Il make-up gender neutral trasformerà la bellezza

Maria Cattini | 29/10/2021 | Modus vivendi

Il make-up gender neutral trasformerà la bellezza. Indagini di mercato e sondaggi alla mano, i marchi si lanciano a pié pari nel trend della bellezza inclusiva: **prodotti gender neutral** per una nuova consapevolezza.

I marchi di prodotti per la cura della pelle e di cosmetici stanno espandendo le loro linee di prodotti gender neutral per rincorrere il mercato della "bellezza inclusiva" che continua a crescere rapidamente.

Le linee di make-up gender neutral sono il prossimo, grande trend in fatto di "bellezza inclusiva", poiché le generazioni più giovani erodono le norme e gli stigmi di genere tradizionali.

> Più del 50% di chi fa parte della **Generazione Z** crede che il genere non sia binario e comprenda invece uno spettro.

Di conseguenza, i marchi stanno lanciando prodotti di bellezza che non sono mirati a un genere specifico. I marchi per la cura della pelle da Esopo a Ursa Major a Non Gender Specific hanno abbandonato il marketing di genere, scegliendo di confezionare e vendere prodotti unisex che si concentrano invece su problemi o condizioni specifici della pelle. Nel trucco, gli esempi gender neutral includono marchi come Fenty e Milk Makeup, oltre a startup indie come Fluide (la vedete nella foto di "copertina" di questo post) e Jecca Blac.

Anche marchi storici di cosmetici (e non solo) tra cui MAC Cosmetics, Tom Ford, Gucci e Marc Jacobs hanno lanciato linee gender neutral anche per il trucco, le fragranze e l'abbigliamento.

"Come cultura, ci stiamo rendendo conto che il genere non è più un concetto fisso", ha affermato Sam Cheow, vicepresidente senior per l'innovazione aziendale e lo sviluppo del prodotto presso le aziende Estée Lauder, in un'intervista rilasciata al rotocalco Harper's Bazaar.

In un era come questa, nella quale anche le aziende (soprattutto, nel bene e nel male) fanno cultura, una virata così repentina non potrà che contribuire ad accelerare un cambiamento percettivo e, giustappunto, culturale

© 2026 Expresión - Il Blog di Maria Cattini — All rights reserved.