

# a cosmesi DEL "SENZA"

Le false credenze su alcuni ingredienti e la necessità di informazioni trasparenti sui prodotti in commercio

Fino a poco tempo fa le etichette dei cosmetici mostravano un lungo elenco di "senza", come se fosse più importante sottolineare cosa non ci fosse all'interno, al posto di evidenziare gli ingredienti realmente presenti. Questo modo di fare marketing ha creato non pochi problemi e ha generato dubbi sulla sicurezza dei cosmetici in generale. Spesso mi sono interrogata sull'origine di tale modo di presentare i cosmetici.

## UN PO' DI STORIA

Penso che la "cosmesi del senza" abbia avuto origine più o meno attorno al 2014, anno in cui un articolo, molto impreciso e con dati non confermati in seguito, mostrò il ritrovamento di alcuni parabeni nel tessuto mammario di una donna operata di cancro al seno, e da qui subito scaturì un tam tam mediatico a gran risonanza che mise i parabeni pesantemente sotto accusa.

Ora, i parabeni sono innanzitutto una famiglia di molecole, e non si può paragonare un benzyl parabene a un metil parabene. In secondo luogo metil e propil parabene sono conservanti utilizzati e permessi non solo in campo cosmetico, ma anche alimentare e farmaceutico; sono, infatti, i conservanti preferiti per la maggior parte di sciroppi e soluzioni orali. Detto questo, non solo l'origine dei parabeni ritrovati in quel lavoro era del tutto

**CAPITA  
A VOLTE  
CHE GIORNALI  
E BLOG PARLINO  
CON  
SUPERFICIALITÀ  
DI INGREDIENTI  
DANNOSI O TOSSICI**

incerta, ma nessuno studio ha poi mai confermato in seguito un collegamento tra parabeni e cancro al seno. Per trovare anche i lati positivi, tale allarmismo ha velocizzato studi di sicurezza più approfonditi che hanno portato a eliminare alcuni parabeni dall'impiego cosmetico, come quelli ramificati isobutil e isopropil, mentre hanno ulteriormente confermato la sicurezza d'uso di metil e propil parabene, anche dei rispettivi sali.

Ma dopo tutto il "rumore" creato attorno a questa categoria di conservanti, chi li sopporta più i parabeni nei cosmetici?

La "cosmesi del senza", inoltre, non si ferma ai parabeni, si allarga a silicani, petrolati, Peg e tante altre sostanze. In farmacia, tra l'altro, gestiamo paraffina liquida e Peg anche per uso orale: quindi, tutti questi allarmismi verso tali categorie di ingredienti dove trovano fondamento? Perché un conto è la preferenza persona-

le, magari orientata al naturale e con un'attenzione all'ambiente, e un conto è attribuire connotati pericolosi a ingredienti regolarmente ammessi per uso cosmetico e considerati sicuri a tutti gli effetti. È su questo fondamento che dobbiamo puntare quando ci pongono dubbi sulle composizioni dei cosmetici, non sui *claim* vantati.

## LE REGOLE

«I cosmetici commercializzati nel mercato europeo sono sicuri per la salute umana, se utilizzati nelle ragionevoli e prevedibili condizioni di impiego»; così recita l'Articolo 3 sulla sicurezza del Regolamento europeo 1223/2009. Leggendo certi articoli sui giornali, oppure nei vari blog gestiti in modo non proprio informato, sembra quasi che i cosmetologi possano fare quello che vogliono e inserire sostanze senza criteri o regole precise. In realtà, la prima garanzia sulla sicurezza è data dalla scelta degli ingredienti, che devono essere permessi per uso cosmetico ed essere utilizzati nelle condizioni consentite, come concentrazione, forma cosmetica, età dei destinatari, zone cutanee, eccetera.

Nel 2009 è stata inserita una seconda importante garanzia, ancora più restrittiva, ovvero la valutazione della sicurezza del prodotto finito, che deve essere firmata da un professionista laureato e specializ-



zato nel settore tossicologico. Tale valutazione della sicurezza tiene conto non solo del livello di esposizione a ogni ingrediente, ma anche alle impurezze presenti, e quindi considera molteplici parametri, tra cui il profilo tossicologico e la concentrazione dell'ingrediente nel prodotto finito, se si tratta di un cosmetico a risciacquo o no, la quantità applicata e la frequenza d'uso, se il prodotto è destinato ad adulti o a bambini, eccetera. Nel momento in cui il valutatore firma questo documento ufficiale significa che, in base ai dati scientifici, il cosmetico in questione è considerato sicuro per quell'impiego. Non solo, questo nuovo documento ci informa anche che la valutazione dei cosmetici per i bambini deve essere fatta specificamente per loro; infatti il rapporto superficie cutanea/peso è più elevato e può essere differente il livello di esposizione a ogni ingrediente. Se ne evince che i bambini devono utiliz-

zare solo prodotti cosmetici formulati per loro, in particolare i solari, perché sono stati valutati secondo parametri precisi che tengono conto della maggiore esposizione rispetto all'adulto.

### **NOTIZIE FUORVIANTI**

Con queste restrizioni a monte dell'immissione in commercio di un cosmetico, al giorno d'oggi leggere su certi giornali o blog descrivere certi ingredienti con terminologie allarmistiche, come "pericoloso" "dannoso" "tossico", è assolutamente fuorviante per i consumatori.

Se vi sono dei dubbi, inoltre, è fondamentale affidarsi unicamente alle fonti ufficiali come Echa (Agenzia europea delle sostanze chimiche) o ScCs (Comitato scientifico per la sicurezza dei consumatori) e sapere che, se un cosmetico è presente nel mercato europeo, è sicuro per quell'impiego per il quale è commercializzato.

Ma questo marketing, che vuol far apparire migliore un prodotto rispetto a un altro perché non contiene certi ingredienti - e ripeto che si tratta di sostanze regolarmente ammesse per uso cosmetico e considerate sicure - per fortuna a livello legislativo non è più gradito. Nel 2019, infatti, è uscito un Technical Document che vieta di denigrare un competitor mettendo in evidenza l'assenza di ingredienti regolarmente permessi.

Negli ultimi anni, in cosmesi vi è la volontà di formulare prodotti sempre più sicuri, con ampie garanzie per il consumatore e il marketing, anziché puntare sul far apparire i prodotti migliori di quelli dei competitor, dovrebbe puntare su concetti più allargati, che mostrano con totale trasparenza la formula e l'origine degli ingredienti contenuti. Il moderno, e decisamente più corretto, trend del marketing cosmetico, è: meno "senza" e più trasparenza sulla reale composizione. ●