

# a nuova FRONTIERA DEL RICICLO

Re-cycling e up-cycling, prospettive inedite  
dell'economia circolare, anche in ambito cosmetico

Sostenibilità, impatto ambientale, economia circolare e riciclo sono argomenti sempre più importanti anche nello sviluppo di un cosmetico. Da una parte, il mercato richiede prodotti sempre più sostenibili, dall'altra, le aziende stesse si stanno impegnando per pesare sempre meno sull'ambiente, si tengono in considerazione i carichi energetici e ambientali associati a un prodotto/processo/attività

lungo il ciclo di vita, dall'acquisizione delle materie prime al fine vita, ovvero "dalla culla alla tomba".

Si valutano tutti i passaggi del processo produttivo, solo così si potrà veramente affermare che un prodotto impatta meno di un altro, e non solo perché magari è confezionato in carta ricic-

clata oppure addirittura è "nudo" come accade per molti cosmetici solidi.

In pratica, bisogna tenere in considerazione le principali categorie che hanno una influenza sull'ambiente come l'utilizzo delle risorse, la spesa energetica, il consumo di CO2. Non solo per la produzione ma anche per il trasporto, i materiali utilizzati per le formule e il packaging, eccetera. E, in quest'ottica di

minor spesa e minor impatto ambientale, anche il riciclo diventa un aspetto decisamente importante.

## NEOLOGISMI

Riciclare significa trasformare gli scarti in nuovo materiale in modo da riutilizzare gli elementi che lo compongono per diminuire i rifiuti, prolungare il ciclo di vita e mitigare il consumo eccessivo di materie

prime. Se però aggiungiamo creatività al riciclo e diamo valore a un materiale rendendolo innovativo e utile, ecco che parliamo di *up-cycling*.

Il termine è stato utilizzato per la prima volta nel 1994 dall'ingegnere meccanico Reiner Pilz in seguito alla deci-

sione dell'Ue di implementare il sistema di smaltimento dei rifiuti, e oggi racchiude in sé temi legati al riciclo virtuoso dell'economia circolare, non solo *zero-waste*, ma soprattutto per creare valore aggiunto a una sostanza a fronte di un basso consumo energetico.

Alcuni esempi li troviamo nella moda come la linea *Up-cycled* di Miu Miu dove, una volta ripristinati, i capi vintage recuperati nei

mercatini, vengono rimodellati e decorati con ricami e dettagli emblematici del brand. Ogni abito *up-cycled* è unico, in pratica i capi in disuso riacquistano una vita nuova e impreziosita dalle rifiniture a mano.

Nella collezione autunno-inverno 2020-21 la Maison Margiela presenta *Recicla*, un progetto in cui capi vintage selezionati dallo stilista John Galiano sono stati restaurati e ricondizionati per diventare capi unici in edizione limitata.

## PRODOTTI

Interessanti materiali provenienti da *up-cycling* arrivano anche dalla cosmetica, dove scarti alimentari diventano preziosi ingredienti che rendono unico un cosmetico. Esempio classico è quello dei noccioli legnosi dei frutti utilizzati per succhi e marmellate, che vengono tritati per ottenere scrub per corpo e viso ma non solo, anche i semi di altri frutti utilizzati come tali, per esempio *cranberry*, fragole, e tanti altri. Dagli scarti della lavorazione della barbabietola da zucchero si ottiene betaina, un ottimo ingrediente idratante e umettante, ben tollerato anche dalle pelli più sensibili. Ha un eccellente profilo tossicologico, tanto da essere utilizzato anche come integratore alimentare. Dagli scarti del pomodoro si ricava il licopene, una molecola antiossidante molto utile nella prevenzione del fotoinvecchiamento, non solo legata all'esposizione agli Uv ma anche ai raggi

**PER LE  
AZIENDE  
LA SOSTENIBILITÀ  
DEVE RIGUARDARE  
TUTTI I PASSAGGI  
DEL PROCESSO  
PRODUTTIVO,  
NON UNA  
SINGOLA FASE**



infrarossi. Dalle bucce dell'uva utilizzata per la produzione del vino, si può ricavare resveratrolo come molecola antiossidante e antiage, e pigmenti naturali.

Un altro esempio di *up-cycling* riguarda la sostituzione dell'acqua della formulazione con liquidi da riciclo provenienti dalla lavorazione della frutta, per esempio di melograno e mela, che unisce un altro caposaldo del *green beauty*: le formule *waterless*, che abbattano gli sprechi del preziosissimo oro blu. In questo approccio, non solo l'acqua è risparmiata, ma è sostituita con un ingrediente funzionale. Overnight cream di Bybi Beauty contiene

più del 70 per cento di ingredienti riciclati, compresa l'acqua di clementina, un sottoprodotto dell'industria dei succhi.

Le Prunier ha creato un olio dalla spremitura a freddo dei semi di prugna riciclati da materiale di scarto di una fattoria.

Up-circle, un brand inglese, usa i fondi del caffè riciclato dalle caffetterie artigianali per il suo famoso *face scrub*.

The Body Shop ha formulato Carrot Cream, una crema ottenuta con le *wonky carrots*, carote non presentabili per il mercato alimentare.

Ma anche l'alta profumeria si è affacciata al mondo dell'*upcycling*.

Shiseido con l'Eau de Parfum Ginza contiene l'essenza di Hinoki ottenuta dalla lavorazione degli scarti del legno che altrimenti andrebbero bruciati.

Diptyque, con Eau de Parfum Eau Rose Edizione Limitata, alla composizione originale dell'eau de toilette, a base di rosa damascena e rosa centifolia, aggiunge *rose firad*, l'acqua di distillazione della rosa damascena che viene sottoposta a una seconda estrazione che cattura aromi particolari di litchi. Possiamo dire davvero che, a fronte di questi ultimi esempi, il valore aggiunto ha dato vita a prodotti unici e con un fascino particolare e prezioso. ●