

Il mito della giovinezza !!!

Di

Venerdì 03 Aprile 2009 15:46



Rimanere giovani, piacere e piacersi diventa di fondamentale importanza. Non è un caso che i dati sulle vendite di prodotti cosmetici continuino a crescere e che anche il ricorrere a migliori estetiche sia sempre più diffuso. È il mutamento del tempo oltre al cambiamento degli stili di vita che impone questo atteggiamento. La categoria più importante del mercato cosmetico è rappresentata dai prodotti per il viso, il cui giro d'affari nello scorso anno è stato di oltre 362 milioni di euro, in veloce crescita nell'ultimo triennio: si tratta di un gruppo di prodotti molto segmentato, in quanto comprende un'ampia serie di preparati che servono per pulire, proteggere, idratare e nutrire la pelle del viso, oltre a trattare gli inestetismi cutanei e a prevenire l'invecchiamento dell'epidermide. Solo mezzo secolo fa il desiderio di ogni teenager era quello di assomigliare alla propria madre, oggi i ruoli si ribaltano. Il cambiamento, cioè la linea di demarcazione fra le varie fasi della vita: l'adolescenza, la maturità e la vecchiaia può essere tradotto attraverso "quattro volte venti", parafrasando il sistema di numerazione francese, per arrivare ad 80 anni avendo vissuto più giovinezze. Tutti i prodotti contengono principi attivi, ormoni della giovinezza, cellule antinvecchiamento etc, perché la bellezza domina il desiderio dei più, attestandosi come valore predominante nella società dell'apparire. A questo proposito le aziende elaborano prodotti segmentandone le caratteristiche in virtù dei target a cui si rivolgeranno, studiando per il loro lancio strategie promozionali per attestarsi come prodotti leader. È il caso del noto brand "Cera di Cupra" che ha creato una gamma di prodotti per il viso e per il corpo, dedicati alla bellezza femminile, in grado di rispondere in modo naturale alle esigenze delle pelli di ogni età e per il lancio di questi prodotti ha interpellato Cipi per la creazione di prodotti utili alla loro promozione. La risposta di Cipi al brief è stata una linea di beauty case in tre differenti colori abbinati ognuno ad una linea specifica. Dedicato alle donne di tutte le età!!!