

POSITION PAPER DEL 27 MAGGIO 2016

**Cosmetica Italia a *Porta a Porta*:
efficacia, comunicazione e prezzi delle creme cosmetiche per viso e corpo**

Cosmetici: cosa sapere per non rischiare la pelle, con questo titolo la storica trasmissione di Bruno Vespa si è occupata anche di cosmetici nella puntata andata in onda giovedì 26 maggio in seconda serata su Rai1. Sotto la lente di ingrandimento della redazione sono finiti efficacia, comunicazione commerciale e prezzi delle creme cosmetiche per viso e corpo.

Il quadro emerso verso il settore è stato talvolta critico, soprattutto in riferimento all'efficacia delle creme cosmetiche per viso e corpo. Tuttavia, come evidenziato dal presidente di Cosmetica Italia, Fabio Rossello, ospite in trasmissione, la severa normativa europea che regola i prodotti cosmetici, prevede che l'efficacia vantata da ogni singolo prodotto, sia sulla confezione che nella comunicazione correlata, debba essere dimostrata e i risultati di tutti gli studi effettuati debbano essere tenuti a disposizione delle autorità competenti in caso di controllo.

Il comparto cosmetico rappresenta inoltre uno dei pochi settori in cui una specifica legge europea (il Regolamento 655/2013) stabilisce i criteri comuni da rispettare in tutte le comunicazioni pubblicitarie: conformità alle norme, veridicità, supporto probatorio, onestà, correttezza, decisioni informate.

Durante il dibattito sono stati messi sotto esame anche alcuni *claim*, ma non sempre è stata considerata la completezza delle informazioni riportate sulla confezione. *Claim* chiaramente iperbolici, evocativi e aspirazionali, totalmente legittimi e consentiti dalla legge, sono stati valutati al di fuori del contesto in cui erano presentati, penalizzando il senso globale della comunicazione legata anche alle funzioni del prodotto e alle sue modalità di utilizzo e applicazione. La lettura dell'intera etichetta avrebbe invece aiutato a meglio comprendere le vere funzioni e promesse del prodotto.

Il prezzo dei cosmetici è stato un ulteriore tema affrontato da *Porta a porta*. Esso è determinato da diversi fattori: costi e complessità della ricerca per mettere a punto nuove molecole e prodotti innovativi (per una nuova molecola occorrono due anni di studi), costo di alcuni ingredienti, costo della fragranza o profumo utilizzato, tipo di imballaggio/contenitore scelto e posizionamento di canale (con o senza professionista del consiglio). Analogamente ad altri prodotti, spetta poi a ciascun consumatore la scelta del cosmetico sulla base di elementi tangibili (prezzo, funzionalità, ingredienti) e intangibili (preferenza per un certo profumo, packaging accattivante, desiderio di sperimentare, piacere di usarlo o divertimento).

Come ben documentato anche dai rappresentanti istituzionali e dagli esperti scientifici presenti in studio, i prodotti cosmetici e gli ingredienti impiegati sono sicuri. Tutti i cosmetici commercializzati sul territorio europeo devono infatti rispettare il Regolamento 1223/2009 capace di garantire la sicurezza dei prodotti e, di conseguenza, tutelare la salute dei consumatori.

Al sito www.abc-cosmetici.it, voluto dall'associazione nazionale delle imprese cosmetiche per instaurare un contatto diretto con consumatori e utenti, sono affidati informazioni e approfondimenti per meglio conoscere i prodotti cosmetici e il loro utilizzo.