

Una bellezza tutta naturale

2



Rispetto degli esseri umani, della natura, degli animali e dell'ambiente: a questa filosofia di base si ispira la scelta di prodotti biologici, ecosostenibili, vegan, nel campo dell'alimentazione, della moda, dell'arredamento e anche nella cosmesi, dove i prodotti bio e vegan sono sempre più protagonisti. Come orientarsi e scegliere prodotti bio-eco-sostenibili?

E' un dato di fatto: attenzione per ambiente ed ecosostenibilità sono temi all'ordine del giorno, che vanno progressivamente investendo tutti gli aspetti della nostra vita, dall'alimentazione, al diffondersi di mezzi di trasporto meno inquinanti, alle abitazioni a basso impatto ambientale, alla moda. Si va affermando infatti la tendenza culturale a stili di vita più a misura d'uomo, alle buone pratiche per una vita sana e naturale. Questa sensibilità si è fatta strada anche nel mondo della cosmesi, dove è molto sentita l'esigenza di offrire alla propria clientela prodotti biologici, in nome di una bellezza più etica ed eco friendly. Le aziende cosmetiche hanno colto subito l'aumento dell'attenzione verso i temi "green" ed hanno compreso l'importanza di proporre linee di prodotti dall'innegabile coté ecologista.

Prendersi cura di sé, del proprio benessere e del proprio aspetto in maniera rispettosa della natura e dell'ambiente: questa sensibilità è sempre più presente in chi si orienta verso un consumo più responsabile. Per questo, quindi, ci si rivolge verso prodotti ecologici i cui ingredienti devono essere trasformati il meno possibile, senza troppe sostanze chimiche e senza l'utilizzo di componenti di origine animale. La preferenza va inoltre a prodotti di filiera corta, che usino componenti il più possibile ricavati da fonti del territorio circostante. Si privilegiano componenti che apportano benefici al corpo, alla bellezza ed anche allo spirito, cercando di evitare sostanze e tecniche potenzialmente tossiche per l'essere umano. E'



anche questo un modo per sentirsi più in armonia con la natura e i suoi ritmi. Possiamo pensare che i cosmetici "verdi" possano veramente rappresentare una piccola svolta nel nostro modo di consumare, di pensare e di conseguenza di agire sul pianeta. Anche ridurre l'impatto ambientale e contribuire a un pianeta meno inquinato sono gesti di bellezza, che ci fanno sentire in armonia con il mondo e vicini a un autentico benessere.

Ma come distinguere un cosmetico naturale da uno ecologico? La linea di confine tra eco e bio-cosmesi non

è così sottile. Il trend dei cosmetici a connotazione naturale s'inserisce più nel solco di una strategia di marketing, mentre la cosmesi biologica, per essere riconosciuta tale, dev'essere ufficialmente certificata. In questo campo, qualche difficoltà può derivare dall'assenza di un quadro legislativo e normativo che permetta di uniformare, secondo parametri da tutti riconosciuti, la vasta gamma di prodotti naturali presenti sul mercato. Per uniformare gli standard e fornire al consumatore qualche elemento per orientarsi tra le certificazioni, sono nati recentemente due disciplinari: quello di Cosmos (Cosmetic Organic Standard), che riunisce associazioni di produttori e quello chiamato NaTrue, nato da organismi certificatori nazionali come l'italiano CCPB, lo svizzero Bio. Inspecta e il tedesco EcoControl. Si tratta di Enti privati, a cui le aziende si possono rivolgere per ottenere la certificazione secondo gli standard dell'Ente prescelto.

“
**Prendersi cura di sé,
del proprio benessere
e del proprio aspetto
in maniera rispettosa della
natura e dell'ambiente**
”



Mini guida delle certificazioni

Per Cosmos, esistono due livelli di certificazione: il "naturale", dove il 98% del prodotto dev'essere di origine naturale, lasciando la componente petrolchimica, a esclusione dei conservanti ammessi, limitata al restante 2%; il "biologico", invece, prevede che il 95% degli ingredienti agricoli sottoposti a processi fisici deve essere biologico. Per NaTrue invece, si possono suddividere i cosmetici in classi, contraddistinte dal numero delle stelle loro attribuite. Una stella: cosmetico naturale. Deve rispettare l'elenco di ingredienti e dei metodi per la lavorazione ammessi, nonché i limiti del contenuto minimo di sostanze naturali e quello massimo di sostanze "natural-simili". Due stelle: cosmetici naturali con componenti biologiche. Qui sono più alti i livelli di sostanze naturali non trasformate, delle quali il 70% deve provenire da agricoltura biologica o raccolta spontanea certificata. Tre stelle: cosmetici biologici. In questo

caso aumentano ulteriormente le percentuali di ingredienti naturali non trasformati, di cui il 95% deve essere biologico.

Quali sono i punti in comune tra i due disciplinari? Entrambi, pur riconoscendo l'impossibilità di creare formulazioni biologiche valide per tutti i tipi di cosmetici, assegnano alle formule un valore di "naturalità", al fine di garantirne un minore impatto su ambiente e pelle dei consumatori. Inoltre, non includono l'acqua nel calcolo della percentuale di biologico, fatto importante visto che la maggior parte dei cosmetici contiene elevate percentuali d'acqua. Infine ambedue vietano l'uso di materie prime OGM di origine vegetale, limitando così la proliferazione di colture geneticamente modificate, che quindi compromettono la biodiversità. Sulle etichette, possiamo anche trovare altre diciture. Una è "Gluten free", ad indicare l'assenza di glutine, sostanza notoriamente nociva a chi soffre di celiachia. In realtà, la quantità di sostanze contenenti glutine nei cosmetici è estremamente bassa e l'uso esterno dei prodotti non crea alcun problema. Certamente è un'informazione in più, ma non sostanzialmente utile.

“
Si privilegiano componenti
che apportano benefici
al corpo, alla bellezza ed
anche allo spirito

”

Un'altra dicitura che possiamo trovare sulle confezioni di cosmetici definiti vegan è "cruelty free", a garanzia che l'azienda produttrice non ha effettuato sperimentazioni su animali. Va detto che i test del prodotto finito su animali sono vietati per legge, sin dal 2004, anche se tale pratica è andata estinguendosi già a partire dagli anni '80. Inoltre, dal 2009, nessun ingrediente dei cosmetici può essere testato su animali nella Unione Europea, come non si possono commercializzare in Europa cosmetici contenenti ingredienti testati su animali al di fuori dell'Ue, eccezion fatta per tre test: quello di tossicità da uso ripetuto, che testa le reazioni di bassi dosaggi protratti nel tempo; quello di tossicità riproduttiva o teratogenicità, cioè la capacità della sostanza di creare difetti nella prole se somministrata in gravidanza; infine il test di tossicocinetica, che valuta il modo in cui la sostanza raggiunge cellule e organi causando eventuali danni biologici. Per ciò che riguarda questi test, il divieto è in vigore da marzo 2013. Dopo tale data in Europa non possono essere venduti prodotti che contengono ingredienti specificamente studiati per la cosmesi che siano stati testati su animali in qualunque parte del mondo. In cosmetica, però, si possono usare ingredienti che sono stati testati su animali prima del marzo 2013. Oppure ingredienti realizzati per scopi non cosmetici, che tuttavia possono rientrare in una formula cosmetica. In questo caso l'impegno responsabile di un'azienda a non utilizzarli potrebbe davvero fare la differenza.

Opinioni a confronto

Alessandro Gornati – Naturopata – Formulatore di cosmetici bioecosostenibili

Quando possiamo definire un cosmetico biologico?

Dal mio punto di vista, è molto difficile che si possa parlare di cosmetici biologici al 100%, poiché non possiamo avere la certezza che tutti i componenti utilizzati per un prodotto siano ottenuti da coltivazione biologica. Anche sul termine "naturale" bisogna fare attenzione, perché spesso si utilizza come scelta di marketing per raggiungere certi target di mercato e perché da qualche anno è diffusa la tendenza a scegliere il naturale, ma non dimentichiamo che anche il petrolio è un prodotto naturale; quindi il concetto di naturale si presta a interpretazioni diverse. Anche il packaging ha importanza e in questo campo si possono scegliere materiali completamente bioecosostenibili, non inquinanti, a zero impatto ambientale.

Che cosa può dirci dei cosmetici vegani?

La caratteristica di un prodotto vegano è quella di essere composto esclusivamente da ingredienti vegetale, senza alcuna traccia di sostanze di origine animale. Per esempio, lo squalano, una sostanza emolliente molto usata in cosmesi, originariamente ricavata dai cetacei, ora viene prodotta anche tramite processi di sintesi. E' quindi un prodotto di laboratorio, ma identico allo squalano naturale. Inoltre, rinnovando i processi produttivi, non si preven- gono solo l'inquinamento o i danni all'ecosistema, ma si riducono i costi.

Come può il consumatore orientarsi nel panorama della cosmesi bio e scegliere prodotti il più possibile naturali?

Partendo dal presupposto che l'utente normalmente non ha dimestichezza con la terminologia chimica, il mio consiglio è molto basilico: sull'etichetta non devono essere indicati paraffine e oli minerali e poi attenzione ai componenti: più sono presenti componenti dai nomi in latino, più si ha la certezza che si tratti di prodotti di origine vegetale e dunque naturali. Per quanto riguarda i conservanti, sono usati oggi dei prodotti cosiddetti "stabilizzatori dell'ecosistema", sostanze che rendono meno deperibili i prodotti e risultano più sicuri contro le allergie, oltre ad avere una texture più gradevole sulla pelle. Per una buona conservazione, è preferibile scegliere prodotti in confezioni chiuse, dotate di erogatore a pompa (airless), al posto dei tradizionali vasetti. In questo modo, il prodotto non viene a contatto con i germi presenti nell'aria e con le dita del consumatore, che spesso sono il primo veicolo di inquinamento.

Benedetta Boni – Responsabile comunicazione di Cosmetica Italia – Associazione Nazionale Imprese Cosmetiche

Quali sono le caratteristiche che deve avere un cosmetico per rientrare nella categoria bio o vegan? Quali sono le normative in vigore?

In realtà, secondo noi, sarebbe più corretto parlare di cosmetici "a connotazione naturale", poiché non esiste una normativa riconosciuta a livello nazionale, che stabilisca in modo univoco i parametri da rispettare per produrre cosmetici bio, mentre esiste una normativa europea, una delle più severe al mondo, che stabilisce esattamente tutti i protocolli cui devono attenersi tutti i produttori di cosmetici a garanzia e tutela della salute e l'informazione dei consumatori, vigilando sulla composizione e l'etichettatura dei prodotti e prevedendo. Il regolamento prevede inoltre la valutazione della sicurezza dei prodotti e il divieto degli esperimenti sugli animali.

Che cosa pensa dei pareri contrari all'utilizzo di sostanze chimiche e conservanti?

Ribadisco che, secondo noi, attenersi alla legge significa produrre cosmetici sicuri, per la salute del consumatore e per l'ambiente. Questo vale per tutte le sostanze, anche i conservanti: le norme stabiliscono le percentuali ammesse proprio per garantire la sicurezza dei prodotti. Rispettando i limiti di legge, non è riconosciuta alcuna evidenza scientifica sulla effettiva dannosità di sostanze come i parabeni.

Avete dati che confermino l'orientamento dei consumatori verso i cosmetici biologici?

Attraverso l'osservazione del trend delle vendite nel canale erboristeria, si rileva un aumento delle quote di mercato, non ancora significativo, tuttavia, siamo in presenza di un deciso cambio di rotta a favore della cosmesi naturale. Si tratta di scelte di marketing, operate dalle aziende che, facendo tesoro delle richieste del mercato, desiderano incontrare le esigenze di una parte di clientela. Non c'è dunque una rilevazione di mercato che parli di considerevoli quote di mercato conquistate dalla cosmesi biologica o vegan. Il valore delle vendite, comunque, segna una crescita di 2 punti percentuali, a conferma della salute del canale erboristeria, che copre ormai il 4,5% del totale dei consumi in Italia. Questo è certamente un indicatore dell'attenzione dei consumatori nei confronti dei connotati salutistici e naturali dei prodotti di bellezza ed è necessario che i brand del settore ne tengano conto.