulla vieta di osare di più anche con l'utilizzo di colori più pop e *flashy* come il fucsia, il lavanda, l'arancio e anche con nuance metalliche e *frosted* o shiny e glossy per un effetto più drammatico.

Ciò che però è interessante, è anche vedere come questa tendenza sia partita dall'idea iniziale di utilizzare prodotti diversi su aree diverse, restando ovviamente all'interno della medesima palette colore, per poi evolversi e legarsi al concetto di multitasking e riduzione degli sprechi (zero-waste), arrivando così a oggi aggiornata nell'utilizzo non più solo dello stesso tono di colore, ma direttamente dello stesso prodotto che deve quindi essere studiato e realizzato in modo che abbia un'applicazione *all over* e quindi adatto e confortevole su diverse zone di applicazione.

Per questo motivo, parallelamente alla nascita e al trasformarsi di questa tendenza, si ha avuto un notevole aumento di richieste di prodotti anidri, principalmente colati,

proprio perché facili da utilizzare e adattare su diverse aree di applicazione, grazie alla loro struttura formulistica principalmente cerosa e quindi fondente e scorrevole, che li rende perfetti per essere stesi e sfumati su occhi, guance e bocca.

Il formato in stick è quello che più si presta all'utilizzo multi-tasking, perché consente di applicare facilmente il prodotto su occhi, viso e bocca, mantenendo una gestualità conosciuta, senza mai perdere precisione e comfort; molto utilizzati sono anche i prodotti anidri colati in un fondello e dunque in un packaging compatto o in vaso.

Ma quali sono i prodotti che meglio si inseriscono all'interno di queste categorie? Il tutto sta nel saperli individuare, perché molti di loro, non vengono affatto claimizzati come tali. Vediamo 5 prodotti che possono essere perfetti per realizzare velocemente questo effetto.

1. Il Match Stix di Fenty si presta sicuramente a questo tipo di utilizzo: la texture è cremosa e scorrevole, quindi facile da applicare e da stendere sulla pelle. La coprenza può essere modulabile, il che lo rende perfetto per poter calibrare l'intensità del colore sulle varie aree di applicazione, donando un tocco radioso e trendy al vostro look. Anche se non tutte le nuances disponibili sono utilizzabili per questo scopo, la maggior parte riesce comunque ad adattarsi a diversi toni di pelle, creando un effetto monotono moderno e armonioso.
2. Un altro prodotto, che invece nasce proprio per questo scopo, è Monochromatic Multi Stick di e.l.f. Cosmetics: pratico e veloce, questo stick ha una texture cream-to-powder che risulta

quindi perfetta da stendere e customizzare sul viso, fissandosi poi con tocco setoso e polveroso sulla pelle, senza risultare pesante o appiccicosa.

3. Allontanandoci dagli stick troviamo il perfetto alleato per il look *monochrome* e multi-tasking nell'ombretto Pro Longwear Paint Pot di MAC. Questo prodotto è ormai molto famoso nell'ambiente beauty e oltre ad avere delle recensioni pazzesche è in genere molto amato da appassionati e non di makeup. Nasce come ombretto, ma la sua texture estremamente scorrevole, blendabile e stratificabile lo rende il prodotto perfetto per questo tipo di utilizzo. Pur essendo molto pigmentato, la sua formula resta sottile e molto facile da stendere, permettendo di modularne la coprenza a seconda del finish desiderato, e una volta fissato sulla pelle ha una tenuta davvero estrema. Non risulta troppo secco sulla pelle e quindi permette di indossarlo per ore, mantenendo un look perfetto e confortevole per tutta la giornata.
4. Non ci si può sbagliare con la gamma Monochrome Moment del brand del makeup artist Patrick TA (5), che ha realizzato una mini collection dedicata a questo tema, sviluppando un blush in polvere, un liquid lipstick e un lip crayon coordinati nelle stesse tonalità, rendendo facile e semplice la realizzazione di questo look. Le texture sono tutte morbide e leggere sulla pelle e, anche se appartenenti a categorie diverse, ognuna di loro è stata realizzata in modo da offrire colore, leggerezza, buona tenuta ed estremo comfort.

5. Infine, anche il prodotto Beachplease Tinted Lip + Cheek Balm di Tower 28 Beauty è ottimo da sfumare su guance e labbra, e all'interno della piega palpebrale per realizzare makeup glamorous e monotono. La texture risulta corposa e cremosa al tocco e ha buona aderenza sulla pelle, il che evita che scivoli troppo, assicurando il giusto playtime e una buona sensorialità.

Mr. Lipstick

Quando si parla di anidri, non si può certo non parlare di rossetti. Da sempre tra i prodotti makeup più amati, il rossetto permette di dare vita al proprio look in una semplice passata. Che si tratti di colori *nude* o di colori più vibranti o evergreen come il rosso, niente ravviva di più di questo fantastico prodotto, presente in qualsiasi beauty case.

Lo abbiamo già visto in molte vesti, a partire dal classico effetto shine e burroso al vinilico glossoso e al matte estremo; in passato abbiamo visto un andirivieni di tutti questi finish con precisa e definita categorizzazione. Quello che sta accadendo oggi, però, è qualcosa di nuovo in termini di effetto, perché va a inserirsi proprio all'interno di questa odierna corrente sempre alla ricerca di fusione e di ibridi tra diverse categorie. Qui nasce il finish del momento, l'effetto più ricercato per i lipstick di oggi: il cosiddetto Soft Matte (6), anche detto Lumi-matte.

Fino a un paio di anni fa, il rossetto matte aveva lasciato il podio, dopo anni di gloria, ai rossetti dal finish lucido e luminoso perché risultavano più morbidi e "burrosi" sulle labbra (7). Il finish opaco aveva perso appeal perché tendeva a risultare secco e poco confortevole, oltre ad

avere la tendenza a enfatizzare le rughe (8). Come controtendenza è arrivata quindi l'ascesa dei rossetti dal finish lucido, in grado di unire l'effetto vinilico dei lip-gloss con il confort e la gestualità del rossetto, donando luce e colore al sorriso.

Il Soft-Matte nasce proprio come soluzione intermedia di questi due poli opposti, perché si tratta sì di un rossetto dalla finitura principalmente opaca, ma allo stesso tempo presenta un velato riflesso satinato e luminoso, capace di regalare un risultato più morbido, vellutato e *blurred* che valorizza le labbra senza sottolinearne le imperfezioni, ma anzi aiutando a dissimularle.

Molti sono ormai i prodotti sul mercato che vantano questo finish, che

si è già inserito all'interno di questo mondo sostituendo il vecchio modo di vedere il classico "vecchio" matte. La grande richiesta di questo tipo di finish ha contribuito anche alla ricerca di una nuova sensorialità dal punto di vista delle texture. La formulazione deve ora essere cushion e cremosa al tocco per poter risultare morbida sulle labbra. Deve avere una buona scorrevolezza, ma sempre controllata, così da avere la giusta aderenza sulle labbra e assicurare una buona durata. Questo tipo di texture creano in genere un film leggero, ma non troppo sottile sulle labbra, proprio perché devono essere confortevoli ma allo stesso tempo burrose e corpose, senza appesantirne l'effetto.

Sitografia

1. www.vanityfair.it/beauty/trend-beauty/2021/06/15/bellezza-cosmetici-solidi-skincare-capelli-corpo-tendenza-sostenibilita
2. eco-age.com/resources/beauty-brands-are-going-anhydrous-to-combat-the-global-water-crisis/
3. connect.in-cosmetics.com/trends-en/is-the-horizon-bright-for-colour-cosmetics/
4. www.theitalianreve.com/it/il-make-up-multitasking-gli-8-migliori-prodotti/
5. www.lofficielusa.com/beauty/monochrome-make-up-trend-instagram
6. www.eonline.com/news/1301643/everything-you-need-to-master-the-monochrome-make-up-trend-this-fall
7. www.cosmopolitan.in/beauty/features/g24147/2021-lipstick-trends-you-need-try#slide-4
8. metro.co.uk/2021/03/08/blurred-soft-matte-make-up-is-the-trend-of-the-moment-14206695/

Gransperse

MAKEUP

naturale

SENZA

COMPROMESSI



IMCD ITALIA GRANT INDUSTRIES

Per informazioni

Alessandro Mezzanotte

alessandro.mezzanotte@imcd.it

www.imcdgroup.com

IMCD Italia in a nutshell

IMCD Italia, in qualità di società leader nella distribuzione di specialità chimiche, rappresenta il partner ideale per la creazione e lo sviluppo di prodotti ad alto valore aggiunto in ogni settore.

Con l'ausilio di un laboratorio interno dedicato, offriamo al mercato della cosmetica conoscenze tecniche e applicative relative a un'ampia offerta di prodotti, inoltre il nostro team di esperti analizza costantemente le tendenze del mercato per sviluppare innovazioni e soluzioni.

La profonda e duratura collaborazione con importanti produttori internazionali completa il profilo ed è garanzia di qualità.

Grant Industries in a nutshell

Grant Industries è una società statunitense che produce e commercializza una vasta gamma di elastomeri su base siliconica e naturale. Il portafoglio Grant si arricchisce di specialità chimiche per ottimizzare le prestazioni e la sensorialità dei prodotti cosmetici.

Attraverso una rete globale di distribuzione, laboratori dedicati e attivi nel supporto formulativo, Grant Industries supporta l'innovazione dei brand cosmetici di tutto il mondo.

Gransperse, prodotto da *Grant Industries* e distribuito da *IMCD Italia*, è una nuova linea COSMOS di dispersioni di pigmenti (ossidi di ferro e titanio biossido) in elastomero naturale al 100%. L'utilizzo della gamma Gransperse trova la sua collocazione in formulazioni makeup naturali quali fondotinta, correttori, mascara e prodotti labbra. La gamma di prodotti Gransperse è in grado di ridurre i tempi di produzione mantenendo elevati standard di riproducibilità, garantendo massima espressione del colore e minimizzando le problematiche di stabilità.

La gamma Gransperse risulta compatibile con esteri ad alta e bassa polarità, nonché con oli e corpi cerosi di derivazione naturale.

Composizione e Specifiche tecniche

La linea Gransperse si divide in due serie: serie Gransperse CU: pigmenti non trattati; serie Gransperse CDS: pigmenti trattati.

Della serie Gransperse CU: pigmenti non trattati fanno parte:

Gransperse Black-CU-65

Percentuale di pigmento in dispersione: 63-67%

Nome INCI: CI 77499, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Castor Oil/IPDI Copolymer

Gransperse Yellow-CU-51

Percentuale di pigmento in dispersione: 49-53%

INCI: CI 77492, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic

Acid/Butanediol Copolymer, Castor Oil/IPDI Copolymer

Gransperse Red-CU-57

Percentuale di pigmento in dispersione: 55-59%

Nome INCI: CI 77491, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Castor Oil/IPDI Copolymer

Gransperse White-CU-65

Percentuale di pigmento in dispersione: 63-67%

Nome INCI: CI 77891, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Castor Oil/IPDI Copolymer

Della Serie Gransperse CDS: pigmenti trattati fanno parte:

Gransperse Black-CDS-65

Percentuale di pigmento in dispersione: 61-65%

Nome INCI: CI 77499, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer

Gransperse Yellow-CDS-51

Percentuale di pigmento in dispersione: 48-52%

Nome INCI: CI 77492, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer

Gransperse Red-CDS-57

Percentuale di pigmento in dispersione: 53-57%

Nome INCI: CI 77491, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyrici-

noleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer

Gransperse White-CDS-65

Percentuale di pigmento in dispersione: 61-65%

Nome INCI: CI 77891, Coco-caprylate/Caprato, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer

Le caratteristiche tecniche della gamma Gransperse sono riportate in **Tabella 1** e **Tabella 2**.

Meccanismo d'azione

Polveri o dispersioni

Quali sono i vantaggi effettivi nell'utilizzo di un sistema in dispersione rispetto all'utilizzo di un pigmento in forma pura?

Troviamo una valida spiegazione in **Figura 1** dove vengono evidenziate le varie interazioni presenti in un'emulsione contenente particelle solide.

Interazioni positive

1. *Dispersione*: il sistema disperdente svolge un'azione stabilizzante delle particelle inorganiche all'interno della fase disperdente.
2. *Emulsione*: l'emulsionante opera un'azione stabilizzante tra la fase esterna e la fase interna dell'emulsione.

Interazioni negative

3. *Desorbimento*: interazione tra sistema disperdente e sistema emulsionante.
4. *Flocculazione*: interazione tra le particelle inorganiche e la fase in-

Tabella 1 - Caratteristiche tecniche della serie Gransperse CU: pigmenti non trattati

Serie Gransperse CU: pigmenti non trattati				
	Gransperse Black-CU-65	Gransperse Yellow-CU-51	Gransperse Red-CU-57	Gransperse White-CU-65
Caratteristiche organolettiche				
Aspetto	Dispersione liquida	Dispersione liquida	Dispersione liquida	Dispersione liquida
Colore	Nero	Giallo	Rosso	Bianco
Odore	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Caratteristiche chimico-fisiche				
Viscosità Cps	15.000-30.000	10.000-20.000	5000-15.000	5000-10.000
Sostanza non volatile (%)	97-100	96-100	97-100	97-100
Contaminanti	I prodotti della gamma Gransperse CU risultano conformi alle regolamentazioni CFR21 e E-172			
<i>Metalli pesanti (ppm)</i>				
Arsenico	<3	<3	<3	<3
Piombo	<10	<10	<10	<10
Mercurio	<10	<10	<10	<10
Conservazione				
Conservare la materia prima in luogo fresco e ventilato, evitare contatto diretto con fonti di calore <i>Shelf-life:</i> 3 anni in contenitore chiuso				

Tabella 2 - Caratteristiche tecniche della serie Gransperse CDS: pigmenti trattati

Serie Gransperse CDS: pigmenti trattati				
	Gransperse Black-CDS-65	Gransperse Yellow-CDS-51	Gransperse Red-CDS-57	Gransperse White-CDS-65
Caratteristiche organolettiche				
Aspetto	Dispersione liquida	Dispersione liquida	Dispersione liquida	Dispersione liquida
Colore	Nero	Giallo	Rosso	Bianco
Odore	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Caratteristiche chimico-fisiche				
Viscosità Cps	15.000-30.000	3000-10.000	5000-15.000	4000-10.000
Sostanza non volatile (%)	97-100	97-100	97-100	97-100
Contaminanti	I prodotti della gamma Gransperse CDS risultano conformi alle regolamentazioni CFR21 e E-172			
<i>Metalli pesanti (ppm)</i>				
Arsenico	<3	<3	<3	<3
Piombo	<10	<10	<10	<10
Mercurio	<10	<10	<10	<10
Conservazione				
Conservare la materia prima in luogo fresco e ventilato, evitare contatto diretto con fonti di calore <i>Shelf-life:</i> 3 anni in contenitore chiuso				

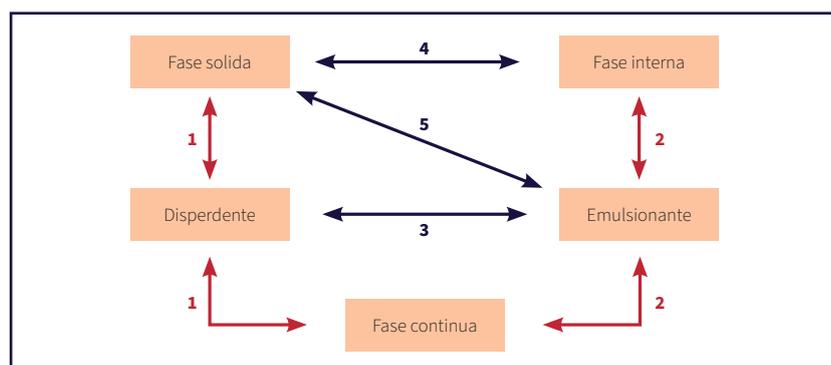


Figura 1 - Interazioni positive/negative all'interno di una suspo-emulsione

terna con conseguente destabilizzazione del sistema.

5. "Networking": questa interazione tra emulsionante e fase solida potrà essere positiva o negativa a seconda della natura chimica dell'emulsionante.

Una sistema pre-disperso, ottenuto con processi produttivi ottimizzati e mediante l'utilizzo di un sistema disperdente accuratamente selezionato e a concentrazione calibrata, mantiene inalterate le interazioni positive minimizzando le interazioni negative. Inoltre, un eventuale agente di rivestimento delle particelle solide potrà migliorare la compatibilità e la bagnabilità delle nostre particelle all'interno della fase disperdente.

Non ultimo, la maggior parte delle polveri contiene sia particelle aggregate che agglomerate.

Gli aggregati sono sistemi di particelle primarie fortemente legate tra di loro e normalmente necessitano di una forza di taglio particolarmente elevata per rompersi. I mulini a rullo sono in genere utilizzati per conferire questo tipo di forza.

Gli agglomerati sono sistemi di particelle debolmente legate che normalmente possono essere frantumate se sottoposte a deboli forze di taglio.

Un buon agente disperdente è in grado di bagnare rapidamente la superficie delle particelle aiutando a ridurre la dimensione dell'agglomerato e prevenendone la sua formazione.

I trattamenti di superficie possono altresì aiutare a neutralizzare eventuali cariche a livello della superficie del corpo solido concorrendo alla riduzione di fenomeni di aggregazione.

La gamma Gransperse combina l'utilizzo di due sistemi disperdenti (Polyglyceryl-6 polyricinoleate e Polyhydroxystearic acid) con una

matrice elastomerica completamente naturale. Gli agenti disperdenti sono in grado di bagnare rapidamente la superficie delle particelle aiutando a ridurre la dimensione dell'agglomerato e prevenendone la sua formazione.

La matrice elastomerica dona elevata sensorialità, un effetto luminoso, una migliore diffusibilità sulla superficie cutanea e un'incredibile azione sospendente nei confronti dei corpi dispersi, con conseguente stabilizzazione della dispersione.

I trattamenti di superficie dei pigmenti (gamma Gransperse CDS) possono altresì aiutare a neutralizzare eventuali cariche a livello della superficie del corpo solido, concorrendo alla riduzione di fenomeni di aggregazione. In **Figura 2** troviamo possibili combinazioni della gamma Gransperse in grado di esprimere diverse tipologie di colorazione.

Efficacia

Uniformità di stesura ed espressione del colore

Molti formulatori che utilizzano pigmenti in polvere sono nella necessità di pre-disperdere i loro pigmenti

W: 92,7%	W: 69,9%	W: 46,9%
Y: 6%	Y: 20,3%	Y: 39,7%
R: 1,2%	R: 6,2%	R: 7,6%
B: 0,10%	B: 3,6%	B: 5,8%
Porcelain	Cream Beige	Caramel
Rose Ivory	Amber Beige	Mahogany
W: 91,4%	W: 64,3%	W: 0%
Y: 5,5%	Y: 22,8%	Y: 52,85%
R: 2,6%	R: 8,85%	R: 29,7%
B: 0,5%	B: 4,05%	B: 17,45%

Figura 2 - Possibili combinazioni nell'utilizzo della gamma Gransperse

dedicando tempo e sforzi aggiuntivi per ottenere un sistema perfettamente omogeneo.

Nel seguente test (**Fig.3**) è stata fatta una comparazione tra un'associazione di Gransperse (clorazione Cream beige) e la corrispettiva dispersione di pigmenti (trattati e non) in Coco-caprylate/Caprato.

In entrambi i casi la preparazione è stata effettuata miscelando a mano e senza l'ausilio di un omogeneizzatore. Le serie Gransperse CU (pigmenti non trattati) e Gransperse CDS (pigmenti trattati) mostrano un sistema perfettamente disperso e uniforme mentre, nelle stesse condizioni di test, le dispersioni di polveri presen-



Figura 3 - Test di uniformità di stesura ed espressione di colore

tano striature, granulosità e il colore desiderato si ottiene solo applicando un'ulteriore forza di taglio sotto forma di sfregamento.

Compatibilità

È stata altresì valutata la compatibilità della gamma Gransperse con emollienti a diversa polarità quali triepatanoina, olio di macadamia, trigliceride caprilico/caprico, alcanone da cocco e dimeticone (5 cts).

Le serie Gransperse CU (pigmenti non trattati) e Gransperse CDS (pigmenti trattati) mostrano una dispersione uniforme e omogenea sia in presenza di sistemi fortemente polari quali la triepatanoina (**Fig.4**) e l'olio di macadamia, sia in associazione con emollienti meno polari quali alcanone da cocco e dimeticone 5 cts (**Fig.5**).

Aspetti produttivi

Analogamente ai test precedenti, è stata dispersa una eguale quantità di pigmento non trattato (ossido di ferro e titanio biossido) in Coco-caprylate/Caprato. Le varie dispersioni sono state comparate ai corrispettivi prodotti della gamma Gransperse CU, valutandone la fluidità e le caratteristiche sensoriali.

Come evidenziato in **Figura 6**, le dispersioni di pigmenti non trattati in Coco-caprylate/Caprato si presentano in forma semisolido e risultano difficili da maneggiare (con la sola eccezione della dispersione di ossido di ferro rosso).

La serie Gransperse CU risulta fluida e perfettamente omogenea garantendo facilità di utilizzo e di collaggio.

Sicurezza

Tutti i prodotti appartenenti alla gamma Gransperse sono da ritenersi



Figura 4 - Test di compatibilità con trieptanoina



Figura 5 - Test di compatibilità con alcano da cocco



Figura 6 - Confronto tra dispersioni di pigmenti non trattati in Coco-caprylate/Caprate vs gamma Gransperse CU

sicuri nelle condizioni di utilizzo consigliate, sono certificati COSMOS e risultano approvati a livello globale.

Applicazioni e Modalità d'uso

La gamma Gransperse potrà essere facilmente incorporata direttamente all'interno della fase oleosa.

L'utilizzo della gamma Gransperse è consigliato in tutte le tipologie di formulazioni makeup quali emulsioni W/O, O/W, anidri e in tutti i campi applicativi quali fondotinta (colati e in emulsione), correttori, rossetti e BB Cream.

La gamma Gransperse permette di ottenere formulazioni naturali mantenendo elevate performance sensoriali e applicative, garantendo altresì massima riproducibilità ed espressione di colore.

Di seguito è riportata la formula **Natural-me-time waterless mousse foundation (G105-547.01)** ottenuta con la gamma Gransperse.

Natural-me-time waterless mousse foundation (G105-547.01)

Fase	Nome INCI	Nome commerciale	% (p/p)
A	Coco-caprylate/Caprate, Triheptanoin, C9-12 Alkane, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Castor Oil/ iPDICopolymer	Gransperse TC-18X/C (Grant Industries)	55
	Olive Squalane	-	3
	Helianthus Annuus Seed Oil	-	3
	Tocopherol	-	1
	Saccharomyces Ferment, Lauroyl Lysine	Granpowder BBP-700 (Grant Industries)	6,5
	Polyhydroxystearic Acid	Kester Wax K-60P (Koster Keunen)	2
	Caprylic/capric Triglyceride	Myritol® 312 (BASF)	5,35
	Helianthus Annuus Seed Wax	Sunflower Wax (Koster Keunen)	1,7
	Oryza Sativa Bran Wax	Rice Bran Wax (224) (Koster Keunen)	1,2
	Hydrogenated Jojoba Oil	Jojoba Wax (Vantage Personal Care)	1,5
	CI 77891, Coco-caprylate/Caprate, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer	Gransperse White-CDS-65 (Grant Industries)	9,35
	CI 77492, Coco-caprylate/Caprate, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer	Gransperse Yellow-CDS-51 (Grant Industries)	3,2
	CI 77491, Coco-caprylate/Caprate, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer	Gransperse Red-CDS-57 (Grant Industries)	0,68
	CI 77499, Coco-caprylate/Caprate, Polyglyceryl-6 Polyricinoleate, Polyhydroxystearic Acid, Dilinoleic Acid/Butanediol Copolymer, Disodium Stearoyl Glutamate, Castor Oil/IPDI Copolymer	Gransperse Black-CDS-65 (Grant Industries)	0,27
	Dicaprylyl Carbonate	CETIOL® CC (BASF)	4,35
	Hydrogenated Vegetable Oil	dermofeel® viscolid MB (Evonik)	1,5
	Silica	AEROSIL® 200 (Evonik)	0,4

Metodo di preparazione

- Inserire i componenti della fase A nel fuso principale, scaldare a 85-90°C. Omogeneizzare fino a sistema uniforme.
- Colare a caldo.

SPECIALE ROSSETTI



L'evoluzione del rossetto e dei prodotti per le labbra

Dall'antica Mesopotamia fino ai giorni nostri

di **EMANUELE PIRAS**

Key Account Manager, Merck • emanuele.piras@merckgroup.com

Lil rossetto è forse uno dei prodotti cosmetici più antichi della storia. I prodotti per la colorazione delle labbra vengono ormai usati da millenni: abbiamo evidenze di questa pratica sin dai tempi preistorici. L'applicazione del colore sul viso e sulle labbra poteva avere diversi significati che variavano dal semplice abbellimento fino al simbolismo dei guerrieri. Ci sono prove dell'utilizzo di rossetti già nell'antica Mesopotamia e nell'antico Egitto. Le prime formule venivano ricavate da pigmenti derivati da insetti, come i coleotteri, o gemme e pietre preziose sbriciolate. L'evoluzione industriale portò poi le prime innovazioni: l'utilizzo della cera d'api durante il regno di Elisabetta I fu un passo notevole nello sviluppo di questi prodotti. Successivamente l'industria cinematografica, durante la Seconda Guerra Mondiale, diede una spinta enorme aumentandone la diffusione su larga scala. Inizialmente sviluppato come prodotto prettamente femminile, il rossetto diventa poi più trasversale; specialmente nel mondo dello spettacolo comincia ad essere utilizzato anche dagli uomini, con il nome di "manstick". Alla fine degli anni Ottanta nascono poi altre forme innovative di colorazione delle labbra, come i lip stain o lip color, anche i vari lip gloss cominciano a colorarsi per dare effetti nuovi che attraggono soprattutto le consumatrici più giovani. Tuttavia, è importante notare che, specialmente negli ultimi decenni, la formulazione dei prodotti coloranti per le labbra è rimasta sostanzialmente invariata, se non per la qualità delle materie prime, dei pigmenti e delle forme di applicazione.

Il rossetto è ormai un elemento imprescindibile della nostra cultura e accessorio fondamentale nella moda; il suo utilizzo soddisfa il senso estetico, dando all'utilizzatore una maggiore sicurezza nel proprio aspetto e di conseguenza nella percezione di accettazione da parte degli altri. Gli scopi della sua applicazione sono quindi sempre stati diversi: dall'uso quasi rituale dei suoi albori alla necessità dell'affermazione della propria personalità e identità dei tempi moderni. In Europa o nelle culture occidentali, l'uso delle labbra colorate si è affermato lentamente e ha dovuto superare i limiti culturali di comunità conservatrici, dove l'extravaganza veniva interpretata come mancanza di buoni valori. Il cinema e il teatro hanno dato un contributo notevole allo sviluppo dell'uso del trucco in generale e dei rossetti in particolare, allontanando quell'idea "del poco di buono" in due labbra rosse.

Si pensa che gli inventori dei rossetti siano i Sumeri nell'antica Mesopotamia, che avevano cominciato a macinare gemme colorate per poi spalmarsi la polvere sulle labbra, senza distinzione tra uomini e donne. Sono state ritrovate delle tombe di donne nobili dell'epoca che venivano sepolte con il loro kit di cosmetici, dove appunto i prodotti per le labbra erano polveri di gemme e pietre. Prodotti simili venivano utilizzati anche nell'antico Egitto, e anche in questo caso senza distinzione tra uomini e donne; la classe sociale era il fattore differenziale. I colori più utilizzati erano il rosso, blu, arancio e altri colori vividi.

I colori

È anche piuttosto noto che i primissimi colori erano miscele di sostanze abbastanza tossiche che probabilmente hanno dato origine al famoso "bacio della morte". Poco più tardi si è cominciato a estrarre il carminio dal carapace della cocciniglia e da altri coleotteri. Il carminio di cocciniglia è stato largamente usato per moltissimi anni fino ad oggi ed è ancora il colore di riferimento per tutti i produttori di coloranti.

Il sistema di estrazione, peraltro piuttosto semplice, ha permesso di colorare le labbra di tutto il mondo per un numero di anni ormai incalcolabile. L'acido carminico, che è poi la molecola colorata, è stato largamente utilizzato anche nell'industria alimentare. Quando si parla di rossetto,



soprattutto se pensiamo in lingua italiana, il colore che viene in mente è il rosso. Il rosso è sempre stato il simbolo della sensualità e della passione.

Evoluzione dei colori e delle tendenze

L'industria dei colori ha sempre cercato di innovare questo tipo specifico di applicazione. Negli anni '80 e '90, con la New Wave, il Punk e il Grunge, si è spostata l'attenzione su colori più coraggiosi e meno classici, come il nero o il viola. Per essere precisi, i primi rossetti neri si sono visti in Inghilterra alla fine degli anni '70 e facevano parte di un look che voleva essere trasgressivo ma soprattutto di rottura con il classico. Questi rossetti si abbinavano soprattutto ad abbigliamenti gotici con pettinature a cresta e unghie altrettanto scure. Sono passati quarant'anni da allora e oggi il rossetto scuro è invece, in certi casi, un tocco di eleganza. L'industria cosmetica e quella delle materie prime non si è mai fermate e non hanno mai smesso di ricercare nuovi colori o nuove tecnologie. Questa ricerca è spinta oltretutto dalla necessità di sviluppare prodotti sempre più sicuri, con un'elevata tracciabilità e

sostenibili dal punto di vista dell'impatto ambientale, sociale ed economico. Il mercato ha anche creato nuove esigenze e nuove sensibilità, i disciplinari con etichette più o meno verdi e così via. Il carminio è sempre meno popolare e i colori minerali cercano di conquistare un posto in prima fila.

Nuove tecnologie e nuovi colori

Il rossetto non è più l'unico prodotto per colorare le labbra; il mercato ci offre oggi pennarelli per le labbra, rossetti cremosi, lip gloss, lip laquer, pearl putties ecc.

Il mercato richiede inoltre un numero di caratteristiche impensabili solo fino a dieci anni fa. Oltre ai famosi disciplinari da soddisfare per poter distribuire i prodotti in canali ben definiti, ci sono poi una serie di claim come kiss-proof, no transfer, antimacchia e così via. Uno studio di qualche anno fa spiega che i prodotti per le labbra rappresentano quasi il 30% dell'innovazione nell'industria della cosmetica decorativa. Sta crescendo la richiesta di prodotti ibridi o multifunzione che possano abbinare funzioni specifiche (lenitive, idratanti ecc.)





alla classica funzione del colore. Beauty bloggers, influencer e videotutorial sono i canali di promozione più efficaci. Prodotti specifici per target group (Boomers, Millennials ecc.) diventano cruciali per la differenziazione. L'innovazione è quindi cruciale: nuovi materiali, nuove tendenze, nuovi ingredienti e packaging. I marchi di prestigio restano il punto di riferimento per le tendenze ma si affermano gli indie brand con idee non convenzionali su claim e colori. Le app per smartphone ci aiutano a simulare le tonalità di colore che più si adattano al nostro incarnato in uno specifico momento o che sono in pendant con il nuovo vestito o colore di capelli. La velocità con la quale cambiano colori e forme di applicazione è quindi un fattore cruciale nello sviluppo dei prodotti per colorare le labbra. Le sfide alle quali viene sottoposto il formulatore sono quindi molteplici sotto diversi punti di vista. La tecnologia del colore, che partiva dai minerali macinati passando negli anni per colori più o meno naturali, coloranti

e derivati vegetali, in qualche modo torna alle origini. I pigmenti a effetto basati su diversi substrati, a partire dalla mica naturale, sono un'ottima scelta per sviluppare nuove nuance con effetti innovativi. I pigmenti a effetto permettono, con la stessa base, di formulare prodotti che possono avere un effetto satin, setoso, glossy, matte, sparkling, glitterato, interferenziale, olografico e altro ancora.

Considerazioni tecniche

L'impatto dei pigmenti a effetto è strettamente legato alla forma ma soprattutto alla dimensione propria dei pigmenti. Particelle con dimensione piccola o media influiscono sull'omogeneità del prodotto finito, dando quindi un aspetto più uniforme. Tale aspetto contribuisce poi a una sensazione di prodotto più ricco in termini di aspetto; le particelle piccole, inoltre, tendono ad assorbire più olio e quindi a offrire una resa diversa soprattutto nei rossetti in stick. Le particelle più grandi, invece, danno un aspetto più cremoso con anche una scorrevolezza maggiore; la scorrevolezza sulle labbra dà l'idea di un prodotto più delicato e gradevole perché le particelle più grandi normalmente assorbono meno olio e quindi ci guadagna la cremosità. I pigmenti a effetto disponibili oggi sul mercato permettono la realizzazione di quasi tutte le tonalità di colore; si

possono ormai avere dei rossi senza l'utilizzo del carminio, sfumature di verde senza gli ossidi di cromo e tonalità blu senza ferrocianuro ferrico. L'industria continua a sviluppare nuove tecnologie in grado di offrire nuovi effetti e nuovi colori.

Il futuro

Le nuove forme di applicazione, l'affermazione crescente degli indie brand, le app sui nostri dispositivi elettronici che aumenteranno la personalizzazione dei colori e la continua innovazione tecnologica avranno certamente un forte impatto sui prodotti del futuro. Le nuove formule saranno più semplici e più attente all'impatto ecosostenibile, con meno ingredienti e più sicuri. La tendenza al minerale, così come in altri settori del mercato cosmetico, prevarrà per garantire la continuità a basso impatto. Numerosi studi confermano, anno dopo anno, che le tendenze del mercato cosmetico continuano a mostrare una crescente necessità di comunicare attraverso il nostro aspetto. Il nostro stato sociale, il benessere psicofisico e tutto quello che può dire qualcosa di noi passa attraverso la nostra immagine. Il viso è il primo punto di impatto nelle relazioni interpersonali e le labbra in particolare hanno un ruolo fondamentale nell'impatto visivo del volto nella vita sociale. Così come 5000 anni fa, quando i Sumeri cercavano di migliorare il proprio aspetto colorandosi le labbra con gemme e minerali macinati, oggi e verosimilmente nel futuro continueremo con questa usanza con maggiore consapevolezza, sicurezza e cura dell'ambiente che ci circonda.





Il camaleonte del makeup: *il rossetto*

L'evoluzione del rossetto ai tempi della pandemia

Parole chiave

ROSSETTO • NO TRANSFER • LONG-LASTING • LIP-CARE

di **SILVIA GIARRUSSO, ANTONELLA GIAMMARINO**

Research Chemist

silvia.giarrusso@libero.it

Riassunto

Il camaleonte del makeup: il rossetto

L'evoluzione del rossetto ai tempi della pandemia

Questi due anni di pandemia da COVID-19 hanno cambiato tutte le regole che dettavano il nostro modo di vivere. Anche le consolidate abitudini nella makeup routine sono cambiate e, in particolare, quelle legate alle labbra si sono dovute adattare alla situazione: in questo articolo si cercherà di illustrare che direzione hanno preso il trucco e la cura delle labbra e quali sono gli ingredienti chiave dei prodotti che oggi sono più richiesti.

Nella prima parte dell'articolo, l'attenzione sarà focalizzata sul rossetto: dopo un breve cenno alla sua storia, che ne farà comprendere l'importanza e il fascino, verranno illustrate le tipologie di rossetto più richieste ai tempi della mascherina e le materie prime che le compongono.

Nella seconda parte, invece, verrà trattata la cura delle labbra, dallo scrub all'idratazione/nutritivo.

The makeup chameleon: the lipstick

The lipstick evolution at the pandemic time

These two years of the COVID-19 pandemic have changed all the rules that dictate how we live our lives. Established make-up routines have also changed and, in particular, lip care has had to adapt to the situation: in this article we'll try to show you where make-up and lip care have gone and what are the key ingredients in today's most popular products.

In the first part of the article, attention will be focused on lipstick: after a brief mention of its history, which will make us understand its importance and charm, we will illustrate the types of lipstick most in demand at the time of the mask and the raw materials that make them up.

The second part will focus on lip care, from scrubs to moisturizing/nutrition.

Summary

Mai come adesso è necessario prendersi cura delle labbra, messe a dura prova dal legittimo desiderio di continuare a truccarle nonostante l'uso continuo delle mascherine.

Storia

“ Il rossetto è molto più di un prodotto. È qualcosa che ti trasforma ”

Poppy King

Il rossetto è da sempre molto più di un semplice cosmetico: è stato utilizzato per distinguere uno status sociale e, nel tempo, si è trasformato nel “trucco” per eccellenza, per accompagnare prima l'emancipazione femminile e poi la fluidità di genere. Dai brevi cenni che seguono sulla storia del rossetto, risulta evidente che è da molto tempo che rossetto, femminilità e ribellione accompagnano i movimenti per i diritti delle donne: il rossetto non si indossa per cercare di piacere agli altri, ma per voler piacere di più a se stesse, per rafforzare il proprio stile, per stare meglio con la propria persona e con gli altri.

La sua storia comincia più di 5000 anni fa, in Mesopotamia, sulla toeletta della regina sumera Puabi. Prosegue con Cleopatra e nell'antica Grecia, anche se con utilizzi meno “nobili”, dato che in questa società divenne segno riconoscitivo delle prostitute. Sotto l'Impero Romano, il rossetto torna a essere un “classificatore sociale”: viene utilizzato dalle donne delle alte sfere e anche dai funzionari maschi di alto rango. Nell'Europa medioevale il truccarsi viene demo-

nizzato e il rossetto viene definito un sacrilegio. In seguito, nella società inglese del Rinascimento, arriva invece a essere considerato merce di scambio al pari del denaro; fino a che la regina Vittoria non ne vietò l'uso, definendolo “volgare e maleducato”. Si deve la reintroduzione del rossetto alle attrici di inizio '900, tra cui Sarah Bernhardt, che diede scandalo sfoggiandolo nuovamente in pubblico nel 1880. Questo prodotto divenne poi simbolo di emancipazione, con i motti delle suffragette, e di resilienza femminile di fronte al pericolo con le donne dell'esercito americano: esse avevano una tonalità ufficiale di rosso, che si abbinava al colore delle loro uniformi, e, tra leggenda e realtà, pare fosse il Montezuma Red creato da Elizabeth Arden, che si sarebbe unita alle proteste femminili regalando rossetti per le vie di New York. Nel 1933, in piena crisi economica, il rossetto rosso viene definito da Vogue come il cosmetico più importante per le donne: il prodotto, infatti, era in continua espansione nonostante la Grande Depressione. È stato proprio questo boom a dare vita a quel fenomeno conosciuto come il “Lipstick Effect”, ovvero la teoria secondo la quale durante i periodi di difficoltà finanziarie si acquistano piccoli beni di lusso meno costosi o frivolezze, come ad esempio il rossetto, per sollevare il morale.

Negli anni '70, il rossetto diventa simbolo di ribellione sociale e dell'abbattimento del confine tra uomo e donna. Possiamo sorvolare su qualche decennio e arrivare al presente: il COVID-19 sembra aver cancellato decenni di glorioso lipstick index, nascondendo labbra e sorrisi dietro la mascherina perennemente calcata sul viso. Ma è qui che il nostro prodotto preferito si

adatta come un camaleonte alle nuove esigenze delle donne. E del mercato.

Rossetti a tenuta

Le caratteristiche attualmente più richieste per un rossetto sono la tenuta, la resistenza e il no transfer: si deve poter indossare sotto la mascherina senza che coli, sbavi e si trasferisca su di essa, e deve essere impeccabile sulle labbra una volta tolta la mascherina. Insomma, oggi il rossetto deve essere mask-proof!

La forma più tradizionale per un rossetto è il classico stick e, anche se non mancano rossetti a tenuta con questa forma e struttura, sicuramente un maggior effetto no transfer e long-lasting si può ottenere con quelli fluidi: questa tipologia, per le sue caratteristiche formulative, si presta maggiormente alla richiesta attuale.

In ogni caso, qualunque sia la forma, gli ingredienti chiave per il no transfer e il long-lasting in un rossetto sono gli stessi: sostanze volatili e filmogeni.

Le sostanze volatili impiegate sono principalmente siliconi a basso peso molecolare, isododecano e alternative naturali a queste due tipologie di ingredienti per le formulazioni green. I siliconi a basso peso molecolare hanno un tocco morbido e non grasso, evaporano velocemente e, senza lasciare residui a contatto col calore delle labbra, migliorano le proprietà filmogene: vengono perciò impiegati come “veicoli” per fissare un rossetto sulle labbra. La stessa funzione dei siliconi volatili viene svolta anche dall'isododecano, che però è meno “confortevole”, e dalle loro alternative naturali.

I veri protagonisti dei rossetti a tenuta, però, sono i filmogeni: si tratta di sostanze generalmente di natura polimerica, spesso siliconici, impiegati per l'ottenimento di prodotti, appunto, long-lasting e no transfer. I più comuni filmogeni per rossetti sono:

- *Trimethylsiloxysilicate*: è una resina siliconica altamente reticolata utilizzata per le sue ottime proprietà film-forming e per aiutare i pigmenti a fissarsi sulle labbra;
- *Acrylates/Dimethicone copolymer*: questo polimero garantisce la formazione di un film "morbido" e flessibile che conferisce al rossetto ottime proprietà transfer-resistance;
- *VP/Eicosene copolymer, VP/Hexadecene copolymer, Triacontanyl PVP*: si tratta di filmogeni liposolubili, che garantiscono proprietà long-lasting e water resistant;
- *Sucrose acetate isobutyrate*: filmogeno naturale e food grade, rappresenta un'ottima scelta per i rossetti, di cui migliora notevolmente la transfer-resistance.

La necessità di citare alternative naturali ai "tradizionali" ingredienti volatili e filmogeni nasce dall'attualissima esigenza di formulare quanto più green possibile.

Anche se per i prodotti leave-on non è ancora legge come lo è, invece, per i prodotti wash-off, i siliconi volatili utilizzabili sono praticamente solo i dimeticoni a basso peso molecolare, con contenuto di D4/D5/D6 <0,1%. Questi siliconi ciclici sono stati identificati come sostanze estremamente preoccupanti (SVHC) con proprietà persistenti, bioaccumulabili e tossiche (PBT)/molto persistenti e molto bioaccumulabili (vPvB) e le sostanze PBT/vPvB generano preoc-

cupazioni specifiche in base al loro potenziale di accumulo nell'ambiente e causano effetti che sono imprevedibili a lungo termine. Per questi motivi, sempre più clienti chiedono formule in cui questi siliconi volatili o sono a basso contenuto di ciclosilossani o, addirittura, sono sostituiti da ingredienti o blend di ingredienti che abbiano volatilità simile a essi, ma a impatto ambientale pari a zero. È chiaro, però, che ad oggi le performance delle cosiddette alternative naturali ai siliconi volatili sono inferiori e che l'incidenza di queste stesse materie prime sul costo finale del prodotto è molto maggiore.

Per quanto riguarda gli agenti filmogeni, la situazione è ancora più complessa che per i volatili. Infatti, i polimeri siliconici e i polimeri di PVP potrebbero rientrare nella categoria delle microplastiche: potrebbero perché la relazione agenti filmanti/microplastiche è ancora un po' nebulosa, almeno dal punto di vista regolatorio. La Legge 27 Dicembre 2017 n.205 (Legge di Bilancio 2018) ha di fatto introdotto il divieto di messa in commercio di prodotti cosmetici a risciacquo ad azione esfoliante o detergente contenenti microplastiche a partire dalla data del 01/01/2020 (art.1 comma 546); e la Legge 205/2007 nell'articolo 1 comma 547a fornisce la definizione di microplastiche, ovvero "le particelle solide in plastica, insolubili in acqua, di misura uguale o inferiore a 5 mm, intenzionalmente aggiunte nei prodotti cosmetici" (ad esempio il Polyethylene come agente esfoliante in prodotti scrub). I polimeri in plastica in forma liquida, semisolida o solubile, quindi, non rientrano sotto la definizione più comune di microplastiche, ma si tratta comunque di sostanze chimiche di sintesi dota-

te di una scarsa biodegradabilità, per cui è possibile ipotizzare effetti simili a quelli delle microplastiche dovuti alla loro persistenza, alla possibile capacità di attrarre e legare sostanze chimiche pericolose e rilasciare sostanze tossiche. Le problematiche per individuare l'impatto di questi polimeri nascono dalle difficoltà analitiche per individuarle: le attuali conoscenze sulle materie plastiche liquide, semisolide e solubili da parte della comunità scientifica internazionale sono scarse e c'è grande incertezza sulla loro distribuzione nei vari ecosistemi e sul loro impatto ambientale. L'unica certezza legata alle materie plastiche in forma liquida, semisolida e solubile è che, una volta rilasciate nell'ambiente, sono impossibili da rimuovere e, a causa della loro persistenza e difficile biodegradabilità, possono produrre un inquinamento destinato a durare per decenni. Tutte queste incertezze causano l'assenza di riferimenti normativi, ma hanno comunque sensibilizzato brand e consumatori finali, che preferiscono evitare la loro introduzione nei prodotti cosmetici. Ma, come nel caso dei volatili, anche per i polimeri siliconici e della plastica la sostituzione con alternative naturali non è attualmente paragonabile in termini di risultato filmante.

Se da una parte i rossetti a tenuta rispondono alla richiesta di un prodotto dalle performance impeccabili e a prova di mascherina, dall'altra parte le formulazioni con alta percentuale di ingredienti volatili e filmogeni tendono a seccare le labbra. Così come anche l'occlusività della mascherina stessa non aiuta le labbra a essere sane e curate.

È per questo che nella seconda parte dell'articolo si parlerà di lips beauty routine.

Lips beauty routine ai tempi del COVID-19

Per prenderci cura delle nostre labbra è buona abitudine fare con regolarità uno scrub per rimuovere le antiestetiche e fastidiose pellicine, prepararle a ricevere i trattamenti successivi e tornare così ad avere labbra morbide, idratate e dall'aspetto sano.

In commercio possiamo trovare scrub, principalmente in stick o in vasetto (colati o in pasta), la maggior parte dei quali sono composti prevalentemente da ingredienti di origine naturale quali zucchero bianco o di canna, microgranuli di semi di albicocca o uva, burri e oli vari.

È possibile realizzarlo con facilità anche in casa miscelando zucchero di canna, per un effetto più deciso, o bianco, per un effetto più delicato, con miele, olio d'oliva o mandorle dolci.

Come step successivo nella beauty routine labiale bisogna riportare il giusto grado di idratazione con l'impiego di prodotti appositamente studiati definiti balsami labbra o più comunemente "burrocacao".

Ma in primis parliamo di idratazione. Il fattore naturale di idratazione (*Natural Moisturizing Factor*, NMF) è una miscela di sostanze idrosolubili e igroscopiche in grado di legarsi all'ac-

qua e capaci di fissare e trattenere nello strato corneo e nel film idrolipidico superficiale anche parte dell'umidità ambientale a contatto con la pelle. È composto da:

- Aminoacidi (40%, tra cui serina)
- Acido pirrolidoncarbossilico (PCA 12%)
- Urea (7%)
- Acido lattico (12%)
- Ammoniaca (1,5%)
- Acido urico
- Glucosamina
- Creatinina
- Residui mucopolisaccaridici
- Fosfolipidi ed elettroliti (calcio, sodio, magnesio, potassio e cloro)

Molti fattori possono alterare l'NMF, tra cui l'esposizione ad agenti atmosferici (sole, freddo, vento), l'utilizzo ripetuto di makeup waterproof e struccanti appositi per rimuoverlo, e l'uso della mascherina in questo periodo storico; è quindi fondamentale utilizzare con regolarità prodotti atti a proteggere e ristabilire il corretto grado di idratazione.

Tra gli ingredienti maggiormente utilizzati per formulare prodotti cosmetici con questa funzione possiamo citare i seguenti.

Olio di oliva (*Olea Europaea Fruit Oil*): ricco di vitamine A ed E, acidi grassi insaturi, beta-carotene, fitosteroli e squalene, è ideale per trattare le pelli secche e disidratate, poiché ha una spiccata azione emolliente e contrasta la perdita d'acqua dall'epidermide, mantenendola idratata e morbida. Ha inoltre azione lenitiva sugli arrossamenti e sulle irritazioni di labbra e mani ed è ben tollerato anche dalle pelli più sensibili.

Olio di mandorle dolci (*Prunus Amygdalus Dulcis Oil*): contiene acidi grassi, vitamine (soprattutto B ed E), proteine, sali minerali (zinco, ferro, calcio, magnesio, fosforo e potassio) ed è un valido alleato per tutti i tipi di pelle (compresi neonati, anziani e soggetti allergici), ma anche dei capelli e delle labbra.



Burro di cacao (*Theobroma Cacao Seed Butter*): molto probabilmente è il più conosciuto e utilizzato in cosmesi. Possiede importanti proprietà antiossidanti, grazie alla presenza di polifenoli che stimolano la produzione di collagene, conferendo elasticità alla pelle e aiutando a contrastare gli effetti dei radicali liberi.



Burro di karitè (*Butyrospermum Parkii Butter*): burro estratto dal seme della pianta, ampiamente utilizzato in cosmetica per le sue proprietà idratanti, leviganti e protettive della pelle.



Burro di mango (Mangifera Indica Seed butter): emolliente naturale derivato dal frutto dell'albero *Mangifera Indica*, ricco di acidi grassi e trigliceridi. Si presenta solido a temperatura ambiente ma fonde già a contatto con la pelle.



Cupuaçu butter (Theobroma Grandiflorum Seed Butter): burro ottenuto dai semi essiccati e poi spremuti a freddo, ha un contenuto di fitosteroli più elevato rispetto ad altri burri (karitè, cacao). Aiuta a rinforzare il film idrolipidico e a mantenere l'idratazione della pelle, ha proprietà riparatrici e nutrienti.

Filtri solari fisici (o inorganici): sono lo Zinc oxide e il Titanium dioxide, che proteggono dai raggi UVA e UVB formando una barriera "fisica" sulla pelle e labbra.



Filtri solari chimici (o organici): ne esistono numerosi come l'Ethylhexyl methoxycinnamate, l'Octocrylene, il Benzophenone o i salicilati. La loro funzione è quella di assorbire le radiazioni solari proteggendo così la pelle.

Conclusioni

Secondo i dati Nielsen (piattaforma americana di sondaggi online e analisi di mercato), nel 2020 le vendite dei rossetti sono crollate ben del 60% e le previsioni annue si attestavano intorno al -24%: un anno decisamente nero per questo prodotto (1). Invece il rossetto è riuscito a prendersi ancora una volta la sua rivincita!

Ad esempio, la CNN ha divulgato gli ultimi dati delle ricerche di mercato Iri (società che tiene traccia dei da-



ti dei punti vendita presso i retailer): le vendite di rossetti hanno raggiunto i 34,2 milioni di dollari nelle quattro settimane terminate il 18 aprile 2021, con un aumento di oltre l'80% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Prima della pandemia si

registravano vendite per circa 40 milioni di dollari. O ancora Walmart, il più grande retailer americano, ha dichiarato a CNN Business "che il rossetto è stato il migliore fra tutti i segmenti di cosmetici e che le vendite di rossetti sono state eccezionali nel suo ultimo trimestre terminato il 30 aprile". Il retailer ha affermato anche che gli acquirenti mostrano una forte preferenza per i rossetti a lunga tenuta e a prova di sbavature (2). Per concludere, possiamo dire che, superata la tempesta iniziale, i prodotti per trucco non hanno registrato andamenti contrapposti tra quelli specializzati per gli occhi rispetto a quelli per le labbra, poiché l'effetto mascherina è stato bilanciato dal lavoro agile e dalle videochiamate ad amici e parenti. Si fa presto a mettersi il rossetto, ma il difficile è farlo durare: affermazione smentita dalla reattività del settore alla crisi, come dimostrato dai dati sull'andamento del mercato.

L'utilizzo prolungato della mascherina ha generato specifiche esigenze nella richiesta di prodotti per la cura della pelle e delle labbra: la parte bassa del viso, sottoposta allo "stress" da mascherina, arrossamenti e altre problematiche, ha portato in auge cosmetici per lo skin care e il lip care, in grado di lenire, idratare e rigenerare. Infatti, se nei 6 mesi del 2020 il segmento "all other lip" è calato del 21%, nei mesi successivi ha subito un'accelerazione positiva, mostrando una crescita a doppia cifra.

Sitografia

1. www.repubblica.it/cronaca/2020/08/13/news/sotto_la_mascherina_il_rossetto_non_c_e_piu_-264528154/
2. beauty.pambianconews.com/2021/05/le-vendite-di-rossetto-volano-a-80-in-usa/42330

Makeup anidri

Relazione fra polveri e gel

Parole chiave

POLVERI • BAGNATURA • RIVESTIMENTO
STABILITÀ • CRISTALLIZZAZIONE

di ENZO BIRAGHI¹, PIETRO ABBÀ², LORIS VITALONI³,
DAVIDE QUAGGIO⁴, NICOLAS PASQUALI⁵

¹CEO Anya Cosmetiques

²R&D Anya Cosmetiques

³QC Anya Cosmetiques

⁴Production Manager Anya Cosmetiques

⁵Industrialization manager Anya Cosmetiques

bien@anya.it

Riassunto

Makeup anidri

Relazione fra polveri e gel

Disperdere le polveri in fasi anidre prevede la bagnatura, la micronizzazione e la stabilizzazione. Questo articolo esamina i principi teorici più rilevanti a fondamento del processo di bagnatura, del rivestimento fisico con polimeri di pigmenti inorganici e della stabilizzazione sterica. Inoltre, analizza le basi dell'influenza esercitata dalle polveri sulla cristallizzazione di gelificanti cerosi: un aspetto centrale nella realizzazione di prodotti makeup solidi.

Anhydrous makeup

Relation between powders and gels

Dispersing the powders in the anhydrous phases involves wetting, micronization and stabilization. This article examines the main theoretical principles underlying the wetting process, the physical coating with polymers of inorganic pigments, and the steric stabilization. In addition, we analyze the bases of the influence exerted by powders on the crystallization of waxy gelling agents: a central aspect in the creation of solid make-up products.

Summary



Disperdere i pigmenti in fasi anidre è una pratica antichissima. Le pitture murali delle cave di Bamiyan in Afghanistan sono la testimonianza archeologica del più remoto e conosciuto impiego di questa tecnica a scopi artistici. Più recentemente, già nell'Età Egizia e Romana si preparavano alcuni intrugli cosmetici contenenti pigmenti dispersi in matrici oleose (1); ma fu a cavallo della modernità che la scuola fiamminga, distinguendosi nella pittura a olio, tanto da impressionare gli artisti rinascimentali italiani (2), poté espandere su larga scala l'uso di dispersioni colorate. Il settore cosmetico odierno si inserisce in questa tradizionale operazione che accompagna l'umanità da secoli, osservandola con un occhio tecnico e scientifico.

Fra i prodotti destinati alla colorazione delle aree superficiali trovano vasto utilizzo quelli colati e anidri, definiti da una fase liquida entro cui sono dispersi cristalliti conseguenti la gelificazione, pigmenti e filler, impiegati per modificare le proprietà ottiche e sensoriali del formulato. In questa categoria di prodotti, la bagnatura degli agglomerati è un'operazione che riguarda tutte le polveri utilizzate, mentre la micronizzazione contempla esclusivamente i pigmenti non rivestiti. Il rivestimento fisico per adsorbimento è una tecnica molto diffusa che viene prevalentemente applicata ai pigmenti inorganici tal quali, benché sia molto esteso lo sfruttamento di pigmenti inorganici e filler chimicamente rivestiti. Infine, la gelificazione di questa dispersione multifase di polveri solide avviene nella maggior parte dei casi attraverso la cristallizzazione di gelificanti aventi natura organica op-

pure silconica, capaci di conferire al prodotto finito la forma di un solido viscoelastico.

L'articolo affronta il fenomeno della bagnatura, l'attività di rivestimento fisico dei pigmenti inorganici e della loro stabilizzazione sterica, indicando i fondamentali principi teorici implicati. L'approfondimento circonda l'effetto prodotto sulla cristallizzazione dalla presenza di polveri, siano esse pigmenti o filler, rappresenta il tema peculiare dei prodotti makeup colati.

Infine, incontrando nel testo la parola "pigmento", si consideri individuato anche tutto ciò che in gergo è detto "perla"; infatti, quest'ultima ricade nella definizione del primo termine.

Bagnatura

Bagnare un solido significa sostituire l'interfaccia solido-aria con quella solido-liquido. Da una prospettiva molecolare, questo fenomeno consiste nella formazione di legami secondari all'interfaccia solido-liquido, sicché esistono un insieme di elaborazioni teoriche concernenti la stima della tensione interfacciale, a partire dai contributi qualitativi e quantitativi delle interazioni intermolecolari (3). Generalmente, sono le forze di dispersione di London a essere quantitativamente prevalenti; nondimeno, gli studi di Schroeder mostrano la formazione di legami polari e idrogeno con energie non trascurabili fra pigmenti inorganici e opportuni solventi (4,5); esperienza che è ragionevole traslare su tutte le fasi solide del sistema formula con cariche elettrostatiche significative. Per ciascun solido è possibile elaborare il diagramma di Zisman (Fig.1), da cui si ricava la tensione superficiale critica (γ^c - J/m²), cioè il valore massimo di tensione superficiale assumibile dal liquido affinché si ottenga un angolo di contatto nullo. Perché un solido sia facilmente bagnabile, la γ^c deve essere quanto maggiore possibile (6). Nel caso di specie, le polveri cosmetiche si presentano in forma di agglomerati, percorsi da interstizi concettualmente assimilabili a capillari. Un liquido bagna gli agglomerati polverosi esternamente e internamente (Fig.2) (7). Il primo fenomeno è descritto dall'equazione di Young (8), ove all'equilibrio:

$$\cos\theta = \frac{\gamma_s - \gamma_{sl}}{\gamma_l} \quad 1)$$

Dove θ è l'angolo di contatto, γ_s (J/m²) è l'energia superficiale del solido (la quale nelle condizioni reali, non trovandosi nel vuoto il solido, è ridotta del valore della spreading pressure (9), γ_{sl} (J/m²) è la tensione interfacciale solido/liquido e γ_l (J/m²) è la tensione superficiale del liquido.

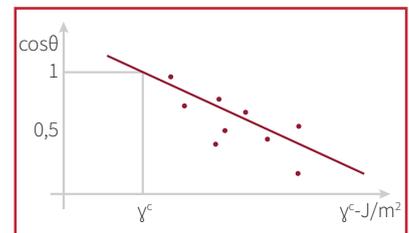


Figura 1 - Esempio del diagramma di Zisman

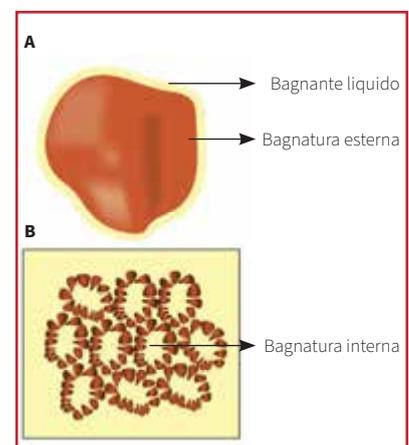


Figura 2 - Bagnatura esterna (A); bagnatura interna (B)

Dall'equazione 1 si ottiene il lavoro necessario alla bagnatura ($W_d - J$), di cui conviene esprimere l'equazione per comprendere la rilevanza dell'area esposta delle polveri sottoposte a bagnatura (7) ($A - m^2$):

$$W_d = -A\gamma_l \cos\theta \quad 2)$$

La rugosità della superficie esterna della polvere favorisce la bagnatura quando $\theta < 90^\circ$; altrimenti, per $\theta > 90^\circ$, la bagnabilità è ulteriormente sfavorita.

Questo comportamento è descritto dal fattore di rugosità introdotto da Wenzel (10).

$$R_f = \frac{\cos\theta_{rg}}{\cos\theta_{ls}} \quad 3)$$

Dove $\cos\theta_{rg}$ è il coseno dell'angolo di contatto misurato sperimentalmente su una superficie rugosa, mentre $\cos\theta_{ls}$ è il coseno dell'angolo di contatto considerando una superficie teorica perfettamente liscia dello stesso materiale. L'equazione di Young effettiva diviene:

$$\cos\theta_{rg} = \frac{R_f(\gamma_s - \gamma_{sl})}{\gamma_l} \quad 4)$$

Diversamente, la bagnatura interna è riferita all'equazione di Rideal-Washburn (11):

$$l^2 = \left(\frac{r\gamma_l \cos\theta}{2\eta k^2} \right) t \quad 5)$$

In cui l (m) è la lunghezza percorsa dal liquido in un certo tempo ($t - s$); η è la viscosità del liquido (Ns/m^2), r (m) è il raggio dei capillari e k è il fattore di tortuosità.

L'equazione di Young mostra l'utilità di ridurre quanto più possibile γ_l allo scopo di aumentare la bagnatura esterna del solido, la quale richiederà tanto meno energia quanto minore sarà l'area dello stesso esposta al liquido. Tuttavia, la bagnatura interna risulta sfavorita da una riduzione eccessiva della tensione superficiale del liquido. Perciò, la fase liquida impiegata nella bagna-

tura delle polveri cosmetiche deve possedere una tensione superficiale bassa, ma non eccessivamente, così da equilibrare i tempi utili alla bagnatura esterna e interna.

Qualora la bagnatura interna non sia stata portata a compimento, si assisterà a un incremento della viscosità della fase liquida nel tempo, dunque della rigidità del bulk colato. È questo un comportamento da attenzionare con cura quando in formula sono presenti polveri porose, valutando anche il tempo di lavorazione opportuno. La porosità delle polveri è quantitativamente individuata dall'area specifica esposta e differisce qualitativamente in ragione della numerosità, del diametro, della lunghezza e della geometria del cammino dei pori (12). Il fattore di tortuosità equivale a 1 nel caso di pori cilindrici, ma aumenta considerevolmente, assumendo valori anche di 2,5, quando i percorsi dei pori sono più complessi (13).

La temperatura di esercizio è una variabile di controllo decisiva, in quanto sia γ_l che η diminuiscono con l'aumento della stessa. La regola di Eötvös (14) consente di calcolare la variazione di γ_l con la temperatura (Fig.3) come segue:

$$\gamma_l = \frac{K(T_c - T)}{\sqrt[3]{V_m^2}} \quad 6)$$

Dove K ($2 \times 10^{-7} \text{ J/K mol}^{2/3}$) è la costante di Eötvös, V_m (m^3/mol) è il volume molare, T_c (K) è la temperatura critica e T (K) è la temperatura dell'esperimento.

La variazione di η con la temperatura per diversi bagnanti è diagrammabile in una curva viscosità-temperatura (Fig.4) a seguito di misurazioni (15). Selezionare un solvente che a una data temperatura di esercizio possiede la massima γ_l con il minimo

angolo di contatto e la massima viscosità dinamica sostantiverà la bagnatura interna.

Il metodo analitico dell'immersione è il più semplice, sebbene offra risultati di carattere qualitativo, per determinare la capacità bagnate di un dato liquido. Esso consiste nel riempire un beker da 250 ml di diametro 6,5 cm con 100 ml di liquido. Sul pelo libero vengono disposti uniformemente 0,3 g di polvere setacciata a 200 mesh. Il tempo necessario perché il solido affondi nel liquido di 1 o 2 mm è misurato con un cronometro (14).

Bagnare le particelle solide con un liquido riduce la costante di Hamaker effettiva ($A_{eff} - J$) fra gli elementi solidi, secondo la relazione di seguito (4):

$$A_{eff} = (\sqrt{A_p} - \sqrt{A_l})^2 \quad 7)$$

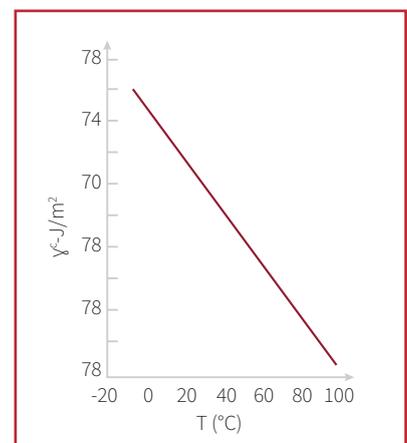


Figura 3 - Esempio della variazione di tensione superficiale con la temperatura secondo la regola di Eötvös

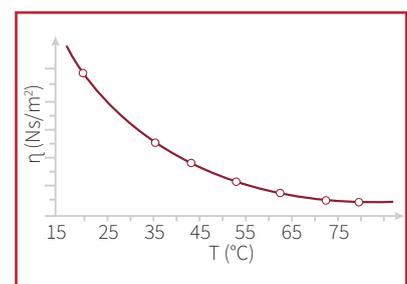


Figura 4 - Esempio di una curva viscosità-temperatura

In cui A_p (J) è la costante di Hamaker della particella e A_l (J) è la costante di Hamaker del mezzo liquido in cui è dispersa. Questo concorre a una prima stabilizzazione della dispersione, oltre che alla riduzione del lavoro necessario alla separazione degli agglomerati. Dunque, trova giustificazione l'impiego di metodi viscosimetrici allo scopo di verificare qualitativamente la bagnabilità di una polvere da parte di un liquido (16). Di fatto, ridurre l'attrazione reciproca dei costituenti solidi della dispersione, cioè abbattere A_{eff} , comporta una riduzione di viscosità della dispersione tanto maggiore quanto migliore è il bagnante, a parità di condizioni di lavorazione.

Rivestimento fisico e stabilità sterica

Una pratica comune è quella di produrre dispersioni di pigmenti inorganici con un rivestimento fisico, così da ottenere una stabilizzazione sterica, detta anche entropica, della dispersione. Abitualmente, un polimero anfifilico e non ionico allo stato liquido viene solvatato per essere adsorbito sul pigmento, il quale funge da substrato. L'adattamento dell'equazione di Langmuir (8,9,17) descrive l'adsorbimento su solido di un soluto come segue:

$$\Gamma = \frac{\Gamma_{max}kC}{1+kC} \quad (8)$$

L'adsorbimento (Γ - mol/m²) è favorito a elevate concentrazioni del soluto (C), per elevati fattori di affinità (K - la cui unità di misura è l'inverso di quella impiegata per la concentrazione) dello stesso con il substrato solido. L'equazione di Langmuir esprime il quantitativo di adsorbato che viene

adsorbito all'equilibrio, in relazione alla concentrazione dello stesso nella soluzione, fino a ottenere il massimo adsorbimento possibile (Γ_{max} - mol/m²), individuabile come plateau su di un diagramma Γ/C (Fig.5).

Perché le energie coinvolte nell'adsorbimento fisico sono significativamente inferiori a quelle interessate dal rivestimento chimico (4), un consistente desorbimento dell'adsorbato è un evento tutt'altro che improbabile.

Proprio a causa di questo comportamento, il successo dell'adsorbimento è enormemente influenzato dalla natura del solvente (18). Nello specifico, il polimero deve essere affine al pigmento e solubile nel solvente, in maniera tale che sia quanto più facilitato l'adsorbimento e sfavorito al contempo l'eccessivo perdurare in soluzione dello stesso (18). In altre parole: se il polimero è molto più affine al solvente di quanto non lo sia con il solido, esso resterà in soluzione senza ancorarsi al pigmento. Orbene, ci troviamo dinanzi alla necessità di un compromesso fra l'affinità del polimero con il pigmento, il quale promuove l'adsorbimento, e con il solvente, il quale sostiene la distribuzione della polvere rivestita nel solvente.

Questo ragionamento è concretizzabile a mezzo del modello matematico-geometrico di Hansen (19). Egli suggerì il computo della radice quadrata della densità di energia coesiva fra molecole della stessa specie sommando tre contributi: l'uno conseguente alle forze di dispersione di London [$\delta_d - (J/cm^3)^{1/2}$], l'altro alle forze polari [$\delta_p - (J/cm^3)^{1/2}$] e l'ultimo ai legami idrogeno [$\delta_h - (J/cm^3)^{1/2}$]. Il parametro di solubilità di Hansen [$\delta - (J/cm^3)^{1/2}$] per un composto chimico sarà:

$$\delta = \sqrt{\delta_d^2 + \delta_p^2 + \delta_h^2} \quad (9)$$

il quale è rappresentabile come vettore in uno spazio tridimensionale di coordinate (d;p;h). Il vettore ivi indicato è dunque il raggio (R) di una "sfera di solubilità"; cosicché un certo solvente potrà solubilizzare quel polimero solo se il proprio δ ricadrà nella summenzionata "sfera di solubilità" del polimero. Allora, per l'interazione polimero (pl) -solvente (sl) avremo:

$$[4(\delta_{d-pl} - \delta_{d-sl})^2 + (\delta_{p-pl} - \delta_{p-sl})^2 + (\delta_{h-pl} - \delta_{h-sl})^2]^2 \leq R \quad (10)$$

Anche per i pigmenti sarà possibile individuare il rispettivo parametro di solubilità di Hansen (20). Lo scopo, tuttavia, non potrà essere quello di selezionare un solubilizzante, bensì di confrontare i termini del parametro di solubilità di Hansen del pigmento in oggetto con la "sfera di solubilità" del polimero, così da acquisire informazioni circa i reciproci gradi di affinità fra le specie chimiche coinvolte.

Il calcolo del grado di solubilità del polimero è ancor più prezioso quando apprezziamo il fatto che la stabilizzazione sterica è correlata alla configurazione geometrica delle catene polimeriche depositate sul substrato (21): una distensione elevata delle catene polimeriche adese al solido all'interno del solvente, ordunque uno spessore significativo del monostrato adeso, in questo caso identificabile con il raggio di girazione del polimero (R_g - m), incrementa la stabilità della

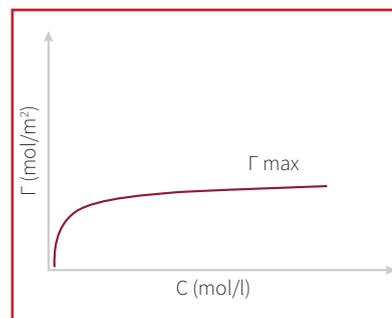


Figura 5 - Esempio dell'isoterma di adsorbimento di Langmuir

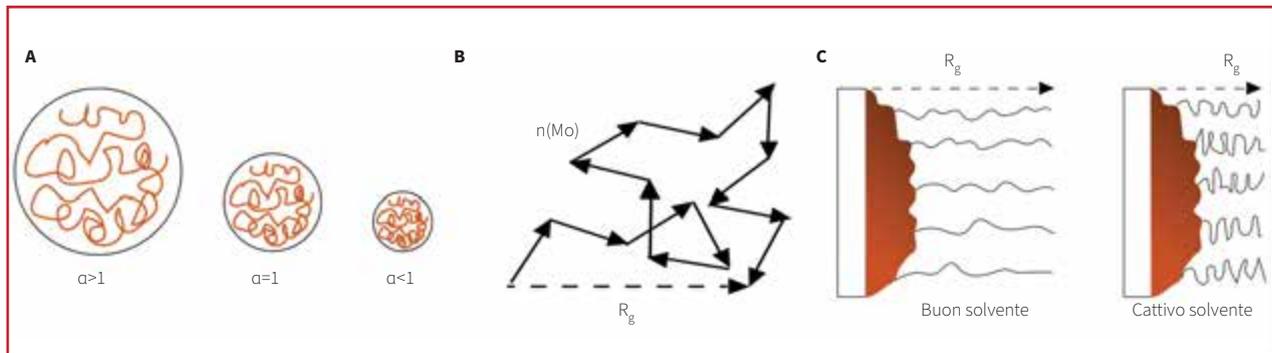


Figura 6 - Illustrazione del significato del parametro α (A); schema illustrativo del raggio di girazione di un polimero (B); illustrazione di catene polimeriche adese immerse in differenti solventi (C)

dispersione. Infatti, l'effetto sterico si ottiene per distanze fra monostrati di polimero adeso (Δ -m) inferiori di $2R_g$. Di seguito richiamiamo l'equazione del raggio di girazione del polimero, considerato come gomitolato statistico, in un solvente (21):

$$R_g = \frac{\alpha \sqrt{\frac{M}{M_0}} l}{\sqrt{6}} \quad (11)$$

Dove M (g/mol) è la massa molare del polimero, M_0 (g/mol) è la massa molare del segmento di polimero; il rapporto M/M_0 è il numero di segmenti del polimero, mentre l è la lunghezza del segmento di polimero. Nel caso ideale (nessuna interazione fra i segmenti delle catene polimeriche) $\alpha=1$; altrimenti: $\alpha>1$ se il polimero è solvatato in un buon solvente, viceversa sarà $\alpha<1$ (Fig.6). Si comprende che un polimero scarsamente solubile avrà un raggio di

girazione inferiore, perciò depositerà con una geometria contratta sul pigmento, minimizzando l'efficacia della stabilizzazione entropica; all'opposto, sarà accresciuta la stabilizzazione sterica quando il polimero adeso assumerà una conformazione distesa, in conseguenza di una migliore solubilizzazione. Il modello matematico della stabilità sterica sotto richiamato consentirà di stimare con ulteriore efficacia quanto detto, considerando che lo spessore del rivestimento (δ -m) equivale al raggio di girazione delle catene polimeriche.

La stabilizzazione sterica deriva dalla preminenza dei contributi energetici potenziali repulsivi (G_{mix} ; G_{el} - entrambi, per convenzione, con segno positivo - J) su quello potenziale attrattivo ($G_a(\Delta)$ - segno negativo - J) quando le particelle solide coinvolte si trovano a una certa distanza Δ (m) (Fig.7), come da bilancio energetico che segue per l'energia libera di interazione $G_T(\Delta)$ (22):

$$G_T(\Delta) = G_{mix} + G_{el} + G_a(\Delta) \quad (12)$$

Il contributo attrattivo $G_a(\Delta)$ (J) per due particelle sferiche di uguale raggio (R -m), aventi la medesima costante di Hamaker (A_p -J), cioè costituite dallo stesso materiale, a una distanza Δ (m), rivestite con uno strato di polimero dello spessore (δ -m), avente costante di Hamaker (A_s -J) immerse in un liquido con costante di Hamaker (A_m -J) (Fig.8), è (4):

$$G_a(h) = - \frac{[(\sqrt{A_m} - \sqrt{A_s})H_s + (\sqrt{A_s} - \sqrt{A_p})H_p + 2(\sqrt{A_m} - \sqrt{A_s})(\sqrt{A_s} - \sqrt{A_p})H_{ps}]}{12} \quad (13)$$

Dove i termini geometrici (H_s , H_p e H_{ps}) sono calcolati come segue:

$$H(x,y) = \frac{y}{x^2 + xy + x} + \frac{y}{x^2 + xy + x + y} + 2 \ln \frac{x^2 + xy + x}{x^2 + xy + x + y} \quad (14)$$

$$\text{Per } H_s: x = \frac{\Delta}{2(R+\delta)}; y = 1 \quad (15)$$

$$\text{per } H_p: x = \frac{\Delta+2\delta}{2R}; y = 1 \quad (16)$$

$$\text{mentre per } H_{ps}: x = \frac{\Delta+\delta}{2R}; y = \frac{R+\delta}{R} \quad (17)$$

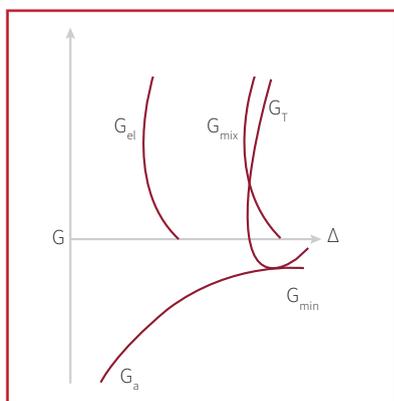


Figura 7 - Variazione dell'energia con la distanza in un sistema stericamente stabilizzato

G_{mix} riguarda la miscelazione polimero-polimero, la quale comporta un incremento della pressione osmotica a patto che il parametro di Flory-Huggins (χ) sia inferiore a 0,5, ovvero il polimero si trovi in un buon solvente; pertanto, sarà $G_{mix} > 0$, mentre se $\chi > 0,5$, allora $G_{mix} < 0$, nel volume entro cui entrano in relazione materiale le catene polimeriche,

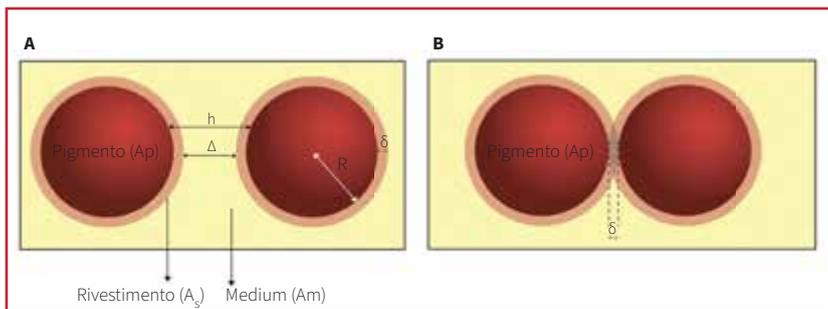


Figura 8 - Modello della stabilizzazione sterica (A); sovrapposizione delle catene polimeriche adese al pigmento nella stabilizzazione sterica (B)

così da seguirne un allontanamento delle particelle rivestite entrate in contatto, a causa della diffusione del solvente nel volume interessato. Di seguito l'espressione di G_{mix} (22):

$$G_{mix} = KT \left(\frac{2V_{m,P}^2}{V_{m,l}} \right) v_p^2 (0,5 - \chi) \left(\delta - \frac{\Delta}{2} \right)^2 (3R + 2\delta + \frac{\Delta}{2}) \quad (18)$$

Dove K è la costante di Boltzmann ($1,38 \times 10^{-23}$ J/K), T (K) è la temperatura, $V_{m,P}$ (m^3/mol) è il volume molare del polimero, $V_{m,l}$ (m^3/mol) è il volume molare del solvente e v_p (m^{-2}) è il numero di catene polimeriche adese per unità di superficie. È interessante notare che l'impiego di polimeri aventi un elevato peso molecolare e di solventi con basso peso molecolare (il volume molare è proporzionale alla massa molare) favorisce la stabilizzazione sterica della dispersione.

G_{el} , invece, è il contributo dovuto a una riduzione dell'entropia di configurazione a seguito della diminuzione del volume disponibile per le catene polimeriche quando queste interagiscono fra loro (21), e viene così calcolato (22):

$$G_{el} = KT 2v_p \ln \left[\frac{\Omega_{\Delta}}{\Omega_{\infty}} \right] \quad (19)$$

Dove Ω_{∞} è il numero di configurazioni possibili quando le catene polimeriche si trovano a una distanza infinita, mentre Ω_{Δ} è il numero di possibili configurazioni delle catene polimeriche quando queste vanno sovrapponendosi a causa dell'avvicinamento di due particelle solide rivestite (Fig.9). Entrambi i valori sono proporzionali al volume di cui dispongono le catene polimeriche, perciò Ω_{∞} sarà sempre maggiore di Ω_{Δ} , per cui G_{el} sarà sempre positivo.

Anche nello studio dell'adsorbimento di un polimero (o più in generale di un adsorbente non ionico) è possibile impiegare un metodo viscosimetrico per misurare la concentrazione minima di polimero necessaria acciocché si ottenga il completo rivestimento di una data quantità di pigmento (13). Infatti, all'aumento di polimero adsorbito sulla superficie del pigmento consegue una riduzione di viscosità della dispersione, finché il raggiungimento di Γ_{max} è segnato dalla mancata diminuzione di viscosità della dispersione conseguente l'ulteriore aumento di concentrazione del polimero in soluzione. Questa attività è molto utile allo scopo di accrescere l'efficienza tecnica del sistema formulativo, comparando l'attitudine di più polimeri nel rivestire i pigmenti oggetto di analisi. Il fondamento di questa pratica si riscontra proprio nella capacità sia del mezzo che del polimero adsorbito di ridurre la costante di Hamaker fra le particelle di pigmento, come è stato sopra descritto. Di più, si consideri che riducendo la viscosità della dispersione è intensificato il pay-off del prodotto colato.

Infine, giova menzionare che sotto il profilo termodinamico, giacché il processo di adsorbimento è esotermico e avviene con abbassamento di entropia, esso risulta favorito a basse temperature (17). È questa una delle ragioni per cui i macchinari destinati alla micronizzazione dei pigmenti hanno sempre incorporato un sistema refrigerante.

Effetti sulla cristallizzazione

Quando il prodotto colato si trova a una temperatura superiore a quella di inizio solidificazione, le polveri disperse nel bulk sono delle interfacce fra i solidi e la soluzione madre allo stato liquido. Il raffreddamento provoca una nucleazione eterogenea, ovvero la formazione di nuclei solidi sulla superficie delle polveri disperse (23,24). Le polveri solide disperse, siano essi filler o pigmenti, non trattati oppure rivestiti, sia chimicamente che fisicamente, fungono da catalizzatori della nucleazione, riducendo in maniera

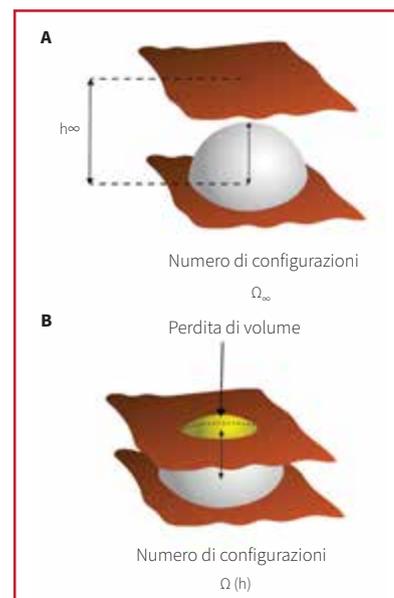


Figura 9 - Modello rappresentativo della perdita di entropia configurazionale per Ω_{∞} (A) e per Ω_{Δ} (B)

più o meno significativa l'energia libera di formazione dei nuclei a parità di sovraturazione, temperatura di raffreddamento applicata e tensione interfaciale fra flocculo solido e soluzione madre liquida (23-25).

Nel caso della nucleazione omogenea (Fig.10), ove l'unica interfaccia è fra il nucleo solido generato (fase β) e la soluzione entro cui è immerso (fase α), l'aumento di energia libera del sistema dovuto alla formazione di un nucleo stabile ($\Delta G_n - J$) si descrive attraverso l'equazione di Gibbs-Thomson, come riportato (23,24,26).

$$\Delta G_{n,om} = \frac{f \gamma_{\beta\alpha}^3 V_{m,\beta}^2 T_f^2}{\Delta H_f^2 (\Delta T)^2} \quad (20)$$

Dove f è un fattore geometrico del nucleo cristallino (esso varia in ragione delle diverse forme dei nuclei cristallini: sferica, cubica, ecc.), $\gamma_{\beta\alpha}$ è la tensione interfaciale fra il nucleo cristallizzato e la soluzione madre (J/m^2), $V_{m,\beta}$ è il volume molare del solido cristallizzato (m^3/mol), $T_f(K)$ è la temperatura di fusione del solido cristallizzato, $\Delta H_f (J/mol)$ è l'entalpia di fusione del solido cristallizzato, mentre $\Delta T (K)$ è la differenza fra la temperatura di fusione del solido cristallizzato e la temperatura cui è sottoposto il bulk in raffreddamento. Invece, la variazione di energia libera totale del sistema nella nucleazione eterogenea ($\Delta G_{n,et} - J$) (Fig.11), ove è presente anche una fase δ , comprende un fattore di bagnabilità S_θ , variabile fra 0 e 1 (26,27). Allora si avrà:

$$\Delta G_{n,et} = \Delta G_{n,om} S_\theta \quad (21)$$

Dove $S_\theta=1$ è il caso della nucleazione omogenea.

Il fattore di bagnabilità S_θ (Fig.12), quando si considera per semplicità la forma di un'emisfera che cristallizza su un substrato solido, è così calcolato:

$$S_\theta = \frac{2 - 3\cos\theta + \cos^3\theta}{4} \quad (22)$$

A partire dalla seguente relazione per il coseno dell'angolo di contatto:

$$\cos\theta = \frac{\gamma_{\alpha\delta} - \gamma_{\beta\delta}}{\gamma_{\beta\alpha}} \quad (23)$$

Per possedere una migliore comprensione del fenomeno, si osservi dall'equazione di Dupré (23) il calcolo per ottenere la tensione interfaciale fra il solido cristallizzato e la polvere dispersa:

$$\gamma_{\beta\delta} = \gamma_\beta + \gamma_\delta - E_{ads} \quad (24)$$

Dove $E_{ads} (J/m^2)$ è l'energia di adesione, la quale viene restituita al sistema dalla formazione dell'interfaccia fra il solido cristallizzato e la polvere dispersa. Procedendo dall'equazione di Dupré a ritroso, si mostra come un incremento dell'energia di adesione fra il solido cristallizzato e la polvere dispersa comporta una riduzione dell'energia libera di formazione di un nucleo cristallino.

Nell'ambito della cinetica di cristallizzazione dei lipidi, la quale è una trasformazione del primo ordine (24), per la nucleazione eterogenea si ha (27):

$$v = A e^{-\frac{\Delta G_{n,et}}{KT}} \quad (25)$$

Dove v è il numero di nuclei formati per unità di tempo (s^{-1}), A è il coefficiente cinetico globale (s^{-1}), K è la costante di Boltzmann ($1,38 \times 10^{-23} J/K$), $T (K)$ è la temperatura di esercizio, h è la costante di Planck ($6,6 \times$

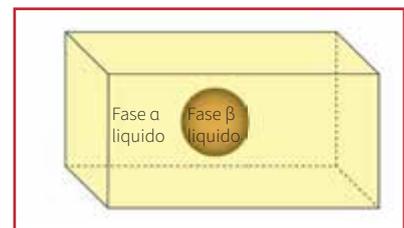


Figura 10 - Modello rappresentativo della nucleazione omogenea

$10^{-34} J s$) e ($\Delta G_n - J$) è l'energia libera di attivazione per la formazione di un nucleo stabile.

Possiamo allora fissare come una diminuzione dell'energia libera di attivazione per la formazione di un nucleo cristallino avente una determinata dimensione critica (Fig.13) produce un incremento della velocità di nucleazione, overosia verranno formandosi molti più nuclei cristallini, adesi al substrato costituito dalle polveri solide, nell'unità temporale (Fig.14).

La complessità e la complicazione dei sistemi formulativi costituenti i prodotti anidri colati rende certo difficoltosa un'interpretazione ancorché qualitativa dell'insieme di

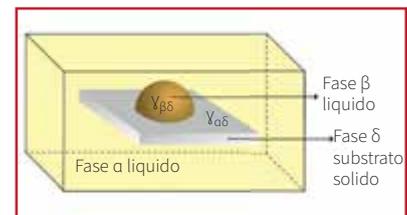


Figura 11 - Modello rappresentativo della nucleazione eterogenea

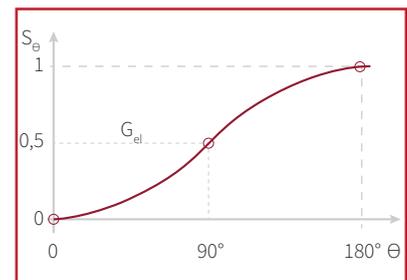


Figura 12 - Funzione del fattore di bagnabilità

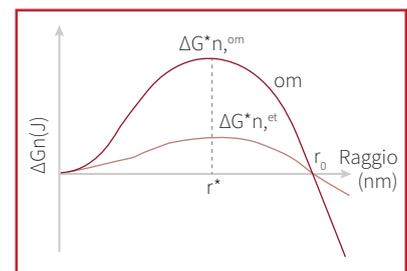


Figura 13 - Energia di attivazione per la nucleazione omogenea ed eterogenea

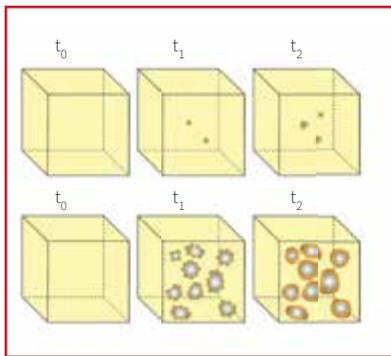


Figura 14 - Illustrazione dell'effetto di polveri disperse sulla cinetica di nucleazione

variabili interessate dal processo di cristallizzazione. Però, abbiamo focalizzato come l'inserimento di polveri in un bulk sottoposto a solidificazione modifichi enormemente la tipologia di reticolo cristallino che viene formandosi, anche sotto un punto di vista geometrico quantunque si consideri il teorema di Gibbs-Curie-Wulff (23,28). Non sarebbe nulla di notevole se non fosse dimostrato come la configurazione spaziale dei cristalliti impatti decisamente la stabilità (29) e le proprietà reologiche (30), dunque sensoriali, del prodotto finito. Per questa ragione la selezione delle polveri disperse e del loro eventuale rivestimento non può glissare una valutazione dell'influenza esercitata da questi sui meccanismi coinvolti nella cristallizzazione.

Conclusioni

Perché si possano alterare a piacimento le proprietà tecniche del prodotto makeup colato, sono necessarie considerazioni circostanziate e sistemiche afferenti alla bagnatura delle polveri immerse, la dispersione delle stesse, l'eventuale rivestimento fisico applicato e la cristallizzazione eterogenea conseguente. Anche la micronizzazione dei pigmenti, per quanto sia stata qui affrontata solo

nella forma di alcune delle sue conseguenze, concorre in maniera determinante alla qualità del prodotto finito.

Bibliografia

1. April 2008, World's oldest oil paintings in Afghanistan, Reuters.
2. Piva G (1985) La tecnica della pittura ad olio e del disegno artistico. Hoepli, Milano.
3. Hiemenz PC, Rajagopalan R (1997) Principles of Colloid and Surface Chemistry. Marcel Dekker, Boca Raton.
4. Winkler J (2021) Dispersing Pigments and Fillers. Vincentz Network, Hanover.
5. Schröder J (1979) Interaction parameters of powder surfaces at the solid-liquid interface. *J Colloid Interface Sci* 72(2):279-286
6. Birdi KS (2010) Surface and Colloid Chemistry. Principles and applications. Taylor and Francis Group, Boca Raton.
7. Tadros TF (2018) Formulation science and technology. Volume 2: Basic principles of formulation types. Walter de Gruyter, Berlin/Boston.
8. Lyklema J (2000) Fundamentals of Interface and Colloid Science. Volume III. Liquid-Fluid Interfaces. Academic Press, London.
9. Lyklema J (1995) Fundamentals of Interface and Colloid Science. Volume II. Liquid-Fluid Interfaces. Academic Press, London.
10. Tadros TF (2012) Dispersion of powders in liquids and stabilization of suspensions. Wiley-VCH Verlag GmbH & Co., Weinheim.
11. Tadros TF (2018) Formulation science and technology. Volume 4: Agrochemicals, paints and coatings and food colloids. Walter de Gruyter, Berlin/Boston.
12. Gysau D (2017) Fillers for paints. Fundamentals and applications. Vincentz Network, Hanover.
13. Tadros TF (2008) Colloids in Cosmetics and Personal Care: Colloids and Interface Science, Volume 4. Wiley-VCH Verlag GmbH & Co., Weinheim.
14. Paschetto S, Patrone L (1999) Chimica Fisica, Vol. 2. Zanichelli, Bologna.
15. Amandola G, Terreni V (1999) Analisi chimica strumentale e tecnica. Zanichelli, Bologna.
16. Obukowho P, Woldin B (2001) Selecting the Right Emollient Ester. *Cosm Toil* 116(8):61-72
17. Kontogeorgis GM, Kil S (2016) Introduction to Applied Colloid and Surface Chemistry. John Wiley & Sons, Chichester.
18. Lyklema J (2005) Fundamentals of Interface and Colloid Science. Volume V. Soft Colloids. Elsevier, London.
19. Hansen CM (2007) Hansen Solubility Parameters. A User's Handbook, Second Edition. CRC Press, Boca Raton.
20. Enekvist M, Liang X, Zhang X *et al* (2021) Estimating Hansen solubility parameters of organic pigments by group contribution methods. *Chin J Chem Eng* 31:186-197
21. Cosgrove T (2021) Colloid Science: Principles, Methods and Applications. John Wiley & Sons, Chichester.
22. Tadros TF (2010) Rheology of dispersions. Principles and applications. Wiley-VCH Verlag GmbH & Co., Weinheim.
23. Nissim G, Kiyotaka S (2001) Crystallization process in fats and lipid system. Marcel Dekker, Boca Raton.
24. Marangoni AG (2005) Fat Crystal Networks. Marcel Dekker, New York.
25. Kelton KF, Greer AL (2010) Nucleation in Condensed Matter. Applications in Materials and Biology. Volume 15. Pergamon, Amsterdam.
26. Sato K, Yoshimoto N, Arishima T (1989) Crystallization phenomena in fats and lipids, Volume 10. *J Dispers Sci Technol* 4-5:363-392
27. West R, Rousseau D (2017) The role of nonfat ingredients on confectionery fat crystallization. *Crit Rev Food Sci Nutr* 58(11):1917-1936
28. Li R, Zhang X, Dong H *et al* (2016) Gibbs-Curie-Wulff Theorem in Organic Materials: A Case Study on the Relationship between Surface Energy and Crystal Growth. *Advanced Materials* 28(8):1697-1702
29. Rajah KK (2014) Fats in food technology. John Wiley & Sons, Oxford.
30. Kloek W (1998) Mechanical properties of fats in relation to their crystallization. Thesis, Wageningen University.

DIGITAL EDITION

COMPANY PROFILE

La tua brand identity



La guida alle aziende del settore
cosmetico e nutraceutico
in formato DIGITALE*

PARTECIPA ANCHE TU!

*Pagina personalizzata sul sito www.ceceditore.com visitabile gratuitamente.

QR CODE personalizzato per ogni singola pagina, disponibile sui numeri della rivista.

Per maggiori informazioni: info@ceceditore.com

Il riempimento soft mould dei rossetti

Tecnologia, innovazione e automazione
al servizio dell'industria cosmetica



Parole chiave

RIEMPIMENTO SOFT MOULD • COLAGGIO ROSSETTI • STAMPI
IN SILICONE • MACCHINE AUTOMATICHE • PACKAGING PRIMARIO

di **ANTONELLA CAZZANIGA¹, ELENA PUGLISI²**

¹Cosmatic, Ornago (MB)

²Marchesini Group, Pianoro (BO)

antonella.cazzaniga@cosmatic.it

Riassunto

Il riempimento soft mould dei rossetti

Tecnologia, innovazione e automazione al servizio dell'industria cosmetica

Per produrre un rossetto, considerato da sempre simbolo di libertà ed emancipazione femminile, si utilizzano alcune delle tecnologie tra le più complesse del mondo cosmetico. Tra queste, la tecnica del riempimento soft mould (colaggio della pasta dei rossetti in stampi in silicone) che ha permesso di aumentare notevolmente la qualità del prodotto finito, facendo risparmiare al cliente tempi e costi di produzione. L'azienda, ora parte della divisione cosmetica di Marchesini Group, è stata tra le prime ad adottare questa tecnologia, automatizzando il processo fino a realizzare macchine per il colaggio rossetti innovative e versatili. Dalla realizzazione degli stampi in silicone, fino al dosaggio, al raffreddamento e alla fase di sformatura: tramite la descrizione delle principali funzioni della macchina SM 1200, realizzata dall'azienda del Gruppo, verranno svelate tutte le fasi necessarie alla creazione di quello che viene comunemente definito da tutti il "re del makeup".

Lipstick soft mould filling

Technology, innovation and automation to serve the cosmetics industry

Some of the most complex technologies in the cosmetic world are used to produce lipstick, which has always been considered a symbol of freedom and women's emancipation. These include the soft mould filling technique (moulding the lipstick paste into silicone moulds), which has made it possible to significantly increase the quality of the finished product, saving customers time and production costs. The company, which is now part of the Marchesini Group's cosmetics division, was among the first to adopt this technology, automating the process to create innovative and versatile lipstick moulding machines. From the creation of silicone moulds to dosing, cooling and demoulding: the description of the main functions of the SM 1200 machine, manufactured by the Group's company, will reveal all the necessary steps to create what is commonly known as "the king of makeup".

Summary

Cosmatic, azienda specializzata nelle tecnologie per la produzione di rossetti e nel riempimento polveri cosmetiche, nasce nel 2005 e si occupa di progettare e costruire macchine innovative per l'industria cosmetica (**Fig.1**). Fin dagli inizi, si caratterizza per essere una delle prime aziende in Italia a realizzare soluzioni con tecnologia di riempimento soft mould dei rossetti. L'azienda, inoltre, fa parte del distretto lombardo della cosmetica: un polo di 500 aziende che da sole realizzano oltre la metà del makeup utilizzato in tutto il mondo. Grazie al know-how accumulato negli anni e alla capacità di innovare, Cosmatic è entrata nel 2021 a far parte della divisione cosmetica di Marchesini Group, uno dei quattro leader mondiali nel settore delle macchine automatiche per il confezionamento dei prodotti farmaceutici e cosmetici.

Tecnologie di riempimento soft mould

Il riempimento soft mould dei rossetti è la tecnologia di colaggio con stampo in silicone (**Fig.2**): attualmente è la migliore innovazione presente sul mercato, con molti vantaggi rispetto al tradizionale stampo metallico, specialmente per quanto riguarda la qualità del prodotto finito. Oltre alla perfezione dello stick e alla possibilità di realizzare qualsiasi forma e logo desiderati dal cliente, la tecnologia di riempimento soft mould non richiede le fasi di siliconatura e flammatura, con un evidente risparmio di

Figura 2 - Dettaglio macchina per colaggio rossetti realizzata da Cosmatic



Figura 1 - Sede produttiva di Cosmatic (interni)

tempo e costi. La capacità di produzione è superiore e i consumi sono estremamente ridotti: non occorre sprecare acqua, poiché queste macchine utilizzano solamente energia elettrica e aria compressa. Ma come si arriva dagli stampi al prodotto finito? Il processo alla base di questa tecnologia prevede innanzitutto il riscaldamento delle ogive con lampade a raggi infrarossi a onde corte, che richiede tem-

pi brevi ed è fortemente efficace. In seguito, il prodotto riscaldato in un fusore con miscelatore viene dosato direttamente negli stampi per passare poi alla fase di raffreddamento degli stessi, mediante circolazione di aria forzata fino a -20°C. È il perfetto equilibrio dello scambio termico durante le varie fasi a permettere un'adeguata strutturazione del pastello, che avrà così una corretta consistenza.



Macchina colaggio: le fasi del processo

Qualità e precisione non sono però gli unici elementi per soddisfare la richiesta dei clienti, sempre più alla ricerca di soluzioni versatili, personalizzabili e tecnologicamente avanzate. Per comprendere più nel dettaglio le varie fasi che compongono la produzione di rossetti e burrocacao tramite la tecnologia soft mould, seguiremo la sequenza operativa della SM 1200 (**Fig.3**) realizzata dall'azienda lombarda: una macchina per colaggio rossetti compatta, costruita interamente in acciaio inox lucidato a specchio, con piano di lavoro completamente liscio per permettere una pulizia facile e veloce. Il ciclo tecnologico di questa soluzione, in grado di produrre fino a 1200 pezzi/ora con un solo operatore, comprende varie fasi, tra cui il riscaldamento delle ogive, il dosaggio, il raffreddamento fino a -20°C con circolazione

d'aria forzata e la fase di sformatura. A queste si aggiungono soluzioni di pick&place per automatizzare il processo e in particolare facilitare lo scambio tra magazzino e tavola di dosaggio.

Riscaldamento e dosaggio

Per prima cosa è necessario riscaldare l'ogiva prima del suo riempimento. L'azienda ha brevettato questo gruppo di riscaldamento, posizionato sotto la tavola di dosaggio, che provvede a riscaldare l'ogiva dal fondo mediante lampade a infrarossi. L'operazione è regolabile e può anche essere disabilitata nel caso di particolari prodotti che non richiedono il riscaldamento dell'ogiva prima del riempimento. Per questa tipologia di macchina solitamente viene fornito anche un fusore da 35 litri e un dosatore, che può essere a ingranaggi o volumetri-

co (in alternativa può essere abbinato un fusore doppio da 15+15 litri con due dosatori a ingranaggi). Il fusore di tipo "stand alone", collegato al dosatore mediante un tubo anch'esso riscaldato, può avere come optional un coperchio a tenuta per formule con volatili.

Il dosatore invece:

- è dotato di due ugelli di riempimento;
- si muove verticalmente e può, in base al prodotto, dosare tutto dentro l'ogiva oppure tutto fuori dall'ogiva, stabilendo anche la velocità di discesa e risalita. L'ugello di dosaggio può anche essere inclinato, in caso di necessità per alcuni tipologie di punte rossetto che possono creare bolle d'aria;
- può essere dotato di piccolo miscelatore per lavorare con prodotti perlati.

Raffreddamento e sformatura

Dopo la fase di dosaggio, inizia subito il ciclo di raffreddamento del rossetto nell'ogiva. Il raffreddamento degli stampi in silicone avviene mediante circolazione di aria forzata fino a -20°C, a seconda della tipologia di rossetto: alcuni prodotti, ad esempio, necessitano di un tempo lungo per strutturarsi e in questo caso va diminuita la velocità della macchina. Si procede poi alla sformatura: l'operazione di estrazione dello stick dall'ogiva.

Durante questa fase, la pinza del vuoto si apre per permettere l'estrazione dello stick senza rovinarlo: un'operazione delicata per cui l'azienda ha brevettato un gruppo di sformatura del rossetto dall'ogiva con pinze meccaniche auto-centranti.



Figura 3 - Macchina SM 1200 di Cosmatic con tecnologia soft mould



Figura 4 - Selezione di rossetti con forma personalizzata, realizzabili con le macchine di Cosmatic

Infine, la macchina è inoltre dotata di sistema di avvitatura automatico degli stick nelle macchinette e può essere equipaggiata con diversi optional, come ad esempio:

- sistemi ad aria calda per riscaldare le ogive dall'alto, oltre che sul fondo, prima di procedere con il riempimento;
- soluzioni per alcuni tipi di prodotti, che dopo il dosaggio creano un foro di ritrazione, facilmente eliminabile mediante una rifusione superiore con lampade a infrarossi;
- dispositivo a sensori laser per il controllo dell'avvenuta estrazione dello stick dall'ogiva, utile a evitare, pertanto, la doppia dosata nello stesso stampo.

Cambio colore, formato macchinette e ogive

Come ricordato in precedenza, oltre alla garanzia di alti standard qualitativi, sono la versatilità, la flessibilità delle soluzioni proposte e la possibilità di personalizzare il prodotto (**Fig.4**) a fare la differenza.

Il cambio colore e formato delle macchinette sono semplici e veloci. La macchina è particolarmente flessibile per permettere anche il riempimento di mini-lipstick, rossetti a due colori *swirl* o con effetto marmorizzato, *back-injection* e collaggio di diversi prodotti in vari tipi di contenitori.

Le ogive di silicone possono essere prodotte in qualsiasi forma e con qualsiasi tipo di logo tramite stampi maschi in acciaio inox prodotti dall'azienda e testati per adattarsi perfettamente alle macchinette.

Infine, la macchina, controllabile anche da remoto tramite una semplice connessione internet, è dotata di un pannello di controllo gestito da PLC SIEMENS, con possibilità di menù manuale e automatico, e memorizzazione delle ricette.

Non solo rossetti

Marchesini Group Beauty: dal processo al fine linea

Oltre alle tecnologie sviluppate dall'azienda nel campo della produzione di rossetti e riempimento

polveri cosmetiche, la Beauty Division di Marchesini Group include le soluzioni cosmetiche realizzate dal Gruppo, ma anche le strutture e le competenze di altri marchi proprietari italiani quali Axomatic, Dumek e V2 engineering, specializzati nel processo e confezionamento di una vasta gamma di prodotti cosmetici tra cui: macchine per processare creme; riempire, tappare e sigillare vasetti, tubi, mascara, rossetti, lucidalabbra, bustine e molti altri prodotti; oltre a un portafoglio di astucciatrici, incartonatrici ed etichettatrici di ultima generazione.

Conclusioni

Seguendo la descrizione delle varie fasi che caratterizzano la macchina SM 1200, realizzata dall'azienda del Gruppo, sono stati analizzati tutti i passaggi del delicato processo che porta alla nascita del rossetto: dalla realizzazione degli stampi in silicone fino al dosaggio, al raffreddamento e alla fase di sformatura. Un procedimento che necessita di una buona qualità dei materiali da utilizzare, ma anche di una grande precisione e attenzione nei passaggi da compiere. Ma la tecnologia da sola non basta, sono il know-how e l'esperienza di chi studia e sviluppa nuove soluzioni a fare la differenza. L'azienda del Gruppo punta infatti sulla ricerca e sullo sviluppo per soddisfare le diverse richieste dei clienti e fornire loro macchine sempre più versatili e personalizzabili.

LE NOSTRE RIVISTE...

COSMETIC TECHNOLOGY

Riferimento indispensabile per il settore della cosmetica e del personal care, esamina la funzionalità e la sicurezza dei nuovi ingredienti cosmetici, le materie prime, gli aggiornamenti sulle novità, le attività regolatorie nel mondo, le tendenze di mercato e le tecnologie di produzione e packaging.
Disponibile anche on-line sul sito www.ceceditore.com

Periodicità: bimestrale
Uscite: n. 6
Formato: cartaceo e online

L'INTEGRATORE NUTRIZIONALE

Rivista tecnico-scientifica del settore nutraceutico e dell'integrazione alimentare. La Rivista pubblica lavori scientifici eseguiti sugli integratori alimentari per valutare la loro efficacia e il loro meccanismo d'azione, oltre che la loro sicurezza. Oltre ad offrire interessanti informazioni sulle tendenze di mercato e sullo sviluppo di nuovi prodotti per l'integrazione, dal 2014, sono state introdotte nuove sezioni dedicate ai Dispositivi Medici, ai prodotti finiti e ai derivati botanici.
Disponibile anche on-line sul sito www.ceceditore.com

Periodicità: bimestrale
Uscite: n. 6
Formato: cartaceo e online

ABBONATI SUBITO

Tariffa Abbonamenti

Italia/Estero annuo (cartaceo + online) € 80.00
Italia/Estero biennale (cartaceo + online) € 150.00
Italia/Estero annuo (online) € 40.00
Italia/Estero biennale (online) € 70.00

Modalità di pagamento:

- carta di credito su www.ceceditore.com
- B/B Banca Popolare di Sondrio
IT 88 T 05696 01630 000009520X29



SFOGLIA LE RIVISTE GRATUITAMENTE

MAKEUP TECHNOLOGY

Make Up Technology è una rivista tecnico-scientifica che presenta studi, approfondimenti e nuovi ingredienti nel campo della cosmetica decorativa; la rivista offre inoltre sezioni di aggiornamento su tendenze, mercato, terziario e packaging. E infine interviste, comunicati stampa e must have di stagione, per una panoramica a 360° sulle ultime evoluzioni del settore.

Periodicità: semestrale
Uscite: n. 2
Formato: cartaceo e online

INNOVAZIONE IN BOTANICALS

Innovazione in Botanicals è una rivista scientifica che vuole lanciare un ponte tra il mondo scientifico e accademico e quello industriale e professionale, realizzando una comunicazione efficace nelle due direzioni, per favorire lo scambio tra le acquisizioni e le evidenze scientifiche da un lato e le competenze e il know how dall'altro.

Periodicità: quadrimestrale
Uscite: n. 3
Formato: cartaceo e online



CEC Editore
Via Praticaccio, 165
20147 Milano
tel +39 02 4152 943
info@ceceditore.com



www.ceceditore.com



NOVITÀ EDITORIALE

INNOVAZIONE

MADE IN ITALY

La combinazione vincente

di SONIA CERATO • Global Marketing Director MYC Packaging Innovation, Lomazzo (CO) • soniac@myc-innovation.com

Gli stick sono da sempre il cavallo di battaglia di MYC.

L'azienda propone numerosi formati disponibili in diversi materiali per garantire una maggiore flessibilità e compatibilità con le texture labbra, viso e occhi. Rivestimenti in alluminio, chiusure magnetiche, design ultra slim o mono-materiale: queste sono solo alcune delle soluzioni offerte per fare la differenza sul mercato.

In attesa che i rossetti tornino a essere i protagonisti incontrastati del makeup, MYC ha deciso di investire su innovazione, eco-design e Made in Italy.

duittiva, MYC offre ai propri clienti un servizio completo: dal design iniziale alla realizzazione degli stampi, fino alla consegna del prodotto finito e decorato.

Oltre alla possibilità di personalizzare i packaging standard con diverse finiture e decorazioni, MYC è in grado di realizzare soluzioni uniche su misura in base alle esigenze del brand e della formula.

“Essential” sticks: trasparenza prima di tutto!

La collezione Essential testimonia la costante attenzione di MYC alle evo-

luzioni del mercato e al tema della sostenibilità.

Disegnata interamente in PET, comprende compatti, palette e chubby stick, e si è recentemente arricchita con un lipstick e uno stylo.

Dotati di una chiusura ermetica a tenuta, i nuovi packaging sono versatili e particolarmente adatti alle formule labbra, viso e occhi contenenti volatili e siliconi.

Realizzabili in materiale sia vergine che riciclato, possono essere stampati in qualsiasi colore e decorati con diverse finiture. Perfetti per texture mask-proof o i popolari tinted lipbalm, tanto richiesti da Millennials e Gen Z.

La trasparenza cristallina permette anche un facile color ID nei negozi, senza la necessità di manipolare il prodotto; un punto importante in fatto

Presentazione

MYC Packaging Innovation è una realtà specializzata nella progettazione e produzione di packaging cosmetico primario, che ha come caratteristica principale, appunto, l'innovazione.

Nata nel 2012, vanta siti produttivi in Cina dedicati sia alla plastica che all'alluminio, uno di recente acquisizione in Italia e una rete commerciale globale presente in Europa, Nord America e Asia. Grazie a un forte know-how tecnico, un hub creativo in Italia e una gestione interna di tutta la filiera pro-



di sicurezza oggi giorno. Per un'opzione maggiormente premium ma altrettanto sostenibile, entrambi gli stick sono disponibili anche con un meccanismo rimovibile in alluminio: il meccanismo è facilmente separabile dalla base e basta cliccarne uno nuovo, per riciclaggio o refill.

Stylo “magneton”

Questo stylo è caratterizzato da una chiusura magnetica a tenuta, una tecnologia brevettata da MYC a livello mondiale.

Grazie a una stretta collaborazione con i terzisti, MYC è riuscita a sviluppare una soluzione unica nel suo genere; una vera e propria *disruptive innovation*.

I magneti facilitano l'apertura e la chiusura dello stick e allo stesso tempo garantiscono una tenuta eccellente: il prodotto si mantiene morbido e performante duran-



te tutto il periodo di utilizzo. Il design pulito e minimalista lo rende una soluzione ideale per i brand che vogliono stupire i propri consumatori.

Made in Italy

Con l'acquisizione di Palma Srl, ora ribrandizzata Griani, MYC può contare anche su un'unità produttiva italiana specializzata nella categoria stick e lipbalm in primo luogo, ma anche lipstick,

chubby e pencil a tenuta adatti a diverse applicazioni, dal colore al trattamento, fino alla protezione solare. Con Griani, MYC vuole offrire ancora più agilità e flessibilità dal punto di vista delle quantità e dei servizi; diverse opzioni di personalizzazione, fra cui serigrafia, stampa a caldo, laser e litografia; e le cosiddette soluzioni ibride, che combinano componenti provenienti dalla Cina con componenti fatti in Italia.

Conclusione

MYC, confidente che il mercato delle labbra torni presto a “sorridere”, continuerà a investire in questa categoria e in occasione di *Cosmoprof* presenterà soluzioni mai viste prima, in linea con i trend di mercato e la sostenibilità.



APPLICAZIONE LABBRA PERFORMANTE

Il sistema gloss

di **ANDREA VANONCINI** • Product Manager, Brivaplast Group, Ornago (MB) • group@brivaplast.com

Il rossetto liquido a lunga durata è diventato uno dei must-have del makeup negli ultimi anni.

La sua funzione è quella di esaltare le labbra, colorandole in modo intenso. Si applica come un classico lucidalabbra, grazie a un pack e un applicatore a immersione di precisione.

Il packaging, sia che parliamo di gloss che di rossetto liquido, quando accuratamente progettato e realizzato, garantisce la veicolazione ottimale delle performance del cosmetico. La possibilità di modificare i materiali dei componenti e di scegliere tra una svariata gamma di forme di applicatori permettono di ottenere la combinazione perfetta tra pack e formula.

La possibilità di avere un packaging a tenuta insieme alla necessità di allungare la durata dell'effetto makeup del classico rossetto stick hanno portato alla formulazione di texture semi-liquide che permettono di poter durare sulle labbra fino a 16 ore.

Nonostante le nuove abitudini imposte dalla pandemia, questo tipo di prodotto ha mantenuto il suo mercato grazie alle performance no transfer.

Il binomio formula-packaging

Negli ultimi anni sul mercato sono stati lanciati sempre più rossetti liquidi a lunga tenuta, a discapito delle formulazioni più viscosi con effetto tridimensionale tipo lucidalabbra. Questo cambio di formulazione ha richiesto delle modifiche anche nei materiali utilizzati per il packaging e uno sviluppo di applicatori dedicati, che permettano un maggior controllo della gestualità e dell'applicazione, e un prelievo della quantità corretta di bulk.

La funzione

Compito del packaging è contenere, preservare, distribuire, comunicare e utilizzare il cosmetico. Queste funzioni vincolano nella progettazione del packaging per gloss/rossetto liquido da tutti i punti di vista.

La protezione della formula è un requisito essenziale: essendo il packaging il primo elemento di contatto, è fondamentale la compatibilità dei materiali utilizzati.

Il packaging ha per il consumatore una funzionalità soprattutto estetica, è infatti il primo elemento di con-

tatto tra il prodotto e il consumatore. È quindi fondamentale che permetta di veicolare in modo corretto tutte le informazioni del prodotto e le informazioni legali.

Il packaging svolge però altre fondamentali funzioni, quali preservare il cosmetico da un preventivo deterioramento e facilitarne l'applicazione. I flaconi per queste tipologie di prodotti sono realizzati per stampaggio a iniezione o a iniezione-soffiaggio, principalmente in PETG o PET trasparenti, materiali e tecnologie che garantiscono un'ottima trasparenza e tenuta alla migrazione.

Il flacone può prevedere un *reservoir* nascosto sotto il tappo, utile a contenere il prodotto e a dissimulare il livello di riempimento, per un effetto visivo impattante. Questo accorgimento permette anche di evitare la classica decorazione ad anello sul top del flacone.

Spesso le formulazioni di rossetto liquido contenenti lacche richiedono una protezione dai raggi UV nel pack, che viene inserita come additivo durante la produzione stessa, per evitare che il colore del bulk viri nel tempo; altre formulazioni richiedono il pack cieco per preservarne l'integrità. In questo caso si può procedere decorando interamente il

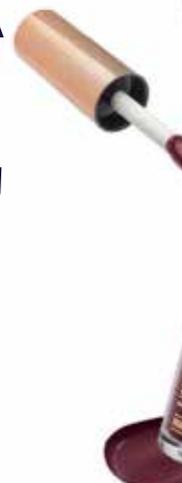




Figura 1 - Packaging per prodotti labbra ad alto spessore

flacone attraverso verniciature acriliche, UV o con stampa a caldo a 360 gradi.

In alternativa, è possibile colorare direttamente il materiale di base del flacone durante la fase di stampaggio.

Per esaltare maggiormente il colore della formula, una delle caratteristiche che la consumatrice cerca, vengono spesso selezionati packaging con pareti ad alto spessore, che grazie alla rifrazione della luce impreziosiscono l'oggetto stesso (**Fig.1**).

Non di rado questo tipo di packaging ha un contenuto nominale piuttosto basso, dovuto alla riduzione della camera interna ma che risulta appropriato a questa tipologia di formule per le quali è sufficiente una quantità esigua di prodotto per ottenere una copertura totale delle labbra. A livello di materiali,

Figura 2 - *This is my second life!* La linea di packaging green di Brivaplast



anche su questa tipologia di prodotto sta aumentando la richiesta di pack sostenibili, realizzati quindi con materiali riciclati o riciclabili.

Per soddisfare questa crescente richiesta del mercato, Brivaplast ha a disposizione ad esempio diversi modelli realizzati in PET-R e da poco è disponibile anche un nuovo modello con pareti ad alto spessore caratterizzato dall'incredibile trasparenza, realizzato con un copolimero che ha il 30% di PET riciclato post consumer al suo interno; un ottimo compromesso tra sostenibilità e qualità estetica del pack (**Fig.2**).

La funzione protettiva del packaging trova il suo "core" nella chiusura ermetica: la tenuta è garantita dalla corretta interazione delle parti tipicamente filettate di flacone e sotto-capsula.

Esistono anche alternative alla classica chiusura a vite, come ad esempio il Click'n Go, un contenitore con chiusura a scatto automatico (**Fig.3**). Questo packaging, brevettato *world wide* e realizzato interamente in

Italia, sfida le consuetudini e propone una nuova gestualità più moderna e "fast", adatta alla frenetica vita di oggi e a rapidi ritocchi del makeup.

A livello di decorabilità, questi materiali si prestano a molteplici tecniche: è possibile infatti realizzare ogni tipo di verniciatura, dalle classiche acriliche a quelle UV (che possono anche essere laserate per poter mostrare il colore del bulk



Figura 3 - Click 'n Go gloss, chiusura a scatto brevettata

all'interno) (**Fig.4A**), e ogni tipo di decoro, dalle classiche stampe a caldo e serigrafie alle più recenti serigrafie tridimensionali (**Fig.4B**) o fosforescenti (**Fig.4C**). Sono i brand che con la loro fantasia possono creare un prodotto accattivante che trasmetta tutte le qualità della formula.

Uno strumento per il cosmetico

La funzione di "utilizzo del cosmetico" merita un capitolo a sé.

Nell'atto di estrazione dell'applicatore floccato dal flacone e di deposito del gloss sulle labbra entrano in gioco le caratteristiche fisiche della formula, la sua viscosità e le sue proprietà reologiche, attivate e sollecitate dai componenti del packaging, che devono essere specificatamente selezionati in funzione della formula medesima e tramite la verifica pratica.

L'applicatore ha un importante ruolo nella buona riuscita dell'applicazione del prodotto: esistono diverse forme, materiali, spessori e lunghezze della floccatura stessa.

L'applicatore floccato, la cui tecnologia di produzione sfrutta le potenzialità dello stampaggio a iniezione, consente di ideare forme classiche o stravaganti (**Fig.5**).

La progettazione della forma dell'applicatore floccato deve tenere conto dell'ergonomia, ad accompagnare un'applicazione confortevole in una zona sensibile come quella delle labbra, ma deve anche facilitare un deposito di prodotto preciso e corretto. Elementi che influenzano, fra gli altri, l'efficacia dell'applicatore sono la rigidità del materiale di base (si passa da un morbido Desmopan a un più rigido Hytrel); la presenza di serbatoi



specifici lungo il corpo dell'applicatore, che consentono di calibrare la quantità di prodotto in applicazione; la morbidezza e la lunghezza delle fibre di floccatura, che permettono di ottenere un comfort particolare sulle labbra e garantiscono un perfetto match con le diverse formule.

Esistono delle similitudini fra formule: quelle dense, per esempio, vengono ben lavorate da applicatori piuttosto rigidi e spesso con floccature più lunghe; mentre quelle più fluide ben interagiscono con applicatori più flessibili e floccature più corte.

Solitamente applicatori più grandi vengono utilizzati poi per prelevare e rilasciare una maggiore quantità di formula; è il caso dei prodotti gloss, concealer, fondotinta. La dimensione dell'applicatore va a ridursi man mano per accompagnare applicazioni di precisione come quella del

Figura 4 - Decorazioni: laser su metallizzazione UV (A), serigrafia a spessore (B), serigrafia fosforescente al buio (C)



Figura 5 - Applicatori floccati per labbra e viso

rossetto liquido, a mimare quasi la punta di una matita.

La dimensione e la forma dell'applicatore inducono la scelta precisa delle dimensioni ottimali per il collo del flacone (e della camera del wiper abbinato), affinché l'applicatore, impregnato del cosmetico, lo attraversi agevolmente in entrata e in uscita.

Il raschiamento è il punto focale del corretto caricamento dell'applicatore: la correlazione fra diametro del foro del wiper e diametro dell'astina calibra il cosmetico che deve essere gestito ed esaurito durante l'applicazione, ottenendo al contempo l'effetto makeup previsto.

A questa dinamica si associa la possibilità di varianti di wiper con fori raschianti di diverse rigidità, fino

a versioni elastiche e deformabili. Per il rossetto liquido è infatti molto importante avere un corretto caricamento di formula sull'applicatore e una buona pulizia dell'astina: questo è ottenibile grazie a wiper particolarmente flessibili, attraverso i quali l'applicatore effettua un passaggio e una pulizia delicati ma permette anche una perfetta pulizia dell'astina. In questo modo lo sguardo della consumatrice/consumatore ricadrà immediatamente sulla formula e l'applicatore (**Fig.6**).

Conclusioni

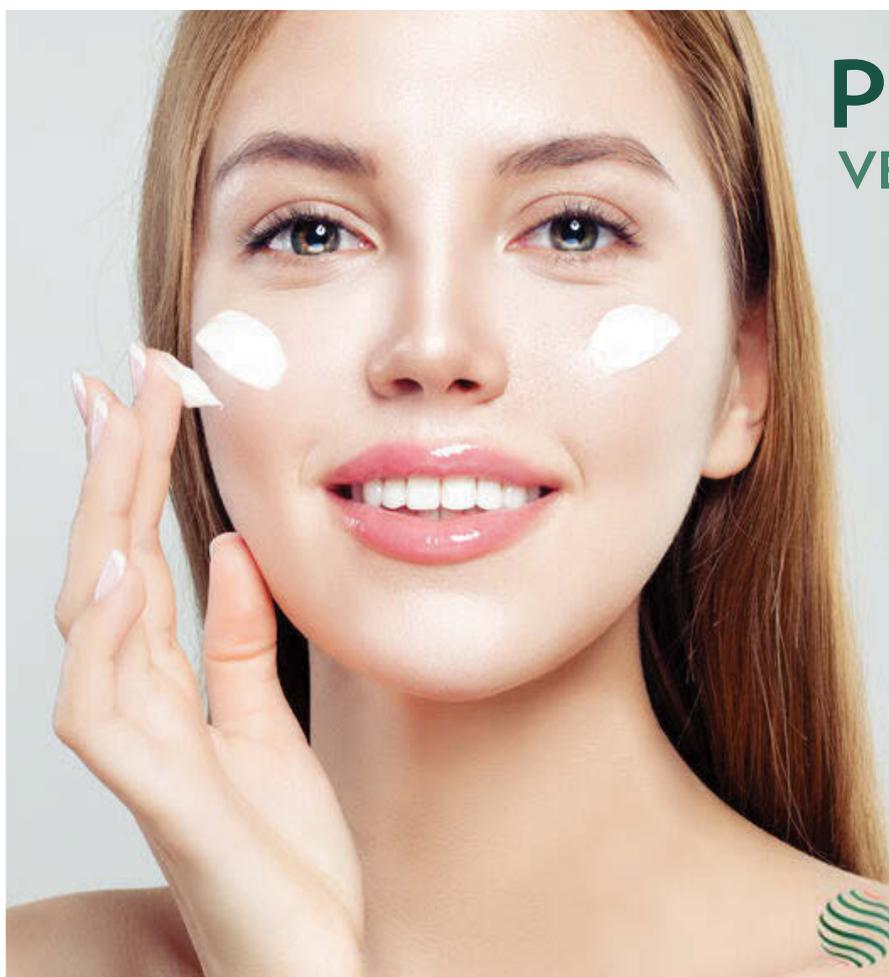
Risulta evidente, in conclusione, che il packaging di un cosmetico come il gloss rappresenti un elemento



Figura 6 - Wiper flessibili

essenziale per la sua commercializzazione, ma anche un sistema di estrema complessità che non lascia spazio all'improvvisazione e che richiede approfondite conoscenze tecniche.

Il prodotto finito non è la semplice somma dei componenti (contenuto e contenitore), ma una performance ottenuta dall'interazione di tutte le parti. Un risultato che sarebbe definibile come "olistico", se non sembrasse troppo per quello che dovrebbe essere "solo" un gloss.



POLYNAT® T11
VEGETAL ALTERNATIVE
TO SYNTHETICS POLYMERS

**Skin Care - Make up
Hygiene - Hair Care**

 **CARAGUM International®**
Cosmetici Naturali Alternativi

activeUP
Innovazione, ricerca, qualità

Exclusive distributor for Italy

Rossetto, ma quanto ci manchi?

Valutazione sensoriale e strumentale dei rossetti di nuova generazione



Parole chiave

ROSSETTO • PROTECTIVE MASK RESISTANT • PERFORMANCE
ANALISI SENSORIALI • ANALISI STRUMENTALI

di VALENTINA ABBONDANDOLO, CARLOTTA GALARDI,
MONICA BORGOGNO, CHIARA CHIARATTI

Mérieux NutriSciences Italia, Resana (TV)

chiara.chiaratti@mxns.com

Riassunto

Rossetto, ma quanto ci manchi?

Valutazione sensoriale e strumentale dei rossetti di nuova generazione

Lo studio in oggetto ha permesso di valutare e confrontare le proprietà e le caratteristiche dei rossetti di nuova generazione (Prototipo 1 e Prototipo 2) utilizzati con la mascherina di protezione. Una volta definite le esigenze del consumatore target attraverso analisi di mercato e valutazioni sensoriali, sono stati elaborati e ottimizzati dei protocolli investigativi adeguati e sono stati monitorati specifici parametri cutanei prima e dopo l'applicazione del cosmetico, mediante l'utilizzo di tecniche analitiche e strumentazioni con immagini ad altissima risoluzione. Le immagini della superficie cutanea, memorizzate nei loro colori reali, sono state adoperate per il calcolo di lunghezze, diametri e aree cutanee. A queste sono state associate valutazioni cliniche, oltre che valutazioni soggettive, per esprimere opinioni in merito a performance e gradevolezza del prodotto. La combinazione degli esiti ottenuti dalle ricerche di mercato, dai test sensoriali descrittivi e dai test strumentali di efficacia ha permesso di fornire indicazioni chiare e dettagliate sulla scelta del prototipo da sviluppare.

Lipstick, how much do we miss you?

Sensory and instrumental evaluation of new-generation lipsticks

This study has permitted us to evaluate and compare the properties and characteristics of new generation lipsticks (Prototype 1 and Prototype 2) used with the surgical protective mask. Once the needs of the target consumer were defined through market analysis and sensory evaluation, appropriate investigation protocols have been developed and optimised, and specific skin parameters were monitored before and after application of the cosmetic through analytical techniques and instrumentation with very high-resolution images. Skin surface images, in their true colours, have been used to calculate skin lengths, diameters and areas. The images have been merged with clinical evaluations, as well as subjective evaluations to express opinions on product performance and liking. The combination of the results obtained from the market research, the descriptive sensory tests and the instrumental tests of efficacy made it possible to provide clear and detailed indications on the choice of the prototype to be developed.

Summary

È incredibile come, in soli due anni, anche le più piccole abitudini, quasi scontate, siano cambiate così radicalmente, come ad esempio avere sempre uno o più rossetti in borsa, sulla scrivania, in un cassetto... o nel portaoggetti dell'automobile. Una rapida applicazione e via, per sentirsi di nuovo in ordine e con quel tocco di grinta in più. Purtroppo, le occasioni per indossarlo sono notevolmente diminuite.

I rossetti, comunque, non sono gli unici prodotti dedicati al lip care: sono compresi anche balsami, infusi di oli, creme rimpolpanti, basi fissanti per rossetto e stick solari. Secondo i dati del 2020, in Italia sono stati acquistati circa 178,3 milioni di euro in rossetti e lucidalabbra, che rappresentano i prodotti lip care di maggior interesse in termini di consumo. Protezioni, primer e stick solari sono stati il secondo prodotto più ricercato, con un valore di consumo pari a 72,7 milioni di euro. Un mercato decisamente in decrescita rispetto all'anno precedente, quando le vendite registrate erano pari a 325 milioni di euro per i soli prodotti lip care. Ovviamente, i profondi condizionamenti derivanti dalla crisi pandemica hanno impattato fortemente sulle abitudini di acquisto e di consumo. Basti pensare alla crescita importante che hanno avuto prodotti come saponi liquidi (+35%), coloranti e spume coloranti per capelli (+30,4%) e prodotti depilatori (+5,3%), mentre prodotti come correttori guance, fard e terre (-28,7%), fondotinta e creme colorate (-29%), e rossetti e lucidalabbra (-35,8%) hanno registrato un calo importante rispetto all'anno precedente (Elaborazione Centro Studi di Cosmetica Italia).

Ma... quanto ci manca il rossetto? Una ricerca da noi condotta ha voluto approfondire i cambiamenti nelle abitudini di un panel definito di consumatori che, a causa della mascherina di protezione, ha ridotto la frequenza di utilizzo del makeup, senza tuttavia escluderlo del tutto dalla propria routine. Sicuramente le caratteristiche del rossetto "di prima" non vanno bene! Il rossetto "di oggi" deve avere delle proprietà nuove e ben definite, appunto perché utilizzato assieme alla mascherina. Nell'ultimo periodo, i prodotti makeup, in particolare i rossetti, si sono evoluti e, da semplici strumenti puramente decorativi, hanno acquisito capacità altamente funzionali. Infatti, dal momento che dovranno essere utilizzati sotto la mascherina protettiva, i consumatori sono giustamente molto più esigenti nel richiedere nuove caratteristiche ed effetti sinergici che, oltre alle funzionalità eudermiche classiche, come protezione ed emolienza, avranno bisogno di un booster come lunga durata, resistenza all'umidità e no transfer.

Il nostro Dipartimento Cosmetico ha voluto analizzare i rossetti di nuova generazione per valutare le proprietà e le caratteristiche di cui i consumatori hanno bisogno, in modo da non rinunciare all'applicazione del makeup anche sotto la mascherina. Per ottenere risultati scientificamente significativi, abbiamo elaborato e ottimizzato dei protocolli investigativi adeguati partendo dalla fisiologia della pelle e quindi monitorando specifici parametri cutanei prima e dopo l'applicazione del cosmetico. Per fare questo, abbiamo adoperato tecniche analitiche e strumentazioni con immagini ad altissima risoluzione associate a valutazioni cliniche e sensoriali (1). Metodiche strumentali

non invasive e strumenti di bioingegneria per la misurazione delle proprietà fisiologiche cutanee hanno poi dato la possibilità di rilevare e quantificare in maniera oggettiva, ripetibile e riproducibile gli effetti del rossetto, raccogliendo dati numerici e convalidandoli statisticamente. Le immagini della superficie cutanea, memorizzate nei loro colori reali, possono essere utilizzate anche per il calcolo di lunghezze, diametri e aree cutanee (2,3). A queste sono state associate valutazioni cliniche, effettuate da un medico specialista dermatologo che ha valutato i parametri cutanei utilizzando specifici score. Il giudizio personale dell'utilizzatore è stato raccolto da questionari di valutazione soggettiva, per esprimere opinioni in merito a performance e gradevolezza del prodotto (4).

Obiettivo

Individuare le esigenze delle utilizzatrici di cosmetici per creare prodotti più adatti alle richieste del mercato. Caratterizzare da un punto di vista sensoriale le proprietà dei rossetti attualmente in commercio, che sembrano rispecchiare quelle richieste al fine di verificare il posizionamento dei nuovi prototipi rispetto all'offerta esistente. Oltre a verificare le proprietà sensoriali per definire il prototipo migliore, si è voluto analizzare alcune performance ben definite: effetto barriera, no transfer, long-lasting e resistenza all'umidità.

Step preliminare: intervista online

Per comprendere come si è evoluto l'approccio all'acquisto dei cosme-

tici prima e dopo la pandemia, è stato selezionato un panel di utilizzatrici su territorio nazionale e condotta un'intervista online. È stato chiesto ai 350 soggetti individuati di compilare un questionario a domande chiuse pensando alle loro abitudini di uso e consumo dei cosmetici prima e dopo la pandemia. Tra i risultati ottenuti è interessante notare che i soggetti selezionati non hanno mai smesso di prendersi cura di sé e del proprio corpo, per cui hanno continuato ad adoperare assiduamente una certa tipologia di prodotti, tra cui maschere per viso e capelli, scrub e prodotti skin care in generale. Al contrario, in riferimento al makeup, si è notato una forte riduzione dell'uso e consumo di prodotti come fondotinta, ombretto e blush; ovviamente, come diretta conseguenza dell'utilizzo costante della mascherina di protezione, il prodotto maggiormente penalizzato da questa pandemia è risultato essere il rossetto.

Successivamente, è stato chiesto al panel di consumatrici di elencare le "performance desiderate" per incentivarle al ritorno al rossetto. La maggioranza delle intervistate ha indicato come fondamentale l'azione nutritiva per le labbra, fortemente stressate dall'uso della mascherina, unitamente a una buona resistenza e scarsa trasferibilità verso il tessuto. Per quanto riguarda le altre caratteristiche, circa metà del panel intervistato desidera una texture mat con effetto coprente, mentre l'altra metà desidera un prodotto leggero e più lucente, glossy.

Le informazioni fornite dai nostri laboratori sensoriali all'azienda produttrice di makeup sono state fondamentali per decidere gli step successivi a sviluppare i 2 prototipi

di rossetti di nuova generazione, che hanno poi richiesto uno studio combinato di metodi sensoriali e test strumentali di efficacia a tre step:

1. valutazione di rossetti con diverse caratteristiche sensoriali presenti in commercio.
2. valutazione sensoriale dei prototipi e loro posizionamento rispetto a quanto presente sul mercato.
3. valutazione delle proprietà *protective mask resistant* strumentalmente valutabili.

Una volta definiti i vari protocolli sperimentali e considerato i risultati delle interviste, il produttore di makeup ha selezionato i rossetti in commercio con proprietà emollienti e no transfer. Il colore scelto è stato il rosso, selezionando sia prodotti mat sia glossy, per un totale di 6 campioni identificati dalle lettere da A ad F.

Step preliminare: fase di valutazione dei prodotti

Step 1: analisi descrittiva

Dieci giudici, precedentemente addestrati, sono stati coinvolti nell'analisi dei 6 rossetti identificati, al fine di caratterizzarli da un punto

di vista sensoriale (analisi descrittiva) (5). I giudici hanno partecipato a 2 sessioni di calibrazioni, durante le quali sono stati esplicitati gli attributi sensoriali utili a descrivere i prodotti. Successivamente hanno valutato i prodotti in replica e partecipato a un totale di 6 sessioni di valutazione: sono stati valutati un massimo di 2 prodotti per sessione. La lista di attributi (6,7) e la loro definizione è riportata in **Tabella 1**, utilizzando una scala di valutazione 0-10 (0=minima intensità; 10= massima intensità).

Step 2: valutazione sensoriale

Una volta validata la performance del panel, i dati sono stati elaborati statisticamente e sono stati analizzati con il metodo dell'analisi delle componenti principali (PCA) (8), al fine di ottenere la mappa sensoriale. In base ai dati ottenuti, il cliente ha sviluppato i 2 prototipi (Prototipo 1: glossy; Prototipo 2: mat). I prototipi sono stati valutati dal medesimo panel di giudici addestrati a tre mesi dalla creazione della mappa. Grazie alla metodica utilizzata, l'analisi descrittiva, è stato possibile plottare anche questi prodotti nella mappa per verificarne il posizionamento

Tabella 1 - Lista dei descrittori utilizzati per la definizione del profilo sensoriale dei rossetti

Fase	Attributi	Codifica
Aspetto del prodotto	Lucidità Uniformità della superficie Intensità del colore	Prod_lucidità Prod_uniformità Prod_colore
Durante l'applicazione	Scorrevolezza Morbidezza	Scorrevolezza Morbidezza
Appena applicato	Uniformità del film Copertura Intensità del colore Definizione Lucidità Adesività Untuosità Leggerezza	App_film App_copertura App_colore App_definizione App_lucidità App_adesività App_untuosità App_leggerezza
Prova di rimozione	Trasferibilità Facilità di rimozione	Trasferibilità Rimozione

rispetto al mercato di riferimento. Infatti, grazie alla creazione di riferimenti esterni sulla scala di intensità, l'analisi descrittiva risulta ripetibile e riproducibile nel tempo.

Tutti gli attributi valutati sono stati utili a descrivere le differenze tra i campioni. L'unica eccezione è stata rappresentata dal parametro "Uniformità della superficie", che di fatto non è stato incluso nel computo della mappa. Per sintetizzare i risultati ottenuti è stata riportata solo la mappa completa con i due prototipi (**Fig.1**). La mappatura sensoriale ha messo in evidenza come i prodotti attualmente in commercio coprano uno spazio sensoriale ampio. I rossetti nella parte destra della mappa sono caratterizzati da maggiore leggerezza e morbidezza, da un'intensità di colore più elevata, mentre i campioni nella parte sinistra risultano più aderenti e uniformi. Un'ulteriore differenziazione si osserva lungo l'asse verticale: in alto sono classificati i campioni più scorrevoli all'applicazione, che formano un film omogeneo sulle labbra e conferiscono particolare lucidità; questi si trasferiscono e si rimuovono con più facilità. Nella parte bassa della mappa troviamo i prodotti che forniscono maggiore copertura e definizione all'applicazione, con un colore più intenso.

I due prototipi hanno caratteristiche simili ai prodotti A e C e si differenziano tra loro proprio lungo l'asse verticale. Il Prototipo 1 si rimuove più facilmente e scorre meglio durante l'applicazione rispetto al 2, il quale risulta donare maggiore definizione e copertura alle labbra. Altre caratteristiche che differenziano i prototipi sono l'aspetto: il Prototipo 1 è più lucido mentre il Prototipo 2 è più opaco.

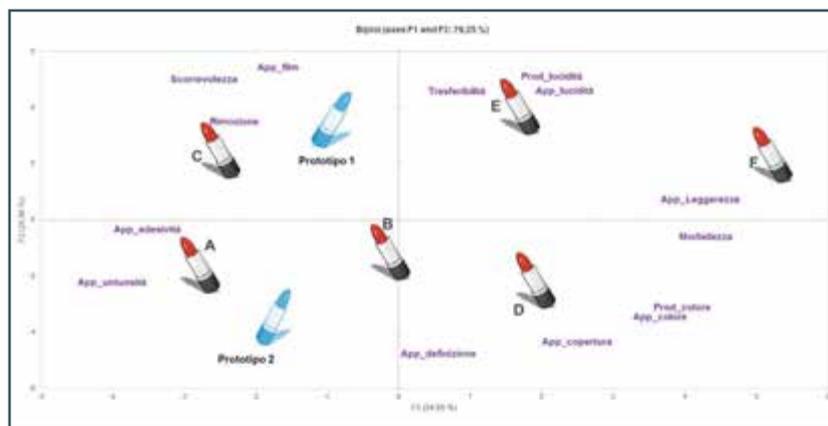


Figura 1 - Mappa sensoriale dei rossetti ottenuta tramite l'analisi delle componenti principali (PCA) dei dati raccolti dal panel di giudici addestrati

In base ai risultati ottenuti dalla mappa sensoriale, sembra che il Prototipo 2 sia effettivamente più adatto alle richieste delle consumatrici, in quanto meno trasferibile e più difficile da rimuovere rispetto al Prototipo 1.

Step 3: test di efficacia con analisi strumentale

Considerando quindi le proprietà sensoriali dei prodotti, in laboratorio sono stati condotti su entrambi i prototipi anche i test di efficacia relativi al concetto *protective mask resistant*.

A tale scopo, sono state combinate una serie di analisi in vivo, tra cui TEWL, no transfer, long-lasting e capacità di resistenza all'umidità con supporto sia di un tecnico esperto che di un dermatologo.

Valutazione dell'effetto barriera di un lip balm restitutivo per labbra secche e screpolate dal freddo

Sono stati selezionati due panel costituiti da 20 utilizzatrici con labbra secche e screpolate, cui è stato chiesto di applicare i due prototipi per 30 giorni,

due volte al giorno. A tutte le utilizzatrici è stata distribuita anche una fornitura di mascherine chirurgiche da impiegare durante l'intera durata del trattamento. Lo strumento adoperato per valutare l'effetto barriera, e quindi la riduzione di screpolatura e secchezza cutanea, è la *Trans Epidermal Water Loss* (TEWL) – Courage & Khazaka (**9,10**). Tale tecnica analitica è stata valutata prima dell'applicazione, dopo 30 minuti dall'applicazione (effetto immediato) e a 2 ore dall'applicazione. La valutazione clinica della secchezza e rugosità è stata, invece, valutata mediante un esame dermatologico delle labbra, sia dopo il primo utilizzo (valutazione immediata) sia dopo l'utilizzo continuativo e giornaliero dei prodotti, usando come parametri guida il grado di screpolatura, secchezza e levigatezza delle labbra (scala 0=scarso; 1=lieve; 2=moderato; 3=severo) (**Fig.2**) (**11**).

Valutazione no transfer e long-lasting di rossetti di nuova generazione

Sono state selezionate 20 consumatrici abituate all'utilizzo quotidiano di rossetto rosso o intensamente

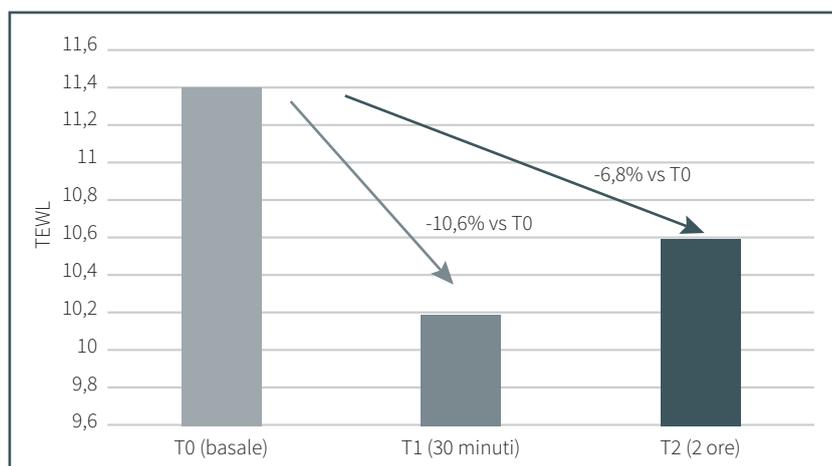


Figura 2 - Entrambi i prototipi 1 e 2 sono stati in grado di ridurre in modo significativo il valore della TEWL. Tale tecnica analitica è in grado di valutare il contenuto di acqua che fuoriesce dalla cute/labbra. La riduzione di tale parametro indica che c'è stato un ripristino della barriera cutanea e quindi un effetto riparatore a seguito dell'applicazione che si traduce in una sensazione di sollievo e aumento della morbidezza

colorato. È stata eseguita la prova di efficacia con l'obiettivo di verificare la durata a 4 ore, 8 ore dall'applicazione e l'effetto no transfer sulla mascherina chirurgica bianca appositamente fornita per il test. La prima mascherina è stata utilizzata per la valutazione dell'effetto no transfer del rossetto. A seguito dell'applicazione standardizzata del prodotto eseguita da operatore specializzato, con un tempo d'attesa di 15 minuti per la corretta asciugatura e adesione del rossetto, a tutte le partecipanti è stato richiesto di applicare la mascherina chirurgica e farla aderire leggermente alle labbra. Grazie al rilevamento colorimetrico eseguito con Colorimeter Konica Minolta, è stato possibile quantificare il colore della mascherina ed effettuare una valutazione dell'efficacia del rossetto a non macchiare i tessuti. In particolare, lo strumento prende in considerazione le coordinate CIE L*a*b* per quantificare lo spazio colore. Nel caso specifico, trattandosi di una mascherina bianca, è stato preso in considerazione il parametro L*, ovvero asse del bianco. Tale test è stato

ripetuto due volte sia per il Prototipo 1 sia per il Prototipo 2 (**Fig.3**). Per il long-lasting sono state programmate delle valutazioni fotografiche in vari momenti per quantificare il color follow-up di entrambi i rossetti nell'arco della giornata, al fine di valutare la tenuta associata all'uti-

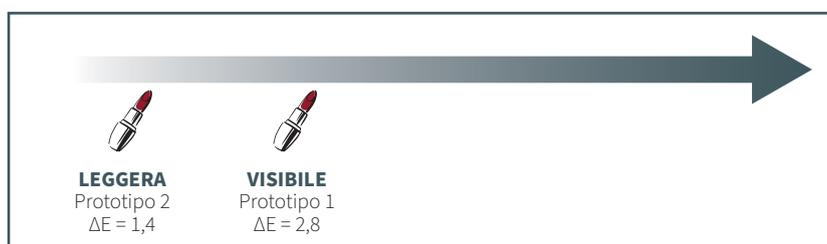


Figura 3 - I rossetti hanno indotto una variazione significativa nel delta E. Il colore bianco della mascherina subisce una variazione "leggera" per il Prototipo 2 e "visibile" per il Prototipo 1: il che sta a significare che è avvenuto il trasferimento di colore nel tessuto, statisticamente confermato anche dall'analisi della variazione del parametro L* (asse colore bianco), riduzione statisticamente significativa ($p < 0,05$) per il Prototipo 1



Figura 4 - Confronto della tenuta del rossetto a tempi successivi, considerando il decremento del colore rispetto al valore iniziale (color follow-up)

lizzo della mascherina chirurgica. Le valutazioni fotografiche sono state eseguite subito dopo l'applicazione, e a 4 ore e 8 ore dall'applicazione iniziale del Prototipo 2 (**Fig.4**).

Per poter fare questo tipo di valutazioni è necessario utilizzare strumentazioni ad altissimo livello di risoluzione e soprattutto dotate di dispositivi adatti alla corretta illuminazione, e sedute il grado di stabilire il corretto posizionamento dei soggetti e anche il riposizionamento per i tempi di valutazione successivi.

È fondamentale, infatti, che le immagini siano perfettamente riproducibili e sovrapponibili, ossia riprodotte esattamente per poter effettuare il confronto rispetto all'immagine iniziale.

In associazione alle fotografie di **Figura 4**, è stata quindi eseguita anche una valutazione obiettiva da parte di un operatore esperto mediante score ai seguenti livelli: insufficiente, scarso, sufficiente, buono, eccellente (**Fig.5**).

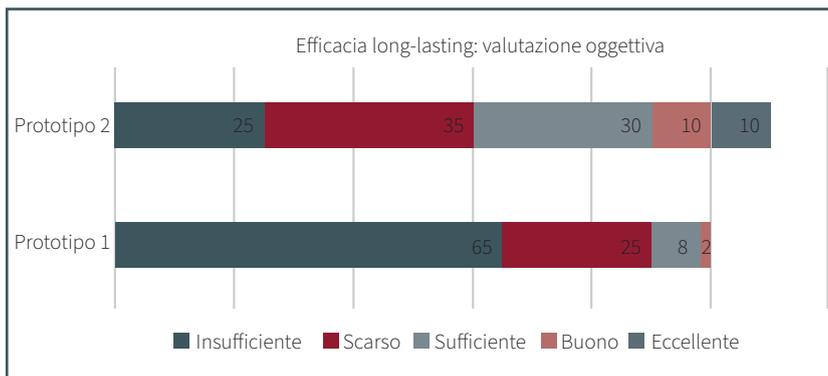


Figura 5 - Valutazione oggettiva dell'operatore mediante score

Questo è un esempio di combinazione di diverse valutazioni sperimentali, senza dimenticare che la percezione individuale (con questionario di autovalutazione dei soggetti) è quella decisiva per il successo del prodotto.

Rossetto resistente all'umidità

La resistenza all'acqua di un prodotto per labbra è stata valutata per confermare la capacità dei due prototipi di rimanere integri nelle labbra evitando l'effetto *smudge* o sbavatura, anche se posti sotto la mascherina. L'occlusione comporta inevitabilmente un aumento di temperatura e umidità che potrebbero compromettere il *layer* di makeup durante l'utilizzo. Tali valutazioni vengono eseguite sempre impiegando misurazioni colorimetriche associate a valutazioni visive prima e dopo immersione in acqua, ovvero in condizioni estreme di umidità. Anche in questo caso, sono state eseguite analisi colorimetriche per valutare l'intensità del colore del rossetto prima e dopo l'immersione in acqua; la resistenza all'umidità è stata valutata anche con lo score a 4 livelli effettuato da un operatore esperto. Sono state

misurate le condizioni del rossetto in termini di sbavatura, intensità di copertura e colore rispetto al tempo 0 (T0) in condizioni basali, al tempo 1 (T1) subito dopo l'applicazione del rossetto e al tempo 2 (T2) dopo l'immersione standardizzata in acqua (Fig.6) (11,12).

A seguito dei risultati di confronto del colore, il Prototipo 2 ha dimostrato una migliore capacità di re-

sistere a seguito dell'immersione. Tale risultato è stato anche confermato dall'esame visivo eseguito da operatori esperti, i quali hanno evidenziato come lo score associato a sbavatura e aderenza sia risultato più basso rispetto al prodotto di confronto (Fig.7).

Conclusioni

La combinazione tra ricerche di mercato, test sensoriali descrittivi e test strumentali di efficacia ha permesso di fornire indicazioni chiare e dettagliate sulla tipologia di prodotto da sviluppare per assicurarne la buona riuscita. Inoltre, è stata verificata l'efficacia del prodotto in combinazione all'utilizzo della mascherina. Anche se non riportato nel presente articolo, è importante

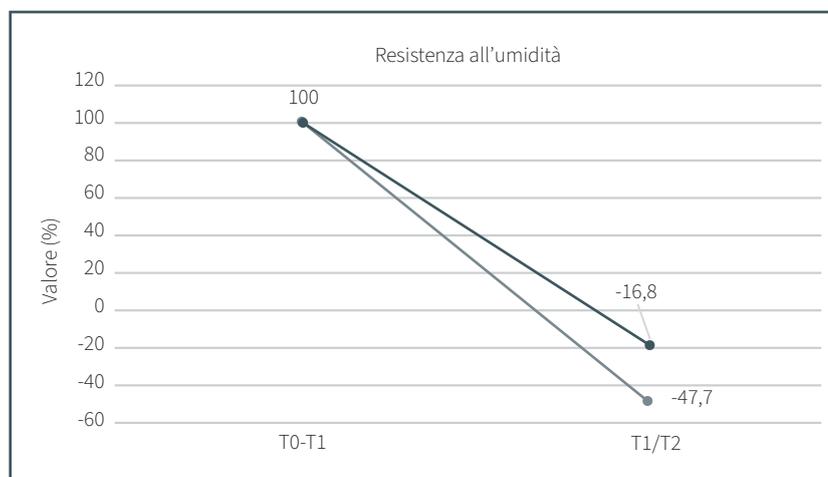


Figura 6 - La variazione media percentuale delle coordinate CIE L*a*b*, indicante la perdita di colore, ha subito una riduzione significativa se comparata con il T1 a seguito dell'immersione in acqua (-47,7%)

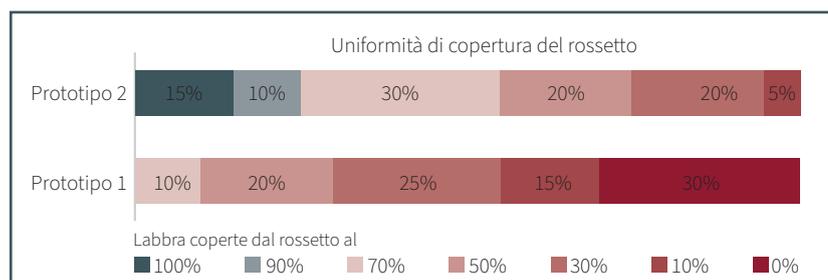


Figura 7 - Uniformità di copertura del rossetto

sottolineare che il Prototipo 2 è stato sottoposto a un ulteriore test di validazione eseguito su un campione di 100 utilizzatrici prima della sua effettiva produzione e immissione sul mercato.

Bibliografia

1. Serup J, Jemec GBE (1995) Handbook of Non-Invasive Methods and the Skin. CRC Press, Boca Raton.
2. Takeda K, Harada S, Ando M (2003) Functional Cosmetology. Substantiation of Cosmetic Efficacy: Recent Progress and Future Promise. Soc Cosm Chem J, Yakuji Nippo Ltd
3. Manuale del cosmetologo (2017) Tecniche Nuove, Milano.
4. Guidelines For The Evaluation Of The Efficacy Of Cosmetic Products (2008) COLIPA Guidelines
5. ISO 13299-Sensory analysis – Methodology – General guidance for establishing a sensory profile.
6. Varesi S, Bonfigli A, Rigano L (2008) Valutazione double-site di prodotti per le labbra, II Convegno Nazionale della Società Italiana di Scienze Sensoriali SISS, Milano.
7. Marque C, Pensé-Lhéritier AM, Bacle I (2022) Sensory methods for cosmetics evaluation. Nonfood Sensory Practices, Woodhead Publishing Series in Food Sci Tech Nutr, pp.169-196
8. Lawless HT, Heymann H (2010) Sensory Evaluation of Food: Principles and Practices. Vol. 2. Springer, New York.
9. Rogiers V, EEMCO Group (2001) EEMCO guidance for the assessment of transepidermal water loss in cosmetic sciences. Skin Pharmacol Appl Skin Physiol 14(2):117-128
10. Barel AO, Clarys P (1994) Studio sulla funzione barriera dello strato corneo per mezzo della perdita di umidità per traspirazione cutanea (TEWL). Confronto tra due strumenti: Evaporimeter® e Tewameter®. Cosm Toil n.1/94
11. Piérard GE (1998) EEMCO guidance for the assessment of skin colour. J Eur Acad Dermatol Venereol 10(1):1-11
12. Guidelines for Evaluating Sun Product Water Resistance, December 2005, proposed by COLIPA.

vevy europe
OUR CHEMISTRY IS YOUR CHEMISTRY

SKYLINE

THE NEW GENERATION OF DISPERSING AGENTS FOR INSOLUBLE MATTERS

MIXTURE OF LIPIDS TO PRODUCE HOMOGENEOUS DISPERSIONS FOR MAKE-UP AND SKIN CARE FORMULATIONS.

EASY TO USE AND ABLE TO DISPERSE MASSIVE AMOUNTS OF INSOLUBLE MATTERS AND PIGMENTS, WITHOUT GIVING ORIGIN TO CONGLOMERATES

- ABLE TO DISPERSE UP TO 200% OF INSOLUBLE MATTER
- COLD PROCESS (ECO)
- NO MILLING
- ENERGY AND TIME SAVING
- HIGH COMPATIBILITY
- HIGH STABILITY IN A WIDE VARIETY OF CONDITIONS
- NO ODOUR
- NO OXIDATION
- NO RANCIDITY
- SAFE TOXICOLOGICAL PROFILE

Vevy Europe S.p.A.
via Semeria 16A - 16131 Genova, Italy
phone +39 010 5225 1 - fax +39 010 5225 025
e-mail: info@vevy.com - sales@vevy.com
web: www.vevy.com

More than

60 Years

of Best Ingredients
for the Skin

L'avvocato della bellezza

di CRISTINA BELLOMUNNO • Avvocato • cristina.bellomunno@legalitax.it

Una nuova rubrica per i lettori di *MakeUp Technology*: l'avvocato Cristina Bellomunno, di Legalitax Studio Legale e Tributario (www.legalitax.it), esperta in materia di marchi, brevetti, know-how, design, concorrenza sleale, pubblicità, diritto d'autore, software, diritto dell'internet e delle nuove tecnologie e autrice di numerose decine di articoli in materia di Proprietà Intellettuale e relatrice in moltissimi convegni di settore, risponderà alle domande e alle curiosità dei lettori relative alla tutela dei beni immateriali nel settore cosmetico. Per ogni numero verranno selezionate le domande ritenute più interessanti inviati al seguente indirizzo mail: cristina.bellomunno@legalitax.it



D. Ho ideato una particolare forma del packaging del prodotto. Come posso tutelarla?

R. La forma e la confezione di un prodotto, in astratto, sono tutelabili o mediante una domanda di design o di marchio tridimensionale. Naturalmente, per scegliere il tipo di tutela è necessario verificare se la forma che si intende proteggere ha i requisiti richiesti dalla legge per l'uno o l'altro tipo di tutela. Va poi precisato che la tutela conferita dal design protegge l'aspetto esteriore del prodotto senza richiedere che tale forma possieda la capacità di distinguere il prodotto come proveniente da una certa fonte produttiva (c.d. capacità distintiva). Si tratta però di una tutela limitata nel tempo; essa dura 5 anni ed è rinnovabile per 5 volte.

Se la forma che si intende tutelare possiede invece carattere distintivo, è consigliabile depositare un marchio tridimensionale che consente di ottenere una tutela potenzialmente infinita, essendo rinnovabile ogni 10 anni, senza alcun limite di tempo.

La conferma che anche la forma di un prodotto possa essere registrata come marchio arriva da una recente decisione (14 luglio 2021) del Tribunale dell'Unione Europea, nella causa T-488/20, Guerlain c. EUIPO. Il Tribunale si è pronunciato circa la tutelabilità del marchio di forma n. 018333084 (**Fig.1**), depositato da Guerlain per un rossetto.

Tale domanda di marchio era stata rifiutata, sia in primo che in secondo grado, dall'ufficio europeo preposto alla concessione dei marchi dell'Unione europea (EUIPO), che aveva ritenuto la forma del rossetto priva di carattere distintivo; il Tribunale dell'UE, invece, ha accolto il ricorso di Guerlain e ha quindi annullato la decisione impugnata.

Il particolare, il Tribunale UE ha precisato che "un marchio tridimensionale costituito dalla forma del prodotto per il quale è chiesta la registrazione deve necessariamente divergere in modo significativo dalla norma o dagli usi del settore interessato perché possa presentare un carattere distintivo". Tuttavia, "la mera novità

di detta forma non è sufficiente per concludere nel senso dell'esistenza di un siffatto carattere, in quanto il criterio determinante è la capacità di detta forma di svolgere la funzione di indicazione dell'origine commerciale". Nel caso di specie, il Tribunale ha ritenuto che: i) la forma richiami "quella dello scafo di una barca o di una carrozzina per bambini" discostandosi significativamente dalle consuetudini del settore dei rossetti (aventi normalmente forma a cilindro o a parallelepipedo); ii) "la presenza della piccola forma ovale in rilievo è insolita" e iii) anche la circostanza che il rossetto non possa essere posizionato in verticale contribuisce all'aspetto non comune del marchio richiesto.

Tutto ciò, valutato nel suo insieme, consente alla forma del prodotto di essere percepita come distintiva dal pubblico di riferimento dotato di un livello di attenzione che va da medio a elevato; infatti, secondo il Tribunale, il pubblico "sarà sorpreso da tale forma facilmente memorizzabile" e la percepirà come diversa dalle altre del settore.



Figura 1 - Marchio di forma n. 018333084

di GIAN PAOLO ARMANA

Manager, Consulente, Professore e Strategist
gparmana@assos-cons.com



RITORNO AL FUTURO

E se ci concentrassimo veramente sui clienti?

“ Il vero scopo di un’azienda è **CREARE e CONSERVARE** un cliente ” *Peter Drucker*

Stiamo vivendo un’ubriacatura da sovrastruttura digitale: social, VR, AI, AR, IOT, IOE e altri acronimi che riconducono al mondo virtuale e all’evoluzione internetiana rischiano di farci perdere il focus sugli unici decisori finali. Spesso lo strumento sembra abbia sostituito la strategia e la proposta di valore; spesso il prodotto diventa quasi secondario rispetto allo strumento/tecnica digitale. Non si tratta ovviamente di minimizzare l’importanza e le opportunità che derivano dalla rivoluzione tecnologica, ma di tornare a costruire un valore continuativo nel tempo, per arrivare a quello che in un mondo sempre più incerto crea la crescita sostenibile: la fidelizzazione del cliente. L’unica certezza in tempi di incertezza è data dai clienti: in un mondo sempre più saturo di prodotti e con una comparazione continua tra loro grazie alle piattaforme-marketplace digitali, serve una maggior focalizzazione e capacità di trasmettere un forte carattere distintivo al cliente. Questa ossessione per il cliente come fonte principale di valore deve realizzarsi in un nuovo processo relazionale di vendita: un modello applicabile a tutti i modelli-canal di

business, dal B2B al B2C, per arrivare al D2C dove alla sola presenza online si stanno sempre più abbinando momenti esperienziali “fisici” anche temporanei (ex pop-up store, shop-in-shop o temporary corner), dove rafforzare il link emotivo con il prodotto-brand. La strategia commerciale si realizza nella sua implementazione, con la capacità di identificare precisi segmenti di clientela a cui rivolgersi

in base alle caratteristiche della propria azienda, la definizione di una forte e distintiva proposta di valore percepito basata sulle concrete necessità del cliente e la creazione di un sistema di relazioni che soddisfino le aspettative emozionali e razionali, alla base di ogni processo decisionale. In un mondo sempre più complesso, diventa fondamentale avere modelli in grado di ridurre e



STRATEGIA E AZIONE COMMERCIALE

- Segmenti di clientela – mercato di massa-nicchia-segmentato-diversificato

- Valore offerto – insieme che crea valore per specifico segmento clientela
ex. Novità, performance, personalizzazione, prezzo, riduzione rischi, accessibilità

- Canali – modo in cui l'azienda comunica e raggiunge clienti

- Relazioni con i clienti (tipo di "assistenza" e presenza)

- Flussi di ricavi – one shot vs ricorrenti (pricing strategy)

- Risorse ed attività chiave (perché il modello funzioni)

- Partnership chiave – rete di fornitori e partner



gestire le diverse variabili chiave. Il Customer Based Corporate Valuation (CBCV) analizza e misura la persistenza dei ricavi, e soprattutto evidenzia l'importanza della fidelizzazione come obiettivo fondamentale per capire dove si origina il valore dell'azienda e la sua sostenibilità nel tempo.

Il modello si basa sulla segmentazione commerciale/ clienti in 4 tipologie, da cui derivano comportamenti-necessità e azioni:

- *Acquisizione nuovi clienti*, attraverso quale modello l'azienda prevede di allargare la base clienti.
- *Ritenzione clienti*, quindi la durata del periodo di attività dei clienti, fondamentale per la stabilità e la possibilità di crescita all'interno del portfolio esistente.
- *Periodizzazione/ripetitività dell'acquisto*, che analizza la frequenza delle interazioni commerciali tra cliente e azienda.
- *Fatturato per cliente (basket size)*, che analizza la spesa del cliente per l'acquisto (sia puntuale che ponderata).

La realizzazione di una strategia e l'implementazione di efficaci piani commerciali passano attraverso una cultura aziendale e un'organizzazione basata sul cliente: la Customer-Centric Organization riflette un'azienda aperta, capace di leggere i macro trend e le crescenti aspettative dei consumatori finali; in grado di considerare il cliente come un partner con cui co-creare valore, dove sempre più il prodotto si trasforma in servizio e il ruolo del

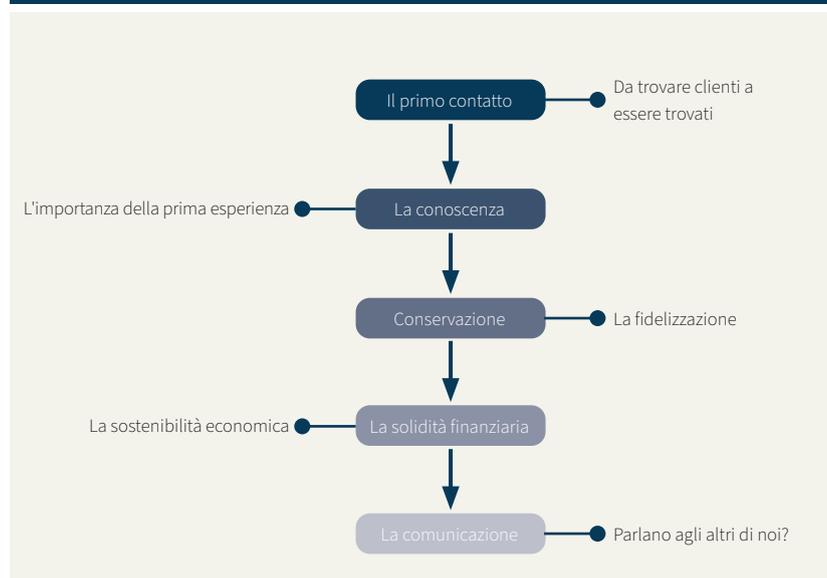
venditore diventa quello di aiutare il cliente ad avere successo.

Un'azienda vincente ha la capacità di identificare e focalizzarsi sui driver di valore, con un approccio integrato e diretto.

Un modello particolarmente efficace e veloce è quello AARRR, detto "pirata" per la sua essenzialità, e spesso usato nella valutazione delle start up, può anche essere utile per una veloce analisi e allineamento delle fasi e indicatori chiave. Il modello si basa su due metriche, valore e crescita, partendo dall'acquisizione dei clienti (ribaltando la logica dal cercare all'essere trovati) per poi passare all'attivazione (quale esperienza) e attraverso la fidelizzazione arrivare ad avere una fedeltà/fidelizzazione che garantisca di generare costanti ricavi, dove il successo continua a essere la miglior garanzia di una crescita.

Il futuro delle aziende inizia ogni giorno dal cliente e continua grazie alla capacità dei nostri clienti di costruire, catturare e distribuire valore per il sistema in cui operano.

AARRR METRICS FUNNEL DIAGRAM



PATENTE

COME SI LEGGE UN BREVETTO

Un esempio pratico

di **ADELIO V. VANOSI**

¹Consulente Italiano ed Europeo Brevetti, Design e Marchi

Socio fondatore di ADV IP, Milano

adelio.vanosi@adv-ip.it

ED

Dopo che, nei numeri precedenti, abbiamo appreso le basi legali e procedurali per comprendere un brevetto, in questo articolo procederemo a un'analisi molto pratica di un testo brevettuale, cercando così di comprendere quale sia l'effettivo ambito di protezione di una privativa. Vedremo anche come, durante l'esame, l'ambito di protezione possa essere modificato per superare eventuali anteriorità rintracciate dall'esaminatore.

Il testo del brevetto

La lettura di un brevetto appare piuttosto ostica ai non addetti ai lavori. La maggior parte delle volte, chi legge un testo brevettuale non riesce a comprendere immediatamente e con chiarezza quale sia l'insieme di caratteristiche effettivamente protetto dalla privativa. Non è infatti facile capire se un proprio prodotto possa essere venduto liberamente, senza interferire con la privativa, oppure se vi sia un rischio di contraffazione. Ferma restando la necessità di confrontarsi sempre con un esperto in proprietà industriale per avere un quadro chiaro e definitivo della situazione, risulta possibile, in prima analisi, avere un'idea di massima della protezione conferita da un titolo brevettuale, anche per chi non è addetto ai lavori. Ciò prestando molta attenzione ad alcuni particolari che vedremo dettagliatamente in questo articolo.

Spesso capita che a un soggetto venga fornito un "testo brevettuale" da parte di un concorrente, un fornitore o un cliente. La lettura del testo, che spesso descrive un prodotto simile a quello che il soggetto commercializza (o che desidera commercializzare), provoca grande agitazione, poiché il testo sembra proteggere "tutto e il contrario di tutto", lasciando intendere che non vi sia margine di commercializzare lecitamente un proprio prodotto.

Ciò accade perché, spesso, si confonde una "domanda di brevetto", quindi un semplice testo con cui il titolare richiede un determinato ambito di protezione, con un brevetto "concesso", ovvero un testo che, a seguito di un esame, ha visto limitato o certificato il suo ambito di protezione.

A onore del vero, come visto in precedenza, anche l'ambito di protezione definitivo di un brevetto concesso è, in linea di principio, ancora contestabile (ad esempio se si hanno delle prove che il prodotto oggetto dello stesso sia stato commercializzato prima della data di

deposito della domanda di brevetto e in alcuni altri casi). Ma in questa trattazione, per semplicità, ipotizzeremo che l'ambito di protezione di un brevetto concesso (ovvero quello definito dalle sue rivendicazioni) corrisponda effettivamente all'invenzione "protetta" dal brevetto stesso.

Analizzeremo di seguito un testo brevettuale disponibile sul database pubblico (e gratuito) dell'Ufficio Brevetti Europeo al seguente link: worldwide.espacenet.com/advancedSearch?locale=en_EP

Tale database consente di accedere a più di 130 milioni di documenti brevettuali, non solo europei, ma anche statunitensi, cinesi, giapponesi e di molti altri Paesi del mondo.

Il testo brevettuale che abbiamo scelto per l'analisi è piuttosto semplice ed è relativo a un applicatore per mascara. Analizzeremo il documento brevettuale statunitense, scritto quindi in lingua inglese.

La prima pagina di tale documento, ossia il frontespizio, è riportata in **Figura 1**.

In alto a sinistra vediamo che si tratta di un documento statunitense, quindi Dell'ufficio Brevetti USA. È anche ben evidenziato che si tratta di una pubblicazione di una domanda di brevetto (*Patent Application Publication*).

In alto a destra troviamo il numero di pubblicazione, seguito dalla sigla A1. Tale sigla ci fa immediatamente comprendere che si tratta di una "domanda di brevetto". A livello mondiale le pubblicazioni di domande di brevetto vengono convenzionalmente indicate con la lettera A. Con le lettere B o C vengono invece contrassegnati i brevetti concessi.

Dunque, se un numero di pubblicazione è seguito dalla



Figura 1 - Frontespizio del testo brevettuale US 2018/0042362 A1

lettera A (indipendentemente dalla cifra che segue) si tratta di una domanda di brevetto, mentre se è seguito dalla lettera B o C si tratta di un brevetto concesso.

Nella **Figura 2** è mostrato il brevetto concesso che deriva dalla domanda di **Figura 1**; come si può ben notare, il numero della pubblicazione è seguito in effetti dalla lettera B.

Sia nella prima pagina della domanda di brevetto (**Fig.1**), che in quella del brevetto concesso (**Fig.2**), sono presenti altre informazioni rilevanti come il “proprietario” del titolo (campo 73), ovvero L’Oréal e gli inventori, elencati nel campo numero 72.

Un dato estremamente importante è quello della data di deposito. In questo caso il titolo USA deriva da una domanda di brevetto internazionale PCT e dunque, come abbiamo visto, ne mantiene la data di deposito. Nel caso in oggetto, il deposito della domanda internazionale è avvenuto in data 25 febbraio 2016 (campo 22, denominato “PCT filed”).

In sostanza, la durata del brevetto decorre da quella data e si estenderebbe per 20 anni dal 25 febbraio 2016 (a patto che le tasse di mantenimento fossero regolarmente pagate). Nei brevetti USA è presente un altro campo particolarmente importante, contrassegnato con l’asterisco (*). Questo campo segnala che il termine dei 20 anni è esteso per il numero di giorni in esso citato. Ciò è dovuto a un aggiustamento concesso dall’Ufficio Brevetti nel caso in cui la procedura d’esame risultasse particolarmente lunga. In questo caso il “termine” del brevetto è stato allungato di 141 giorni. Il diritto di privativa USA in oggetto termina dunque dopo 20 anni + 141 giorni, a partire dal 25 febbraio 2016. L’estensione della durata di un brevetto in conseguenza della durata della fase d’esame è una pratica poco diffusa; di fatto esiste solo negli Stati Uniti, mentre in Europa la durata di un brevetto è sempre di 20 anni dalla data di deposito.

Altro elemento particolarmente importante è costituito dalla data di priorità, citata nel campo (30). Si nota che, in questo caso, la priorità è la domanda di brevetto francese n. 1551688, depositata il 27 febbraio 2015.

Quindi, come abbiamo visto nei numeri precedenti, i requisiti “brevettuali” necessari per la validità del titolo devono essere valutati alla data di deposito della domanda prioritaria francese (e non alla data di deposito di quella PCT/USA). Ad esempio, una divulgazione avvenuta a dicembre 2014 può essere utilizzata per contestare la validità del titolo USA, mentre una divulgazione avvenuta nel dicembre 2015 (anche se avvenuta prima della data di deposito attribuita al brevetto USA) non può essere utilizzata per contestarlo.

Nel frontespizio di un documento brevettuale è inoltre presente un riassunto (abstract) che sintetizza brevemente il



Figura 2 - Brevetto concesso derivante dalla domanda di brevetto US 2018/0042362 A1

contenuto dell’innovazione e, se disponibile, una figura rappresentativa dell’innovazione. In questo caso, si vede che la figura è un pennellino per il mascara.

Dalla seconda pagina in poi, sono presenti una o più tavole di figure. Le figure sono seguite dalla descrizione e dalle rivendicazioni. Nei documenti brevettuali USA, le figure seguono direttamente il frontespizio, mentre nei documenti brevettuali europei le figure si trovano nelle ultime pagine, dopo la descrizione e le rivendicazioni.

La descrizione del trovato è sostanzialmente identica sia nella domanda di brevetto che nel testo del brevetto concesso. Al più, possono essere presenti lievissime modifiche formali, normalmente di poco conto.

Tale descrizione inizia con una parte introduttiva dove viene commentata la tecnica nota, ovvero quello che risultava già conosciuto prima del deposito della domanda di brevetto. È anche possibile che vengano evidenziati dei “difetti”

della tecnica nota o che vengano evidenziati dei problemi non risolti da quanto conosciuto. Segue una breve descrizione delle figure e, subito dopo, si entra nel cuore della descrizione del trovato. Per capire tecnicamente l'invenzione, conviene tralasciare la parte introduttiva e concentrarsi sulla parte che segue la descrizione delle figure. Usualmente, la descrizione del trovato è fatta con riferimento ai disegni (se presenti) e risulta sempre molto generica, anche se si tende a descrivere molto bene almeno una forma di realizzazione (quindi una versione dell'invenzione) e poi, se utile, se ne descrivono altre indicandole come "varianti" o alternative. Nei brevetti chimici e cosmetici vengono elencate le sostanze che compongono il trovato o il prodotto cosmetico, e vengono anche elencate delle possibili alternative a quelle sostanze. Come abbiamo visto in precedenza, la descrizione ha il solo scopo di "aiutare" la comprensione delle rivendicazioni che definiscono l'ambito di protezione del brevetto (ovvero quello che non bisogna riprodurre per non interferire con lo stesso). Le rivendicazioni seguono la descrizione sia nella domanda di brevetto sia nel brevetto concesso. Nella domanda di brevetto (ricordiamo, contraddistinta da un numero seguito dalla lettera A), esse sono semplicemente una "richiesta" fatta dal richiedente, mentre nel brevetto concesso (contraddistinto dalla lettera B o C dopo il numero) rappresentano il vero e proprio ambito di protezione del brevetto stesso. Le rivendicazioni sono sostanzialmente un elenco di caratteristiche per cui si richiede, nell'insieme, la protezione. Esse sono strutturate "ad albero" e, usualmente, la rivendicazione 1 è la più generica (quindi contiene meno caratteristiche di quelle successive). Le rivendicazioni dipendenti, ovvero le successive, aggiungono delle particolarità a quelle elencate nella rivendicazione 1.

1. Applicator member for an applicator for applying cosmetic product, in particular to keratin fibres, and notably for applying mascara to the eyelashes, said applicator member comprising a metal core having an end for connecting to a gripping member, said connecting end being shaped so as to be able to form a joint head that is able to engage in a corresponding housing in the gripping member, wherein said connecting end is produced by moulding in one piece with the metal core.

Affinché vi sia un rischio di interferenza, è necessario che tutte le caratteristiche elencate nella rivendicazione principale siano presenti o riprodotte dall'oggetto di cui si sta verificando la possibile contraffazione. Se qualche caratteristica è presente nella rivendicazione principale ma non nell'oggetto in analisi, è molto probabile che non vi sia contraffazione. Se invece nell'oggetto sono presenti delle caratteristiche delle rivendicazioni dipendenti, ma tale oggetto non riproduce anche tutte le caratteristiche della rivendicazione principale, è molto probabile che non vi sia contraffazione. Per chiarire cosa avviene durante la fase d'esame di un brevetto, confrontiamo le rivendicazioni della domanda di brevetto qui in analisi con quelle del brevetto concesso. Nello specifico confronteremo la rivendicazione principale, ovvero la rivendicazione 1 della domanda (**Fig.3**), e la rivendicazione 1 concessa (**Fig.4**), confrontandone le caratteristiche. La rivendicazione 1 mira a proteggere:

Un elemento di applicazione (1) per un applicatore di un prodotto cosmetico in particolare per fibre cheratinose e specificamente per applicare del mascara alle ciglia l'elemento di applicazione comprendendo un'anima (2) in metallo [l'anima (2) in metallo essendo] dotata di una estremità di connessione (2a) a un elemento di presa (5) l'estremità di connessione (2a) essendo conformata in modo da formare una testa di connessione che è in grado di agganciarsi a una sede (5a) dell'elemento di presa dove detta estremità di connessione (2a) è prodotta per stampaggio in un unico pezzo con l'anima in metallo (2).

I numeri indicati in parentesi permettono di capire meglio quali sono le parti (o caratteristiche) oggetto della rivendicazione, con riferimento alla **Figura 4**. La rivendicazione concessa è invece riprodotta in **Figura 5**. Qui di seguito è possibile notare un confronto tra la rivendicazione della domanda di brevetto e quella concessa (con le eliminazioni barrate, e le aggiunte in grassetto).

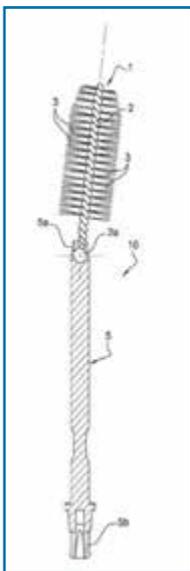


Figura 3 - Rivendicazione 1 della domanda di brevetto US 2018/0042362 A1
Figura 4 - Disegno tratto da US 2018/0042362 A1

The invention claimed is:
1. An applicator member for an applicator for applying a cosmetic product to eyelashes, said applicator member comprising:
 a metal core having a connecting end for connecting to a gripping member, said connecting end being shaped so as to form a joint head that is able to engage in a corresponding housing in the gripping member, wherein said connecting end is produced by molding in one piece with the metal core,
 wherein the metal core is comprised of at least two metal strands twisted together,
 wherein the joint head is a ball joint head, and
 wherein the connecting end has at least one orientation indexing element.

Figura 5 - Rivendicazione 1 di US 10,893,738

La rivendicazione concessa protegge:

Un elemento di applicazione (1) per un applicatore di un prodotto cosmetico in particolare per fibre cheratinose e specificamente per applicare del mascara alle ciglia l'elemento di applicazione comprendendo un'anima (2) in metallo dotata di una estremità di connessione (2a) a un elemento di presa (5) l'estremità di connessione (2a) essendo conformata in modo da formare una testa di connessione che è in grado di agganciarsi a una sede (5a) dell'elemento di presa dove detta estremità di connessione (2a) è prodotta per stampaggio in un unico pezzo con l'anima in metallo (2) **dove l'anima in metallo (2) comprende almeno due strisce di metallo arrotolate reciprocamente** **dove la testa di connessione è una giunto di connessione a sfera, e** **dove l'estremità di connessione ha almeno un elemento di indicizzazione dell'orientamento.**

In sostanza, la rivendicazione concessa (rispetto a quella della domanda) è stata limitata aggiungendo delle caratteristiche, e dunque specificando che:

- l'anima è formata da due strisce di metallo attorcigliate;
- l'elemento di connessione è una sfera;
- è presente un elemento di indicizzazione dell'orientamento che permette di montare il pennellino in una maniera orientata sull'asta, controllando così la "corsa" del pennellino.

Dal raffronto tra la richiesta di protezione presente nella domanda di brevetto e la protezione effettivamente concessa, si può notare che sono state introdotte molte limitazioni (ovvero delle caratteristiche aggiuntive), principalmente dovute al fatto che l'esaminatore ha rintracciato (durante l'esame) il documento anteriore USD273716 rappresentato in **Figura 6**, ovvero un design del 1984.

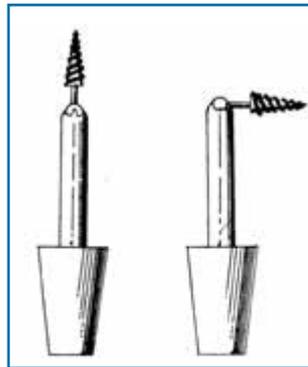


Figura 6 - Disegno tratto da USD273716 del 1984

Nella fase d'esame, che consiste in un contraddittorio tra il "titolare" della domanda di brevetto e l'esaminatore, il primo è stato obbligato a

restringere l'ambito di protezione richiesto proprio per differenziarsi dal vecchio documento del 1984 e riuscire a ottenere una concessione.

Ne risulta una limitazione di quello che è l'ambito di protezione concesso rispetto a quello inizialmente richiesto nella domanda di brevetto. In sostanza, la rivendicazione concessa contiene molte più caratteristiche che devono essere riprodotte affinché vi sia una possibile interferenza con la privativa.

In sostanza, uno scovolino per mascara interferirebbe con la privativa USA qui in analisi, solo ed esclusivamente se riproducesse tutte le caratteristiche della rivendicazione concessa, e, a maggior ragione, se venissero riprodotte anche quelle che sono state introdotte per ottenere la concessione.

Si è visto dall'analisi qui sopra come sia effettivamente importante leggere la versione corretta del documento brevettuale, ovvero quella concessa (e indicata con B, come già detto), per avere un'idea del possibile ambito di protezione di un brevetto. La lettura, invece, della domanda di brevetto, salvo rari casi in cui la protezione provvisoria e quella definitiva coincidono, risulta essere meno importante.

Più sopra si è confrontata la domanda di brevetto USA con il corrispondente brevetto concesso, sempre in USA, al fine di dimostrare come l'ambito di protezione possa differire anche in modo sostanziale fra un documento in fase di domanda e uno concesso. Inoltre, si è visto come, durante l'esame, l'ambito di protezione di un brevetto possa cambiare anche in maniera molto importante, proprio per superare eventuali documenti anteriori rintracciati dall'esaminatore in fase d'esame. Analizzando altri membri della famiglia brevettuale (sempre presenti sul database europeo), è possibile rendersi conto di come gli esami brevettuali possano procedere in modi sostanzialmente diversi anche da Paese a Paese. Prendiamo ad esempio il testo della privativa europea EP3261484 B1, che è parte della

stessa famiglia del brevetto USA qui analizzato. Anche in Europa il brevetto è giunto a concessione, in questo caso con la rivendicazione 1 riprodotta in **Figura 7**.

È quindi concessa la protezione per un:

Elemento di applicazione (1) per un applicatore di un prodotto cosmetico, in particolare per fibre cheratinose, e specificamente per applicare del mascara alle ciglia

l'elemento di applicazione comprendendo un'anima (2) in metallo dotata di una estremità di connessione (2a) a un elemento di presa (5),

l'anima (2) di metallo essendo prodotta attorcigliando almeno due fili di metallo assieme,

l'estremità di connessione (2a) essendo conformata in modo da formare una testa di connessione che è in grado di agganciarsi a una sede (5a) dell'elemento di presa,

caratterizzato dal fatto che

l'estremità di connessione (2a) è prodotta per stampaggio in un unico pezzo con l'anima in metallo (2).

Rispetto alla domanda di brevetto europea (che ha la stessa rivendicazione della domanda di brevetto USA), è stato sufficiente introdurre delle limitazioni meno severe (le caratteristiche in grassetto) di quelle introdotte in USA per ottenere una concessione del brevetto europeo.

Ne risulta che il brevetto europeo concesso per questo trovato ha un ambito di protezione più ampio rispetto a quello del brevetto sullo stesso trovato concesso in

Claims

1. Applicator member (1) for an applicator for applying cosmetic product, in particular to keratin fibres, and notably for applying mascara to the eyelashes, said applicator member comprising a metal core (2) having an end (2a) for connecting to a gripping member (5), the metal core (2) being produced by twisting at least two metal strands together, said connecting end being shaped so as to be able to form a joint head that is able to engage in a corresponding housing in the gripping member, **characterized in that said connecting end is produced by moulding in one piece with the metal core.**

Figura 7 - Rivendicazione 1 di EP3261484 B1

USA, proprio perché contiene meno “caratteristiche” che dovrebbero essere riprodotte per sostenere un’interferenza.

Per questo motivo, è sempre utile svolgere un’analisi brevettuale che sia più completa ed estesa possibile, tenendo anche conto del fatto che la procedura d’esame può dare anche esiti sostanzialmente diversi, a seconda degli approcci utilizzati dai diversi Uffici Brevetti demandati all’esame della domanda.



COSMOFARMA®
EXHIBITION
La sinergia al centro



**INCONTRI
RIAVVICINATI**
13 • 15 MAGGIO 2022
BOLOGNA



Progetto e direzione

BOS

Bologna Fiere | Senaf
BOS srl
T. +39 051 325511

In collaborazione con



tecniche nuove



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Con il patrocinio di



Federazione Ordini
Farmacisti Italiani



ennevò



federfarma



Unione Tecnica Italiana Farmacisti

Il **13 Maggio** in contemporanea con



EXPOSANITA'
MED • CARE • INNOVATION

11 - 13 maggio 2022



www.cosmofarma.com • info@cosmofarma.com



Competenze e futuro

Le skill emergenti nel post pandemia per le aziende del settore Beauty

Nel primo anno di pandemia, tra chiusure e mascherine, l'industria cosmetica si è classificata al terzo posto nelle esportazioni.

La pandemia ha ritardato la crescita di alcuni comparti ma, come risulta dai dati del centro studi e cultura d'impresa di Cosmetica Italia, vi sono indicatori di una buona ripresa con previsione di numeri superiori nel 2022 a quelli del 2019. Quindi l'industria Beauty avrà un continuo e costante bisogno di personale.

Tenendo conto dei cambiamenti che ci hanno coinvolto negli ultimi due anni di pandemia e che hanno drasticamente modificato le nostre abitudini, non solo cosmetiche (pensiamo alle donne che hanno iniziato a truccarsi meno e preferire prodotti facili da utilizzare e dall'effetto naturale) ma anche legate al mondo del lavoro, stiamo affrontando una serie di nuove richieste da parte di aziende che ricercano personale.

Job On Beauty, in qualità di recruitment company che opera a stretto contatto con le aziende della filiera cosmetica, sta constatando, infatti, la nascita di nuove figure professionali e di nuove skill ormai imprescindibili per poter operare nella filiera.

Trasformazione digitale

Pensiamo al mercato digitale che con la pandemia ha avuto una notevole accelerazione, arrivando a stabilire la modalità online come la via principe della distribuzione dei prodotti.

Oggi si deve porre sempre più attenzione alla comunicazione e alle vendite via web, nell'ottica di stabilire un rapporto diretto e immediato tra azienda e consumatore; questo aspetto porterà a internalizzare alcune figure, tra cui il social media manager, il new media manager e il digital PR.

Il ruolo del mercato digitale è diventato sempre più importante rispetto al passato. La vita media di un prodotto era stimata di 1 anno -1 anno e mezzo circa: questo tempo si è attualmente ridotto, in quanto oggi ci sono prodotti che vivono giusto il tempo di lancio e devono essere poi sostituiti. Quindi le aziende e di conseguenza i nuovi manager devono avere skill quali la capacità di lettura dei dati e di previsione, e la capacità di trasformarli rapidamente in ricerca e sviluppo, con piani radicalmente differenti rispetto al passato.

Anche la cooperazione trasversale tra le aziende ha un ruolo chiave nella distribuzione dei prodotti: i nuovi manager devono

di **SILVIA LOVAGNINI**

CEO Job On Beauty, società di ricerca e selezione di personale qualificato Beauty & Healthcare
silvia.lovagnini@jobonbeauty.com

saper condividere all'interno del team e gestire la collaborazione tra manager di altre aziende lungo tutta la filiera.

Nuovi manager

Le priorità dei manager diventano in questo momento prevenzione sanitaria, riorganizzazione continua e analisi dei dati, utilizzando una comunicazione efficace come leva strategica per gestire la crisi e il post pandemia. I manager in azienda non dovrebbero vedere la pandemia solo come evento negativo, ma come un'insolita opportunità di spingere l'adozione di nuove tecnologie e di riportare le basi con una maggior attenzione alla sostenibilità green. Il processo di rendere il lavoro a distanza davvero smart, intelligente, è avviato. Che cosa può fare in quest'ottica un manager?

- stimolare i collaboratori a lavorare per obiettivi e non per compiti;
- ottimizzare l'efficienza del lavoro a distanza usando KPI e strumenti analitici in grado di misurare la salute dell'azienda;
- riprogettare l'esperienza dei collaboratori.

Anche le competenze che saranno richieste dai manager dopo la pandemia cambieranno notevolmente: assumeranno un peso sempre più importante le soft skill, ossia le competenze trasversali che destabilizzeranno le hard skill. Le soft skills sono quelle competenze che raramente sono acquisite in un percorso di studi, ma sono generalmente il risultato di esperienze e interessi personali che possiamo applicare e trasferire da un contesto a un altro e al nostro team; ad esempio, sono la capacità di comunicazione, di organizzazione, di problem solving, capacità decisionali e di gestione delle situazioni che durante la pandemia sono radicalmente cambiate.

Ma anche la capacità di condivisione: rimettiamo la persona al centro di tutto. La pandemia ha messo in luce la debolezza di un sistema economico basato esclusivamente sulla produttività a scapito delle relazioni. Condividere problemi, soluzioni, punti di vista è una delle skill che nel post pandemia le aziende tenderanno a ricercare nella scelta dei propri manager. Ciò che distinguerà un'impresa da un'altra e/o un manager da un altro è la creatività delle persone. La tecnologia non è tutto: il focus rimane sulla persona. Oggi più che mai bisogna saper valutare anche questo aspetto durante un colloquio di lavoro.

Mentre pochi anni fa le competenze digitali/tecnologiche erano in qualche modo considerate ancora un "plus", attualmente sono invece considerate basilari per ricoprire il ruolo di manager.

Il digitale è diventato un alleato di cui non si potrà più fare a meno. Pertanto, se ancora prima che si verificasse questa situazione la trasformazione digitale era un processo inevitabile per tutte le imprese, ora è divenuta una realtà imprescindibile se si vuole rimanere competitivi sul mercato.

La pandemia ha costretto le industrie ad affrontare una trasformazione digitale, se non già attuata: il lavoro a distanza, la robotica, l'intelligenza artificiale e l'e-commerce. Nel nostro caso, come società di recruitment, abbiamo da tempo implementato l'e-learning e l'e-recruitment, che

sono diventate soluzioni vitali e ormai attuali e disponibili. Tutto nell'ottica di essere rapidi ed efficaci nel proprio settore.

Nuovi ruoli

Nell'ottica di rispondere in modo rapido e mirato alla necessità di sostenibilità legata al concetto green, esigenza sempre più presente anche nei consumatori finali, constatiamo nelle aziende della filiera cosmetica un bisogno crescente di conoscere i dati di impatto a livello ambientale, sociale ed economico: emerge l'esigenza del "sustainability manager".

Nelle aziende commerciali le figure tecniche si stanno evolvendo ormai da tempo e con la pandemia l'accelerazione è evidente: l'evoluzione sta nei consulenti per il punto vendita. Il focus è sul rapporto diretto con il consumatore finale, sempre più attento e consapevole nella scelta e sulla qualità dei prodotti. Nelle aziende di produzione, invece, i profili tecnici si evolveranno in profili multidisciplinari, con un focus sull'efficienza e ottimizzazione dei processi; con la nascita di figure professionali emergenti quali il "data analyst" per l'analisi dei dati e l'implementazione di nuovi modelli di business, e il "cost engineer" per l'ottimizzazione dei processi. In sintesi, le industrie devono tener conto dell'evoluzione rapida di questi temi e devono essere pronte a cambiare in tempi brevi, per rispondere in maniera profittevole alle richieste di un mercato che si muove sempre più velocemente.

INGREDIENTI

BIOCHIM - RAHN AG



DEFENSIL[®] - PLUS

Pronto soccorso
per pelle infiammata



Esiste un ampio spettro di attributi associati alla definizione di pelle sensibile: irritata, stressata, intollerante, irritabile, reattiva o iperreattiva. Nella maggior parte dei casi la cute appare rossa, calda e può prudere, il che può significare che è, o era, esposta a processi infiammatori.

Molti sono i fattori che possono causare uno stato irritativo della pelle. I trigger possono avere origine dall'esterno, come stimoli fisici (esposizione ai raggi UV, clima, rasatura) e sostanze chimiche (detergenti, allergeni), o all'interno, come stress psicologico, fattori ormonali e alcune situazioni patologiche (psoriasi, dermatite atopica o couperose).

Come si può osservare nella **Figura 1**, questi fattori possono causare un danno cellulare con conseguente rilascio di segnali di allarme (leucotrieni, prostaglandine), dando origine alle prime fasi dell'infiammazione. A questo punto i granulociti rilasciano sostanze messaggere che attraggono.

ulteriori cellule immunitarie (ad esempio ROS e interleuchine) e causano una vasodilatazione dei capillari, con un conseguente rossore della zona interessata. È in questo momento che la risposta immunitaria e infiammatoria è massima. A questo sussegue la fase di riparazione e rigenerazione tissutale.

Più complicata è la risposta infiammatoria cronica (**Fig.2**). Le cause di questa condizione possono essere molteplici: una stimolazione continua del sistema immunitario, un'incapacità del corpo di risolvere lo stato infiammatorio o una pelle ipersensibile con una barriera cutanea compromessa.

L'infiammazione cronica può creare una sensazione costante di disagio, che porta le persone che ne soffrono a reagire in modo eccessivo agli stress. Questo innesca un circolo vizioso: l'infiammazione provoca prurito e graffi, che aggravano la condizione danneggiando ulteriormente la barriera cutanea.

Studi dei principali mercati cosmetici mostrano come circa il 60%

delle donne e il 40% degli uomini considera la propria pelle sensibile, che può avere una forte influenza sulla qualità della vita di un individuo. Questo è altresì dimostrato dall'ampiezza e multiformità dei prodotti cosmetici destinati a pelli sensibili che si trovano sul mercato: prodotti per il viso e il corpo, dalla cura del bambino ai cosmetici anti-età, dal cuoio capelluto alla cura dei piedi. Con gli ingredienti giusti, la pelle sensibile può trovare effettivo giovamento, con un ritrovato senso di benessere e un significativo miglioramento della qualità della vita delle persone colpite.

DEFENSIL®-PLUS, prodotto da **RAHN AG** e distribuita in Italia da **Biochim**, è il "kit di pronto soccorso" altamente efficace per donare sollievo alla pelle stressata, sensibile e irritabile. Le proprietà eccezionali dell'olio di semi di ribes nero e l'estratto di vite a palloncino, in combinazione con un concentrato di olio di girasole, riduce efficacemente i processi infiammatori e aiuta a ricostituire la barriera cutanea danneggiata.

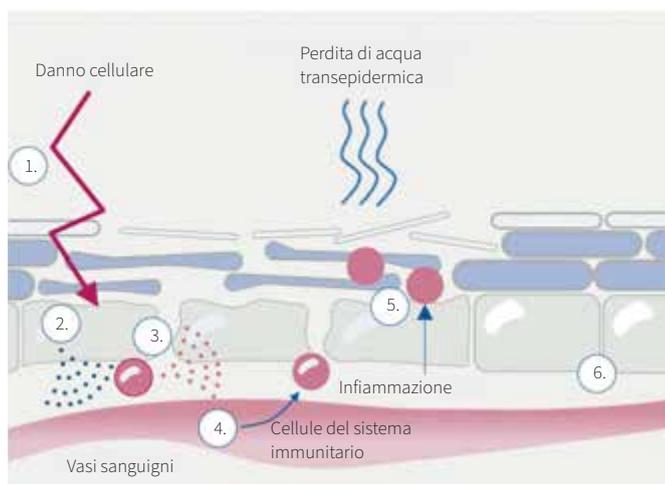


Figura 1 - L'infiammazione acuta provoca alterazioni visibili nell'aspetto della pelle. Il danno cellulare (1) provoca il rilascio di mediatori dell'infiammazione da parte dei cheratinociti (2). I granulociti stimolati rilasciano citochine difensive e messaggere (3). Queste reclutano cellule immunitarie con l'aiuto della vasodilatazione (4). Il risultato è arrossamento, gonfiore e un danno alla barriera cutanea (5), manifestazioni dell'infiammazione (6).

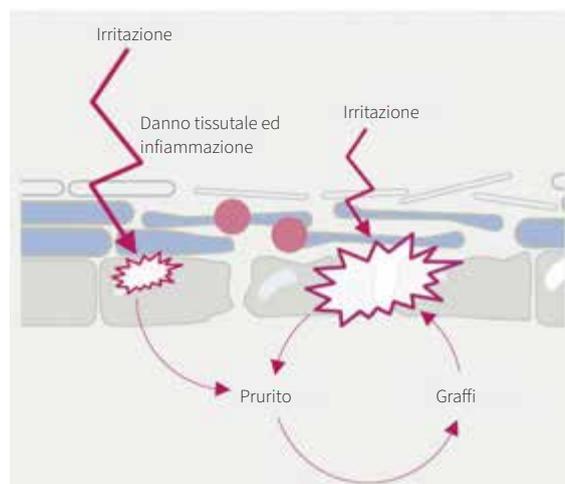


Figura 2 - Il circolo vizioso dell'infiammazione cronica. Uno stimolo provoca un danno e l'infiammazione dei tessuti. Questo provoca prurito e voglia di grattarsi. Il tessuto e la pelle sono ulteriormente danneggiati dai graffi, portando a un aumento dell'infiammazione, prurito e ancora maggiore sensibilità. Più la pelle è sensibile, minore è lo stimolo iniziale necessario per avviare il circolo vizioso.

Composizione e Specifiche tecniche

Le caratteristiche tecniche di DEFENSIL®-PLUS (nome INCI: Octyl-dodecanol, Ribes Nigrum Seed Oil, Helianthus Annuus Seed Oil Unsaponifiables, Cardiospermum Halicacabum Flower/Leaf/Vine Extract, Tocopherol, Helianthus Annuus Seed Oil, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract) sono riportate in **Tabella 1**.

DEFENSIL®-PLUS deve le sue proprietà all'azione sinergica di tre ingredienti: l'estratto di *Cardiospermum halicacabum*, o vite a palloncino; l'insaponificabile dell'olio di girasole e l'olio di ribes nero.

Cardiospermum halicacabum è una pianta rampicante tropicale, tradizionalmente utilizzata in Europa nella medicina naturale e omeopatica.

L'olio estratto dalla vite a palloncino è ricco di fitosteroli (β -sitosterolo, campesterolo, stigmasterolo) e triterpeni (glutinone, β -amyrenone, β -amyrin), le cui proprietà antinfiammatorie e di radical scavenger sono particolarmente interessanti.

Tabella 1 - Caratteristiche tecniche di DEFENSIL®-PLUS

Caratteristiche organolettiche	
Aspetto	Olio liquido
Colore	Verde oliva
Odore	Caratteristico
Caratteristiche chimico-fisiche	
Viscosità	Liquido leggermente viscoso
Indice di rifrazione	1,450 – 1,470
Densità (g/ml)	0,850 – 0,865
Contaminanti	
Metalli pesanti (ppm)	< del limite di rilevamento
Pesticidi	< del limite di rilevamento
Caratteristiche microbiologiche	
Conta microbica aerobica totale (UFC/g)	<100
Lieviti e muffe (UFC/g)	<100
<i>P. aeruginosa</i>	Assenti
<i>S. aureus</i>	Assenti
<i>C. albicans</i>	Assenti
<i>E. coli</i>	Assenti
Conservazione	
Conservare a temperature preferibilmente comprese tra 15 e 22°C, in luogo asciutto e al riparo dalla luce Shelf-life: 24 mesi	

Per evitare trasporti a lunghe distanze, è utilizzato un *Cardiospermum* coltivato in Germania.

L'insaponificabile dell'olio di girasole ha un'interessante composizione caratterizzata da un'alta percentuale di fitosteroli, che gli conferisce un eccellente effetto lenitivo sulla pelle, e dall'elevata presenza di vitamina E e squalene, i quali contribuiscono alla sua funzione di rigenerazione e cura della pelle.

L'olio di ribes nero è caratterizzato da un contenuto estremamente elevato di acidi grassi polinsaturi semi-essenziali (acido linoleico, acido γ -linolenico, acido α -linolenico e acido stearidonico). In particolare, è uno degli oli naturali con il più alto contenuto di acido γ -linolenico.

Tali acidi grassi sono importanti per la funzione barriera della pelle, vista la loro grande importanza come lipidi intercellulari nello strato corneo, sia liberi che legati nelle ceramidi.

L'effetto antinfiammatorio dell'olio di ribes nero è dovuto alla sua capacità di promuovere la formazione di specifiche citochine antinfiammatorie e, allo stesso tempo, ridurre i leucotrieni pro-infiammatori.

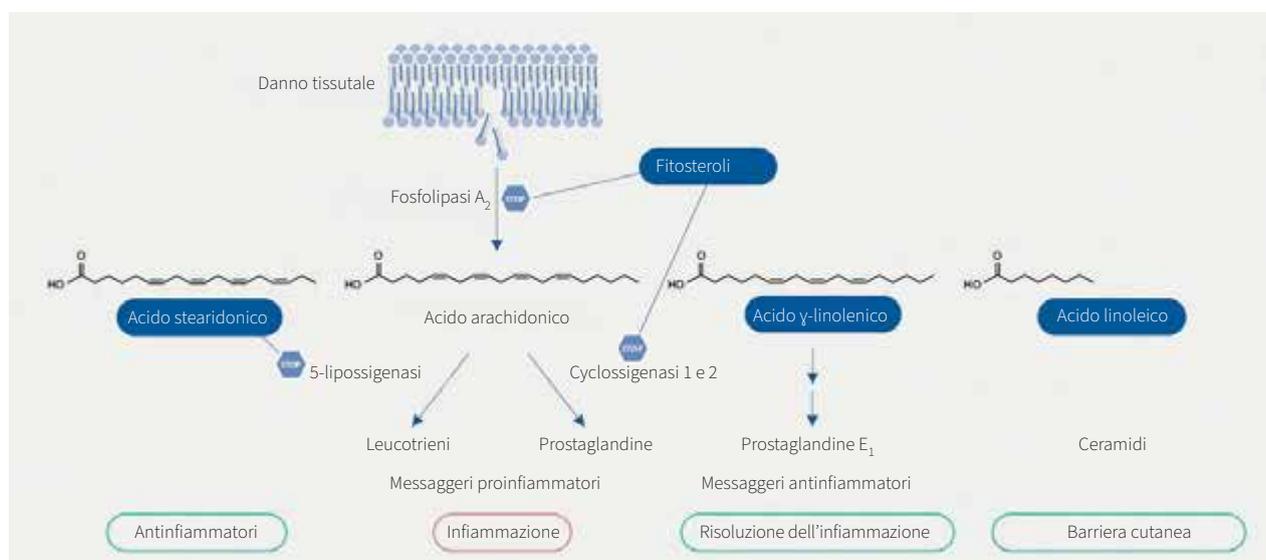


Figura 3 - Gli acidi grassi coinvolti nell'infiammazione e nella sua risoluzione. L'acido arachidonico funge da substrato per la formazione di alcuni mediatori pro-infiammatori dopo il rilascio di fosfolipasi A2 dai tessuti danneggiati. I fitosteroli e gli acidi grassi insaturi presenti in DEFENSIL®-PLUS possono attenuare l'infiammazione inibendo gli enzimi pro-infiammatori e tramite il rafforzamento della barriera cutanea

Meccanismo d'azione

I processi biochimici coinvolti nella reazione infiammatoria nella pelle sono ben noti (**Fig.3**).

A seguito di danni a cellule o tessuti, il corpo rilascia acido arachidonico come molecola segnale. Infatti, è una molecola precursore di numerosi leucotrieni e prostaglandine: messaggeri pro-infiammatori.

I leucotrieni sono prodotti con l'aiuto dell'enzima 5-lipossigenasi, mentre le prostaglandine sono sintetizzate tramite cicloossigenasi. Se questi enzimi sono inibiti, la reazione infiammatoria è notevolmente ridotta.

L'inibizione del processo può avvenire anche più a monte, ovvero prevenendo la produzione di acido arachidonico. Per farlo è necessario che l'enzima fosfolipasi A2 (che rilascia acido arachidonico dai lipidi di membrana) sia inibito.

I fitosteroli, presenti in DEFENSIL®-PLUS, possono ridurre l'infiammazione inibendo tali enzimi pro-infiammatori di entrambe le fasi di infiammazione descritte, con un'azione cortisone-simile.

Per prevenire che si verifichino tali reazioni, è importante rafforzare la barriera cutanea con acidi grassi insaturi essenziali. Gli acidi grassi omega-6 come l'acido linoleico possono essere assorbiti dalla barriera cutanea e convertiti in preziose ceramidi.

L'acido linoleico è uno degli acidi grassi più importanti per la pelle, poiché una sua carenza può provocare la formazione di una quantità insufficiente di ceramide I (la ceramide I è strutturalmente un estere dell'acido linoleico). La ceramide I è fondamentale per la corretta di-

sposizione e stabilizzazione delle lamelle lipidiche intercellulari, e quindi importante per una funzionale barriera cutanea.

L'acido γ -linolenico, inoltre, può anche essere convertito in citochine antinfiammatorie, aiutando a risolvere le infiammazioni esistenti. L'acido stearidonico, poiché inibisce la 5-lipossigenasi, può ridurre la quantità di leucotrieni che causano infiammazione.

Tali fitosteroli e acidi grassi essenziali si ritrovano nel profilo fitochimico di DEFENSIL®-PLUS, che aiuta, quindi, a rafforzare la barriera cutanea e ridurre e prevenire reazioni infiammatorie già esistenti.

Efficacia

DEFENSIL®-PLUS è un "kit di pronto soccorso" altamente efficace per donare sollievo alla pelle stressata, sensibile e irritabile. Le proprietà eccezionali dei suoi ingredienti riducono efficacemente l'infiammazione e reintegrano la barriera cutanea danneggiata.

DEFENSIL®-PLUS riduce le reazioni allergiche (studio in vitro), risolve le reazioni infiammatorie (studio in vitro), migliora la qualità della vita delle persone affette da dermatite atopica (studio in vivo), riduce la gravità della couperose (studio in vivo), protegge e rigenera la barriera cutanea danneggiata (studio in vivo), riduce i danni ai tessuti risultanti da punture di zanzara (studio in vivo), lenisce la pelle dopo la rasatura ed epilazione (studio in vivo).

Studi in vitro

Riduce le reazioni allergiche

Un'allergia è una reazione immunologica eccessiva: in un soggetto

allergico si verifica una reazione immunitaria in conseguenza di molecole innocue (indicati come antigeni o allergeni) che il sistema immunitario, però, considera erroneamente minacciose o esogene.

Il contatto con un allergene, in genere, avvia un rilascio massiccio di mediatori infiammatori immediati (ad esempio istamina) attraverso mastociti e basofili. Questo processo è chiamato degranulazione, che alla fine porta a una reazione allergica caratterizzata da prurito, bruciore, gonfiore, ecc.

Per dimostrare che il trattamento con DEFENSIL®-PLUS porta a una riduzione delle reazioni allergiche, è stato effettuato un test di attivazione dei basofili. Il numero di basofili degranulati in seguito all'incubazione con un allergene è stato determinato utilizzando la citometria a flusso (FACS).

Nei basofili pretrattati con 0,05% DEFENSIL®-PLUS prima dell'aggiunta dell'agente irritante (l'allergene fMLP), la degranulazione è stata significativamente ridotta, fino al 73% in meno rispetto alla condizione stimolata e fino al 44% in meno rispetto al veicolo di controllo (**Fig.4**). Dati i risultati del test, si può quindi presumere che il pretrattamento con DEFENSIL®-PLUS prevenga le reazioni allergiche: i basofili rilasciano meno mediatori infiammatori e quindi le reazioni allergiche saranno di minore intensità.

Risolve le reazioni infiammatorie

Le interleuchine sono i mediatori di comunicazione che il corpo usa per consentire la comunicazione tra le cellule del sistema immunitario e le altre cellule coinvolte nella reazione immunitaria.

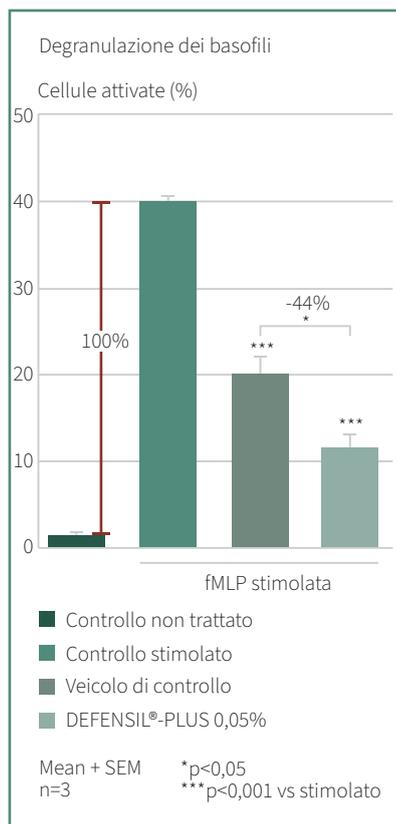


Figura 4 - Degranulazione dei basofili

La IL-1 α è la principale sostanza di segnalazione pro-infiammatoria che orchestra l'accensione iniziale delle reazioni infiammatorie locali, ovvero la formazione di ulteriori interleuchine pro-infiammatorie/citochine e il reclutamento di cellule immunitarie nel tessuto infiammato.

Il seguente test in vitro è stato effettuato per esaminare la capacità di DEFENSIL®-PLUS di risolvere la reazione infiammatoria dei cheratinociti in un ambiente pro-infiammatorio.

Cheratinociti umani sono stati incubati con lo 0,0025% di alcuni degli ingredienti presenti in DEFENSIL®-PLUS (olio di semi di ribes nero, estratto di *Cardiospermum*).

Subito dopo, le cellule sono state stimulate con IL-1 α ; dopo 24 ore il contenuto di mediatori dell'infiammazione (IL-1 α , IL-1 β e IL-8) è stato quantitativamente determinato,

tramite citometria a flusso (analisi FACS).

L'aggiunta di estratto di *Cardiospermum* e di olio di semi di ribes nero ha ridotto la formazione di mediatori dell'infiammazione a seguito dell'induzione con IL-1 α . Olio di semi di ribes nero, in particolare, ha azzerato la produzione di IL-1 β e inibito fortemente quella di IL-8.

Si può, quindi, presumere che il pretrattamento con DEFENSIL®-PLUS allevierà la pelle stressata da condizioni infiammatorie, particolarmente persistenti nelle pelli sensibili (**Fig.5**).

Studi in vivo Migliora la qualità della vita delle persone affette da dermatite atopica

L'eczema atopico, noto anche come "dermatite atopica" o "neurodermite", è la malattia della pelle più comune. Si tratta di una reazione infiammatoria cronica della pelle che si presenta a intermittenza.

Per valutare l'efficacia di DEFENSIL®-PLUS su soggetti con dermatite atopica, è stato valutato, da un dermatologo, la riduzione dello SCORAD locale; nonché il prurito e la qualità della vita, dai soggetti.

Lo SCORAD è utilizzato come metodo standardizzato per la valutazione della gravità generale dell'eczema atopico e si è dimostrato utile come parametro per il follow-up negli studi clinici.

Lo studio è stato effettuato su 26 donne e 8 uomini, con un'età media di 32 anni, ai quali è stato chiesto di applicare un'emulsione contenente il 3% di DEFENSIL®-PLUS due volte al giorno per due settimane.

Lo SCORAD locale di partenza era pari a 7,03 ed è sceso a 4,44 (-37%) dopo soli 7 giorni di utilizzo. Dopo

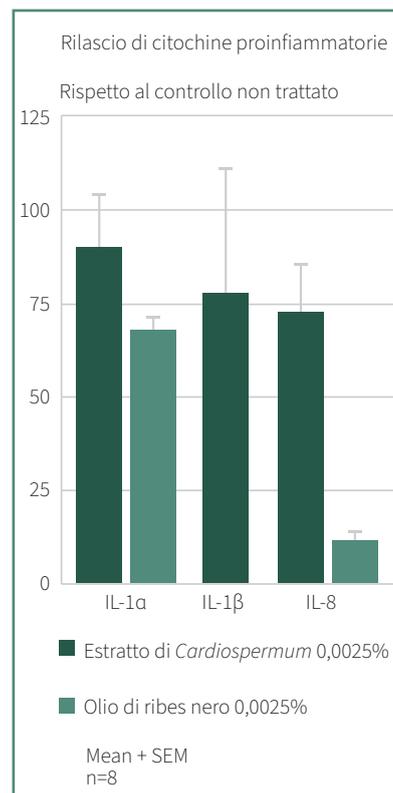


Figura 5 - Rilascio di citochine proinfiammatorie

14 giorni di utilizzo era già 3,74 (-47%) e al di sotto della soglia che identifica una pelle come atopica. In particolare, è stata notata una riduzione del prurito (**Figg.6,7**).

L'efficacia di DEFENSIL®-PLUS è stata, altresì, evidenziata dalla netta diminuzione degli effetti negativi della dermatite atopica sulla qualità della vita: in media sono ridotti fino al 40% (**Fig.8**).

Riduce la gravità della couperose

Lo scopo dello studio era dimostrare che DEFENSIL®-PLUS può influenzare positivamente la gravità della couperose, una forma precoce di rosacea. Il termine "couperose" denota una persistente dilatazione e un rilassamento dei vasi sanguigni nella regione facciale. Tale condizione è caratterizzata da un tipico colorito rosso rame e può presentare piccoli vasi sanguigni visibili (telangiectasia)

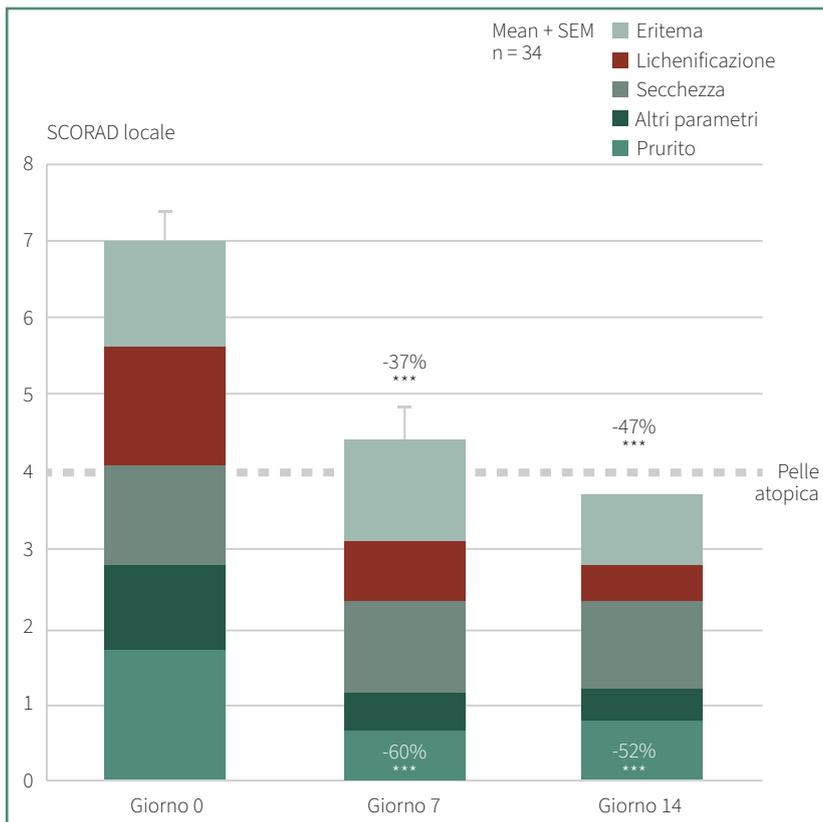


Figura 6 - DEFENSIL®-PLUS porta a una riduzione dello SCORAD locale

soprattutto nella zona delle guance, ma anche sul naso o sulla fronte. Se il danno progredisce, esso può portare a una grave alterazione infiammatoria dei vasi sanguigni, nota anche come “rosacea”. È stato effettuato uno studio randomizzato in doppio cieco, controllato con placebo, su metà lato del viso. Sono stati coinvolti 20 individui che presentavano couperose: 18 donne

e 2 uomini, con età media di 49 anni. È stato chiesto loro di applicare su metà viso un'emulsione contenente il 3% di DEFENSIL®-PLUS (0% nel placebo) due volte al giorno per sei settimane. Le condizioni della pelle sono state valutate da un dermatologo, mentre la determinazione del rossore cutaneo è stata effettuata attraverso l'uso di un colorimetro.

Dopo appena tre settimane, il dermatologo ha confermato un miglioramento significativo e dopo 6 settimane la gravità dei parametri cutanei visibili e percettibili (grado di arrossamento, grado di infiammazione e generale aspetto esteriore) era praticamente dimezzata (**Fig.9**).

Risultati confermati anche dalla misurazione strumentale del rossore della pelle: il grado di arrossamento della pelle era notevolmente diminuito entro 3 settimane.

Protegge e rigenera la barriera cutanea danneggiata

Per dimostrare l'effetto protettivo di DEFENSIL®-PLUS rispetto a irritazioni cutanee, è stato utilizzato il Sodium Lauryl Sulphate (SLS), un detergente che disturba la barriera epidermica. La gravità dell'irritazione è stata valutata attraverso la misurazione dell'arrossamento della pelle e della TEWL. Per studiare le proprietà protettive di DEFENSIL®-PLUS, i soggetti hanno applicato un'emulsione contenente l'1%, il 2% o il 4% DEFENSIL®-PLUS agli avambracci per una settimana. Dopo di che, è stato loro chiesto di continuare l'applicazione dei rispettivi prodotti e di lavare gli avam-

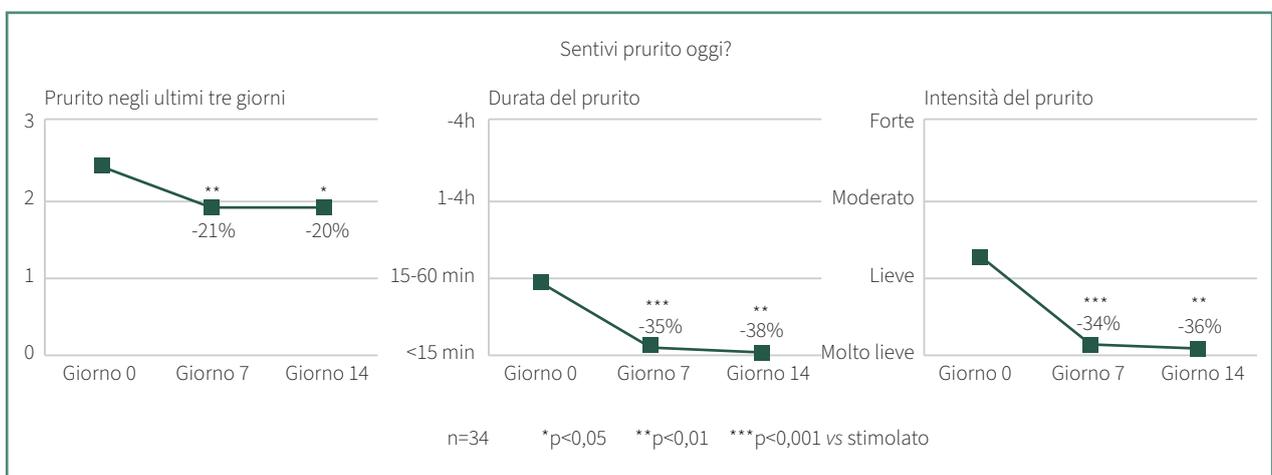


Figura 7 - DEFENSIL®-PLUS riduce in maniera significativa il prurito

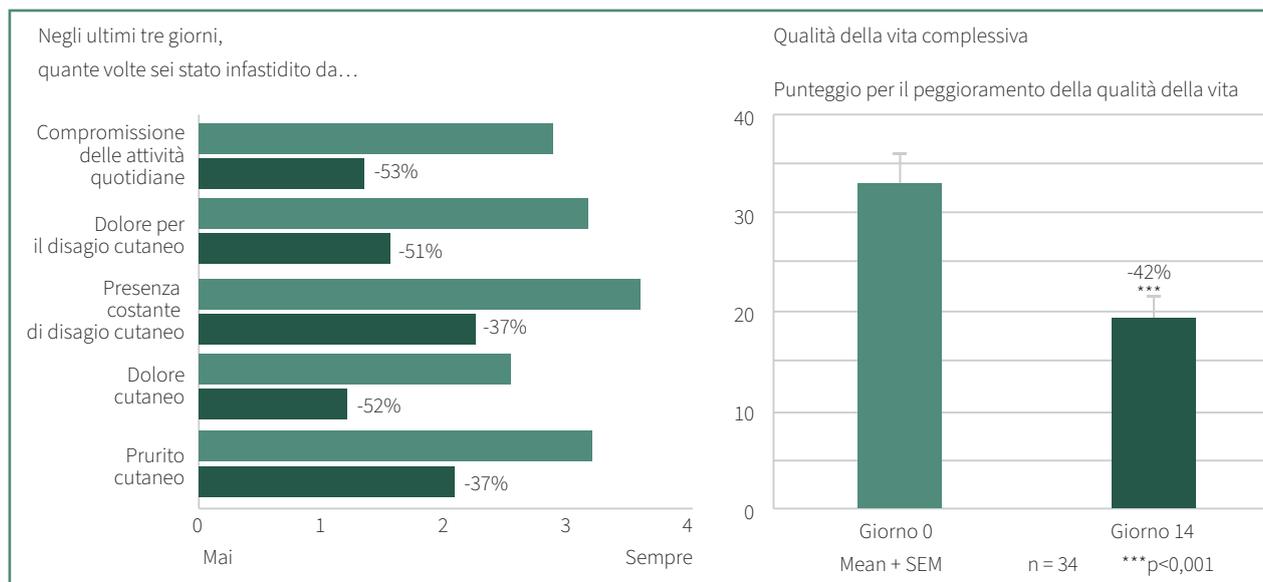


Figura 8 - DEFENSIL®-PLUS migliora la qualità della vita

bracci con 5% SLS, dopo un'ora dall'applicazione dell'emulsione, per un'ulteriore settimana.

Il rossore cutaneo e la TEWL sono stati determinati prima e dopo ciascuna fase di trattamento/lavaggio SLS.

Dopo il lavaggio con SLS, è stato osservato un aumento del rossore nelle aree non trattate. È stata determinata una riduzione significativa del rossore nelle zone trattate con il 2% e il 4% di DEFENSIL®-PLUS rispetto alla zona di controllo non trattata (**Fig.10**).

Il lavaggio SLS ha prevedibilmente

causato un aumento della TEWL. Il danno alla barriera è stato significativamente meno pronunciato nelle zone trattate con il 2% e il 4% di DEFENSIL®-PLUS (**Fig.10**).

Riduce i danni ai tessuti risultanti da punture di zanzara

Le punture di insetti provocano spiacevoli reazioni infiammatorie o allergiche caratterizzate da gonfiore e prurito.

La *Culex pipiens*, che si trova in tutto il mondo, è il tipo di zanzara più comune in Europa. Poco tempo dopo il morso, si verifica una reazione allergica limitata all'area del morso; questa reazione è causata dalle proteine iniettate dalla zanzara nella zona di aspirazione, finalizzate a prevenire la coagulazione del sangue.

Il sistema immunitario rilascia mediatori pro-infiammatori, come l'istamina, e provoca una reazione infiammatoria locale per un certo numero di ore. La reazione si manifesta come gonfiore visibile nel punto di iniezione e, spesso, prurito. I soggetti hanno teso il braccio per 3 minuti in una gabbia contenente

oltre 100 femmine di zanzara *Culex pipiens*, con conseguenti 9-14 morsi. Non appena i primi sintomi sono diventati evidenti, è stata applicata un'emulsione il 5% di DEFENSIL®-PLUS o 0% DEFENSIL®-PLUS (placebo).

Dopo mezz'ora, quando il gonfiore era massimo, sono stati definiti i confini del rigonfiamento e sono state scattate delle fotografie. L'area del rigonfiamento è stata misurata tramite software di analisi.

Il test ha dimostrato come il trattamento con DEFENSIL®-PLUS, applicato subito dopo il morso di zanzara, ha portato a un marcato sollievo dell'infiammazione e ha ridotto il gonfiore fino al 35% in meno.

Lenisce la pelle dopo la rasatura ed epilazione

Questo studio è stato messo in atto per dimostrare che l'applicazione di DEFENSIL®-PLUS previene o riduce l'irritazione da rasoio.

Rasatura viso uomo: sebbene la pelle sia abituata a una regolare e sempre identica rasatura, reagisce a



Figura 9 - DEFENSIL®-PLUS migliora visibilmente il rossore in pelle con couperose

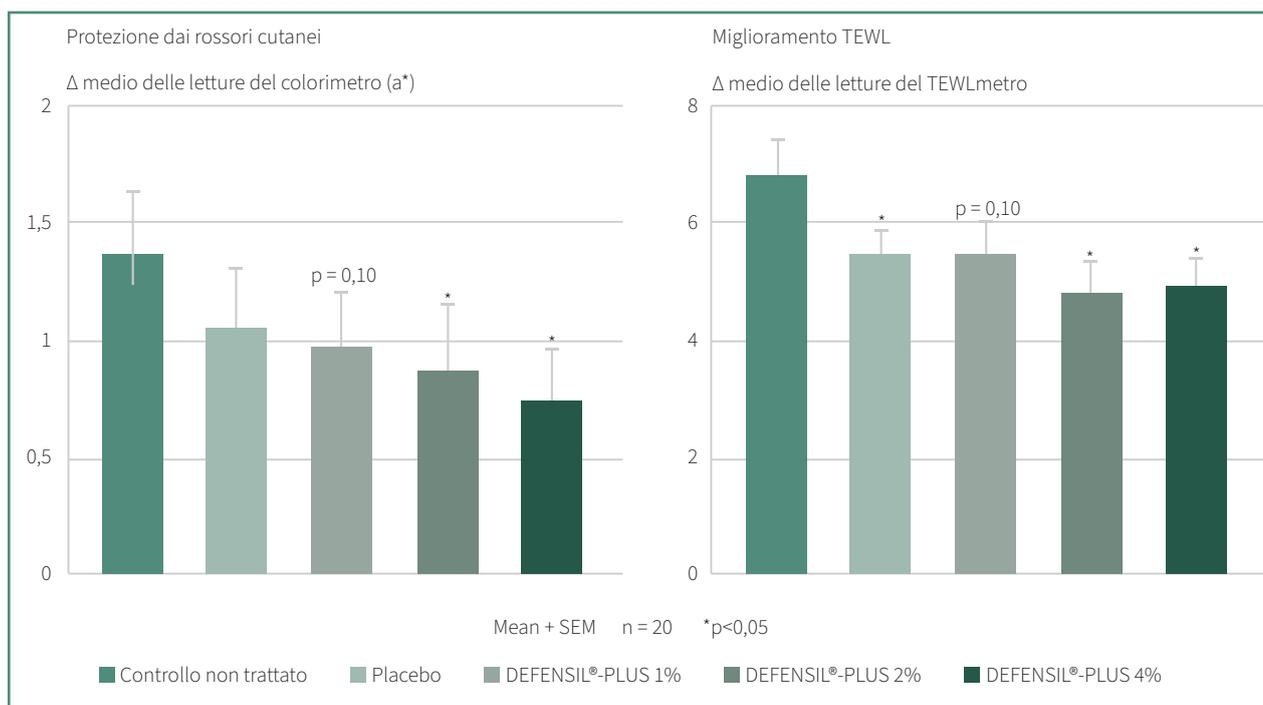


Figura 10 - DEFENSIL®-PLUS riduce gli arrossamenti e protegge la barriera cutanea

questo stimolo irritativo con arrossamento e aumento della temperatura (circa +0,5°C dopo la rasatura). Generalmente, l'irritazione da rasoio si presenta nella sua forma più grave dopo 10-20 minuti dalla rasatura e gradualmente migliora.

Un'unica applicazione di un'emulsione contenente il 5% di DEFENSIL®-PLUS lenisce immediatamente la pelle e riduce le irritazioni e il riscaldamento della pelle quasi completamente.

Utilizzando DEFENSIL®-PLUS quotidianamente, l'effetto lenitivo sulla pelle è ancora più pronunciato: la pelle del viso tenderà a manifestare una tendenza all'irritazione da rasatura decisamente più bassa.

Epilazione gambe nelle donne:

anche l'epilazione delle gambe può causare un'irritazione della pelle, non dissimile dall'irritazione da rasoio, vista precedentemente.

Il test è stato effettuato mediante un pretrattamento, di una settimana, con un'emulsione contenente il 3%

di DEFENSIL®-PLUS su una gamba e placebo sull'altra gamba. L'ultima applicazione è stata effettuata nella sera precedente l'epilazione delle gambe. L'epilazione è stata eseguita la mattina successiva, a cui ha fatto seguito un'ulteriore applicazione di DEFENSIL®-PLUS o di placebo. Le irritazioni cutanee sono state documentate fotograficamente dieci minuti dopo.

DEFENSIL®-PLUS ha reso più confortevole e delicata l'epilazione delle gambe. La gamba trattata con il 3% di DEFENSIL®-PLUS ha mostrato meno effetti collaterali negativi, ovvero minore arrossamento e minor gonfiore.

Sicurezza

DEFENSIL®-PLUS è non tossico, non irritante per cute e occhi, non sensibilizzante, non fototossico né mutageno. Inoltre, è risultato rapidamente biodegradabile.

È stato valutato il profilo tossico-

logico di tutti gli ingredienti che compongono DEFENSIL®-PLUS, con enfasi sul calcolo MoS e la valutazione del livello di esposizione (basata su uno scenario di esposizione conservativo), e tutti gli ingredienti, e di conseguenza il prodotto, possono essere considerati sicuri per l'uso nei prodotti cosmetici finiti, a condizione che vengano rispettati i livelli di utilizzo raccomandati.

Applicazioni e Modalità d'uso

DEFENSIL®-PLUS è un ingrediente 100% di origine naturale ed è approvato dai disciplinari COSMOS, ECOCERT e Natrue.

È un ingrediente liposolubile ed è consigliabile inserirlo nella formula a temperature inferiori a 50°C.

DEFENSIL®-PLUS può essere utilizzato come attivo in prodotti cosmetici per proteggere la pelle sensibile e irritata che necessita di rigenerazione.

La sua natura lipofila lo rende ideale, e di semplice introduzione, nella maggior parte di prodotti makeup. Grazie al suo effetto disarrosante e l'efficacia nel contrastare la couperose, DEFENSIL®-PLUS è perfetto per aiutare ad uniformare l'incarnato se usato in un fondotinta per pelli sensibili.

DEFENSIL®-PLUS può aiutare a lenire la pelle anche nella delicata fase di rimozione del makeup: un esempio formulativo di struccante anidro è riportato nella tabella sottostante (**Soothing & Smoothing Cleansing Balm**).

La percentuale di uso raccomandata è di 1-5%.

Soothing & Smoothing Cleansing Balm

Fase	Nome INCI	Nome commerciale	% (p/p)
A	Isostearyl Hydroxystearate	Schercemol™ SHS Ester (Lubrizonl - Biochim)	10
	Caprylic/Capric/Succinic Triglyceride	NOVACOS GS810 (Prochimica Novarese - Biochim)	20
	Triolein	AlgaPür HSHO (Lubrizonl - Biochim)	2
	Methyl Glucose Dioleate	Glucate™ DO Emulsifier (Lubrizonl - Biochim)	5
	Cetearyl Alcohol	-	25
B	Butyrospermum Parkii Butter	-	12
	Helianthus Annuus Seed Oil	-	21,85
	Lecithin, Tocopherol, Ascorbyl Palmitate, Citric Acid	Aperoxid TLA (Biochim)	0,15
	Octyldodecanol, Ribes Nigrum Seed Oil, Helianthus Annuus Seed Oil Unsaponifiables, Cardiospermum Halicacabum Flower/Leaf/Vine Extract, Tocopherol, Helianthus Annuus Seed Oil, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract	DEFENSIL®-PLUS Rahn AG (Biochim)	2
	Polyglyceryl-3 Laurate	Hydramol™ TGL Ester (Lubrizonl - Biochim)	1,5
	Parfum	Miscela Sakura Rain SSA (Muller & Koster)	0,5

Metodo di preparazione

1. Fondere la fase A.
2. A massa fusa aggiungere gli ingredienti della fase B.
3. Quando tutti gli ingredienti sono fusi, smettere di scaldare e turbare brevemente.
4. Colare negli stampi e far raffreddare completamente.

Per informazioni

Federica Keller

tel 02 90096205

federica.keller@biochim.it - www.biochim.it

Biochim *in a nutshell*

Biochim è annoverata da più di 50 anni tra le più accreditate fornitrici di materie prime per l'industria cosmetica.

Biochim è rappresentante per l'Italia di prestigiose aziende quali RAHN, la cui completa gamma degli attivi si arricchisce annualmente di nuove referenze in linea con le richieste di mercato, e Lubrizonl, che offre una linea versatile di ingredienti con una lunga storia di successi alle spalle nel campo delle formulazioni personal care.

RAHN AG *in a nutshell*

Rahn è un'azienda svizzera tra i principali fornitori mondiali di additivi e altri prodotti chimici; inoltre, vanta oltre 60 anni di esperienza nel campo delle materie prime cosmetiche. Il marchio RAHN-Cosmetic Actives dispone di un portafoglio di attivi cosmetici naturali, moderni, di alta qualità e con una speciale attenzione alla loro sostenibilità.

Hyallnno[®] ACE

Un'alternativa all'acido ialuronico iniettabile dall'elevata biodisponibilità



L'acido ialuronico è da sempre considerato uno dei componenti fondamentali presente naturalmente nei tessuti connettivi dell'uomo e di tutti i mammiferi. L'acido ialuronico conferisce alla pelle particolari proprietà di resistenza e mantenimento della forma, e la sua mancanza determina un indebolimento delle strutture cutanee promuovendo la formazione di rughe e di inestetismi. Un aspetto negativo della sostanza è che la sua concentrazione nei tessuti del corpo tende a diminuire con l'avanzare dell'età.

Da parte dei consumatori finali di età compresa tra i 30 e 40 anni, relativamente ai prodotti anti-età e anti-rughe, è sempre più richiesta l'attività immediata che simuli l'azione dei filler di acido ialuronico iniettabile, uno dei rimedi efficaci al fine di contrastare i segni del tempo e dell'invecchiamento cutaneo (**Fig.1**).

Questa tipologia "invasiva" (*filler injection*), pur avendo caratteristiche indubie di raggiungimento del risultato sperato, riporta una serie di fattori negativi: le iniezioni di acido ialuronico che devono essere fatte da personale medico specializzato e il costo che a volte può risultare molto elevato. Inoltre, il necessario utilizzo di aghi sottocutanei al fine di far penetrare l'acido ialuronico o una miscela dei medesimi all'interno delle strutture cutanee a volte non viene ben visto dal consumatore finale.

Il risultato, comunque sia, è immediato e duraturo a livello di attività anti-rughe, e idratante oltre che rimpolpante del derma.

Oggi è possibile grazie al prodotto **HyalIno®ACE**, prodotto da *TS-Biotech* e distribuito in esclusiva in Italia da *Deimos Group*, avere un'alternativa all'acido ialuronico iniettabile, grazie a una tecnologia che facilita la penetrabilità a livello cutaneo dell'acido ialuronico: Il processo si chiama acetilazione.

La reazione di acetilazione va a modificare la struttura dell'acido ialuronico naturale stesso, introducendo gruppi acetile che vanno ad aumentarne la biodisponibilità sino a 6 volte a livello cutaneo (**Fig.2**).

Questo incremento è ascrivibile alla presenza di porzioni acetiliche che rendono maggiormente lipofila la struttura polimerica dell'acido ialuronico. È possibile quindi avere un risultato immediato a livello di attività idratante e anti-rughe comparabile a quello ottenibile con l'acido ialuronico iniettato e senza l'utilizzo quindi di aghi, oltre ad avere un costo meno impattante.

HyalIno ACE, grazie alla sua parziale lipofilia e alla elevata biodisponibilità, risulta essere particolarmente interessante per tutti quei prodotti makeup (BB Cream, CC Cream ecc.) dove è richiesta un'azione immediata in termini di attività uniformante e anti-rughe. Inoltre è adatto anche per trattare le discromie quindi può essere inserito in prodotti come primer, fondo tinta e/o correttori.

La spiccata azione anti-rughe dimostrata nei test in vivo (test 24 h) lo rende adatto per tutti i prodotti che vengono applicati nella zona periorbitale (correttori, copri occhiaie in emulsione) nei quali viene richiesta un'attività immediata a livello di azione anti-rughe.

Composizione e Specifiche tecniche

Le caratteristiche tecniche di HyalIno®ACE (nome INCI: Sodium Acetylated Hyaluronate) sono riportate in **Tabella 1**. La struttura della formula di HyalIno®ACE è rappresentata in **Figura 3**.

Meccanismo d'azione

Durante la fase metabolica, le cellule producono grandi quantità di specie reattive dell'ossigeno (ROS) che vanno a stimolare le cellule medesime a produrre elevate quantità di metalloproteinasi all'interno della matrice cellulare.

L'elevata presenza di metalloproteinasi della matrice (MMP) ricopre un fattore chiave nell'invecchiamento della pelle, poiché MMP 1 e MMP 3 sono coinvolte nella degradazione della matrice intercellulare (ECM), in particolare nelle proteine del collagene di tipo I.

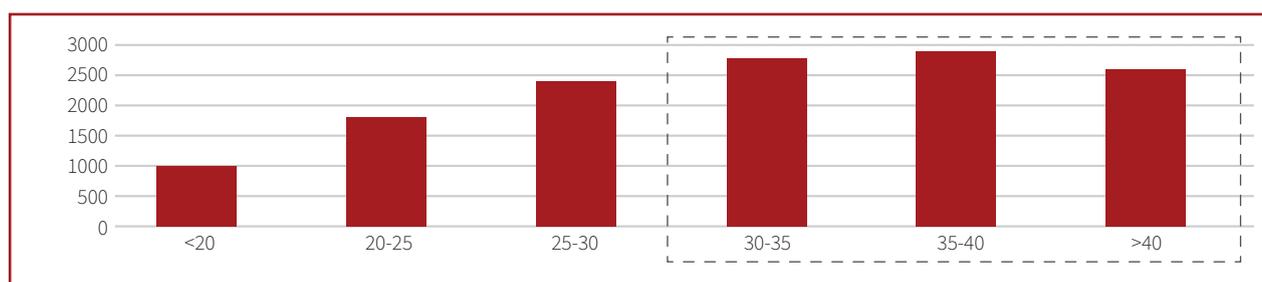


Figura 1 - Distribuzione dell'Average Revenue Per Account (ARPA) dei consumatori di bellezza medica per età nel 2019

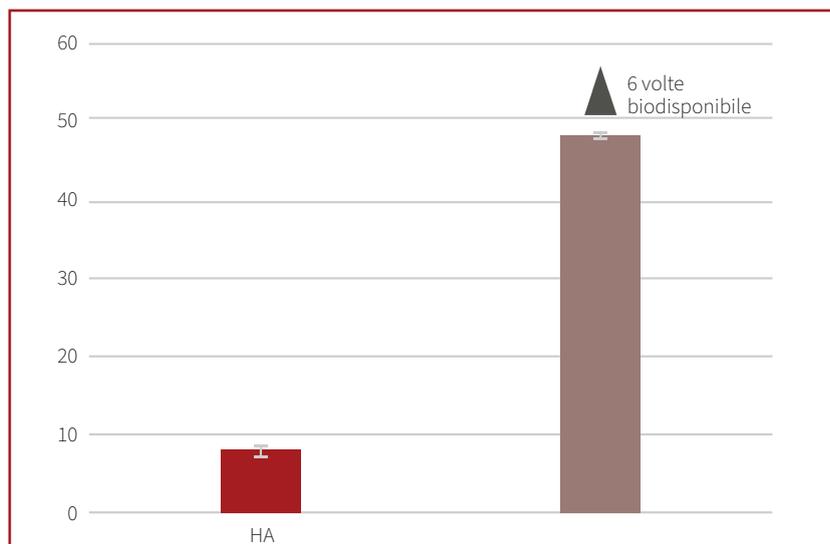


Figura 2 - Aumento della biodisponibilità di HyalInno®ACE rispetto all'acido ialuronico 6 volte biodisponibile

La produzione di MMP aumenta con l'aumentare dello stress cutaneo causato dall'ambiente esterno che porta al collasso e al rilassamento dei tessuti, e quindi alla formazione di rughe. HyalInno®ACE inibisce efficacemente la generazione di ROS, migliorando l'attività proliferativa dei fibroblasti, proteggendo la matrice extracellulare come collagene ed elastina, e rallentando l'invecchiamento cutaneo.

Efficacia

Studi in vitro

Inibizione dei livelli di ROS

L'irradiazione UVA ha aumentato significativamente la produzione del livello di ROS su 3 cellule T3 rispetto al controllo.

HyalInno®ACE a diverse concentrazioni inibisce significativamente la generazione di ROS alla percentuale dello 0,05% (**Fig.4**).

Incremento proliferazione dei fibroblasti

La vitalità delle cellule 3T3 diminuisce da 100,1 a 84,7 dopo irradiazione UVA.

HyalInno®ACE a diverse concentrazioni promuove la vitalità delle cellule 3T3, in cui HyalInno®ACE alla percentuale dello 0,05% offre le migliori prestazioni aumentando la proliferazione cellulare fino a 95,2% ($p < 0,05$) (**Fig.5**).

Studi in vivo

Test antirughe 1

Il volontario utilizza una crema contenente lo 0,2% di HyalInno®ACE ininterrottamente per 28 giorni nella zona periorbitale. Le immagini di **Figura 6** riportano l'osservazione della zona interessata ingrandita dal giorno 0 al giorno 7 e al giorno 28, ove si evidenzia la marcata attività antirughe.

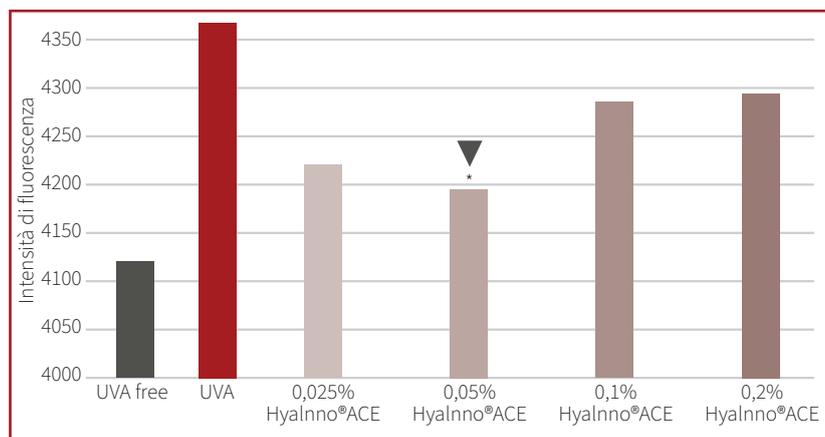


Figura 4 - Effetto di inibizione di HyalInno®ACE su cellule 3T3

Tabella 1 - Caratteristiche tecniche di HyalInno®ACE

Caratteristiche organolettiche	
Aspetto	Polvere
Colore	Da gialla a leggermente gialla
Odore	Caratteristico
Caratteristiche chimico-fisiche	
Solubilità	Solubile in acqua
pH (0,1% in acqua)	5-8
Assorbanza (420 nm)	≤0,100
Assorbanza (600 nm)	≤0,100
Perdita in peso all'essiccazione (%)	≤10
Contaminanti	
Metalli pesanti (ppm)	≤20
Azoto (%)	≥2,0
Arsenico (ppm)	≤2
Caratteristiche microbiologiche	
Conta microbica totale (UFC/g)	≤100
Lieviti e muffe (UFC/g)	≤50
<i>Pseudomonas aeruginosa</i>	Negativo/g
<i>Staphylococcus aureus</i>	Negativo/g
Stabilità e Conservazione	
Conservare sigillato in un luogo fresco e asciutto Shelf-life: 2 anni	

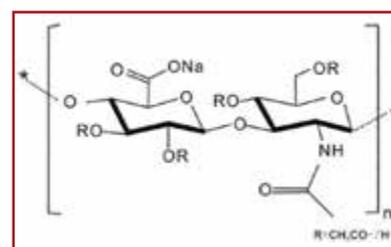


Figura 3 - Formula di HyalInno®ACE

Test antirughe 2

Il volontario utilizza una crema contenente 0,2% di HyalInno®ACE ininterrottamente per 28 giorni. La zona trattata viene osservata attraverso ingrandimento, rispettivamente il giorno 0, il giorno 17, il giorno 24 e il giorno 28 (**Fig.7**).

Anche in questo caso si evidenzia una marcata attività antirughe nella zona trattata.

Test antirughe 3

Il volontario utilizza una crema contenente lo 0,2% di HyalInno®ACE ininterrottamente per 28 giorni. Le immagini di **Figura 8** riportano ingrandimenti della zona del volto trattata (guance) dal giorno 0 al giorno 7 e al giorno 28, ove si evidenzia una netta diminuzione del rilassamento cutaneo.

Test antimacchia

Il volontario utilizza una crema contenente lo 0,2% di HyalInno®ACE ininterrottamente per 29 giorni. Le immagini di **Figura 9** riportano l'osservazione ingrandita della zona trattata dal giorno 0 al giorno 28. È evidente la diminuzione della visibilità delle macchie cutanee dopo 28 giorni di trattamento.

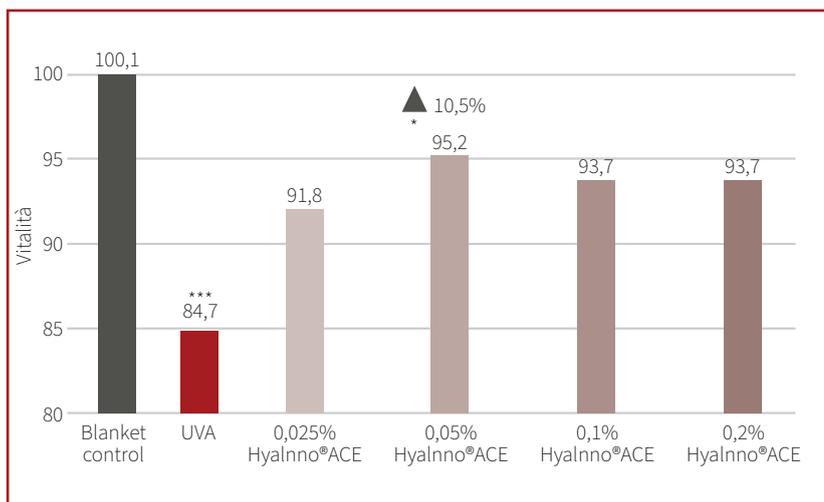


Figura 5 - Effetto di HyalInno®ACE sulla vitalità di proliferazione delle cellule 3T3



Figura 6 - Zona periorbitale trattata con 0,2% HyalInno®ACE



Figura 7 - Zona della fronte trattata con 0,2% HyalInno®ACE

Sicurezza

Classificazione secondo il Regolamento (CE) n.1272/2008: la sostanza non è classificata secondo il regolamento CLP.

Informazioni relative a rischi particolari per l'uomo e l'ambiente: il prodotto non è stato etichettato a causa della procedura di calcolo del Regolamento (CE) n.1272/2008.

Direttiva (UE) 2012/18 sostanze pericolose nominate (Allegato I): la sostanza non è elencata.

Applicazioni e Modalità d'uso

Disperdere in acqua sotto agitazione sotto la temperatura di 50°C, sino a completa solubilizzazione. Dose di utilizzo consigliata: 0,05-0,2%.



Figura 8 - Zona della guancia trattata con 0,2% Hyalnn®ACE



Figura 9 - Zona del viso che presenta discromie trattata con 0,2% Hyalnn®ACE

Roberto Garavaglia - Business development and scientific manager

tel 342 8759629

roberto.garavaglia@deimossrl.it • www.deimossrl.it

Deimos Group in a nutshell

Deimos Group è una società specializzata nella distribuzione di ingredienti e specialità chimiche per le industrie operanti nel mercato del Life Science in Italia. Eurochemicals, già attiva sul mercato dal 1953, si è unita ufficialmente a questo gruppo nel gennaio 2020. Tale unione ha l'obiettivo di riconoscere ancora di più il gruppo Deimos come operatore professionale orientato alle numerose e diverse esigenze di ogni cliente.

TS BIOTECH in a nutshell

Fondata nel 2009, TS Biotech è un'azienda tecnologicamente avanzata specializzata nello sviluppo di ingredienti naturali da biotecnologia per la cura della persona e per applicazioni nutraceutiche.

INGREDIENTI

GALE & COSM - SANDREAM SPECIALTIES

A close-up photograph of a woman's face, focusing on her eyes and cheek. She has light-colored eyes and is looking slightly to the side. A makeup brush with dark bristles and a light-colored handle is applying a thick, light-colored cream or foundation to her right cheek. The brush is positioned horizontally, with the bristles touching the skin. The background is a soft, out-of-focus light color.

OLIVSPERSE



L'avanguardia dei pigmenti
predispersi in Octyldodecyl oleate

L'etimologia della parola "cosmesi" deriva dal greco *kósmos* (κόσμος) che significa "ordine e armonia". Corrispettivamente, l'azione di ordinare, ornare, abbellire è definita proprio *kòsmesis* (κόσμησις).

Qual è il miglior modo per abbellire se non utilizzando i colori?

Nella cosmesi decorativa, i pigmenti rappresentano la materia prima principe che qualifica i prodotti makeup ed è compito del formulatore cosmetico raggiungere la corretta gradazione e intensità del colore scelto, senza alterarne la stabilità. Una vera e propria sfida.

Formulare con pigmenti in polvere richiede un'attenta e corretta lavorazione prima e durante la formulazione **(1)**. Nel corso del processo produttivo, infatti, le particelle di polvere tendono ad aggregarsi, formando agglomerati che compromettono l'omogeneità e la resa colore. In genere, per esprimere al meglio caratteristiche quali brillantezza, coprenza e intensità, i pigmenti devono essere in forma micronizzata e la distribuzione granulometrica il più possibile uniforme.

Passaggi fondamentali quali la micronizzazione e la dispersione dei pigmenti incidono sulla qualità del prodotto finito, poiché potrebbero impattare sulla tonalità, stabilità e reologia del formulato. È importante inoltre ricordare come l'aspetto chiave per una corretta dispersione sia la bagnatura, ovvero la ricopertura della superficie del pigmento per mezzo di un solvente, al fine di ridurre le forze di coesione tra particelle.

L'utilizzo di predisposizioni di colore elimina questi passaggi preliminari, risultando molto conveniente dal punto di vista produttivo **(2)**. Infatti, i pigmenti predisposti si trovano già in sospensione in un veicolo liquido di varia natura e non hanno la necessità di essere ulteriormente manipolati, permettendo il contenimento dei costi e il risparmio energetico, oltre che di tempo.

Grazie alle ridotte forze interne, le predisposizioni limitano il fenomeno della riagglomerazione delle particelle (flocculazione), aumentando la stabilità fisica e chimica all'interno della formulazione e garantendo una maggiore riproducibilità dei lotti di prodotto finito **(3)**.

La facilità d'uso e la maggior intensità di colore rendono questa tipologia di prodotti il perfetto alleato del colorista.

Sandream Specialties ha sviluppato la linea di pigmenti predisposti **Olivperse**, in cui viene utilizzato come veicolo un estere di origine naturale derivato dall'olio di oliva, l'Octyldodecyl oleate, in perfetta armonia con la filosofia aziendale di *Gale & Cosm*, distributore esclusivo per l'Italia.

La linea è costituita da sei prodotti, le cui tonalità sono illustrate in **Figura 1**.

La combinazione dei diversi colori permette di ottenere un'ampissima gamma di sfumature, applicabili in formulazioni che vanno dalle emulsioni ai prodotti colati anidri.

Composizione e Specifiche tecniche

Le specifiche tecniche delle sei predisposizioni sono riportate in **Tabella 1**.

La gamma di colori Olivperse è caratterizzata dalla presenza di pigmenti inorganici, in particolare ossidi di ferro e biossido di titanio, dispersi in Octyldodecyl oleate, un estere leggero e a rapido assorbimento, utilizzato anche come alternativa green ai siliconi volatili. La particolarità di questo veicolo è quella di poter incorporare un'elevata percentuale di pigmento **(Tab.2)**, al fine di ottenere colorazioni intense anche con una quantità minima di prodotto. Octyldodecyl oleate si ottiene dall'Octyldodecyl alcohol, derivato dalla noce di cocco e da un olio d'oliva ad elevata purezza, raffinato e di grado alimentare.



Figura 1 - Rappresentazione delle tonalità di colore della linea Olivperse

Tabella 1 - Caratteristiche tecniche della linea Olivperse

		Olivperse Black IO	Olivperse Red IO	Olivperse Brown IO	Olivperse Yellow IO	Olivperse White	Olivperse Tan
Caratteristiche organolettiche	Aspetto	Liquido viscoso					
	Colore	Nero	Rosso	Marrone	Giallo	Bianco	Marrone chiaro
	Viscosità (cps a 25°C)	30.000 -40.000	30.000 -40.000	30.000 -40.000	30.000 -40.000	30.000 - 55.000	30.000 -40.000
	Particle size del pigmento disperso (µm)	<17	<15	<15	<16	<5	<16
Metalli pesanti (ppm)	Arsenico (As)	<2					
	Piombo (Pb)	<10					
	Mercurio (Hg)	<1					
	Cadmio (Cd)	<1					
	Cromo (Cr)	<100					
	Antimonio (Sb)	<2					
Caratteristiche microbiologiche	Conta microbica totale su piastra (UFC/g)	<100					

Sicurezza

I pigmenti predispersi Olivperse sono da ritenersi sicuri nelle condizioni d'uso consigliate; non sono contenuti nanomateriali o sostanze CMR. Ciascun componente presenta un Natural Origin Index pari a 1 secondo gli standard previsti dalle linee guida ISO 16128.

Applicazioni e Modalità d'uso

I pigmenti predispersi Olivperse sono compatibili con gli oli naturali e con i più comuni ingredienti cosmetici. Ideali per l'utilizzo in diversi tipi di formulazioni, sono particolarmente apprezzati in fondotinta, BB cream, correttori e rossetti per

la resa colore che permettono di ottenere. Rispetto alle comuni dispersioni siliconiche, gli Olivperse presentano una maggiore stabilità e sono più rispettosi dell'ambiente. Vengono riportati di seguito due esempi formulativi sviluppati dal laboratorio interno R&D di Gale & Cosm: **Velvet Red Lipstick** e **Ultra-light BB Cream**.

Tabella 2 - Composizione della linea Olivperse

Prodotto	Nome INCI	Range (%)
Olivperse Black IO	Iron Oxides (CI 77499)	62-67
	Octyldodecyl Oleate	33-38
Olivperse Red IO	Iron Oxides (CI 77491)	42-47
	Octyldodecyl Oleate	53-58
Olivperse Brown IO	Iron Oxides (CI 77491,2,9)	50-55
	Octyldodecyl Oleate	45-50
Olivperse Yellow IO	Iron Oxides (CI 77492)	42-50
	Octyldodecyl Oleate	50-58
Olivperse White	Titanium Dioxide (CI 77891)	52-60
	Octyldodecyl Oleate	40-48
Olivperse Tan	Iron Oxides (CI 77491,2,9)	10-15
	Titanium Dioxides (CI 77891)	40-45
	Octyldodecyl Oleate	40-50

Velvet Red Lipstick

Fase	Nome INCI	Nome commerciale	% (p/p)
A	Hydrogenated Poly (C6-14 Olefin)	Puresyn 6 (Sandream Specialties)	30
	Caprylic/Capric Triglyceride	-	15
	Polyethylene	-	2
B	Candelilla Cera	-	8
	Cera Microcristallina	-	6
	Rosa Damascena Flower Wax	-	3,5
	Tocopherol	-	0,5
C	Isostearyl Isostearate	-	10
	Octyldodecyl Oleate, CI 77491	Olivperse Red IO (Sandream Specialties)	18
	Octyldodecyl Oleate, CI 77492	Olivperse Yellow IO (Sandream Specialties)	2
D	Cellulose	VITACEL® CS 20 FC (JRS Rettenmeier)	1
	Microcrystalline Cellulose	VIVAPUR® CS 4 FM (JRS Rettenmeier)	1
	Silica	-	3
Metodo di preparazione			
1. Scaldare la fase A a circa 105°C.			
2. Riportare la temperatura a 80°C e aggiungere la fase B sotto miscelazione.			
3. Aggiungere la fase C e miscelare fino a omogeneità.			
4. Aggiungere le polveri di fase D.			
5. Colare in un apposito stampo.			

Bibliografia

1. Parfitt GD (1981) Dispersion of Powders in Liquids.
In: Studies in Interface Science. Elsevier Applied Science Publ 20:2005: 517-558
2. Oyarzún JM (2000) Pigment processing: Physico-Chemical Principles. Vincentz Network, Hannover.
3. Schlossman D, Shao Y (2003) Super dispersible Pigments, Kobo, Color Cosmetics Summit Proceedings.

Ultralight BB Cream

Fase	Nome INCI	Nome commerciale	% (p/p)
A	Aqua	-	64,7
	Glycerin	-	2
	Microcrystalline Cellulose, Cellulose Gum	VIVAPUR® CS Tex Sun (JRS Rettenmeier)	1,5
B	Polyglyceryl-3 Cetyl Ether Olivatate/Succinate	Galolive® Ten (Gale & Cosm)	4
	Cetearyl Isononanoate	-	4
	Isododecane, Hydrogenated Polydecene	Galesan® C (Gale & Cosm)	8
	Isostearyl Isostearate	-	2
	Helianthus Annuus Seed Oil, Aloe Barbadensis Leaf Extract, Tocopheryl Acetate	Aloe Vera Liposoluble (Mexialoe Laboratorios)	2
	Capryloyl Salicylic Acid	Capryloyl Salicylic Acid (Sandream Specialties)	0,5
	Glyceryl Stearate	-	1
C	CI 77891, Octyldodecyl Oleate, CI 77491,2,9	Olivperse Tan (Sandream Specialties)	7
	Octyldodecyl Oleate, CI 77492	Olivperse Yellow IO (Sandream Specialties)	0,4
	CI 77891, Octyldodecyl Oleate	Olivperse White (Sandream Specialties)	0,5
D	CI 77019, CI 77891, Silica, (CI77861), Tin Oxide	SD Soft White (Sandream Specialties)	1,2
E	Phenoxyethanol, Ethylhexylglycerin	-	1
F	Parfum	-	0,2

Metodo di preparazione

1. Miscelare la fase A scaldando a 65°C.
2. Separatamente miscelare la fase B scaldando a 65°C.
3. Aggiungere la fase C alla fase B sotto agitazione.
4. Dopo 15 minuti, emulsionare la fase B+C nella fase A.
5. Dopo raffreddamento aggiungere le fasi D, E e F.

Virginia Montanti

R&D Specialist and Technical Support

tel 320 2875232

virginia.montanti@galecosm.com

Gale & Cosm in a nutshell

Gale & Cosm è un'azienda giovane e dinamica, attiva nella produzione e distribuzione di materie prime cosmetiche sul mercato italiano ed estero. Con un portfolio prodotti in continuo aggiornamento, grazie alla partnership con diverse grandi aziende produttrici e al team di esperti cosmetologi, Gale & Cosm è in grado di proporre costantemente nuove idee e soluzioni per ogni esigenza formulativa. Nel proprio laboratorio di ricerca e sviluppo si eseguono test personalizzati su richiesta dei clienti.

Sandream Specialties in a nutshell

Sandream Specialties è leader nella produzione e distribuzione di pigmenti dagli effetti innovativi per l'industria cosmetica e personal care, facente parte del gruppo Vivify. Negli anni Sandream ha incrementato la sua capacità di sviluppo di nuovi effetti, formulazioni, miscelazioni e tecniche di dispersione e rivestimento. Tra le specialità spiccano la varietà di perle ad alta definizione su diversi substrati, pigmenti predispersi in esteri naturali, polveri di bismuto, agenti antinvecchiamento, sbiancanti e schiarenti clinicamente testati.



SilikMira New Pastels Collection

Indagine congiunturale Cosmetica Italia

Industria cosmetica e preconsuntivi 2021,

e proiezioni per l'anno in corso

I dati rilevati dall'Indagine congiunturale, presentata lo scorso 24 febbraio dal Centro Studi di Cosmetica Italia, delineano una netta ripresa del settore che interessa trasversalmente tutti i canali.

Secondo i dati preconsuntivi 2021, infatti, il fatturato globale del settore cosmetico è pari a 11,7 miliardi di euro, con una crescita del +10,2% rispetto al 2020.

Bene anche le esportazioni, che registrano un +13% rispetto al 2020, toccando un valore di 4,7 miliardi di euro.

Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia, commenta: "Le prospettive di ripresa per l'anno in corso sono evidenti, tanto che le stime elaborate in questi giorni prevedono una chiusura del 2022 prossima ai 12,5 miliardi di euro; un valore di fatturato superiore a quello registrato dalle imprese cosmetiche nel 2019, prima della pandemia, quando superava di poco i 12 miliardi di euro. La crisi ha avuto un deciso impatto sulla filiera cosmetica, che tuttavia ha dimostrato la propria capacità di andare oltre le difficoltà congiunturali e rimanere al passo con le richieste del mercato. Una propensione all'adattamento a una realtà in continua evoluzione che è testimoniata anche dai mutamenti in corso nelle catene di approvvigionamento e produzione in termini economici, sociali e ambientali". Entrando ulteriormente nel dettaglio delle rilevazioni, vanno evidenziate diverse variabili che hanno influenzato le analisi del Centro Studi di Cosmetica Italia; accanto alle citate catene di approvvigionamento e alle rimodulazioni legate alla pandemia, incidono infatti sugli scenari dei prossimi mesi la situazione geopolitica, i rincari dei costi energetici, delle materie prime e dei servizi logistici.

L'andamento dei singoli canali distributivi fa emergere chiaramente un loro riposizionamento, legato alla formulazione e allo sviluppo di un nuovo modello di business in risposta all'emergenza sanitaria.

L'e-commerce rientra tra i canali che evidenziano trend marcatamente positivi e registra un aumento pari al +23,2%, confermandosi, con un valore di 870 milioni di euro, come una scelta ormai irrinunciabile nelle mutate abitudini dei consumatori.

La stessa crescita (+2%) viene registrata dalle vendite dirette (porta a porta e per corrispondenza) che, diversamente dagli altri canali che negli scorsi anni hanno subito forti contrazioni, non mostrano una decisa ripresa e si attestano a 345 milioni di euro.

La grande distribuzione conosce invece un rialzo pari a 1 punto percentuale, segnalando un andamento costante negli ultimi esercizi e pressoché indifferente agli effetti della pandemia (4500 milioni di euro).

Infine, il fatturato del contoterzismo registra un +8%, sicuramente influenzato dalla ripresa dei mercati internazionali (prossimo ai 2 miliardi di euro).

Gian Andrea Positano, responsabile Centro Studi di Cosmetica Italia, evidenzia: "Si percepisce il desiderio dei consumatori di riprendere il presidio della quotidianità e la libertà sulle scelte di acquisto: i brand possono fare leva su informazioni dettagliate e opzioni di offerta facilmente confrontabili. Forte anche la volontà di uscire dai propri confini ed esplorare, giocare e accogliere nuove esperienze, sia virtualmente che nel mondo fisico: si punta a rendere ludica l'interazione con il consumatore in contrapposizione allo stress generato dalla pandemia".

Per informazioni

Benedetta Boni

tel 02 28177348

benedetta.boni@cosmeticaitalia.it

Nuove proposte per il mondo labbra grazie alla sinergia tra Lumson e Leoplast

Spicca su tutte Sign, il rossetto di Lumson presentato in anteprima a Make Up in...Los Angeles

Dal makeup al make-care: meno colore, più trattamento

Il mercato del makeup è stato tra i più penalizzati dalla pandemia: mentre i prodotti trucco soffrivano delle mutate abitudini sociali e dell'uso delle mascherine, è aumentata la domanda di prodotti per la cura della pelle.

E se i rossetti restano comunque i prodotti principe del makeup, all'interno della categoria è cresciuto sensibilmente il peso di quelli curativi e leggermente tonalizzanti.

Cambiano le formule dedicate alle labbra? il packaging evolve con loro

Le formule "classiche" hanno lasciato spazio a prodotti con "added benefits", a formule no-transfer, long-lasting, resistenti allo sfregamento delle mascherine, ecc.

Il mondo del packaging cosmetico ha dovuto fare i conti con questo cambiamento e studiare soluzioni che non guardassero più solo all'estetica, ma anche alla funzionalità, alla sicurezza e alla sostenibilità. Una sfida tecnica e tecnologica che ha trovato in Lumson uno dei suoi massimi interpreti.

Lumson e Leoplast

Lumson ha sviluppato una serie di proposte per il mondo labbra, 100% Made in Italy, che coniugano estetica e funzionalità, sicurezza e sostenibilità. Tutto ciò è stato possibile grazie al profondo know-how nello studio e sviluppo dei lipstick di Leoplast, nota azienda italiana, acquisita da Lumson nel 2017.

Leoplast opera nello stampaggio a iniezione di rossetti, cappucci, capsule e contenitori per trucco dal 1978, e grazie alla sua expertise lavora con i più importanti brand. Tra questi c'è anche L'Oréal Paris, con cui Leoplast collabora dal 1980 producendo Color Riche, uno dei rossetti più iconici della famosa casa cosmetica francese.

Eco-conscious beauty e lipstick airtight

Tra i temi emersi con forza negli ultimi anni nel mondo cosmetico c'è la sostenibilità. Un tema che ha toccato da vicino anche il packaging. Per rispondere alle esigenze di funzionalità in chiave green, la sinergia tra Lumson e Leoplast ha permesso di creare una collezione "eco-conscious", realizzata con materiali riciclabili e/o riciclati: PP, PCR PP, PCR ABS.

Nel 2020, la gamma si è arricchita di PLA 2.0: il lipstick mono-materiale che segna un passo avanti importante verso la circolarità. Realizzato con un innovativo materiale bio-based che non si deforma alle alte temperature e non richiede l'aggiunta di lubrificanti nel meccanismo, può essere facilmente veicolato lungo la catena del riciclo.

Nel 2021 è stato rilanciato un classico senza tempo: il rossetto no transfer a lunga tenuta. L'attenzione è focalizzata sull'estetica e sulla sicurezza: il packaging dev'essere bello e personalizzabile, ma al contempo deve garantire che la formula, composta da materie prime volatili, rimanga perfetta nel tempo. La risposta di Lumson è il lipstick airtight A- TX2: versatile, sicuro, a lunga tenuta. Cap e base sono in ABS, cup in POM o PBT, diametro da 12,7 mm.

Sign, il rossetto che lascia il segno

Nel 2022, in omaggio al più iconico dei prodotti makeup, il rossetto, Lumson lancia il nuovo lipstick Sign, che è stato presentato in anteprima durante Make Up in...Los Angeles, che si è tenuto il 23 e 24 febbraio scorsi presso il Convention Center di Los Angeles. Caratteristica di Sign, che lo impreziosisce e lo rende unico, è l'inserito di metallo sul cap, che può essere personalizzato con loghi, disegni e icone, attraverso la tecnologia debossing. È possibile,

inoltre, dare colore all'inserto giocando con effetti lucidi o satinati. Con Sign il brand può dare libero sfogo alla fantasia e rendere unico il proprio lipstick. Il rossetto ha un diametro di 12,7. Base, meccanismo e cap sono in PP. Sign è solo l'inizio perché l'azienda per il 2022 ha in cantiere altre novità per il mondo labbra. Stay tuned!

Per informazioni

Lisa Dansi

tel 348 8510230

communication@lumson.it

Guerlain lancia Rouge G Legendary Reds

Una nuova linea per celebrare la tradizione della Maison

Guerlain, casa di bellezza e fragranze di proprietà di LVMH, ha inaugurato l'anno lanciando la collezione Rouge G Legendary Reds nel travel retail globale.

La linea Rouge G Legendary Reds comprende tre tonalità d'archivio reinterpretate in finiture opache e satinata, che rendono omaggio a pietre miliari nella storia della Casa.

Ogni tonalità prende il nome dall'anno in cui è stata creata: 1830 Rouge du Tigre, 1870 Rouge Impérial e 1925 Roi Des Rouges.

Rouge du Tigre è di un rosso mattone fiammeggiante. Si tratta della primissima tonalità rossa creata dal fondatore Pierre-François-Pascal Guerlain per aggiungere colore alle labbra e agli zigomi "Bloom of Rose". La tonalità è ispirata all'arte orientale della laccatura e alle sfumature rosso-brune che decorano gli oggetti più preziosi.

Rouge Impérial è invece di una tonalità rosso bacca intenso, utilizzata per il primo colore delle labbra di Guerlain in stick: Ne M'oubliez pas o Never Forget Me. Il suo tono profondo, leggermente bluastro, è un omaggio all'imperatrice Eugenia (moglie di Napoleone III) e si ispira ai tessuti indossati dai reali francesi nel XIX secolo.

Infine, Roi des Rouges è di un rosso puro e intenso, e rende omaggio alla tonalità creata da Guerlain per i ruggenti anni Venti, per celebrare la schietta bellezza femminile che caratterizzò l'epoca. Quasi un secolo dopo, questa tonalità resta la più vivace dell'intera collezione.

Per celebrare la linea sono stati rilasciati quattro nuovi rossetti: Majestic Ruby, Royal Burgundy e Luxurious Garnet, ognuna con il logo Guerlain. La quarta, la Legendary Bee Prestige Edition, è un esclusivo rossetto in edizione limitata. Questo prodotto presenta il logo Guerlain Bee ricamato in una custodia per rossetto in edizione limitata, aggiungendo un tocco d'arte alla linea Legendary Redsun. Questo intricato ricamo raffigurante un'ape è stato realizzato da Baqué Molinié, uno studio di ricamo parigino. Lo studio ha reinterpretato l'ape in perle rosse e dorate, e ha decorato la copertina in velluto con un disegno rosso a nido d'ape.

Violette Serra, Direttore Creativo di Guerlain Makeup, ha commentato: "La Legendary Reds Collection mette in mostra l'esperienza di Guerlain nel trucco delle labbra formata in quasi due secoli. Celebra l'anima di Guerlain, l'incredibile eredità della Maison".

Per informazioni

www.guerlain.com

COMPLIFEGROUP.COM

WELCOME TO OUR LAB

HIGHLY INNOVATIVE TESTS & CONSULTING



JOIN US
@ INCOSMETICS GLOBAL
PARIS 5-7 APRIL
BOOTH **Q120**



COMPLIFE
SCIENTISTS BEHIND WELLNESS

THE BEST PARTNER TO ELEVATE YOUR BUSINESS
IN **HEALTH & PERSONAL CARE MARKET.**

COSMETICS | NUTRACEUTICALS | SOLAR | MEDICAL DEVICES | BIOCIDES&DETERGENTS

ITALY FRANCE SPAIN SWITZERLAND ASIA | INFO@COMPLIFEGROUP.COM



IL ROSSETTO È MOLTO
PIÙ DI UN PRODOTTO
È QUALCOSA
CHE TI TRASFORMA