



Lip balm Violet del brand 'Oh Yeahh!' di Bylabel

Fenomeno psycare, antidoto cosmetico alla 'hyper fatigue'

by Paola Cassola — 9 Ottobre 2023

Negli ultimi anni, è emersa una maggiore consapevolezza dell'importanza del benessere mentale e dell'autocura nella routine di bellezza e nella cosmetica. Mentre aumentano le patologie legate allo stress e ai disturbi del sonno, la ricerca della felicità diventa un importante aspetto della salute olistica a lungo termine, nonché del benessere e della bellezza. Dai dati di mercato risulta che sempre più consumatori cercano prodotti cosmetici che abbiano anche un impatto positivo sulla propria salute mentale e sullo stato d'animo. Per questo fenomeno è stato coniato da **Beautystreams**, piattaforma che analizza i trend specializzata nel settore cosmetico, il termine '**Psycare**', ovvero 'cura della psiche'.

L'affermarsi della psycare è la reazione alla cosiddetta 'hyper fatigue', un iperaffaticamento con conseguente squilibrio emotivo provocato dalla combinazione delle preoccupazioni legate a pandemia, aumento del costo della vita, crisi energetica, disordini geopolitici e crisi climatica. Un sondaggio della società di ricerche londinese **Mintel**, effettuato nel 2022 sugli utenti di internet di età superiore ai 18 anni, ha rilevato che il 49% aveva sperimentato stress nei 12 mesi precedenti, mentre il 38% aveva sperimentato ansia, il 22% esaurimento mentale e il 20% burnout.

Alcuni marchi di cosmetici hanno iniziato, quindi, a includere ingredienti noti per le loro proprietà calmanti o rilassanti, come nel caso dell'aromaterapia, spesso utilizzata per la sua capacità di influenzare l'umore attraverso l'uso di oli essenziali, come la lavanda, la camomilla o l'arancia dolce. Non solo, sono molto richiesti anche ingredienti energizzanti o che promuovono la stimolazione cognitiva e migliorano la concentrazione, come gli estratti di erbe o vitamine.

Ci sono, poi, realtà che si sono spinte oltre, testando e certificando le proprietà delle proprie miscele. Una di queste è **Bylabel**, società che distribuisce in Europa marchi con prodotti ad alto contenuto di innovazione, tra i quali i rossetti '**Oh Yeahh! – Your daily dose of happiness**' basati sul complesso brevettato Hbc (Happiness Boosting Complex) che aiuta a triplicare il livello di serotonina, detta anche 'ormone del buonumore', grazie a tre ingredienti speciali, naturalmente ricchi di triptofano e selezionati per le loro proprietà benefiche e antidepressive: griffonia simplicifolia, kiwi e cacao.

Sulla connessione cervello-pelle, anche detta neurocosmesi, si è concentrato anche il marchio **Clariant**, sviluppando un concetto di bellezza olistica chiamato '**The Joyolist**', termine che fonde i concetti di gioia e approccio olistico.

Secondo un rapporto di *Beautystreams*, i consumatori credono che la cura della bellezza possa aiutarli a sentirsi più felici e più sicuri. Tra le 29 potenziali fonti di felicità misurate, il 55% delle persone in tutto il mondo ha affermato di avere maggiori probabilità di trarre 'la più grande felicità' dalla salute e dal benessere fisico.

Lo scenario completo sulla Psycare è disponibile sul numero 5 di Pambianco Beauty Magazine di Ottobre/Novembre 2022.
