



Tendenze/Cosmoprof

La rivoluzione si chiama Beauty Tech Macchine che sconfiggono gli anni

ELENA DEL SANTO

Bastasse saper cogliere la bellezza per non diventare mai vecchi, come scriveva Franz Kafka ne *La metamorfosi*.

Ben consci che dopo gli anta la gravità incominci ad avere il sopravvento (pelle sempre meno tonica, palpebre rilassate e così via), la corsa contro il tempo - a suon di trattamenti cosmetici & affini - sembra essere inarrestabile. La rivoluzione si chiama beauty tech. Un'overdose di macchinari sofisticati (ultrasuoni in primis) e dispositivi "intelligenti" che promettono di sciogliere il grasso, distendere le rughe (comprese quelle del collo), compattare l'ovale del volto e "stirare" le palpebre, dagli spazzolini esfolianti per il viso agli applicatori di maschere idratanti e

device vibranti che facilitano la penetrazione di cocktail vitaminici. Ma se da un lato l'onda tecnologica - in arrivo principalmente dall'Asia - non è mai stata così potente, dall'altra c'è chi rivaluta il gesto e la manualità a favore di un approccio olistico basato sul concetto di benessere e cura che furoreggia anche in tema di acconciature e make-up.

Se ne vedranno di novità al Cosmoprof: il salone inter-

nazionale della cosmetica - a Bologna dal 16 al 20 marzo - raccoglie tutti gli stimoli che arrivano sia da chi "crea" bellezza, come laboratori di ricerca e studi clinici, sia dai consumatori che oggi vogliono una pelle zero difetti ma senza ricorrere a trattamenti invasivi.

C'è da aggiungere che nella scala dei desideri il bisogno di bellezza sta guadagnando posizioni. Basti citare che nel 2022 il comparto cosmetico ha fatturato in Italia circa 13,2 miliardi di euro. Per il 2023 si prevede un balzo a 14,2 miliardi di euro, con un incremento di ben 2 miliardi rispetto ai valori pre-Covid (dati del *Centro Studi di Cosmetica Italia*).

Anche il Cosmoprof torna a crescere: quest'anno, saranno oltre 2.900 le aziende in fiera (+ 11% rispetto al 2022) in arrivo da 64 Paesi, compresi Cina e Taiwan. Intanto, a pochi giorni dall'apertura della rassegna (è la 54ma edizione), già s'intrecciano quelli che saranno i prossimi trend. Il tema della sicurezza, esploso durante la pandemia, continua a guidare gli acquisti dei prodotti beauty, cosa che alimenta l'attenzione sugli ingredienti, materie prime come principi attivi, sino alla tracciabilità e trasparenza. La cosmetica green fa la parte del leone. Per dire: nel padiglione del-

la Corea dove espongono un centinaio di produttori, il focus sarà principalmente su erbe e funghi. Ginseng, bava di lumaca, veleno delle api, estratto di stella di mare uniti alla tecnica della fermentazione sono esempi di quel connubio tra tradizione, scienza e natura che sta guadagnando punti *all over the world*. Spinta green anche nel maquillage, settore clou per la cosmetica italiana. Produciamo, infatti, il 67% del make-up utilizzato in Europa e il 55% di quello mondiale. La svolta si chiama armocromia, finora applicata principalmente alla moda, sta letteralmente esplodendo nel trucco: è la scienza che in base alle caratteristiche cromatiche di una persona (mix di pelle, occhi e capelli) decreta una palette di colori ideale. Il tutto all'insegna della body positivity.—

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Spilli

A CURA DI ELENA DEL SANTO



Il braccialetto in pizzo è cool

Nei suoi primi 10 anni ha conquistato teenagers e celebrities, da Beyoncé a Charlotte Casiraghi. Ora il braccialetto col quadrifoglio di Cruciani sfoggia nuovi colori e fili di lurex.



Note selvagge e sensuali

Neroli Nasimba è la nuova fragranza di Maison Crivelli, nasce "dalla scoperta di fiori d'arancio (neroli) durante un safari a piedi". Nel bouquet no gender, anche peperosa e cuoio.



Il jeans che valorizza l'unicità

La nuova stagione fa rima con denim. Best seller, il jeans di Liu Jo: un modello flare (scampanato) con elastico sul retro, che abbraccia la silhouette valorizzando il lato B.



Vetrina beauty d'eccellenza, il Cosmoprof si svolge a Bologna dal 16 al 20 marzo, ospita oltre 2.900 aziende da 64 Paesi

