

I NOSTRI UFFICI rimarranno chiusi per le feste natalizie dal 24 al 3 dicembre.

Accedi o Crea account

Carrello

CERCA Cerca

ebellezza.it

IL MONDO DEL MAKE-UP E DELLA NAILART

HOME

BLOG

SHOP

ABBONAMENTI

SCUOLE E ACCADEMIE IN ITALIA

U&B INDIRIZZI

I 5 trend del futuro secondo Cosmoprof: interpretare il 2020 per leggere il 2021

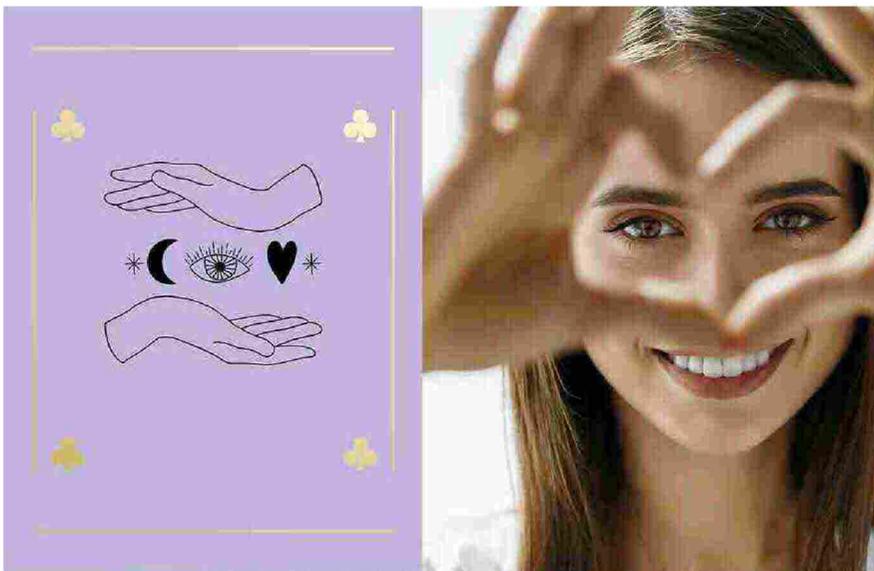
21 dicembre 2020

Ricorderemo il 2020 come un anno tra i più complicati a livello mondiale. Un anno che entrerà nella storia per le sfide che ha riservato a tutti i **professionisti del mondo della bellezza**, mettendo a dura prova le sinergie che negli anni si sono create nelle nostre manifestazioni. Ciononostante, l'**industria cosmetica** ha saputo dimostrare la sua forza globale, una forza senza frontiere, in grado di superare il distanziamento sociale e le misure restrittive imposte, reagendo con determinazione alle nuove sfide.

Nel corso del 2020 il **mercato beauty** ha vissuto trasformazioni radicali, assistendo all'evoluzione di trend che in realtà già da tempo erano in discussione e che si sono evoluti in nuove opportunità per rispondere alle difficoltà economiche.

In attesa di scoprire cosa ci riserva il 2021, Cosmoprof scopre cinque carte che, attraverso l'analisi di alcune delle maggiori macro tendenze del 2020, forniranno nuove chiavi di lettura per interpretare al meglio le future evoluzioni del mercato.

Una scala reale a disposizione della **community beauty** internazionale, per vincere insieme la partita più importante: ripartire più forti di prima.



Articoli recenti

[I 5 trend del futuro secondo Cosmoprof: interpretare il 2020 per leggere il 2021](#)

21 dicembre 2020

[Sono Illuminating \(giallo\) e Ultimate Gray \(grigio\) i colori Pantone® 2021](#)

16 dicembre 2020

[Carta stampata e web, un connubio indissolubile!](#)

11 dicembre 2020

["Dobbiamo far sentire la cliente unica, in un centro estetico sicuro"](#)

9 dicembre 2020

[Metal Couture: nail art ispirate ai tessuti "metallici" dell'alta moda](#)

7 dicembre 2020

[Tartan blu nail art: il passo passo per riprodurre la texture icona di Scozia](#)

5 dicembre 2020

Categorie

[ciglia come truccarle](#)
[illuminare lo sguardo](#)
[mascara come](#)

Experience, il piacere della connessione interpersonale e delle relazioni

Il mondo intero sembra essersi adattato alla filosofia del delivery. L'e-commerce sembra rispondere alle esigenze primarie del cliente di oggi, perché predilige una dimensione virtuale e sicura, facilita la visualizzazione e rende più semplice personalizzare il proprio acquisto. Eppure, **ci sono dei servizi altrettanto necessari che non possono essere acquistati online**: la connessione interpersonale, il **piacere dell'esperienza**, l'emozione che nasce dall'interazione con gli altri e con il prodotto, la professionalità dello staff di vendita e degli operatori che vi operano. Solo il retail e il salone possono rispondere a queste esigenze, e diventare un riferimento nella nostra quotidianità.



Engagement, pilastro delle nuove strategie online per conquistare la fiducia delle persone

La pandemia ha accelerato la trasformazione digitale: il retail online, i servizi cloud, i pagamenti contactless e nuove soluzioni di business tra brand, consumatori e distributori hanno trasformato i modelli commerciali. Le **nuove tecnologie** possono essere un aiuto nei processi di scelta di un prodotto, per il nostro benessere, per un'esperienza più immersiva. Al contempo, cresce la necessità di **trasparenza e autenticità** nei messaggi veicolati: il consumatore vuole potersi fidare dei marchi che sceglie. Le aziende devono adottare **strategie di comunicazione basate su trasparenza ed autenticità**, perché il giudizio online può essere impietoso e definitivo.

[utilizzarlo](#)

[matita per ingrandire gli occhi](#)

[sopracciglia come truccarle](#)

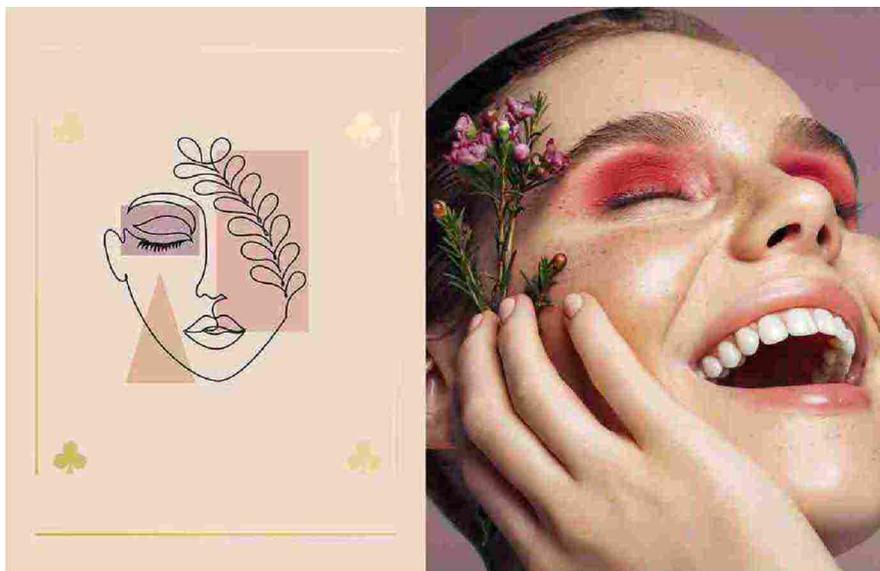
[suggerimenti dei make-up artist](#)

[truccare occhi piccoli](#)

[trucco da sera](#)

[trucco per occhi piccoli](#)

[tutorial di trucco](#)



Sostenibilità, elemento chiave del consumatore

La **consapevolezza ambientale e sociale** del consumatore oggi è un elemento chiave nel rapporto di fiducia tra brand e cliente: alla cosmesi viene richiesto di assumersi **una notevole responsabilità per il benessere della comunità**, sia per le scelte produttive che compie, sia per il suo approccio alle condizioni di vita dei lavoratori e delle loro famiglie. Ricerca di **materie prime più sostenibili**, nuove soluzioni di **packaging**, una maggiore attenzione alla gestione dei trasporti e della filiera produttiva sono i temi chiave che devono guidare oggi l'evoluzione sostenibile dell'industria cosmetica.



Hyper-localism: nuove opportunità per i brand locali, i piccoli punti vendita e i saloni vicini a casa

Distanziamento sociale, restrizioni agli spostamenti, crisi economica: elementi che evocano immagini negative e di disagio, eppure da qui nascono nuove opportunità per i **brand locali** o per i **piccoli punti vendita** delle zone più periferiche delle nostre città.

Oggi siamo più propensi a scegliere un prodotto legato al nostro paesaggio e alle nostre tradizioni. Prestiamo maggiore attenzione alle aziende attente allo sviluppo della comunità. Siamo più inclini ad acquistare nelle botteghe e nei punti vendita della nostra periferia, a raggiungere il **centro estetico** a due passi da casa, raggiungibili a piedi in totale sicurezza. Perché in tempi di difficoltà economica, le storie di resilienza dei produttori meno conosciuti meritano la nostra riconoscenza.



Inclusivity e diversity: la ricchezza di un mondo multiculturale mette al bando i vecchi stereotipi

Un tema complesso, che affonda le sue radici nella storia, nella geopolitica e nella cultura di ciascuno di noi. *Diversity* e *Inclusivity* sono termini che coprono ambiti come l'appartenenza etica, il gender, il livello economico, il credo religioso. Al centro c'è **l'individuo con le sue specificità**, in un'ottica più ampia rispetto a un semplice inquadramento in questioni di etnica od orientamento sessuale. Oggi è fondamentale mettere da parte stereotipi vecchi e inflazionati: non esiste più il concetto di perfezione, che così tanto disagio ha e continua a causare nelle persone: **evviva l'imperfezione, evviva l'unicità!**

[Condividi](#)[Tweet](#)[Pin](#)[← Articolo più vecchio](#)

Lascia un commento