

THE NEXT BEAUTY ECOSYSTEM 2024



THE NEXT BEAUTY ECOSYSTEM

WATERLESS AND SINGLE-PRODUCT SKINCARE

2024

Laura Bresciani | *Trend Forecasting Manager*

Entro il 2024 la waterless skincare e l'ascesa del monoprodotto diventeranno mainstream e saranno fondamentali per il nuovo ecosistema del mondo beauty.

È sotto gli occhi di tutti che questa sia stata un'estate con ondate di calore anomale. Nonostante i recenti disastri climatici, nei primi 6 mesi del 2022 in Italia le piogge sono state molto scarse; infatti mancano all'appello 40 miliardi di metri cubi d'acqua, ovvero circa il 43% in meno delle medie attese. Senza più alcun dubbio stiamo toccando con mano che il cambiamento climatico è già in atto e sta compiendo il suo inesorabile corso.

Il punto focale del Trend Forecasting è osservare il presente per guardare a ciò che succederà tra 5/10 anni, mettendo così le aziende in condizione di esordire con prodotti giusti al momento giusto; ed è proprio per questo motivo che parlo di "waterless skincare" dal 2017.

In quegli anni poteva essere una scelta strategica anticipatrice e di fatto lo è stato per le aziende più lungimiranti. **Oggi è qualcosa a cui non ci si potrà più sottrarre: entro il 2024 la cosmesi waterless passerà da novità a necessità.** Emergeranno, quindi, nuove generazioni di prodotti e formati per la skincare **BYOW (bring your own water)**.

Spinti dalla diminuzione dell'offerta mondiale di acqua dolce e dall'aumento della domanda di formule sicure e stabili, i consumatori punteranno alla conservazione e alla qualità del prodotto, più che alla convenienza.

Infatti, oltre ad essere più sostenibili, i formati BYOW sono più sicuri ed efficaci rispetto ai tradizionali prodotti a base d'acqua, che spesso viene utilizzata come riempitivo. Contenendo fino all'80% di H₂O, l'efficacia complessiva del prodotto può essere

ridotta, creando formule meno performanti ed efficaci, in quanto l'acqua richiede anche l'uso di conservanti, per contrastare i batteri.

La rimozione dell'acqua e dei conservanti massimizza la potenza degli ingredienti perché più concentrati, migliorando così l'efficacia sulla pelle e riducendo allo stesso tempo il peso, il volume e l'imballaggio. Questi formati, inoltre, sono decisamente meno voluminosi e quindi più comodi da portare con sé durante viaggi o spostamenti.



Alcune aziende hanno già formulato prodotti waterless, andando incontro alle nuove esigenze dei consumatori più attenti.

Unbottled offre una gamma di prodotti solidi per la cura della persona. "L'idea dell'azienda francese è di creare un brand zero waste, che abolisce del tutto l'uso della plastica attraverso prodotti freschi, profumati, di qualità e che non fanno male all'ambiente".

Biofficina Toscana, azienda da sempre impegnata in una "cosmesi ecobiologica", a kilometro zero per dare valore al proprio territorio, propone prodotti solidi, formulati senza processo di saponificazione, come veri e propri detergenti liquidi, senza acqua e plastic free.



Officina Toscana

Haeckels, marchio di prodotti skincare con sede nel Regno Unito, ha lanciato il suo nuovo detergente corpo waterless. Il nuovo gel doccia al 60% H₂O Ocean Cleanse Concentrate e Allantoina è completamente senz'acqua ed è disponibile in formato pillola. La pillola, profumata al limone, geranio e barbabietola, viene combinata con acqua bollente, per creare un normale gel doccia.

Dom Bridges, founder di Haeckels, ha dichiarato: "Tutto ciò che facciamo è guidato dalla sostenibilità". Recentemente ha declinato l'opportunità di fornire i propri prodotti a diverse compagnie di linea per la First e la Business Class, in quanto "gli aerei continuano a bruciare combustibili fossili, contaminando l'aria e creando danni irreversibili ai nostri oceani". Questo vuol dire sentirsi responsabili del proprio operato, del proprio contributo al cambiamento globale, in un contesto che sarà sempre di più sostenibile, etico ed inclusivo.

Le beauty pills di O-PAC, realizzate dalla Total Solution Provider italiana che opera nel settore cosmetico, hanno vinto gli IT Awards Make UP 2022 a New York nella categoria "Formulation". Sono compresse con formulazioni naturali che, a contatto con poche gocce di acqua, si dissolvono ricostituendosi in una texture leggera ed estremamente vellutata, pronta per essere applicata sulla pelle. Completamente personalizzabili in termini di principi attivi, performance, profumi, forme e colori, le beauty pills di O-PAC offrono diverse applicazioni cosmetiche per viso e corpo, in base ai principi attivi utilizzati.

La waterless beauty, dunque, è sicuramente un passo sostanziale verso una cosmesi più sostenibile, ma come è evidente a tutti non è la soluzione finale. L'acqua, infatti, è presente in tutti gli stadi del ciclo di vita di un prodotto. Entro il 2025 si stima che i due terzi del pianeta potrebbero trovarsi a fronteggiare una carenza idrica, come dimostrano i recenti rapporti dell'UNESCO.

(<https://www.unesco.org/reports/wwdr/2022/en>)

Per questo motivo le aziende dovranno ridurre la propria dipendenza dall'acqua in tutto il loro ciclo produttivo.

L'acqua, ribattezzata "Oro Blu", è già un privilegio poco tutelato e presto diventerà agli occhi di tutti un bene inestimabile, facendo ulteriormente crescere il bisogno di prodotti water-free.

Ma andiamo nel dettaglio sull'ascesa del monoprodotto, che insieme al waterless beauty costituirà una fase evolutiva importante per il mondo della cosmesi.

L'ascesa del monoprodotto è strettamente collegata allo Skin Minimalismo, una tendenza beauty del 2021 che, come dice la parola stessa, attraverso un approccio minimalista, impiega pochi prodotti specifici e mirati, il più delle volte multitasking. Al centro di questo trend c'è il desiderio di tornare a una routine essenziale ma performante, in contrapposizione agli elaborati passaggi della Korean beauty.



Questa tendenza riduce inevitabilmente il beauty footprint, in quanto vengono scelti un numero minimo di prodotti.



Entro il 2024 è stato rilevato da dati qualitativi e quantitativi che lo Skin Minimalismo verrà portato all'estremo. Costruire quindi un marchio o una beauty routine semplicemente su un ciclo di nuovi prodotti, non avrà più appeal tra i consumatori.



La piattaforma inglese Skoosh Skin ha rilevato che il 77% delle donne del Regno Unito usa mediamente meno di 10 articoli per la propria beauty routine, nonostante ne acquistino fino a 100 all'anno, pari a una media di oltre 5 kg di rifiuti di prodotti e imballaggi, generati durante l'intero corso di una vita, con un costo stimato di 180.000 sterline.

La skincare monoprodotto conquisterà una larga fetta di mercato, con prodotti altamente concentrati, che semplificheranno le modalità di applicazione, risparmiando tempo, denaro e preservando il pianeta.

Il mondo della cosmesi si concentrerà sempre di più su “less but better”, con routine multistep sostituite da prodotti concentrati e formule personalizzate, che affrontano più problemi in uno.

Accanto al monoprodotto si affiancherà il monodosaggio, già presente oggi sul mercato, guadagnando sempre più spazio. Infallibili ed efficienti, i prodotti monouso forniscono una dose perfettamente misurata di ingredienti, igienicamente sigillati e alla loro massima potenza, riducendo così gli sprechi e il problema del sovraconsumo.

Reyn, marchio skincare statunitense, è stato lanciato nel 2021 con un singolo “prodotto Heroe”, il Base Serum.

Formulato con principi attivi a base vegetale, clinicamente testati e altamente performanti, il siero utilizza la scienza molecolare, per imitare il meccanismo di riparazione naturale della pelle. Il prodotto è pensato per una routine minimalista, adatta a tutti i tipi di pelle e per tutte le età.



Questo rapporto di tendenza anticipa le evoluzioni, che avverranno nel mondo del beauty da qui ai prossimi 2/3 anni. Il nostro dipartimento di Trend Forecasting, costantemente attivo con le piattaforme di tendenza internazionali, è già al lavoro su questi e altri mercati, con l'obiettivo di individuare nuove e importanti evoluzioni, che saranno rilevanti entro il 2025 | 27.

Sono a vostra disposizione, se siete interessati ad approfondire uno o più aspetti di questo rapporto, per potervi così affiancare nell'evoluzione futura della vostra marca.

THE NEXT BEAUTY ECOSYSTEM 2024