

# IL GIUSTO trattamento



**ANGELA NOVIELLO**  
Formatore e Coordinatore Europa OTI  
Oncology Esthetics

Il dottor Jayand Lockhande, ha affermato: “Non siamo davvero creature semplici. Siamo creature complicate. Tutti i sistemi nel nostro organismo non sono isolati, ma funzionano in tandem: questo è davvero il bello e, cosa ancora più straordinaria, un sistema è in grado di influenzare gli altri”.

Per questo motivo, quando si decide di eseguire un **trattamento estetico** è importante comprendere certamente la **fisiologia della cute**, ma anche l'**unicità delle persone** e le caratteristiche **specifiche di ogni singolo biotipo cutaneo**, in funzione dell'età, del proprio assetto ormonale, della genetica e delle abitudini personali. Oggi **non c'è proprio spazio per l'improvvisazione** e la chiave del successo sta proprio nella conseguente **personalizzazione del trattamento** stesso, che non può prescindere dall'uso di **cosmetici sicuri**, non è un caso che i nostri clienti si preoccupino sempre di più di ciò che le aziende stanno formulando nei prodotti che stiamo utilizzando.

Formulazioni **clean e conoscenza**, se usati in modo consapevole e trasversale, possono fare la differenza.

## A CACCIA DI INDIZI...

I clienti solitamente non rivelano spontaneamente la propria storia, spesso interpellano l'estetista per un semplice trattamento e vi si sottopongono, senza nemmeno parlare, al fine di rilassarsi per quell'oretta strappata spesso alla giornata lavorativa, ma ecco che il **primo approccio**, quello che deve essere **dedicato alla consulenza**, diventa determinante, diventa l'occasione durante la quale i professionisti della bellezza dovrebbero raccogliere informazioni precise, come ad esempio:

- Necessità;
- desideri;
- uso di farmaci che indicano malattie specifiche;
- uso di sostanze che possono influire sulla salute generale della pelle;
- beauty routine quotidiana;
- abitudine a procedure di medicina estetica;
- tipo di alimentazione;
- stili di vita attivi e all'aperto che conducono a una prolungata esposizione al sole;
- allergie e/o intolleranze.

Una **maggior consapevolezza**, una **chiara relazione** con i propri clienti in termini di obiettivi, risultati e necessità, garantisce una corretta personalizzazione del **trattamento etico-estetico** che non è più il solo "pronto all'uso" e che deve tenere anche conto del profondo cambiamento nelle **aspettative dei nostri clienti**. Non è un segreto oggi che anche la **sostenibilità** svolga un ruolo enorme nella nostra società. Nelle scelte dei consumatori, la sostenibilità può essere spesso un **fattore determinante** nella scelta di un prodotto o di un trattamento estetico. I clienti vogliono ritrovarsi nei nostri centri anche per allineamento di pensiero e di approccio.

---

Le aziende in questi ultimi  
anni si sono perfettamente  
adeguate ai nuovi bisogni.  
I brand diventano etici  
e si attivano per fare  
la cosa giusta.

---



© freepik

Sebbene gli ingredienti svolgano un ruolo enorme nella bellezza etica, anche le **buone pratiche nell'esecuzione del trattamento diventano importanti**, e diventa utile l'uso di **materiali monouso biodegradabili** o l'uso di tutto quanto possa essere facilmente riutilizzabile se opportunamente gestito.

Ecco che in quest'ottica il movimento a **rifiuti zero** è cresciuto in popolarità e le aziende cosmetiche, che desiderano essere più etiche, ci supportano scegliendo imballaggi che creano meno rifiuti. Il modo principale in cui le aziende lo fanno è **rendere i loro imballaggi riciclabili o riutilizzabili**.

Questo tipo di confezione tende ad essere più costosa, perché questo tipo di imballaggio in genere ha costi più elevati per i loro prodotti, spese di spedizione o entrambi, nonostante questo restano più attrattivi per i "nuovi clienti" sempre più attenti alle esigenze del nostro pianeta.

Un occhio di attenzione è anche sempre di più rivolto alla **beneficenza** è sempre più frequente vedere un **brand che dona una parte del fatturato a cause benefiche**, e questa motivazione spinge il consumatore ad una spesa anche più etica così come diversi istituti di bellezza promuovono campagne di sensibilizzazione sempre più frequenti attraverso l'acquisto di prodotti o trattamenti che tengano conto, per esempio, di supporti estetici a sostegno, nel nostro caso specifico, dei pazienti oncologici.