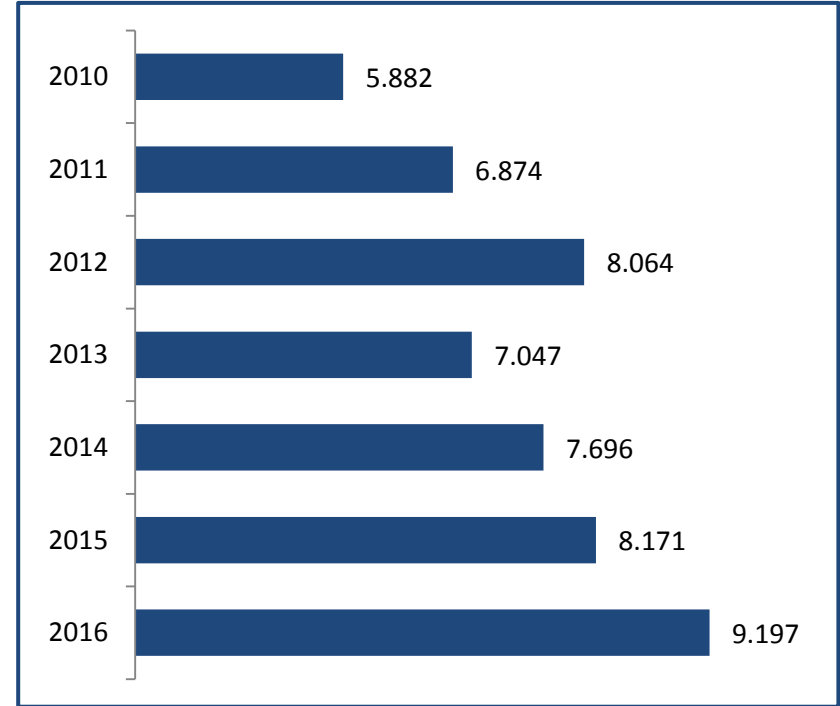


L'anti-aging non è più così "anti"

Oggi i consumatori, invece che mentire sulla propria età, preferiscono conservare l'espressività e la naturalezza del proprio viso. Dunque il loro desiderio è quello di apparire esattamente come si sentono. Per questo si prevede la sostituzione della lotta contro l'invecchiamento a favore di interventi che rispettano le individuali caratteristiche e che stimolano le facoltà rigenerative dell'organismo. Si prevede una rivoluzione dei *filler*, già moderni di per sé, visto la capacità di trattare casi che fino a poco tempo fa richiedevano una soluzione chirurgica: l'esigenza di riempire verrà sempre più sostituita da quella di dare all'epidermide tutte le risorse necessarie per mantenersi autonomamente perfetta.

Evoluzione del numero dei cosmetici anti-età immessi sul mercato nel mondo



Si parla perciò di prodotti che combinano acido ialuronico, aminoacidi, antiossidanti, minerali e vitamine. L'obiettivo della futura cosmesi è quindi quello di stimolare la pelle e ottenerne il massimo prima di arrivare al ritocco chirurgico: i cosmetici stringeranno, come sta già avvenendo, nuovi sodalizi con la tecnologia e settori contigui.

I consumatori vedono sicuramente lo stile di vita come elemento importante per l'aspetto della pelle e concordano su alcuni fattori che influiscono, come l'idratazione e la dieta, più dei prodotti appositi per la cura della pelle. Altri ancora concordano sull'impatto che ha lo stress: forte attenzione dedicata non solo ai miglioramenti nella routine di consumo di cosmetici ma anche nello stile di vita.

