

pH color changing: quando il make-up è camaleontico

By **Lisa Dansi** - 8 Febbraio 2024



Preferenze privacy

Prodotti make-up che cambiano colore a contatto della pelle. Prodotti che rivelano una natura – pardon, un colore – del tutto inaspettato e che esprimono l'aspetto più 'ludico' del make-up, ovvero il suo essere strumento di sperimentazione ed esplorazione. E se in principio è stato appannaggio dei [prodotti labbra](#), oggi la tendenza color-changing ha conquistato anche il mondo nail e il make-up viso, dai fondotinta alla creme colorate e agli illuminanti. Un trend che crescerà ancora e destinato a portare sul mercato formule 'ibride' che esplorano nuovi effetti tattili e visivi e che offrono inedite performance tecniche e sensoriali.

Per saperne di più su come funziona il make-up pH-reagente e su come si evolveranno questi prodotti, abbiamo rivolto alcune domande a [Eleonora Mazzilli](#), Trend Localization & Business Development Director di [Beautystreams](#).

E' vero che esistono prodotti per il trucco che cambiano colore con il pH della pelle. Che cosa sono? Come funzionano?

Le formule per il trucco che cambiano una volta applicate, in particolare i rossetti, esistono da molto tempo. Si tratta di una reazione chimica di particolari pigmenti che, a contatto con

l'aria e l'umidità della cute, cambiano colore. Rossetti, oli, lucidalabbra e balsami reagiscono al pH cutaneo, esaltando le labbra con una sfumatura tono su tono e un finish luminoso grazie ad una molecola che cambia colore. Più recentemente, le formule reattive al pH sono apparse anche in altri prodotti per il trucco, grazie alla spinta data dall'industria sempre alla ricerca di nuove tonalità su misura. Fondotinta, creme colorate, fard, illuminanti e persino gli smalti si comportano come camaleonti, fornendo un'applicazione senza soluzione di continuità e colori personalizzati.

Le creme idratanti colorate appaiono bianche (grazie ai pigmenti microincapsulati) e solo una volta applicate prendono colore, adattandosi a qualsiasi tonalità della pelle, illuminando, idratando e perfezionando il colore carnagione. Lo stesso accade con i fondotinta. Ci sono fondotinta con una base bianca che cambiano colore durante l'applicazione e si adattano istantaneamente al tono della pelle grazie ai micro pigmenti che vengono rilasciati non appena si applica il prodotto, riprendendo il colore naturale del pigmento sottostante. Sul mercato spopolano anche blush che offrono un'esplosione di colore naturale grazie a pigmenti pH-reagenti, all-over illuminanti con una base che reagisce al pH e gocce perlate che esaltano tutti i toni della pelle. Per non parlare degli smalti per unghie pH reagenti: dopo l'applicazione la base da incolore diventa rosa, poiché reagisce al pH naturale e all'umidità della lamina ungueale.



Secondo te, questa tendenza è destinata a diventare più forte in futuro?

Direi proprio di sì! Mentre i consumatori di tutte le età apprezzano sempre più gli aspetti materici e cromatici della bellezza, i consumatori più giovani sono alla ricerca di esperienze avventurose e giocose. In un mondo in cui le persone desiderano che le esperienze siano amplificate, le texture inaspettate e i colori che sorprendono, conquistano e rendono le routine di bellezza più indulgente sono la chiave per connettersi con un pubblico di giovani e giovanissimi e creare qualcosa che per loro valga la pena di essere condiviso sui social. Quando i prodotti texture changing ispirati alla bellezza coreana sono divenuti popolari anche in Occidente, a conquistare i clienti furono questo tipo di esperienze multisensoriali. Pertanto, le formule che cambiano colore o reattive al pH continueranno ad essere popolari, perché sono tanto divertenti da usare quanto efficaci nel trasformare i prodotti di bellezza in meraviglie che emozionano, sorprendono, conquistano.



Queste formule piacciono perché fanno emergere, oltre alla performance, anche l'aspetto 'giocosco' del make-up?

Assolutamente sì e questa è anche una delle ragioni del loro successo. Le formule che cambiano colore e reagiscono al pH riescono a suscitare diverse sensazioni e reazioni e, in questo senso, possono giocare un ruolo chiave nell'accrescere la consumer experience e la percezione del prodotto e della sua efficacia. Per soddisfare le esigenze dei giovani consumatori che sono alla ricerca di novità, il 'look& feel' cioè l'aspetto e la sensorialità dei prodotti sono senza dubbio parti integranti dell'esperienza del consumatore e determinanti nella preferenza d'acquisto.

Per il futuro ci aspettiamo di vedere sul mercato formule 'smart', che giocano sugli aspetti sensoriali e che, non solo offrono benefici 'tangibili' alla pelle, ma influiscono sulla percezione dell'efficacia del prodotto e sul modo in cui viene esso percepito dal consumatore.

Di questa tendenza vedi un'evoluzione in forma diversa nel prossimo futuro?

Ci aspettiamo che i brand diventino ancora più audaci nelle loro formulazioni e che puntino su nuovi effetti tattili e visivi. Spopoleranno prodotti 'ibridi' capaci di offrire claim e contenuti nuovi di zecca e in grado di portare ad un livello successivo – il 'famoso' next step- anche i risultati promessi.

Con la sperimentazione sensoriale ormai trasversalmente presente nei vari prodotti beauty, i brand cercheranno di offrire prodotti con un significato più profondo, con un fascino a più livelli per attirare il pubblico sempre crescente di beauty addicted. I marchi renderanno il trucco divertente, attraverso una nuova generazione di texture ed effetti che offriranno libertà di manovra ai consumatori desiderosi di affinare la propria creatività e creare nuovi look. Ci aspettiamo texture ariose e simili al fango o che creano effetti speciali, formule che cambiano colore e prodotti in capsula a rilascio di pigmenti colorati.

Un'esplosione di colori? Molto di più! Ci aspettiamo di vedere texture che 'esplodono' all'applicazione, come un'esplosione d'acqua, di olio e di glitter, che possono offrire effetti speciali tra cui finiture mukti-chrome o look 'wet skin' e laminated skin. L'industria cosmetica sta andando sempre di più verso un approccio olistico incentrato sul benessere, su connessioni emotive e momenti di "me-time". In questo contesto, sarà fondamentale utilizzare la sensorialità per stimolare i sensi, migliorare l'umore generale e il comfort e giocare con il tatto, il colore o il profumo per generare emozioni.

Per il futuro ci aspettiamo che i brand di make-up offrano esperienze che riconnettono il consumatore con il proprio corpo e la propria mente, attraverso ad esempio effetti di formicolio, riscaldamento o raffreddamento; sensazioni che esaltano le performance dei prodotti e al tempo stesso stimolano calma, energia e benessere.