

## IL MERCATO COSMETICO SI ADATTA AI SOGNI DEI MILLENNIALS

Questa generazione è già trainante oggi, soprattutto per quanto riguarda i consumi dei prodotti di trucco, conferma Laura Schiatti, direttore marketing di Sephora Italia. Un esempio lampante: le BB cream, che hanno avuto un grande successo nella fascia d'età 16-25, perché sono adatte a tutte le pelli e consentono di ottenere molteplici azioni con un solo gesto. In questo ambito i giovani hanno le idee chiare, sanno cosa vogliono e non hanno bisogno di consigli. Anzi, probabilmente sono le figlie, informatissime perché grandi fruitrici di tutorial e di social network, a consigliare le madri. Si divertono, provano, usano il trucco per identificare il gruppo di appartenenza e la nail art per esprimere la creatività.

La fascia fra i 16 e i 25 anni sta entrando con sempre più forza nel mercato della cosmesi, ed è un bene che le case stiano sviluppando prodotti specifici, conferma la dermatologa **Magda Belmontesi**. La prevenzione più importante è quella contro i danni e le macchie da fotoinvecchiamento, così come occorre prendersi cura delle eventuali cicatrici da acne.

Il 2020 sarà l'anno in cui è previsto il passaggio da baby-boomer, la generazione più influente di questi ultimi anni, a Millennials, la nuova generazione digitale. Un gruppo totalmente diverso per stili di vita e di pensiero. I millennials vivono in un mondo multietnico e multiculturale, sono molto influenzati dalle nuove tecnologie, pronti ad adattarsi al cambiamento in breve tempo, in ricerca costante del modo migliore per essere protagonisti della società e sempre attenti a non passare mai inosservati. La Generazione Y è radicalmente e culturalmente molto più tollerante, favorendo i diritti del matrimonio tra persone dello stesso sesso e accettando persone di culture e religioni differenti, tutto questo dovuto ad un approccio educativo liberale, derivato dalle profonde trasformazioni del costume negli anni sessanta.

Truccarsi e prendersi cura di noi stesse ormai è diventato un momento ludico, di interazione e integrazione tra ragazze, che si scambiano consigli, tra tutorial su make up originali per tutte le occasioni e le dritte sugli acquisti perfetti e sui prodotti, che non devono mancare nel nostro beauty-case. Non mancano di certo le strategie di mercato, che ci portano ad acquistare prodotti di famosi brand solo perché pubblicizzati da star, icone di bellezza e stile, a cui le ragazze di oggi si ispirano e a cui vogliono somigliare, anche se solo per una serata speciale.

1 Shares Twitter 1 Facebook 0 Google+ 0 Pin It Share 0 LinkedIn 0 1 Shares x