

Dopo anni di fast food in cui ci sembrava trendissimo ingozzarci in piedi cronometrando la performance prandiale è arrivato slow food e siamo diventati tutti assorti gourmet. Ora più o meno lo stesso sta succedendo alla bellezza, dove alle promesse di andare a letto incremate e cinquantenni per risvegliarsi al mattino magicamente trentenni si preferiscono approcci più realistici e rilassati.

È la «Slow Cosmétique» e arriva dal Belgio, dove il Petrini del beauty ha fondato un movimento ispirato a Slow Food. Si chiama Julien Kaibeck, insegna cosmesi naturale e spiega che il suo è «un movimento militante che vuole sensibilizzare verso una cosmetica più ragionevole, più naturale e meno ingannevole». Nato nel 2012 con la pubblicazione del suo libro-manifesto, il movimento conta su una associazione di volontari la cui militanza consiste nel «far capire alla gente che spesso i cosmetici non sono quello che sembrano e che si ha tutto l'interesse a consumare prodotti più puliti, più naturali, più etici». E siccome il primo passo verso la cosmetica slow è fermarsi pazientemente a leggere le etichette degli ingredienti piene di latiorum chimico, l'associazione insegna a riconoscere gli elementi meno naturali. C'è poi il negozio online dove trovare prodotti di piccole aziende che non hanno grande distribuzione.

Le vie della lentezza

Ritorno al passato e ai rimedi delle nonne, quindi? Al contrario, come dimostra il successo dell'enciclica «eco» di papa Francesco, la cura della Terra come «casa comune» è ormai un bisogno reale e una condizione sine-qua-non per il futuro, così come il freno ai danni di quella che lui chiama «rapidación», la continua accelerazione «che contrasta con la naturale lentezza dell'evoluzione biologica». Il passaggio dalla cosmetica fast a quella slow, del resto, va per gradi. Le vie sono tre e tutte accettate: si può optare per prodotti bio o con la dicitura slow; fabbricarsi i cosmetici in casa; fare un po' e un po'. Se si scelgono i prodotti finiti, l'associazione dà la garanzia di averli controllati attraverso i volontari che daranno - come per i ristoranti - le «stelle Michelin» della conformità ai criteri della Slow Cosmétique.

Il fenomeno in Italia

E in Italia? «Non è una sfida facile perché gli Europei non hanno tutti la stessa consapevolezza della cosmetica bio», spiega Sébastien Chipot, coordinatore



Il movimento

La «Slow Cosmétique» arriva dal Belgio, dove il Petrini del beauty ha fondato un movimento ispirato a Slow Food. Si chiama Julien Kaibeck, insegna cosmesi naturale e spiega che il suo è «un movimento militante che vuole sensibilizzare verso una cosmetica più ragionevole, più naturale e meno ingannevole»

Prodotti più puliti, più naturali, più etici

COSMETICA SLOW BELLEZZA FUTURA

nel nostro Paese, «In Italia ho iniziato 2 anni fa, devo capire meglio il mercato e il comportamento dei consumatori. Abbiamo creato una pagina facebook e riceviamo ogni giorno commenti positivi e proposte. Significa che l'interesse c'è».

Sul sito slow-cosmetique.org ci sono prodotti francesi, ma piccoli laboratori italiani crescono. «L'unico vincitore della menzione Slow Cosmétique in Italia è Simplement Argan, azienda che fabbrica saponi e olio di argan di alta qualità del centro Italia, poi ci sono tante bioprofumerie e siti online per il fai da te».

In ogni caso, bisogna sempre stare attenti alle certificazioni bio/ecolabel e leggere bene le etichette.

Un salto in bioprofumeria

In Italia c'è anche un franchising di bioprofumerie, si chiama Thymiamia ed è presente in molte città. «Noi privilegiamo prodotti italiani e a chilometro zero», spiega Elena Maimone, titolare con il marito Mark del negozio di Milano, «è un franchising ma siamo tutti indipendenti, mio marito e io ci riforniamo in aziende di Lombardia, Liguria, Toscana e Puglia, la lista è sul sito (thymiamamilano.it/aziende/lista, ndr). Per la maggior parte dei prodotti i prezzi sono concorrenziali con quelli delle grandi marche, massimo 30 euro nel make up. «Il valore aggiunto è che conosciamo personalmente le aziende, cerchiamo di provare ogni prodotto e ascoltiamo molto il

feedback dei nostri clienti».

La tendenza è forte e ha investito anche la grande distribuzione. I supermercati NaturaSi hanno reparti cosmesi fornitissimi e anche brand convenzionali aumentano le linee con ingredienti naturali. E nel tempio fashionista di Parigi, da Colette, uno dei best seller è il deodorante fai da te di una mamma, Rachel Winard, ora fondatrice del marchio Soapwalla.

Ma siccome il finto-bio è una realtà altrettanto in crescita, meglio studiare. Il libro di Julien Kaibeck ora c'è anche in italiano (Punto d'Incontro) e a giorni uscirà «Belle e in forma con Carlitadolce, Rimedi naturali, Cosmetici fatti in casa e tante ricette bio per la bellezza e la salute» (Gribaudo).