

2025 BELEZA GLOBAL E TENDÊNCIAS DE CUIDADOS PESSOAIS



01

(MEU) CONHECIMENTO É PODER

Os consumidores trabalharão de forma mais inteligente (não mais difícil), combinando conhecimento, ferramentas e tecnologia para alcançar soluções personalizadas e obter resultados superiores.

Os consumidores estão assumindo o controle de suas rotinas em 2025, abandonando práticas tradicionais, adotando inovações biotecnológicas e aproveitando a IA para uma beleza personalizada e voltada para resultados, enfatizando a individualidade e a saúde da pele a longo prazo.

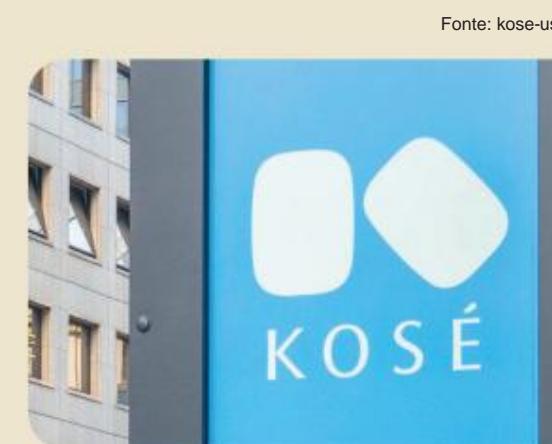
O foco na segurança dos ingredientes se expandirá, com os consumidores prestando mais atenção a fatores ambientais, como a qualidade da água e do ar.

"Trabalhar de forma mais inteligente, não mais difícil, pela beleza significa maximizar a eficácia com o mínimo de esforço, como reutilizar autobronzeadores como bronzeadores ou usar vaselina para 'dar uma surra' na pele."

81%

dos consumidores chineses concordam que garantir que os valores de uma marca estejam alinhados com os seus é uma prioridade máxima ao comprar um produto.

Fonte: Mintel Global Consumer, O consumidor holístico, março de 2024



CÓSE

A KOSÉ Corporation, em parceria com a Universidade de Niigata, desenvolveu um modelo epitelial tridimensional que reproduz uma parte do lábio humano usando cultura de células. Isso permitirá verificar avaliações de eficácia e segurança de ingredientes e produtos cosméticos em uma estrutura mais semelhante a real.



02

MUDANDO A MARÉ

Com o efeito das mudanças climáticas se tornando mais evidente, espera-se que as marcas considerem as implicações ecoéticas, pois os consumidores exigem uma conexão perfeita entre práticas éticas e soluções de beleza de alto desempenho.

A sustentabilidade na beleza não é mais opcional; é uma expectativa básica.

"Para se destacar em um mercado competitivo, as marcas integrarão a sustentabilidade em sua identidade principal, garantindo que esses esforços repercutam nos consumidores."

64%

dos consumidores franceses preferem ingredientes naturais cultivados em laboratório em vez de sintéticos.

Os consumidores estão exigindo produtos que não apenas ofereçam desempenho, mas também priorizem a responsabilidade ambiental.

Técnicas emergentes como biofarmácia e agricultura avançada impulsionarão a reciclagem de ingredientes, transformando resíduos em recursos valiosos.



Fonte: premiumbeautynews.com

Estreia e L'Oréal

A Debut, uma startup de biotecnologia sediada na Califórnia, assinou um acordo com a L'Oréal para desenvolver mais de uma dúzia de ingredientes bioidênticos essenciais que substituirão ingredientes de origem convencional usados atualmente em produtos para a pele, cuidados com os cabelos, maquiagem e fragrâncias.



03

PENSE DEVAGAR, MOVA-SE RÁPIDO

86%

dos consumidores brasileiros concordam que ter uma boa aparência os faz sentir mais confiantes.

Fonte: Mintel Global Consumer, Beleza, Cuidados Pessoais e Domésticos, Março de 2024

As marcas também precisarão se adaptar à tendência crescente de vida lenta alinhando seus ciclos de inovação com padrões de consumo mais sustentáveis e conscientes. Isso significa criar produtos que não sejam apenas eficazes, mas também projetados para subconsumo, atendendo a consumidores preocupados com o orçamento que estão cada vez mais seletivos sobre suas compras.



Laboratórios Acorn

A Acorn Labs oferece um serviço não invasivo de preservação de células que envolve a coleta e o congelamento de células de folículos capilares para medicina regenerativa personalizada.

Fonte: @acornbiolabs via Instagram