

## Longevity, la skincare va oltre le frontiere dell'età

By **Lisa Dansi** - 16 Ottobre 2024



Nel beauty, la parola d'ordine è longevity. Complice il progressivo invecchiamento della popolazione, nel mondo si fa strada un nuovo codice di valori (e con esso nuove categorie di prodotti e nuove modalità di consumo) destinato a influenzare il beauty, la moda, il design, il food...Invecchiare non è più una condanna, ma uno status naturale che le persone vogliono affrontare con serenità, rimanendo attive e seguendo le proprie passioni. La tendenza non è più inseguire l'eterna giovinezza, ma agire per ottenere 'una versione migliore di se stessi'.

### LA PRIORITA'? INVECCHIARE BENE!

**Michael Nolte**, SVP Creative Director di [Beautystreams](#), ospite di una tavola rotonda di CosmoTalks, ha evidenziato come il mercato legato alla longevity sia destinato a crescere del 6,8% CAGR nel periodo 2024-2031, con un valore di 44,92 miliardi di dollari entro il 2031.

L'attenzione dell'industria sul tema longevity, è guidato da tre motivi: in primis, con un mercato globale degli anti-age destinato a raggiungere i 93 milioni di dollari entro il 2027, per le aziende investire nel campo della longevity e acquisire una quota di mercato è un'ottima opportunità. Poi c'è il tema legato all'invecchiamento globale della popolazione. Nel 2025 l'età media della popolazione mondiale sarà di 32 anni, ma nel 2100 aumenterà a 41,9 anni. Ovunque nel mondo si cercano – e si cercheranno sempre di più – prodotti che permettano di prolungare la propria giovinezza. Infine, a guidare l'interesse verso questo tema è un approccio alla salute e al benessere più ampio, che include il mantenimento di buone condizioni della pelle dentro e fuori. La longevity skincare segue questo filone, offrendo prodotti che contribuiscono al benessere e aiutano ad invecchiare bene.

La conferma dell'attenzione al tema della longevity arriva dal mercato, dove si moltiplicano i lanci di integratori specifici per l'età, di prodotti per il benessere sessuale e di cosmetici 'ormonali'. Se nell'haicare emerge un nuovo approccio ai capelli bianchi e al colore e si investe su prodotti anti-caduta e per il cuoio capelluto, nel make-up si punta sul *comfort*: via libera a prodotti leggeri ma coprenti, a correttori dalle tonalità naturali e a color cosmetics con benefit skincare.

E se ad oggi lo sviluppo della maggior parte dei prodotti accoglie le esigenze dei consumatori caucasici, in futuro lo scenario potrebbe cambiare, complice l'avanzata di culture e tradizioni locali trainata dal web, dai social media e dal crescente impatto dei fenomeni migratori. Il futuro vedrà anche materie prime in grado di 'scansionare' lo stato della pelle e capaci di guidarci verso l'approccio migliore per ogni età e prodotti skincare basati sull'evidenza scientifica, così come di trattamenti che aiutano ad affrontare i cambiamenti ormonali e proposte basate sull'epigenetica e sul DNA. Invecchiare, forse, non è più un tabù: il tempo della Silver Generation è iniziato.

### THE GREY POWER

Secondo l'OMS, entro il 2030, 1 persona su 6 nel mondo avrà 60 anni o più, ed entro il 2050, la popolazione mondiale di persone con età superiore o pari a 60 anni sarà raddoppiata raggiungendo i 2,1 miliardi. Tra il 2020 e il 2050 la popolazione di over 80 triplicherà, raggiungendo i 426 milioni. Non solo. Secondo Kantar, i Boomers, cioè i nati tra il 1946 e il 1963, sono i consumatori più influenti del mercato della bellezza in Europa, con acquisti cresciuti del 2% vs 2019 e in UK, Francia e Spagna

le donne over 55 anni coprono quasi la metà delle vendite di prodotti beauty. Tuttavia, nonostante la vita media si allunghi, esiste ancora un divario fra come e quanto a lungo vivono le persone: ecco perché i ricercatori sono al lavoro su terapie e trattamenti che consentano alle persone di vivere più a lungo e in buona salute.

## LA PAROLA D'ORDINE NELLO SKINCARE? LONGEVITY!

Nonostante gli innumerevoli progressi compiuti dalla scienza, il perseguimento della longevity nella cura della pelle ha dei limiti intrinseci. L'invecchiamento è, infatti, un processo complesso e multifattoriale influenzato dalla genetica, dalla biologia e dallo stile di vita di ciascuno. A ciò si uniscono anche fattori esterni come inquinamento, esposizione ai raggi UV, dieta, stress, che possono avere un impatto importante sull'invecchiamento. La soluzione? Adottare un approccio olistico che includa prodotti specifici, protezione solare, una dieta e uno stile di vita sani. E' in questo mix che è racchiuso il segreto della longevità.

### CHANEL

Il siero rivitalizzante **N°1 DE CHANEL** previene e corregge i 5 segni del tempo. Con un'alta concentrazione di estratto di camelia rossa, principio attivo in grado di sublimare la vitalità cellulare, il siero si fonde perfettamente sulla pelle per contrastare le aggressioni esterne.



### CLARINS



Il nuovo Double Serum sfrutta l'innovativa [EPI-AGING DEFENSE TECNOLOGY] per neutralizzare gli effetti dell'invecchiamento cutaneo accentuati da uno stile di vita non equilibrato. Fedele al DNA Clarins, [EPI-AGING DEFENSE TECNOLOGY] si ispira più che mai alla natura. Il suo straordinario potere deriva da una pianta mai utilizzata prima in cosmetica – la canna gigante di Provenza bio – che aiuta a rafforzare la resistenza della pelle all'ambiente limitando la comparsa dei segni dell'età. Protetto da 6 brevetti.

### COLLISTAR

L'iconica crema assoluta anti-età di Collistar, ora ancora più efficace. Contiene un particolare Estratto di Semi di Sesamo che, stimolando il naturale meccanismo di adipogenesi, rimpolpa le zone soggette a perdita di volume e svuotamento. Grazie alla sapiente combinazione di due peptidi di nuova generazione e un fito-colesterolo incapsulato, ridensifica l'epidermide per ritrovare una pelle più compatta e ripristina la funzione di barriera della pelle, supportando la sua naturale capacità auto-rigenerativa e assicurando l'idratazione ottimale.



### ESTÉE LAUDER



Nascosti nel profondo della terra, invisibili all'occhio umano, i tartufi sono speciali e misteriosi. Estée Lauder ha catturato l'essenza e il potere del tartufo più raro e pregiato di tutti: il Tartufo Black Diamond.

L'esclusivo estratto del tartufo Black Diamond è il cuore della collezione Re-Nutriv Ultimate Diamond. La nuova Re-Nutriv Ultimate Diamond Transformative Brilliance Soft Creme rimpolpa in profondità la pelle facendola apparire e sentire più giovane, grazie alla tecnologia brevettata SIRTIVITY-LP™.

### EUCERIN

Eucerin lancia il suo primo prodotto basato sulla tecnologia brevettata dell'orologio biologico della pelle: Hyaluron-Filler Siero Epigenetico. Una novità assoluta nella cura anti-age che ha un approccio rivoluzionario nei confronti dell'invecchiamento cutaneo. Dallo studio delle cellule della pelle, Eucerin sviluppa la formula che riattiva i geni della giovinezza, per invertire i segni dell'invecchiamento, identificando l'ingrediente attivo Epicelline® che inverte ben 10 segni dell'invecchiamento.



### FILORGA



**NCEF-Revitalize** è un complesso a base di 10 nutrienti essenziali e di una nuova tecnologia di incapsulazione in liposomi. Mostra la stessa efficacia di un protocollo di 3 iniezioni rivitalizzanti per levigare, uniformare, illuminare la pelle. Contiene il complesso **NCEFa**l 10%. Agisce sui 3 principali processi fisiologici implicati nell'invecchiamento cellulare: produzione di energia, equilibrio tra sintesi e degradazione proteica.

### LANCASTER

Lancaster Golden Lift Eye-Lifting Cream si concentra su sopracciglia, palpebre superiori e inferiori, angoli esterni degli occhi e delle tempie, riducendone l'aspetto «cadente» per fare apparire lo sguardo visibilmente più aperto. Rughe, borse e linee di disidratazione si riducono grazie a una formula avanzata che rassoda la pelle del contorno occhi, migliorandone elasticità e compattezza. Per un effetto lifting a 360°.



## LA PRAIRIE



Life Matrix Haute Rejuvenation si basa sull'High Longevity Science, un approccio unico per prolungare la longevità della pelle, combina una formula all'avanguardia, elevata efficacia – già dopo 15 minuti la pelle è più liscia, più morbida, più lenita – e una texture morbida e setosa che appaga i sensi. Life Matrix Haute Rejuvenation Cream è stata progettata per modulare le informazioni cellulari nella pelle. Questa modulazione ottimizza la funzionalità cellulare che porta a una maggiore longevità della giovinezza.

## SENSAI

La nuova Ultimate The Eye Cream è una crema straordinariamente emolliente che appaga i sensi e avvolge la pelle in un velo di idratazione. Arricchita con Sakura Eternal Complex, estratto di Yuzu e l'estratto di Bukuryo che rivitalizzano la delicata zona del contorno occhi. L'innovativa texture regala un'esperienza sensoriale ineguagliabile. Densa al tatto, la crema si stende come un olio nutriente, avvolgendo il contorno occhi in un velo etereo di idratazione. superare gli effetti del tempo liberando le infinite potenzialità della pelle.



## SHISEIDO



La linea anti-età *Vital Perfection* si rinnova con due tecnologie potenti: SafflowerRED Technology, principio attivo che ottimizza l'autogenerazione cutanea, e ReNeuraRED Technology, chiave per migliorare la reattività della pelle. Le nuove formule, 4 volte più efficaci delle precedenti, sono disponibili in 3 texture sublimi: 24h, 24h enriched, notte. Inoltre, *Shiseido* adotta un approccio più eco-compatibile al packaging: ispirandosi alla filosofia giapponese del "Mottainai", "rimpiangere gli sprechi", introduce un design più sostenibile per ricaricare facilmente e comodamente il lussuoso vasetto, consentendo una riduzione del 79% dei rifiuti in plastica.

## SISLEY

Supremya La Nuit Le Grand Baume Anti-Âge è una crema ricca e corposa, che attiva tutto il potere rigenerante della pelle durante ogni fase del sonno. Nel cuore della formula il Phyto-Complexe LC12 (Longevity Concentrate 12h) brevettato\* Sisley, un'associazione efficace di 4 attivi di origine vegetale, che agisce la notte, momento chiave di rigenerazione delle cellule, per un effetto di ringiovanimento visibile della pelle. Per un viso dall'aspetto più compatto, levigato e radioso.

