

Armonia E Naturalezza

Cresce la richiesta di medicina estetica, nel nome di interventi sempre più soft ed equilibrati. «Che facciano bene all'umore e migliorino l'autostima», come spiega uno dei principali player del settore.

di Susanna Macchia

Se l'anno e mezzo appena trascorso è stato un acceleratore di cambiamenti che ha travolto tutti i settori (e-commerce e smart working, per esempio), anche la medicina estetica ha subito, e in qualche modo beneficiato, dell'inattesa piega degli eventi. Soprattutto in Asia: in Corea nel 2020 gli interventi sono cresciuti del 9,2% in più rispetto all'anno precedente e in Giappone l'impennata di iniezioni è stata tale che, avendo contribuito a far scarseggiare le scorte di garza e disinfettante dell'intero Paese, ha portato il governo a chiedere alla Society of Aesthetic Plastic Surgery giapponese di disincentivare i trattamenti non essenziali. Secondo i dati della **Società Italiana Medicina Estetica** il business degli interventi è, in generale, cresciuto anche in Italia, e complice la mascherina, ha orientato le scelte dei consumatori concentrate in prima battuta sulla zona occhi per poi, tolto l'obbligo di coprirsi naso e bocca all'aperto, spostare le richieste sull'attenuamento delle rughe "nasogeniene". A tutto questo è corrisposto un ulteriore cambiamento culturale, già in atto da alcuni anni, relativo all'approccio nei confronti della medicina estetica «sempre più considerata come un mezzo per stare bene con se stessi migliorando la propria autostima», sostiene Jelena Petrovic, medico estetico e General Manager Allergan Aesthetics Italia. «Si è cominciato a capire che la medicina estetica, quando esercitata da professionisti competenti e con prodotti d'eccellenza, mira a mantenere intatta la fisionomia esaltando gli aspetti caratteriali, quelli che rendono davvero unica una persona.



SOPRA.
Un'immagine tratta da un servizio editoriale sull'agopuntura, realizzata dal duo di artisti giapponesi Yasu + Junko. Specializzati in

still life di beauty, living e accessori moda, i fotografi sono noti per un sapiente uso della luce e per uno stile molto concettuale. I due vivono e lavorano a Brooklyn.

Siamo ben lontani quindi da quei volti omologati e senza espressione che si vedevano un tempo. Senza contare che la cultura italiana ha dei codici estetici che esaltano l'armonia e la naturalezza», continua Petrovic. «La gente inoltre, durante i vari lockdown, stando ore davanti agli schermi non ha solo avuto modo di notare le imperfezioni del proprio volto, ha avuto tempo di informarsi di più e acquisire conoscenze specifiche». A questa maggiore consapevolezza, si contrappone però la tendenza dell'effetto filtro: la richiesta di trasferire nella realtà gli effetti ottenuti grazie ai filtri digitali. «Vero. Ma anche in questo caso, solo un bravo interlocutore può disincentivare richieste insensate». La visione quindi, secondo Allergan Aesthetics, uno dei player più importanti del settore, è che la medicina estetica sia uno strumento di benessere avanzato che «aiuta a regalare un aspetto riposato e non necessariamente più giovane». E il futuro? «Trent'anni fa siamo stati dei pionieri con la tossina botulinica, adesso stiamo per lanciare una novità che sarà altrettanto disruptive. Non posso svelare nulla, al momento. Ma sarà davvero un'innovazione assoluta».

