

# Il bello viene ora

Libere di osare, sicure di noi stesse e con un'attenzione maggiore rivolta al pianeta e alle nuove frontiere della ricerca. La pandemia ha cambiato anche **il nostro rapporto con la routine di bellezza**. Qui quattro esperte anticipano le nuove tendenze che nascono davanti allo specchio

di VALENTINA DEBERNARDI foto di LARA JADE

**C**ome in tutte le cose, ci vuole tempo per accettare e poi sfruttare il cambiamento. Ma a volte quel tempo non c'è, tutto arriva in un attimo, e quel che ci salva è lo spirito di adattamento. In quest'ultimo anno ci è successo proprio questo: abbiamo imparato a ordinare online, a farci la tinta da sole prima di una call, a usare i filtri di Zoom e magari chiedere consigli su Instagram, in diretta, per capire che cosa stava succedendo alla nostra pelle.

Ci siamo adattate e ci siamo evolute insieme, ci siamo sentite a volte più belle o più stanche, più sole o più capite. È successo davvero di tutto con la complicità di internet e della cosmetica. Ma che cosa succederà ancora nel mondo della bellezza? Per che cosa ci meraviglieremo? Che cosa sarà del concetto di "bello" in futuro? Lo abbiamo chiesto a quattro tra le personalità più influenti e visionarie nel mondo della cosmetica. Buona scoperta.

## UN MAKE UP CHE DIA BUONUMORE

Con l'arrivo delle mascherine, il ruolo del make up nelle nostre vite è cambiato perché non include più solo l'estetica, ma anche l'autostima e la salute. «Come truccatrice e imprenditrice cerco sempre soluzioni ai problemi, so di che cosa hanno bisogno le persone. Spesso prima di loro», dice **Charlotte Tilbury, superstar del make up internazionale e anchor-woman di show virtuali in 3D**. «Stiamo vivendo in un tempo incredibile per innovare perché il trucco e la cura della pelle occuperanno un posto sempre più significativo nella routine quotidiana. Merito della psicologia: se hai un bell'aspetto e ti senti bene, il mondo ti risponderà in modo più potente e positivo. Per questo le persone desiderano prodotti e creme facili da scegliere e da usare, che le facciano sentire bene, al sicuro e responsabili. **Donne e uomini non cercheranno più il trucco solo per la facciata o un'occasione: lo sputeranno e ci si divertiranno provando look e sfumature inediti. È un rinnovamento mentale istantaneo, uno stimolo per l'umore. È fiducia immediata**». E come si evolveranno, per esempio, le sue boutique online? «Sono ossessionata dalla tecnologia e dalla creazione di esperienze impareggiabili. Per il Virtual Beauty Secrets Store volevo qualcosa di unico, con consulenze online che poi sono state il punto di svolta. E in futuro introdurremo "nuovi mondi"».





DALL'ALTO:  
CHARLOTTE  
TILBURY, STAR  
DEL MAKE UP  
INTERNAZIONALE;  
CHRISTINE  
NAGEL, "NASO"  
DELLA MAISON  
HERMÈS; E  
ANNIE BLACK,  
DIRETTORE  
SCIENTIFICO DI  
LANCÔME  
INTERNATIONAL.

## CAMBIARE GRAZIE A UN PROFUMO

Si può predire il profumo che indosseremo nel 2100? No. Ma per Christine Nagel, "naso" di Hermès (una tra le pochissime donne creatrici di fragranze internazionalmente riconosciuta) non saranno per forza le note pulite e antisettiche, che offre il mercato in questo momento, a vincere: «Il nostro sistema olfattivo è direttamente collegato al cervello emotivo che, oltre a identificare un odore, lo associa a un'emozione e lo memorizza in un contesto. Ognuno prova quindi qualcosa di diverso indossando lo stesso profumo. È una chimica misteriosa che dipende in gran parte dai nostri ricordi: saranno quindi sempre la nostra storia, le paure e le gioie a guidarci nella scelta». La sua visione del futuro include anche un sogno: «Vorrei vietare i test con panel di consumatori che hanno standardizzato e bloccato il mondo dei profumi. Vorrei libertà, la libertà unica di osare, di correre rischi». Quale certezza dovremmo auspicare? «Si terrà sempre più conto delle questioni ambientali e sociali, che vanno ben oltre lo scopo della creazione di profumi. Le formule saranno valutate per il loro impatto sul pianeta e le scelte per le materie prime terranno conto della loro impronta di carbonio». Che cosa intende per questione sociale nella profumeria? «È in corso la femminilizzazione della professione di profumiere, ma c'è ancora una grande difficoltà: il dover essere supermamme e brave mogli prima ancora di brave professioniste. Serve un'ingiunzione per il successo personale e professionale, non un mito sull'idea di donna».

## TRATTAMENTI ANTIETÀ SEMPRE PIÙ NATURALI

«Il regno di creme e sieri non finirà mai. La scienza è in continua evoluzione», dice Annie Black, Scientific director di Lancôme International. «Siamo sempre alla ricerca di ingredienti più efficienti e potenti provenienti da tutto il mondo, e con varie origini come da piante, microrganismi, minerali e persino sintetici». Qual è la sua visione sul futuro della cosmetica? «Penso che lo studio del microbioma ci stia portando a creare una nuova generazione di prodotti anti-età. Una recente ricerca ha stabilito una correlazione tra i cambiamenti del microbioma cutaneo e l'insorgenza di segni di invecchiamento precoce, e un'altra mostra che il 25 per cento degli intervistati ha più brufoli e sfoghi da quando indossa le mascherine. Insomma, stiamo affrontando nuovi problemi e prestando maggiore attenzione alla pulizia profonda. Per questo l'industria cosmetica deve adattare le sue offerte alle esigenze delle persone e ai nuovi modelli di consumo». Ma anche i fattori "natura" e "sostenibilità" si interfacceranno sempre di più con le formule cosmetiche: «Le persone cercano sempre più naturalità, ma è importante che l'utilizzo di materie prime organiche non impoverisca la natura. Ecco perché le nostre pratiche agricole sono rigenerative e tutelano la biodiversità favorendo l'approvvigionamento sostenibile, la biotecnologia e la circolarità per gli imballaggi, che sono ricaricabili e riciclabili. L'obiettivo è produrre prodotti migliori e più sicuri per tutti. Anche per il Pianeta». ■



## «IL BENESSERE CONTERÀ SEMPRE DI PIÙ»

Esistono menti interconnesse con realtà collettive capaci di leggere il presente e predire il futuro: sono i "cacciatori di trend", tra cui c'è Lan Vu, amministratore delegato di Beautystreams (in alto, nella foto) agenzia internazionale specializzata proprio in estetica e cosmetica. «Sarà sempre più importante lenire corpo e anima per placare ansia e stress», spiega Vu. «Ecco perché futuro della bellezza sarà ridefinito su sicurezza, efficacia e cura di sé, offrendo un approccio molto più scientifico al fine di generare fiducia. Ci sarà un'enfasi sul benessere, sia interiore che esteriore. Stiamo assistendo a un cambiamento di priorità su valori etici, produzioni pulite e sostenibili, e sulla trasparenza dei prezzi. È in pieno svolgimento la democratizzazione della bellezza che si estenderà a tutti i sessi, etnie e tonalità della pelle». Come contrastare l'oscurità degli ultimi 12 mesi? «Con colori irresistibili, modalità di applicazione innovative e attività altamente esperienziali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA