

d.repubblica.it

SALUTE SENO •

DR  
Beauty

RICETTE

NETWORK

HOME | ATTUALITÀ | MODA | BEAUTY | PERSONAGGI | AMORE&amp;SESSO | FAMIGLIA | BENESSERE | CASA | CUCINA | VIDEO | ALTRO

Cerca

D •  
Beauty •  
Millennial: le nuove consumatrici di bellezza

## Fenomeni

# Millennial: le nuove consumatrici di bellezza

Nei 2020 i nativi digitali, nati tra il 1980 e l'inizio del Duemila, diventeranno leader dei consumi. La cosmetica si sta già adeguando, seguendo i loro sogni. E i creativi sfornano trattamenti & trucco sempre più accattivanti

DI DANIELA FABBRI



Sarà il 2020 l'anno della svolta. In quella data è previsto il sorpasso: i baby boomer, la generazione più influente di questi ultimi anni, cederà il passo ai millennial, i nativi digitali. Ma il superamento non sarà solo in termini di numeri: oggi è soprattutto il loro potere d'acquisto a interessare gli analisti, i cui occhi sono rivolti a questa "strana" generazione nata fra il 1980 e l'inizio del nuovo secolo cresciuta con la tecnologia sempre fra le mani e segnata in qualche modo dall'essere diventata grande dopo il trauma dell'11 settembre 2011.

Un gruppo totalmente diverso per stili di vita dalle generazioni precedenti, ma il cui identikit in America è già stato delineato. I millennial vivono in un mondo più multietnico e multiculturale dei baby boomer, sono molto influenzati dalla tecnologia, pronti a cambiare e sperimentare, per nulla propensi a subire passivamente stili di vita e di consumo dettati dall'alto. Al contrario, sono alla ricerca costante del modo migliore per far sentire la propria voce e per essere protagonisti della shopping experience.

Se la buona notizia è che sono e saranno grandi consumatori di prodotti di bellezza, quella brutta è che

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

non diventeranno mai abitudinari o affezionati a un marchio: bisognerà conquistare i millennial, giorno per giorno, con novità, stimoli, promozioni (non sottovalutando che uno degli effetti collaterali del loro essere sempre connessi è l'abitudine a usare lo smartphone per comparare i prezzi). "Questa generazione è già trainante oggi, soprattutto per quanto riguarda i consumi dei prodotti di trucco", conferma Laura Schiatti, direttore marketing di Sephora Italia. "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". Con il make up hanno un rapporto ludico. "Si divertono, provano, usano il trucco per identificare il gruppo di appartenenza e la nail art per esprimere la creatività", commenta ancora Schiatti.

Per i millennial, il discorso è diverso per quanto riguarda il mondo della cura del viso. "C'è più consapevolezza che la pelle dev'essere detergata regolarmente, idratata e curata", continua la responsabile di Sephora, "ma è un processo più lungo: il make up dà un effetto immediatamente visibile, la cura della pelle richiede costanza e dà i risultati in un arco temporale che un adolescente non è ancora disposto a prendere in considerazione".

### 12 idee trucco & trattamento per i millennial

La ricerca cosmetica oggi formula prodotti specifici per le 20enni che prevengono l'invecchiamento come il caso di Ibuki, ultima linea lanciata da Shiseido, che non a caso ha accompagnato il lancio con una campagna informativa e una pagina Facebook, illustrando come il risultato dipenderà strettamente dalle cure e dalle attenzioni che saranno state rivolte fin dai vent'anni.

"È vero che 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**. "In questa fascia di età è essenziale: cominciando a curare presto la pelle si capitalizza il futuro. La prevenzione più importante è quella contro i danni e le macchie da fotoinvecchiamento, così come occorre prendersi cura delle eventuali cicatrici da acne. È un errore invece usare creme ipernutrienti o antietà forti: in questo caso si rischia di "far addormentare" la pelle, che non attiva i meccanismi di autoriparazione fisiologici". Detergere, idratare, proteggere: sono i tre capisaldi della routine quotidiana imprescindibili anche per le giovanissime, che per rispettarli chiedono però prodotti veloci, efficaci e semplici. "Infatti le BB cream hanno avuto un grande successo in questa fascia d'età", commenta Laura Schiatti. "Perché sono adatte a tutte le pelli e consentono di ottenere molteplici azioni con un solo gesto".

ARGOMENTI MILLENNIAL • TRATTAMENTI PELLE GIOVANE • TRUCCO RAGAZZE

(05 novembre 2013) Riproduzione riservata

Condividi questo articolo

## Lascia un commento

f g+ t p i

FACEBOOK

GOOGLE PLUS