

---

# Indice

Autori .....	IX
Prefazione di <i>Diego Dalla Palma</i> .....	XI
Prefazione di <i>Franco Brambilla</i> .....	XIII
<b>Introduzione</b> .....	1
Pima di leggere .....	4
<b>Capitolo 1</b> Dentro le parole .....	9
1.1 Estetica .....	10
Focus • <i>Estetica e filosofia</i> .....	12
1.2 Cosmetica .....	13
1.3 Bellezza .....	15
1.4 Salute .....	16
1.5 Benessere .....	20
1.6 Beauty&Wellness .....	21
1.7 L'autostima, elemento centrale tra la bellezza e il benessere .....	22
Focus • <i>L'estetica nell'area sociale</i> .....	26
<b>Capitolo 2</b> Lo scenario storico della bellezza e del benessere: una visione d'insieme .....	29
2.1 Le origini .....	31
2.2 La Mesopotamia .....	32
2.3 L'Egitto .....	33
2.4 La Grecia .....	36
2.5 Roma .....	38
2.6 Il Medioevo .....	40
2.7 Il Rinascimento .....	43
Focus • <i>I cosmetici rinascimentali</i> .....	46
2.8 Il Seicento .....	48

2.9 Il Settecento .....	50
2.10 L'Ottocento .....	52
2.11 Il Novecento .....	54
<b>Capitolo 3</b> Dall'antropologia estetica alla psicologia della bellezza .....	59
3.1 Dai canoni estetici ai parametri dell'attrazione .....	61
Focus • <i>Dalla scimmia all'uomo</i> .....	64
3.1.1 La neotenia .....	66
3.1.2 La "supernormalizzazione" .....	68
Focus • <i>La cosmesi come fattore antropologico</i> .....	69
3.1.3 Il dimorfismo sessuale .....	70
3.1.4 La simmetria .....	71
3.1.5 Esibizione, dissimulazione e autoimitazione .....	71
3.1.6 La pelle nuda .....	73
3.1.7 Le sopracciglia .....	74
3.1.8 Gli occhi .....	75
3.1.9 Le rughe .....	76
3.1.10 La bellezza perfetta .....	77
Focus • <i>Il numero della bellezza</i> .....	78
3.2 Bellezza e società .....	81
Focus • <i>Bellezza ed emozioni</i> .....	85
<b>Capitolo 4</b> Il nuovo scenario del Beauty&Wellness (B&W) .....	89
4.1 I cosmetici, la natura e l'ambiente: dal naturale all'ecocompatibile .....	92
4.1.1 La fitocosmesi .....	94
Focus • <i>Oli essenziali e aromaterapia</i> .....	96
4.1.2 Ecobiosmesi .....	98
4.2 Nutrizione e pelle: i nutricosmetici .....	99
4.2.1 Carenze nutrizionali e manifestazioni cutanee .....	99
Focus • <i>L'invecchiamento cutaneo: approcci dermocosmetici e nutrizionali</i> .....	102
4.3 Dalla cosmeceutica alla neurocosmesi .....	107
4.3.1 Cosmeceutici .....	107
4.3.2 Neurocosmetici .....	108
4.4 Etnocosmesi: i nuovi mercati .....	110
4.4.1 Globalizzazione e biodiversità cutanea .....	110
4.4.2 I biotipi cutanei: differenze morfologiche e fisiologiche .....	111
Epidermide .....	111
Derma .....	112
Ipoderma .....	113
Ghiandole e annessi cutanei .....	113
Capelli e unghie .....	113
4.4.3 Etnocosmesi .....	114
Focus • <i>Il check-up cutaneo</i> .....	115
4.4.4 Influenze oltreconfine: la calma come qualità di vita .....	121
4.4.5 Il commercio equo e solidale .....	123
4.5 Il lusso: tra desiderio e necessità .....	125
4.5.1 L'industria del lusso .....	127
Focus • <i>I templi del lusso</i> .....	130
4.5.2 Un nuovo concetto di lusso .....	133

<b>Capitolo 5</b>	La polisensorialità: dai cosmetici alle emozioni . . . . .	135
5.1	Le percezioni sensoriali . . . . .	136
5.2	La fisiologia dei sensi . . . . .	137
5.3	L'approccio sensoriale al Beauty&Wellness . . . . .	140
5.3.1	La vista . . . . .	140
5.3.2	L'olfatto . . . . .	145
5.3.2.1	Dai profumi alle emozioni . . . . .	146
5.3.3	Il tatto . . . . .	152
5.3.4	Il gusto . . . . .	156
5.3.5	L'udito . . . . .	158
	Focus • <i>Sinestesie e benessere</i> . . . . .	160
5.4	La polisensorialità . . . . .	162
<b>Capitolo 6</b>	La comunicazione umana . . . . .	165
6.1	La comunicazione umana . . . . .	167
<b>Capitolo 7</b>	La comunicazione d'impresa . . . . .	177
	Focus • <i>Uno sguardo alle tendenze globali: un'indagine di GfK Eurisko</i> . . . . .	185
<b>Capitolo 8</b>	La comunicazione nel Beauty&Wellness . . . . .	195
8.1	L'esperienza e l'interazione del prodotto con il ventaglio sensoriale dei consumatori . . . . .	202
8.2	Le sfumature delle emozioni nella comunicazione del benessere . . . . .	204
8.2.1	L'arcitipico e l'integrazione del prodotto con le risorse del territorio . . . . .	204
8.2.2	La storia e l'arte come fonti creative per "generare" relazioni di alto spessore emotivo . . . . .	205
8.2.3	La biografia come forma espressiva per la ricostruzione delle identità . . . . .	206
8.2.4	La cultura e la necessità di promuovere lo sviluppo educativo dei consumatori . . . . .	206
8.3	Comunicare la bellezza attraverso parametri tecnici: sicurezza, efficacia, gradevolezza . . . . .	209
8.3.1	Sicurezza . . . . .	210
	Focus • <i>Test di sicurezza cosmetica</i> . . . . .	211
8.3.2	Efficacia . . . . .	214
	Focus • <i>Test di efficacia cosmetica</i> . . . . .	215
8.3.3	Gradevolezza . . . . .	221
	Focus • <i>L'analisi sensoriale</i> . . . . .	222
8.4	Uno sguardo al packaging . . . . .	224
<b>Conclusioni</b>	. . . . .	229
<b>Bibliografia</b>	. . . . .	233
<b>Ringraziamenti</b>	. . . . .	247