



## BEAUTY GOES MINIMAL

Redazione 31/07/2015 Girli-tales

*There is Beauty in Simplicity.* Il concetto non potrebbe essere esposto in modo più chiaro come nello *statement* del marchio di prodotti skincare **Rodin**, fondato dalla stylist di fama internazionale Linda Rodin e recentemente acquistato da Estée Lauder. Olio Lusso è il prodotto di punta del marchio, un magico blend di oli essenziali per idratare e prendersi cura della pelle del viso che Linda ha messo a punto attraverso una sperimentazione durata due anni, fino alla creazione dell'elisir dei suoi sogni, quello che avrebbe voluto per sé. Poche gocce, al mattino o alla sera, è tutto ciò di cui la pelle ha bisogno, un gesto minimo col massimo della resa. Concetto sottolineato anche dalla confezione – semplice e funzionale – dell'intera linea che comprende la versione dell'olio per corpo e capelli e una crema mani e corpo, che, non a caso, si chiama solamente CREMA.

Semplicità è sinonimo di eleganza e di ritorno all'essenzialità. È il prodotto che dichiara, e mantiene, la sua promessa di efficacia senza bisogno di inutili fronzoli. Sembra, insomma, che anche il mondo beauty stia facendo sue le nuove istanze del lusso contemporaneo, dove i concetti di qualità, sostanza, attenzione alle materie prime e ricerca si stanno progressivamente sostituendo all'apparenza patinata e all'effetto "bling bling".

**TMC +** è un nuovo brand lanciato di recente in Asia che si ispira ai principi della medicina tradizionale cinese. I prodotti di bellezza sono, quindi, pensati per essere diversamente combinati a seconda delle specifiche esigenze fisiche di chi li usa. Non è un caso che, per realizzare la sua immagine coordinata, il marchio abbia scelto lo studio giapponese di design **Nendo**, che fa del minimalismo formale, mai scontato, la sua bandiera. Il packaging, infatti, traduce idealmente le caratteristiche curative e medicali dei prodotti attraverso l'uso di un simbolo discreto e universalmente noto, la croce, e piccoli quadratini il cui codice colore indica i possibili abbinamenti. A rinforzare questa metafora, le croci sulle confezioni si completano a vicenda se affiancate su una mensola, ad esempio. L'idea, in questo caso, è quella di far parlare la confezione sottovoce, senza ovviamente svilire l'immagine del prodotto ma focalizzando l'attenzione sulle sue performance curative.



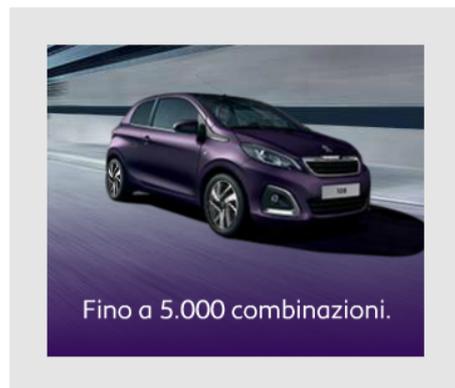
Rodin Skincare  
Photo credits www.clarev.com

Per **A Lab on Fire** la sottrazione formale coincide con la ricerca dell'*ultimate chic*. Una piccola azienda di profumi di nicchia che riunisce le creazioni dei migliori "nasi" al mondo e li restituisce sotto forma di fragranze uniche e misteriosi enigmi. Una boccetta *total white* e un nome tra il sorprendente e l'evocativo: Almost Transparent Blue, What We Do in Paris in Secret, Anonyme ou OP-1475-A, ecc.

I prodotti "nudi e crudi", questa potrebbe essere la sintesi della filosofia del marchio svedese **BYREDO**. Fondata nel 2006 da Ben Gorham, l'azienda propone profumi e prodotti body care che si distinguono per artigianalità e focus sulla qualità. Le fragranze, studiate per risultare trasversali ai generi, sono reminiscenze di luoghi e sensazioni e sono basate su formulazioni semplici senza troppe "note" che rischierebbero, secondo Gofham, di andare in conflitto tra di loro. A questa operazione di sfrondata corrisponde la scelta di un design basilare in perfetto *nordic style*.

Se avete ancora dei dubbi sul fatto che discrezione fa rima con esclusività, date un occhio alla proposta di **HERVE HERAU**. Una linea di trattamenti che riflette la dimensione scientifica dell'approccio alla cura della pelle. Preparati che riparano, rivitalizzano e idratano a partire dalla purezza degli ingredienti. Purezza che si esprime anche attraverso il bianco e nero essenziale dei barattolini.

*Less is more*, quindi, sembra essere il mantra della nuova generazione di prodotti di bellezza.



### EVENTI IMMINENTI

56. ESPOSIZIONE INTERNAZIONALE D'ARTE

luglio 7 - novembre 22

[MiTo - Settembre Musica](#)

settembre 5 - settembre 24

[Milano Film Festival](#)

settembre 10 - settembre 20

[David Gilmour](#)

settembre 15

[Vogue Fashion Night Out](#)

settembre 16

[View All Eventi](#)

### STAY CONNECTED

Iscriviti alla newsletter per essere sempre aggiornato sui nostri articoli

La tua email

Accetto i termini e le condizioni della privacy policy

INVIA

### TOP TAGS

- beauty benessere città design estate
- food hotel intervista libri Londra
- Milano moda musica New York
- parrucchiere ristorante ristoranti travel
- vacanze viaggi

### ULTIMI COMMENTI



Maxym

**MEMORIE DI UNA GROUPE**

08/03/2015 21:18

Donne e motori vanno d'accordo: parola di Girlitude, il blogazine ideato da Peugeot

**MEMORIE DI UNA GROUPE**

03/02/2015 17:32

Donne e motori vanno d'accordo: parola di Girlitude, il blogazine ideato da Peugeot

**AUTO PROGETTATE DALLE DONNE?**

03/02/2015 17:31

### SEGUICI SU FACEBOOK



Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici



beauty Less is more Lusso Minimal qualità selfcare Semplicità

Mi piace 0 G+ 0 Tweet 1