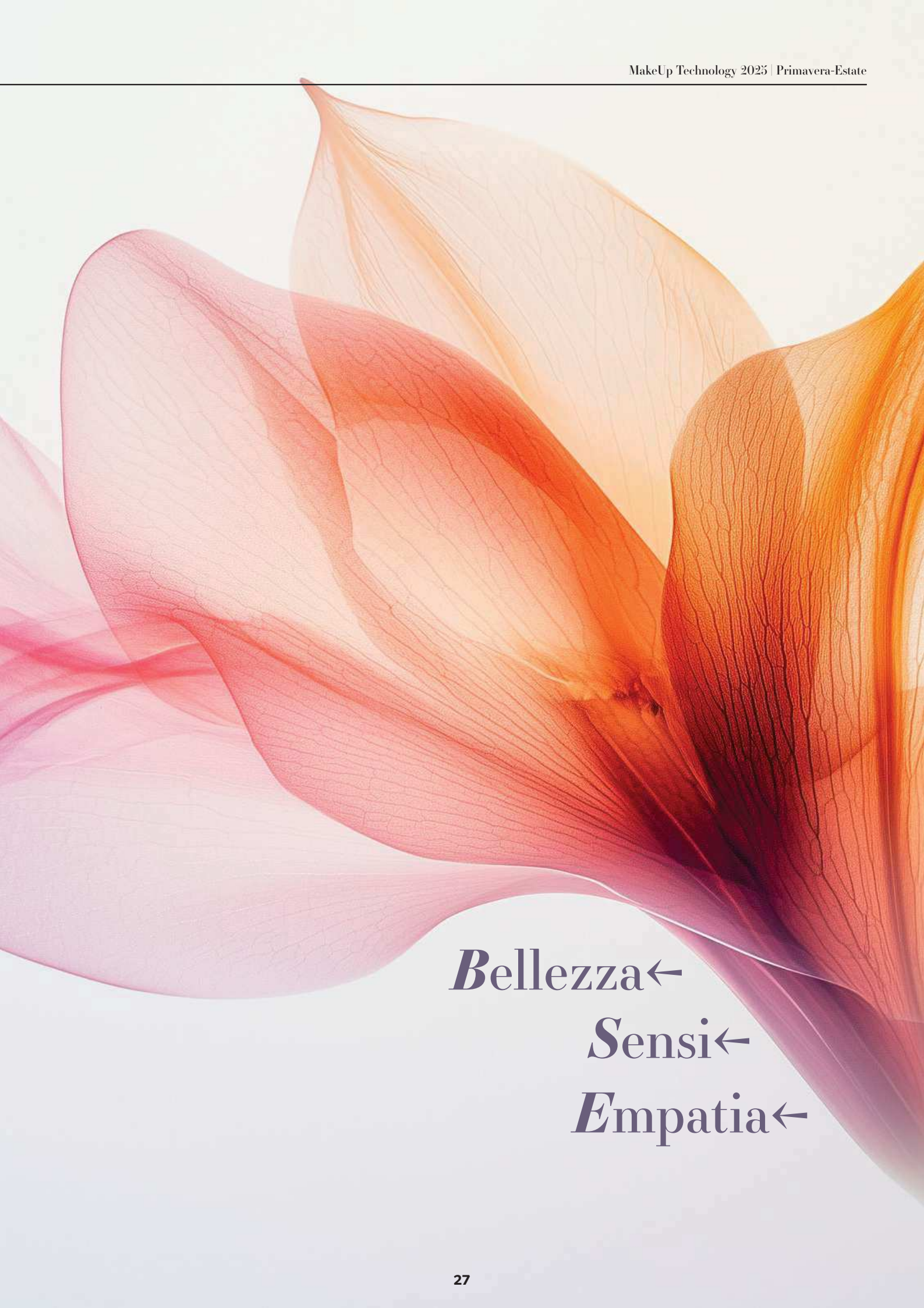


La bellezza **È UNO STATO MENTALE**

*La ricerca del piacere
attraverso il cosmetico*

S. ABBATTISTA

O-PAC – Create to Innovate, Oggiono (LC)
stefania.abbattista@opac.it



Bellezza←

Sensi←

Empatia←

→ Abstract

Beauty is a state of mind

The search for pleasure through cosmetic

What drives us to choose one cosmetic product over another? What makes it worthy of being applied repeatedly to our skin, day after day, while waiting for it to perform its functions in the long term? The promise presented in the claims often has implementation times that are not limited and requires continuous and constant use of the product. Often the consumer, driven by a desire for physical-corporeal improvement, buys a cosmetic and begins a path of use in a decisive way but, after a short time, consistency in the applications gives way to laziness or general tiredness linked to difficulty in application, to the perceived lack of comfort, to the lack of a visible result in the short term. If on the one hand we are witnessing the appearance on the market of new generation active ingredients with short-time efficacy tests, on the other we need to reach the consumer through more pleasant textures with ergonomic packaging, with the aim of satisfying the consumer immediately. But not only the appearance of the product and its packaging guide the choice. The world around us is an infinite well of tactile sensations, scents and sounds, which shape our perceptions in ways that are not yet fully understood. If we think to the velvety touch of a moss and its wooded scent, or if we imagine the texture of a flower petal and its lightness, we easily understand how much information and images can enrich our emotional baggage. This writing represents the attempt of a formulator to tell what lies behind the design of a product, where technicality, inspiration and style mix to aspire to uniqueness.

→ Riassunto

Che cosa ci spinge a scegliere un prodotto cosmetico anziché un altro?

Che cosa lo rende degno di essere applicato ripetutamente sulla nostra pelle, giorno dopo giorno, nell'attesa che esplichi le sue funzioni nel lungo termine?

La promessa che viene presentata nei claim ha spesso dei tempi di attuazione che non sono limitati e prevede un uso continuativo e costante del prodotto. Spesso il consumatore, spinto da un desiderio di miglioramento fisico-corporeo, acquista un cosmetico e inizia un percorso di utilizzo in modo deciso ma, a distanza di poco tempo, la costanza nelle applicazioni lascia il passo alla pigrizia o a una stanchezza generale legata a difficoltà d'applicazione, al poco comfort percepito, alla mancanza di un risultato visibile a stretto raggio.

Se da una parte assistiamo alla comparsa sul mercato di principi attivi di nuova generazione con test di efficacia a supporto che prevedono tempi più brevi, dall'altra si evince la necessità di raggiungere il consumatore attraverso texture più gradevoli con packaging ergonomici, col fine di appagare il consumatore con immediatezza.

Ma non solo l'aspetto del prodotto e il suo packaging guidano la scelta. Il mondo che ci circonda è un pozzo infinito di sensazioni tattili, profumi e suoni, che plasmano le nostre percezioni in modi ancora non del tutto compresi. Se pensiamo al tocco vellutato del muschio ed al suo odore boschivo, oppure se immaginiamo la trama di un petalo di fiore e la sua leggerezza, facilmente capiamo quante informazioni e immagini possono arricchire il nostro bagaglio emozionale. Questo scritto rappresenta il tentativo di una formulatrice di raccontare cosa si cela dietro il disegno di un prodotto, dove tecnicismo, ispirazione e stile si mescolano per ambire all'unicità.



INTRODUZIONE

I gesti parlano chiaro: quando si testa un nuovo prodotto cosmetico ci si affida al giudizio che i nostri sensi decretano nel primo incontro.

La vista viene catturata sia da un packaging capace di evocare in noi messaggi specifici, sia da un prodotto dotato di un aspetto accattivante, quel quid in più che ci spinga a fare il passo successivo della prova.

Da qui in poi entrano in azione fattori molteplici a corollario della valutazione complessiva del cosmetico stesso.

Aldilà della fiducia nel brand, della lista ingredienti, dei claim citati e delle recensioni, ciò che ha poi il peso finale nel convincerci e nel portare avanti l'uso di un determinato cosmetico è proprio la sua enfasi intrinseca.

Quando si approccia alla beauty routine, sia essa ricca e articolata o semplice e di poche gestualità, vogliamo sentirci gratificati e trovare comfort e benessere in ciò che stiamo utilizzando.

Nel creativo mondo dell'arte cosmetica, la texture è considerata come un elemento capace di catturare i nostri occhi e i nostri sensi.

Passando da prodotti dai tocchi morbidi e voluttuosi sino ad arrivare a gel vitrei e talvolta cangianti come pietre preziose, ci si muove in numerosi approcci pensati per interagire con il consumatore attraverso un linguaggio dai tratti ancestrali.

Come avviene quando si entra in contatto con un prezioso tessuto o con una trama disturbante, lo stesso si avverte quando si prova un prodotto cosmetico.