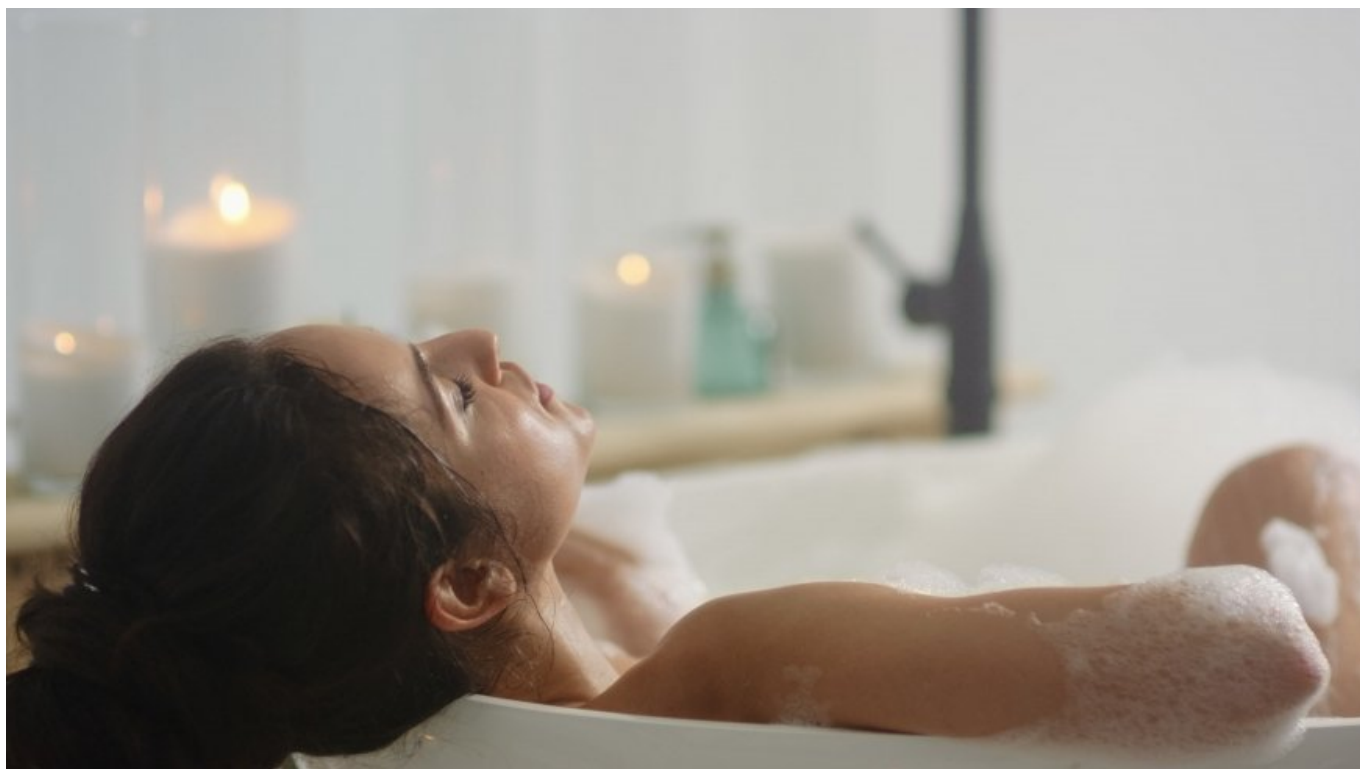


Branża kosmetyczna ujawnia kluczowy trend piękna. To troska o siebie

data aktualizacji: 2021.01.25



W 2021 roku konsumenci priorytetowo potraktują troskę o siebie i swoje samopoczucie. To stwarza wyjątkowe możliwości dla marek kosmetycznych, które powinny wziąć pod uwagę skupienie się na dbaniu o siebie konsumenta i zaopiekować się nim w trudnym czasie.

Troska o siebie może nie jest pojęciem nowym, ale w 2020 r., przyspieszona przez pandemię, stała się jednym z najczęściej używanych terminów - obok takich jak „lockdown” i „dystans społeczny”. Był to również rok, w którym dbanie o siebie nabrało większego znaczenia w życiu konsumentów, a rola, jaką kosmetyki odgrywają w trosce o siebie, została wyraźnie podkreślona.

*- Uważam, że dbanie o siebie stało się podstawą tego, czym jest dziś piękno. Widzieliśmy ogromną zmianę od bycia pięknym dla świata zewnętrznego do piękna wewnętrznego. Rytuały pielęgnacyjne i wellness stały się formą dbania o siebie. To, jak się czujesz od podszewki, Twoje zdrowie i długowieczność są teraz na czele tego, co znaczy być pięknym - mówi **Meghan Asha, założycielka i dyrektor generalna organizacji FounderMade.***

Pandemia przesunęła dobre samopoczucie konsumentów na pierwszy plan, a troskę o siebie można było teraz odnaleźć w wielu codziennych czynnościach, od praktyk higienicznych, takich jak odkażanie rąk, przez pielęgnację osobistą, taką jak usuwanie owłosienia, przez relaksujące kąpiele przy świecach po pielęgnację skóry podrażnionej noszeniem maseczki.

Rytuły kosmetyczne stały się pocieszeniem i ucieczką od zwiększonego poziomu stresu i lęku, jakich doświadczamy podczas światowego kryzysu zdrowotnego.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/branza-kosmetyczna-ujawnia-kluczowy-trend-piekna-t,66849>