

Lipstick, il futuro tra performance e sostenibilità

By **Lisa Dansi** · 26 Febbraio 2024



Occhi puntati sul mercato dei lipstick: un business che nel 2024 raggiungerà i 14Mrd USD (fonte Euromonitor), sempre più caratterizzato da prodotti etici che uniscono al colore benefici funzionali – formulazioni ibride e con 'added benefit' – e da packaging che differenziano il prodotto e migliorano la user experience, cioè l'interazione utente-prodotto. Ma tra i driver di sviluppo figurano anche inclusività e sostenibilità, con formulazioni e confezioni performanti ma al contempo rispettose dell'ambiente. Nel futuro però c'è anche la tecnologia: i progressi in campo scientifico, nell'AI, nel riconoscimento facciale e nell'analisi digitale consentiranno al mondo beauty di compiere importanti passi in avanti nell'offerta di prodotti più personalizzati e inclusivi. In un futuro che è già presente per i prodotti labbra si apre una nuova era fatta di performance, inclusione e sostenibilità, come racconta **Eleonora Mazzilli**, Trend Localization & Business Development Director North America di [Beautystreams](#).

Parliamo di lipstick: quali saranno i trend protagonisti nei prossimi mesi?

In tutti i segmenti della società, vi è una crescente consapevolezza dell'importanza di adottare uno stile di vita sostenibile e che preservi le risorse. A livello internazionale la sostenibilità, insieme al consumo etico e consapevole, è alla base dello sviluppo dei prodotti make-up. Spinto dall'adozione da parte dei consumatori di uno stile di vita consapevole, c'è un boom della domanda di trucchi vegani e lipstick cruelty-free. Una crescente consapevolezza dell'impatto dell'industria beauty sul pianeta sta facendo crescere la coscienza della necessità di ingredienti provenienti da fonti sostenibili, formule responsabili, pratiche etiche e packaging sostenibili.

In che modo AI e nuove tecnologie influenzano l'industria della bellezza e il mondo dei lipstick?

I consumatori di oggi si aspettano di essere trattati come individui, indipendentemente dal loro orientamento sessuale, età, sesso, etnia, abilità o stile di vita. Le innovazioni nella scienza, nell'intelligenza artificiale, nel riconoscimento facciale e nell'analisi digitale consentiranno alla personalizzazione dei color cosmetics di fare un ulteriore passo avanti, offrendo ai consumatori un approccio alla bellezza più 'custom' e su misura, con prodotti e lipstick inclusivi. Forti di sistemi che raccolgono le preferenze e i dati dei consumatori, i brand offriranno un'esperienza più personale e inclusiva basata sui valori culturali, sugli stili di vita dei consumatori o su attributi regionali come il clima, l'umidità e l'esposizione al sole. Mentre a livello globale aumenta il numero di persone con pelle sensibile e allergie, si moltiplicano le formule approvate da dermatologi e testate contro le allergie che non irritano le labbra, insieme a prodotti scientificamente testati e certificati amici del microbioma che non alterano l'equilibrio la barriera. Non tossico, senza profumo e senza parabeni, ma anche vegano e senza glutine diventeranno claim chiave per creare fiducia e rassicurare i consumatori. Particolarmente rilevanti diventeranno i color cosmetics derma-safe che proteggono e riparano le labbra sensibili e secche per tutto il giorno.

E' vero che sta cambiando l'approccio all'invecchiamento? In che modo questo si riflette sui prodotti labbra?

L'attenzione della società alla cultura giovanile e agli stereotipi negativi sull'invecchiamento hanno contribuito alla sotto rappresentazione dei consumatori più anziani nel settore della bellezza, che ha un po' trascurato quei consumatori che ora appartengono alla Gen X e oltre. Tuttavia, il cambiamento dell'atteggiamento nei confronti dell'invecchiamento offrirà ai brand un'opportunità di proporre color cosmetics formulati per la pelle matura e le donne tra i 40, i 50 e oltre.

Saranno presi in considerazione color cosmetics su misura per la pelle che invecchia, come i lipstick che riempiono le linee sottili e le rughe, per promuovere l'espressione di sé e il divertimento, indipendentemente dall'età. Utilizzando nuove tecnologie, verranno sviluppate formulazioni e texture che lusingano le labbra invecchiate, insieme ad applicatori facili da impugnare e formazione sulle tecniche di applicazione, per creare un senso di fiducia quando aumentano le disabilità legate all'età. Un ambiente di realtà mista, che confonde i confini tra digitale, fantasia e realtà, rimodellerà il futuro dei color cosmetics, dando vita a nuovi modelli di consumo dove la vita reale e il sé digitale coesistono. I brand utilizzeranno la tecnologia per creare avatar realistici che assomigliano esattamente ai loro proprietari, dal tono della pelle al colore degli occhi e delle labbra, e offrono esperienze coinvolgenti in cui i consumatori possono provare diversi prodotti di rossetto a loro piacimento nel metaverso, vedere immediatamente che aspetto hanno e fare acquisti in un negozio virtuale allo stesso modo lo farebbero in uno spazio fisico di vendita al dettaglio.



Quali innovazioni vedi in termini di texture, ingredienti, formulazione e colori?

Le texture, insieme ai colori e agli aromi, svolgono un ruolo significativo nelle abitudini di acquisto dei rossetti da parte dei consumatori. Le texture sensoriali fanno appello a tatto, olfatto e vista, mentre il lessico del food entra nel mondo dei lipstick. Si parla di texture burrose, finiture multi-chrome e wet, di 'effetto tattoo' e di formule plumping.

In che modo anche per i lipstick il confine fra make-up e skincare si fa sempre più sottile?

Già da tempo i confini tra cura della pelle e trucco si sono fatti più labili. Sul mercato si fa strada una nuova generazione di rossetti 'ibridi' – un po' lipstick, un po' trattamento di bellezza – formulati con ingredienti funzionali che migliorano le condizioni delle labbra, combattono i segni del tempo, agiscono sul microbioma....Cresce l'offerta di formulazioni vegan, clean, sicure, etiche, naturali e sostenibili e soluzioni che impiegano pigmenti derivati da frutta e verdura per coniugare performance, etica (cruelty-free) e sostenibilità.

Che cosa ci puoi dire sui packaging dei prodotti labbra: quale sono le tendenze e le sfide da affrontare?

Se il mondo skincare ormai da tempo ha sdoganato i refill, ora anche nel mondo dei lipstick si stanno facendo strada soluzioni ricaricabili che combinano estetica e funzionalità. Se per il mondo del packaging l'obiettivo è la riciclabilità, la risposta per i lipstick sono soluzioni monomateriale in PP, PET, iPET, rPET, PE, LDPE, LLDPE e HDPE o in materiali di origine biologica. Fondamentale è la fase 'ex-ante', cioè la progettazione, che dev'essere fatta

pensando al riciclo e a come ridurre il footprint e proteggere il pianeta. Nel packaging dei lipstick si assiste all'uso di materiali organici come porcellana, ceramica e pietra naturale e persino cemento, un modo per mostrare l'impegno per la sostenibilità e l'estetica naturale migliorando al contempo l'immagine sofisticata e lussuosa del marchio. Questi materiali sono noti per la loro eccezionale durata e longevità, il che porta ad una minore produzione di rifiuti e consumo di risorse.

E poi c'è il tema dell'inclusività. È diventato fondamentale progettare imballaggi inclusivi, utilizzabili e accessibili a tutti. Spopolano lipstick caratterizzati da apertura e impugnatura facilitate, che utilizzano l'apertura con una sola mano, chiusure magnetiche ed elementi che sono intuitivi da usare e che forniscono alle persone con disabilità fisiche un'esperienza migliore.

Quando si parla di sostenibilità e di make-up non si possono non citare i sistemi refill. Sul mercato sono disponibili sempre più rossetti ricaricabili, con refill che possono essere facilmente sostituiti e mirano a ridurre i rifiuti di plastica. La riciclabilità degli imballaggi è ormai un must e ciò può rappresentare una sfida per i packaging che tradizionalmente contengono più materiali e che non possono essere facilmente riciclati. Con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di un'economia più circolare, anche per i rossetti il mondo del packaging offre soluzioni avanzate monomateriale in PP, PET, iPET, rPET, PE, LDPE, LLDPE e HDPE, insieme a materiali di origine biologica, che possono essere facilmente immessi nel circuito di riciclo.
