

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

Vanity Per amore

NEI PROSSIMI 15 ANNI

SI MOLTIPLICHERANNO I CONSUMI NEL SETTORE DELLA CULTURA E DELLA SALUTE (+62%).
SI PASSA DAL MERCATO DELL'IMMEDIATO A QUELLO DELLA DURATA E DELLA LONGEVITÀ

Va detto, perché siamo romantici, che Marguerite Yourcenar, autrice di quel romanzo che molti incrociano a scuola e si intitola *Memorie di Adriano* (l'imperatore romano), ha scritto altrove «non ti ho promesso nulla che io non abbia già mantenuto». Si parlava d'amore. Come quasi sempre.

Tuttavia l'osservazione di Yourcenar, riguardata nel mondo di oggi, dove, giustamente, dedichiamo tempo a valutare la provenienza delle carni e delle verdure, i metodi di allevamento e l'utilizzo di pesticidi, in cui abbiamo imparato a valutare l'ecologia del chilometro zero, a occuparci del modo in cui le galline – che hanno deposto le uova ai cui benefici miriamo, le mangiamo sode e strapazzate, in camicia e fritte – hanno vissuto, in cui ascoltiamo con diffidenza, e talvolta scetticismo, i programmi di diete o trattamenti di bellezza che promettono di cambiarci le forme in poche settimane, anzi giorni, insomma in questo nostro mondo, ci fa capire che si può credere solo alle promesse al passato, mai a quelle al futuro. Le promesse al passato sono i dati medici, le statistiche, gli studi, pensare al benessere degli animali da carne, alle stagioni in cui le verdure crescono, agli zuccheri aggiunti in ciò che beviamo, insomma al passato di quello che, nel presente, ci troviamo davanti. E anche questa è una cosa d'amore, non di coppia – la frase di Yourcenar sta nel dialogo tra un uomo e una donna – ma d'amore per sé, per il proprio corpo, e per il Pianeta. Lo studio di Kpmg/Aipb del giugno scorso ha messo in evidenza come nei prossimi quindici anni i consumi per chi ha più di cinquant'anni raddoppieranno nei settori di cultura e tempo libero – siamo a più del 95 per cento – e per la salute, più del 62 per cento (*Il private banking in un mondo più longevo*, Kpmg/Aipb, giugno 2024). Siamo, insomma, passati dalla cultura e dal mercato dell'immediato alla cultura e al mercato della durata, del processo, della longevità (del private banking, anche). Mercato non è per forza una parola cattiva; nessuna parola lo è invero, le parole dipendono dal contesto nel quale vengono pronunciate. Ma lasciamo stare. Per avere coscienza ci vuole un sacco di tempo, e ovviamente parlo da quella parte di mondo che può interessarsi anche del passato e del futuro e non solo del presente – guerre, difficoltà

economiche, infelicità derivanti da famiglie complicate e relazioni violente. Avere coscienza è fondamentale, ci aiuta a farci sentire parte di un tutto, tuttavia – sospiro colpevole – non posso dimenticare l'adolescenza nella quale sono cresciuta, un'adolescenza anni Ottanta, di creme per la cellulite che promettevano la scomparsa della buccia d'arancia in poche settimane, diete del minestrone che sembravano film e cioè strillavano «sette chili in sette giorni», polli allo spiedo che costavano meno di un panino e le zucchine tutto l'anno. Un'adolescenza dove tutto sembrava possibile, magico, dove You si trasformava, nel cartone animato omonimo, in Creamy, una idol come possono esserlo i BTS, e poi tornava You, una bambina, in un battito d'occhi. Cose che hanno portato ad alterazioni ormonali, delusioni affettive, scompensi fisici vari, ci hanno fatto attribuire un valore negativo e di puro consumismo alla parola mercato e di certo hanno allargato pure il buco nell'ozono e che, però, erano leggere, leggerissime, senza passato. Lo dico con una certa nostalgia, anche se so che è sbagliato, è un arco-riflesso anni Ottanta di cui mi pento e mi dolgo con tutto il cuore. Ecco, essere senza passato, fregarsene di conoscerlo, lo leggiamo sulle nostre cosce, nella grana della nostra pelle, nel bianco nelle nostre sclere, nel mercurio o nelle microplastiche che abbiamo ingerito. Insomma, passato e futuro sono connessi, e la connessione siamo noi. Sembra più noioso solo quando dimentichiamo che cercare di capire – e certe volte, nonostante i tentativi, non capire niente – è la più grande avventura umana.



PERCENTUALI RASSICURANTI

1. Con 7 anni di ricerca e 3 brevetti, grazie al nettare vegetale di gemma di Syringa, ha un'azione che esalta la luminosità cutanea del 75%: *Lozione Essenziale Rinnovatrice di Luminosità di Yves Rocher* (€ 29,95).
2. Formulato con Acid Renewal Complex, mix unico di acido salicilico, glicolico e ialuronico, *Salicylic Renewal di Isdin* (€ 54,90) ha dimostrato una riduzione delle imperfezioni in sole 2 settimane.
3. In 24 h, l'epidermide è rigenerata e riparata del 118% con *Phytoastil Gel Prevenzione Smagliature di Lierac* (€ 29,90).