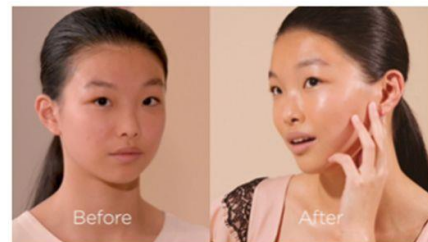
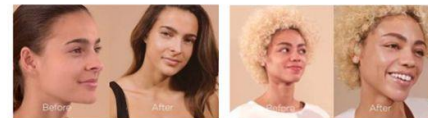


L'EVOLUZIONE DEL CLAIM «ILLUMINANTE»

Oramai raggiunta la curva di maturità per i claim legati alla naturalità del prodotto cosmetico, si registra negli ultimi due anni una forte crescita dei claim funzionali, soprattutto orientati a risaltare la lucentezza e luminosità del viso.

Questo trend non è da interpretarsi come aspetto meramente estetico ma, come emerso dall'analisi Mintel, il concetto «illuminante» nella cultura asiatica, ed ora in espansione anche nei mercati occidentali, viaggia di pari passo con temi legati al benessere: una pelle lucente è sinonimo di salute e il cosmetico contribuisce a risaltare il livello di idratazione, ispirandosi, ad esempio ad una foglia bagnata dalla rugiada, oppure alla superficie del miele.

Esempio di effetto illuminante nel concetto della K-Beauty



Quindi, il richiamo ad elementi naturali non scompare del tutto ma si evolve, mescolandosi con il desiderio sempre più forte, da parte dei consumatori, di proteggere, nutrire e dare risalto alla propria pelle.

Apparentemente, in attesa di dati consolidati nel tempo, i paesi europei sono i più inclini a interpretare il claim «benessere illuminante», rispetto ai paesi dell'area asiatica: è uno dei primi esempi di anticipazione di tendenze riferibile al vecchio continente.

