Con la mascherina crolla il mercato del rossetto

Autore: Giulia Martinelli

Fonte: Città Nuova

Gli economisti lo chiamano “Lipstick Index” e dimostra che nei periodi difficili le donne spendono maggiormente in rossetti, un cosmetico economico e che mette di buon umore, ma l’obbligo delle mascherine ha messo in crisi un mercato che solo tra marzo e maggio ha perso oltre il 53% delle vendite

Secondo i dati diffusi dall’Istituto Nielsen **l’obbligo dell’utilizzo della mascherina ha messo in ginocchio il mercato del beauty**, uno dei più resistenti e proficui al mondo, registrando un calo nella vendita dei cosmetici del 17% nei primi 8 mesi dell’anno e un crollo solo tra marzo e maggio dell’oltre 53%. La mascherina, dispositivo fondamentale nella protezione del contagio da Covid-19, ha così messo ko un mercato che, anche nei periodi di maggior crisi, è riuscito a difendersi e paradossalmente a crescere. Era il 2001 quando Leonard Lauder, presidente della Estée Lauder, parlò per la prima volta di **“Lipstick Index”, l’indice del rossetto**, che mette in relazione l’andamento dell’economia alla vendita dei rossetti. Ed infatti gli economisti si sono accorti che nei periodi di crisi economica la vendita del lipstick cresce in maniera esponenziale. All’indomani dell’attacco alle Torri Gemelle, le vendite dei rossetti aumentarono dell’11%. **Quando la crisi obbliga le donne a rinunciare all’acquisto di beni di lusso costosi, la maggior parte compra un rossetto**, economico rispetto ad altri prodotti ma pur sempre un alleato, un gesto per prendersi cura di se stesse e che può tirare su il morale. Il primo a riconoscerne l’importanza fu Winston Churchill che durante la seconda guerra mondiale ordinò di razionare tutti i cosmetici tranne il rossetto, specialmente quello di colore rosso, che avrebbe portato il buon umore tra chi lo indossava comunicando agli altri positività. **Simbolo di vanità, carattere ma anche di ribellione e solidarietà**, dal rouge di Coco Chanel, che senza una passata di rossetto non usciva di casa, al rossetto rosso regalato da Elizabeth Arden alle suffragette durante una delle manifestazioni che si tennero lungo la Fifth Avenue nel 1912, simbolo di unione tra le donne, emblema femminista. Anche Alexandria Ocasio-Cortez, volto della sinistra progressista americana, in un’intervista a Vogue svela: «Le labbra rosse sono la mia firma, rappresentano la femminilità e il potere». Solo la mascherina, per ora, è riuscita a bloccare quel gesto spontaneo che ogni donna, almeno una volta nella vita, ha fatto dipingendosi le labbra. Per ora il suo posto è stato preso da **mascara, ombretto e eye liner che hanno fatto segnare uno 0,2% in più** rispetto all’anno scorso, perché se le labbra sono coperte, gli occhi restano fuori e possono essere valorizzati. Ma al rossetto è difficile resistere, e c’è chi lo ha disegnato sulla mascherina, perciò, per ora, bisognerà accontentarsi di una bella bocca stampata e sorridente, perché no dipinta di un bel Rouge Coco.