

MILLENNIAL: LE NUOVE CONSUMATRICI DI BELLEZZA - BEAUTY - D - LA REPUBBLICA

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 "Millennial: le nuove..." Sviluppi di eventi

Relazione di seguito a me

Qualsiasi completare riportato

Finché notizie foto

Finché video

. 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 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 debba essere deteresa 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.

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 ventenni.

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 anti-età 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

detà, commenta Laura Schiatti. Perché sono adatte a tutte le pelli e consentono di ottenere molteplici azioni con un solo gesto.