

**Geocosmetica** Nascono laboratori per studiare prodotti di bellezza in linea con le «esigenze etniche». Il caso de L'Oréal

# La cura dei capelli? Per le africane viene al primo posto

**È** ai capelli che le donne dell'Africa dedicano la maggior parte delle cure e quindi della spesa quando di tratta di cosmesi. Le chiome afro sono le più delicate e fragili al mondo e per di più sono quelle che crescono di meno. Il loro problema sono i lipidi che non arrivano in profondità e fanno sì che il capello si spezzi quasi subito. In parallelo, il titolo «belli capelli» va alle caucasiche in fatto di lunghezza e alle asiatiche in fatto di forza e resistenza.

Questi ed altri dati sono contenuti in una serie di studi che L'Oréal sta portando avanti da tempo nei paesi subsahariani, approfondimento del più vasto lavoro di gruppo cominciato negli anni Ottanta e culminato nel 2003 con l'apertura negli Stati Uniti di un Istituto per la ricerca su capelli e pelle etnica. Ai primi di febbraio a supporto è stato inaugurato a Johannesburg anche un istituto di stilismo e cura pro-



**Agli Oscar** Il taglio cortissimo, portato con il cerchietto, di Lupita Nyong'o, nata in Messico da genitori keniani

fessionale dedicato ai «capelli etnici» che per gli esperti richiedono una formazione diversa e molto particolare rispetto a quella che necessita il cuoio capelluto d'altri continenti.

A Parigi nei giorni scorsi il punto con gli esperti in «geocosmetica» del gruppo. A Geoff Skingsley, direttore di zona, la parola per primo con il dato di chiusura del 2013: un più 52% delle vendite di prodotti rispetto al 2012, ben 120 milioni di pezzi in unità e una previsione di arrivare a 172 milioni. «La bellezza in Africa — ha spiegato il manager — passa attraverso la cura dei capelli, le donne in questo Paese hanno bisogno di domare le loro chiome». E l'analisi s'addentra nelle cifre con Virginie Rouchier, direttrice degli studi di marketing, in Africa e Medio Oriente: il 30% delle ragazze e donne africane fa di tutto per avere i capelli lisci, il quaranta usa extension e «solo» il restante trenta

li porta «al naturale». «Ma anche l'ultimo gruppo cura i propri capelli costantemente come l'altro settanta per cento. Praticamente non c'è nessuno che non faccia qualcosa per la propria chioma quotidianamente». Kenia, Nigeria, Ghana e Africa del Sud i Paesi dove il mercato è volato e con lui gli investimenti: tre fabbriche (la maggior parte dei prodotti sono fatti in loco e tre sono le marche made in Africa: Softsheen Carson, Dark and Lovely e Nice & Lovely), 650 collaboratori, la scuola, i laboratori. «Solo gli esperti sul posto po-

## Questione di look

Una ragazza su tre fa di tutto per avere la chioma liscia, il 40 per cento usa extension e solo il 30 per cento li porta naturali

tevano mettere a punto quei prodotti, che sono completamenti diversi da quelli europei per esempio — ha spiegato Michèle Verschoore, direttore scientifico internazionale —. I problemi di cui si occupano sono molto più complessi. Ci sono 16 laboratori di valutazione e 49 distretti scientifici ed è dal 1995 che L'Oréal studia pelle e capelli etnici». Per esempio per il problema dei lipidi che non nutrono in profondità è stata trovata la soluzione nella ceramide e la scoperta di prodotti derivati ha dato un grande aiuto. Prossimo obiettivo spostare l'attenzione sulla pelle, di cui le africane si prendono meno cura. Aperto da poco un workshop di dermatologi ed esperti ([www.africaderm.com](http://www.africaderm.com)) per cominciare a studiare soluzioni e linee guida: sole e pigmentazioni i nodi (anche qui) da affrontare.

**Paola Pollo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA