

[#LNETENDENZE]

a cura di

COSMOPROF
WORLDWIDE BOLOGNA

Dal distanziamento sociale alla riscoperta del benessere personale

Il distanziamento sociale ci ha portati a riavvicinarci a noi stessi, facendoci riscoprire il piacere della cura della persona. Questo ha mutato il mercato della bellezza, ponendo l'accento sul ruolo chiave di centri estetici e wellness.

[90]

Les Nouvelles Esthétiques Italia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

[#LNETENDENZE]



febbraio 2021

[91]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

[#LNETENDENZE]

L'emergenza della pandemia, le misure di distanziamento sociale e le restrizioni dei nostri spostamenti hanno indubbiamente modificato la nostra quotidianità: sono venute meno le nostre abitudini, le relazioni con gli altri, spesso anche le sicurezze in ambito lavorativo. Contemporaneamente, è aumentato il tempo da passare "a tu per tu" con il nostro corpo. **Come non mai abbiamo potuto prenderci cura di noi, e con un nuovo obiettivo: non più per piacere agli altri, ma per ritrovare benessere e serenità.** Un approccio più intimistico ed emozionale che si contrappone allo stress e alle incertezze degli ultimi mesi.

IL MERCATO DELLA BELLEZZA DURANTE LA PANDEMIA

Da recenti analisi di mercato, è emerso che **durante le fasi di lockdown sono aumentate le vendite di prodotti per il bagno: un rituale di relax e serenità, con prodotti pensati non solo per la salute della pelle, ma anche per il benessere emotivo.** A oggi il 60% dei consumatori tra i venti e i trent'anni ha sposato l'abitudine di concedersi un lungo bagno defaticante almeno una volta alla settimana, per liberarsi dalle tensioni. Aumentano anche le

vendite di integratori, vitamine e di prodotti che assicurano una migliore qualità del sonno, ormai riconosciuto come il primo fattore per migliorare il nostro aspetto e la qualità della nostra vita. Nei laboratori di ricerca e sviluppo di nuove formulazioni per l'industria cosmetica si moltiplicano le soluzioni a base dei principi attivi della cannabis, dagli effetti antiansia e antidepressivi, ma anche di funghi e alghe dalle proprietà rilassanti. **Le più rinomate agenzie di trend riconoscono come l'approccio olistico al trattamento beauty e la sua valenza terapeutica per il benessere interiore siano un movimento in evoluzione nel panorama di mercato.**

IL RUOLO CHIAVE DEI CENTRI DI ESTETICA E WELLNESS

Si tratta di *trend* che influenzeranno ancora a lungo il comportamento dei consumatori e le scelte di acquisto: le conseguenze della pandemia sono ancora poco chiare e lo stato di emergenza sembra non trovare ancora una soluzione definitiva. **Un'opportunità per le aziende di prodotto finito, che possono arricchire la propria offerta con linee specifiche per trattamenti antistress, ma anche per gli operatori professionali dei centri estetici e wellness.**

La chiusura durante il primo lockdown dei saloni e l'inattività nelle regioni più colpite dal Covid-19 questo autunno ha evidenziato come l'estetista sia oggi sempre più un operatore di benessere. La professionalità e l'abilità dei rituali beauty e di massaggio dei saloni sono un momento fondamentale per l'equilibrio psicofisico del cliente. **Sono soprattutto fattori unici, che rendono indimenticabile l'esperienza all'interno dei centri di estetica e wellness, e che nessun sito di e-commerce potrà mai procurare.**

L'estetista è oggi sempre più un operatore di benessere. La professionalità e l'abilità dei rituali beauty e di massaggio dei saloni sono un momento fondamentale per l'equilibrio psicofisico del cliente.

