



Lavoro, hair-stylist interprete di fiducia: per il 61% delle donne i capelli sono strumento di empowerment

Descrizione

(Adnkronos) In collaborazione con Alter Ego Italy

C'è un legame profondo e quasi invisibile che unisce le donne italiane ai loro capelli: non solo questione di stile, ma anche e soprattutto di empowerment, identità e autenticità. Lo rivela una ricerca di Alter Ego Italy, brand di hair care professionale parte del Gruppo Pettenon Cosmetics spa SB, realizzata in collaborazione con AstraRicerche. Lo studio ha esplorato il rapporto tra cura dei capelli e affermazione di sé, coinvolgendo un campione rappresentativo di 2.000 donne italiane tra i 18 e i 70 anni.

Quando si parla di bellezza femminile, l'immaginario comune corre subito a quella fisica. Eppure, per gran parte delle donne italiane, il fascino autentico nasce da dentro: oltre l'87% ritiene che la vera bellezza risieda nella personalità e sulla base di questa desidera essere apprezzata. In questo quadro, l'aspetto esteriore assume un significato più profondo, diventando uno strumento di empowerment attraverso cui raccontare se stesse. Per oltre l'83% infatti l'armonia tra immagine e interiorità a donare il vero fascino a una donna: non basta essere belle se ciò che si mostra non è coerente con ciò che si è. Inoltre, quasi otto donne su dieci dichiarano che il modo in cui scelgono di presentarsi agli altri riflette direttamente la propria identità e che il benessere personale passa anche attraverso un aspetto esteriore capace di rispecchiare stati d'animo e valori. Del resto, per il 76% essere belle significa prima di tutto essere se stesse.

In questo scenario, i capelli assumono un ruolo centrale: non solo elemento estetico, ma strumento di espressione personale e biglietto da visita capace di raccontare chi si è, prima ancora delle parole. Per le donne italiane rappresentano una parte essenziale dell'identità e dell'immagine di sé, con oltre il 61% che li considera fondamentali per esprimere la propria personalità e apparire come si è davvero, e con il 78% che vede nei cambiamenti di look un segnale di rinnovamento o affermazione personale. I capelli evolvono infatti insieme alla persona accompagnandone le fasi di vita e riflettendo in ciascuna di essa il modo in cui si sceglie di presentarsi al mondo: un linguaggio silenzioso ma potente, che intreccia estetica, emozioni e identità.

E il parrucchiere? Non pi  solo un tecnico, ma un mago    come lo definisce Alter Ego Italy    ovvero un alleato di fiducia capace di ascoltare e trasformare gli stati d'animo e i desideri delle donne in look che raccontano chi sono davvero. Per oltre il 72% delle intervistate, l'hairstylist   infatti una figura in grado di comprendere profondamente come vorrebbero apparire e ci  che desiderano comunicare di s  attraverso la loro bellezza. Oltre il 71% lo considera capace di interpretare la loro personalit  e tradurla in proposte per i capelli che colgono desideri ancora in divenire. Non a caso quasi il 68% delle donne che frequentano il parrucchiere almeno una volta all'anno ha un professionista di riferimento, segno di un legame costruito nel tempo e basato su ascolto e comprensione.

Questo rapporto diventa ancora pi  importante se si considera che quasi una donna su quattro percepisce che il proprio aspetto non riflette pienamente la propria identit  : in questi casi il parrucchiere svolge un ruolo ancora pi  chiave nell'aiutare le clienti a esprimere le proprie personalit  che la rendono unica e speciale. Non sorprende quindi che l'esperienza dall'hairstylist abbia un impatto profondo e positivo sul benessere emotivo delle donne. I sentimenti positivi che ne derivano sono fortissimi: oltre i due terzi li sperimenta molto o abbastanza.

Ma per la maggior parte delle donne il parrucchiere non   l'unico artefice del buon risultato finale: la sua bravura deve essere supportata da prodotti e strumenti all'altezza. Oltre il 72% ritiene infatti che questi siano importanti (43,1%) o addirittura fondamentali (29,1%) per un look pienamente soddisfacente, confermando come tecnica e performance siano imprescindibili. Interrogate sulle caratteristiche pi  rilevanti nei prodotti professionali utilizzati in salone, le intervistate indicano priorit  precise: al primo posto la cura del capello e della cute con prodotti dalle formulazioni delicate (42,3%), di qualit  certificata (28,6%) e con un Inci ricco di ingredienti di origine naturale (26,5%); seguono la disponibilit  di un portfolio ampio e specifico per ogni singola esigenza (24,2%), l'attenzione alla ricerca e all'innovazione (22,3%), la produzione Made in Italy (22,6%) e sostenibile (21,2%).

Questa ricerca dichiara Elena Colombo, head of marketing del Gruppo Pettenon Cosmetics spa SB   conferma che ci  che le donne desiderano davvero   la possibilit  di esprimere s  stesse e interpretare le diverse sfaccettature della propria personalit  e bellezza. I capelli diventano cos  un potente strumento di identit  ed empowerment, mentre l'hairstylist si rivela un alleato prezioso, un mago capace di tradurre desideri e stati d'animo in look che raccontano autenticit  e unicit  . In Alter Ego Italy partiamo proprio da questa consapevolezza: mettiamo al centro la persona offrendo ai professionisti prodotti innovativi e performanti che consentano loro di valorizzare ogni individualit   .

In questo scenario, Alter Ego Italy si posiziona infatti come abilitatore di possibilit  sia per l'hairstylist che per la consumatrice finale, restituendo centralit  al potenziale di entrambi attraverso un approccio che unisce performance, innovazione ed empowerment. Come un mago, l'hairstylist trasforma volume, luce, colore e forma in un racconto di bellezza unico e senza fine che interpreta i desideri e le sfumature di ciascuna cliente.

  

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 27, 2025

Autore

redazione

default watermark