

34

TREND



Il beauty che verrà

CHE COSA SUCCEDERÀ NEL MONDO DELLA BELLEZZA NEI PROSSIMI CINQUE ANNI?
È QUANTO CI HA RACCONTATO BEAUTYSTREAM CON LA RICERCA COSMO VISION 2023-2028,
PRESENTATA IN OCCASIONE DI COSMOPROF

© BEAUTYSTREAM

Si chiama Cosmo Vision 2023-2028 ed è una ricerca presentata da Beautystream, piattaforma globale che traccia le tendenze nel settore beauty, in occasione dell'ultima edizione di Cosmoprof (tenutasi a Bologna dal 16 al 20 marzo 2023). Per la realizzazione di CosmoVision 2023 - 2028, Beautystream ha attinto all'esperienza del suo comitato Future Collective, i cui membri annoverano i massimi esperti nei campi della biotecnologia, della sociologia, dell'arte, del design, dello sviluppo digitale, della sostenibilità e della scienza medica, per raccogliere le loro punti di vista sul futuro del mondo. Attraverso la metodologia proprietaria di previsione Trend Funnel, Beautystream analizza e prevede in che modo queste intuizioni e macro tendenze avranno un impatto sul settore della bellezza, offrendo una bussola per gli anni a venire. Il macrotema per i prossimi anni sarà Celebrating Otherness - Beauty in the unique. Che cosa significa? "La definizione di globalizzazione si sta evolvendo. Diverse influenze culturali e punti di vista

unici dovrebbero plasmare l'industria della bellezza e i modelli di consumo nei prossimi anni. Spinto dal desiderio dei consumatori di servizi e prodotti personalizzati, l'approccio 'one-fits-all' scomparirà gradualmente lasciando spazio all'iper-personalizzazione e alla vera comprensione culturale, che si tradurrà in un adattamento locale in tutto il mondo. Possiamo prevedere che i futuri consumatori saranno sempre più inclusivi e desiderosi di celebrare ciò che rende ogni persona unica. Ogni aspetto di un dato demografico, dalla personalità alle esigenze e preferenze personali, affinità culturali, sessualità, genere ed età, giocherà nella definizione molto personale di un individuo. Celebrating Otherness evidenzia ciò che rende speciale un individuo. Quando abbracciano la loro unicità, i consumatori saranno attratti da quei marchi, prodotti e servizi che la penseranno allo stesso modo. In mercati e categorie spesso troppo saturi, prodotti e marchi dovranno trovare modi per distinguersi, anche se ciò significa in gran parte evitare il mainstream. Non prendere posizione significa correre il rischio di diventare irrilevanti - e alla fine invisibili!" spiega Beautystream, che individua cinque tendenze: Not About Age, Just for me, Open-Type, Multi-Roots e Local Love.

