

Lepo, la bellezza sostenibile della cosmesi naturale che lega passato, presente e futuro



Laura Pedrini: co-titolare di Pedrini Cosmetici S.r.l. e Presidente del Gruppo Prodotti a Connotazione Naturale ed Erboristica di Cosmetica Italia



Da oltre trent'anni, Lepo, brand bresciano di cosmetici naturali e biologici, promuove una visione di bellezza autentica e delicata. Oggi più che mai, in un contesto in cui i consumatori cercano trasparenza e valori reali, Lepo ha scelto di potenziare il proprio impegno verso un modello di cosmesi ancora più consapevole e sostenibile.

Abbiamo intervistato Laura Pedrini, co-titolare del brand Lepo, per capire come si traduce, concretamente, questa filosofia.

Lepo è da sempre un punto di riferimento nella cosmesi naturale e cruelty free. Come avete rafforzato negli ultimi anni la vostra impronta eco-sostenibile?

Due anni fa abbiamo intrapreso un importante percorso di rebranding, con l'obiettivo di rendere ancora più forte e visibile la nostra identità naturale e sostenibile. A livello formulativo abbiamo reso i nostri prodotti ancora più clean, naturali e trasparenti, utilizzando sempre più ingredienti biologici

certificati e ampliando significativamente la nostra offerta vegana. Parallelamente abbiamo investito molto sulla sostenibilità del packaging, sia nel make-up che nella skincare: oggi utilizziamo plastica riciclata o 100% riciclabile, abbiamo aumentato le soluzioni refillable e l'utilizzo di contenitori in vetro a basso impatto ambientale. Inoltre, abbiamo ottimizzato gli astucci per ridurre gli sprechi, eliminato i foglietti illustrativi e scelto solo carta certificata FSC, proveniente da foreste gestite in modo responsabile. Un

cambiamento strutturale che guarda al futuro, ma resta fedele ai valori che da sempre ci guidano.

Avete introdotto anche delle iniziative legate alla sostenibilità ambientale?

Da sempre siamo guidati dai valori di una cosmesi etica e sostenibile. Negli ultimi anni, con il progetto #LEPO4PLANET, abbiamo deciso di tradurre questi principi in azioni concrete, sostenendo ogni anno realtà italiane che condividono il nostro impegno

per il futuro del Pianeta. Nel 2024 abbiamo aderito all'iniziativa Plastic Pull promossa da Piantando, contribuendo a rimuovere 1 tonnellata di rifiuti abbandonati in tutta Italia. Quest'anno abbiamo deciso di sostenere l'operato dell'associazione Plastic Free Odn Onlus, una delle realtà più attive in Italia nella lotta contro l'inquinamento da plastica, impegnata in attività di clean-up ambientale, progetti educativi nelle scuole e nella salvaguardia delle tartarughe marine.

Quanto influisce la sostenibilità nelle decisioni aziendali?

Siamo molto attenti alla coerenza tra quello che comunichiamo e ciò che facciamo. Per noi la sostenibilità, insieme alla naturalità, è un valore imprescindibile, che guida ogni fase dell'ideazione e dello sviluppo di un prodotto. Per questo formuliamo i nostri cosmetici con ingredienti naturali e biologici certificati, nel massimo rispetto della biodiversità, sicuri per la pelle e anche per il Pianeta. Negli anni abbiamo investito sempre di più a livello di ecosostenibilità e continueremo a farlo. In più collaboriamo con fornitori che condividono la nostra stessa visione e adottano logiche di produzione a basso impatto ambientale.

Quali cambiamenti avete osservato nelle abitudini o nelle aspettative dei consumatori in merito alla sostenibilità in ambito cosmetico?

I consumatori di oggi sono molto più consapevoli: cercano prodotti sostenibili, ma vogliono anche chiarezza e coerenza. In un contesto in cui il greenwashing è sempre più diffuso, parlare di sostenibilità non basta, bisogna dimostrarla con fatti concreti. Per questo, da sempre, ci impegniamo a garantire massima trasparenza attraverso certificazioni ufficiali e iniziative tangibili, che confermano ogni giorno la nostra visione etica e responsabile.

Come vi immaginate il futuro del marketing sostenibile nel settore beauty nei prossimi 10 anni?

Nei prossimi dieci anni assisteremo a una sempre maggiore integrazione tra innovazione tecnologica e sostenibilità. Il consumatore sarà sempre più consapevole, informato e attento, questo richiederà alle aziende un impegno concreto, verificabile e continuativo. La sostenibilità non sarà più un valore aggiunto, ma un prerequisito imprescindibile per operare nel settore beauty. È una sfida importante, a cui lavoriamo con costanza da oltre 30 anni.

Website: www.lepo.it

lepo
all is beauty

