

## “Controversie in cosmetologia: le FAQ più richieste”

L. Celleno, A. Vasselli

Sempre più, nelle etichettature dei prodotti cosmetici presenti nel mercato, vediamo comparire “claims” che destano particolare attenzione nel consumatore ma sempre più dubbi negli esperti del settore. La filosofia del “free e dei senza”, del “tested”, del naturale o dei “nano” ne sono la prova. Sono veramente dei “plus” cosmetici tanto da riportarli ed evidenziarli sul packaging? Oppure è solo una scelta del marketing aziendale per incuriosire (e stimolare all’acquisto) e/o soddisfare un bisogno di alcune fasce di consumatori?

Quello che è sicuro è che la normativa di riferimento è chiara e da rispettare (Regolamento CE 1223/2009), anche per quanto concerne la trasparenza di informazioni verso l’acquirente. In particolare per la scelta dei claims, dal 2013 sussiste il Regolamento (UE) N. 655/2013 della Commissione Europea, che stabilisce criteri comuni per la giustificazione delle dichiarazioni utilizzate per presentare i prodotti cosmetici. Inoltre le aziende sono chiamate a rispettare le relative Linee Guida che fissano tali criteri, con alcuni esempi pratici.