



@Lilian Campos Iss

13 Out 2023 - 19h00 | Atualizado em 13 Out 2023 - 19h00



Um estudo recente da plataforma Beautystreams feito com mais de 1.100 pessoas apontou que os consumidores da Geração Z tem a sustentabilidade como um fator importante na escolha de produtos de beleza. 73% do público revelou fazer uma extensa pesquisa de marcas que tem a sustentabilidade como um dos pilares para criação de cosméticos, para o corpo, pele e cabelo.

Esse conceito é chamado de *upcycling beauty*, um movimento que consiste no reaproveitamento de insumos que seriam descartados por grandes empresas de diversos segmentos, e reutilizá-los para a criação de produtos cosméticos, e assim, aumentar seu ciclo de vida. Similar, por exemplo, ao que acontece na moda quando uma peça mais antiga seria descartada, sendo repaginada e ganhando um apelo estético atualizado.

Conheça a marca brasileira que aposta no conceito de upcycling

A Ziel, é uma marca brasileira e que aposta nesse conceito de upcycling. A marca existe desde 2021. Os responsáveis pela marca revelam que a captação iniciou-se com os insumos da indústria de vinhos e sucos de uva. Todos os anos, são colhidas várias toneladas de uva, mas muitas empresas acabam utilizando somente a parte interna do grão e realizando o descarte da casca e das sementes das uvas.

A marca conta com fórmulas exclusivas de shampoos, condicionadores, sabonetes, hidratantes corporais e uma *bath bubble*, que é feita a partir do cristal que se forma durante a fermentação do vinho. Esse produto, inclusive, é inovador e a Ziel é a primeira marca utilizando essa técnica em todo o mundo.



Movimento de beleza mais sustentável tem sido cada vez mais comentado pelo mundo da beleza. (Foto: Reprodução/Freepik)

Upcycling pode ser o ápice da sustentabilidade

De acordo com o IBGE, o Brasil gera cerca de 80 milhões de toneladas de resíduos anualmente. Essa mudança para o estilo do upcycling pode ser um divisor de águas para o ramo da beleza. Nos últimos anos, muitas marcas tem apostado no veganismo, deixando de testar seus produtos em animais, utilizando matéria-prima vegana e utilizando ingredientes naturais.

Outro grande exemplo do conceito upcycling, é a Natura. A marca utiliza matéria-prima do Brasil, e produtos naturais, como a castanha, macadâmia, maracujá e flor de laranjeira. O upcycling tem tudo para se tornar uma grande realidade do mercado de cosméticos, pois além de serem feitos com material de alta qualidade, fortalece também a conscientização sobre a sustentabilidade e fortalece o conhecimento sobre os impactos naturais.

Foto destaque: Produtos naturais. Reprodução/Freepik