

IMAGINE



RIVISTA DELLA PROFUMERIA FONDATA NEL 1975 DA FENAPRO - MENSILE - ANNO 45 - N. 5 2019 - € 4,50

**PRESERVIAMO
L'ACQUA
(ANCHE) CON
I COSMETICI
WATERLESS**

**DIMMI DOVE
VAI IN VACANZA
E TI DIRÒ
QUALI SOLARI
UTILIZZARE**

**UN TUFFO
NEI COLORI
E NELLE
FRAGRANZE
DELL'ESTATE**

Shine Vibes



NAJ-OLEARI
Italian Beauty



SPECIALE

di Francesca Marotta

SOLO IL MEGLIO

PER CONSIGLIARE LA PROTEZIONE, NON
CONTA SOLO IL FOTOTIPO. ANCHE QUALCHE
INFORMAZIONE SULLA LOCALITÀ SCELTA PER
LE VACANZE, PUÒ FARE LA DIFFERENZA.

DEL SOLE



NELLE PUBBLICITÀ SOLARI A CAVALLO TRA I DUE SECOLI, IL SEGNO DEI TEMPI

IRONICHE E SCANZONATE, OPPURE ESPLICITE, ALMENO PER I TEMPI. LE PUBBLICITÀ SUI SOLARI HANNO ATTRAVERSATO MODI E MODE, LASCIANDO IL SEGNO. COME NON RICORDARE QUELLA DI COPPERTONE? IL CAGNOLINO CHE TIRA IL COSTUME DELLA BAMBINA IN SPIAGGIA, ABBASSANDOLO LEGGERMENTE PER MOSTRARE LA DIFFERENZA TRA IL SUO FONDOSCHIENA E IL RESTO DELLA PELLE, HA FATTO SCUOLA. ED ERA IL 1953. L'IMMAGINE DELLA PUBBLICITÀ ERA ACCOMPAGNATA DALLO SLOGAN "NON ESSERE UN VISO PALLIDO". CURIOSITÀ NELLA CURIOSITÀ: IL DISEGNO ORIGINALE, PER IL QUALE POSÒ UNA GIOVANISSIMA JODIE FOSTER, ANDÒ DISTRUTTO IN UN INCENDIO NEL 1959. NEGLI ANNI CINQUANTA, NIVEA SCELSE COME TESTIMONIAL DELL'ULTRA OIL SPRAY (UN PRODOTTO RIVOLUZIONARIO PER LA COMODITÀ) UNA SIGNORA CHE, INDOSSANDO UN COSTUME CASTIGATO DELL'EPOCA, SI MOSTRAVA INTENTA A SPALMARSELO. MENTRE, NEL 1966, PIZ BUIN DECANTAVA LE DOTI DI UN SUO ABBRONZANTE COLLAUDATO SULL'HIMALAYA. BISOGNA TORNARE INDIETRO DI QUASI 30 ANNI, NEL 1937, PER INTERCETTARE IL PRIMO JINGLE RADIOFONICO DEDICATO A UN SOLARE, QUELLO DI AMBRE SOLAIRE: QUATTRO NOTE APPENA E UNA VOCE CHE ACCLAMAVA IL NOME DEL BRAND. PER RIMANERE IN ITALIA, GALOPPANDO VERSO GLI ANNI OTTANTA, HANNO FATTO SCUOLA LE IMMAGINI CHE POCO LASCIAVANO ALL'IMMAGINAZIONE DI COLLISTAR, FIRMATE DA MARCO GLAVIANO. E IMPERVERSAVANO GLI SPOT DI CADEY, CON UNA RAGAZZA CHE CORREVA IN TOPLESS SULLA SPIAGGIA. ERANO GLI ANNI '80, LA STAGIONE LUNGHISSIMA DELLA SANTIFICAZIONE DELL'ABBRONZATURA SENZA FILTRO, DEI RIMANDI A TINTARELLE TROPICALI (COME QUELLE DELLE CAMPAGNE DI ARVAL), DEI FLACONI CON LE PALME E I COCCHI. MA ERANO ANCHE GLI ANNI IN CUI SI COMINCIAVA A PARLARE DI PROTEZIONE E DI FILTRI. UN ANTICIPO DI CIÒ CHE SAREBBE ARRIVATO POI. G.M.



Riuscire a consigliare il cosmetico giusto a una cliente è il primo passo verso la sua fidelizzazione. E questo vale ancora di più se si tratta di un solare, soprattutto se si considera l'enorme confusione che ancora regna sull'argomento. «In collaborazione con IPSOS Healthcare, abbiamo condotto un'indagine che ha fornito dati contraddittori: otto italiani su 10 acquistano schermi solari in base al proprio fototipo, peccato però che il 50% non sappia a quale fototipo appartenga. Non solo, anche se le vendite dei cosmetici con schermo alto sono in crescita, aumentano anche le malattie cutanee: i casi di melanoma negli ultimi 10 anni sono raddoppiati. Insomma, le protezioni si acquistano, ma poi non se ne fa un uso corretto. E i suggerimenti di chi li propone in profumeria sono fondamentali» spiega il professor **Leonardo Celleno**, dermatologo e presidente di AIDECO (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia).



CONSULENZA, MAI FRETTOLOSA!

Per individuare il filtro giusto, ovvero il numero compreso tra 6 e 50 che segue le sigle Spf (Sun protector factor) o IP (Indice di protezione) più adatto, in genere si è portate a pensare che sia sufficiente consultare le tabelle specifiche per stabilire fototipo (va dalla cute chiara I fino a quella scura VI) e corrispettivo schermo. Nulla di più sbagliato. «Questi strumenti forniscono in-

IL 60% DELLE RADIAZIONI GIORNALIERE ARRIVA A TERRA TRA LE 10.00 E LE 14.00

dicazioni di massima, che non coincidono sempre con le reazioni individuali ai raggi del sole. Possono esserci, infatti, pelli chiare che si abbronzano facilmente, così come incarnati scuri che non tollerano le esposizioni» spiega **Alessandra Vasselli**, cosmetologa. «Per questo motivo occorre saperne di più. Ed è indispensabile intraprendere con la cliente un vero e proprio percorso conoscitivo». Così, dall'osservazione si passa all'intervista.



LE DOMANDE GIUSTE

Indagare sulla reattività cutanea alla radiazione solare (può trattarsi di una cute che si scotta facilmente e resta chiara, oppure è soggetta ad arrossamenti ed eritemi o, ancora, si abbronzina facilmente) e sui gusti personali permette di stabilire le formulazioni specifiche più indicate (da individuare, per esempio, tra quelle create ad hoc per epidermide sensibile oppure acneica, normale o matura) e il tipo di texture che si trova gradevole (scegliendo tra fluidi, emulsioni evanescenti, creme,



gel oppure oli). La piccola anamnesi in negozio, però, non è ancora conclusa. Anzi, a questo punto entra nel suo clou. «La destinazione delle vacanze va sempre chiesta, perché gioca un ruolo chiave nella creazione del kit protettivo da mettere in valigia. Le differenze di irraggiamento tra una latitudine e l'altra sono il risultato della geometria della terra, della sua rotazione e rivoluzione intorno al sole. In linea di massima, comunque, **più ci si avvicina all'equatore più i raggi risultano intensi e aggressivi**» spiega Celleno. Inoltre, bisogna considerare anche l'altitudine. Ad alta quota, infatti, l'atmosfera è più rarefatta e assorbe meno radiazioni UV: per ogni 1.000 metri, i livelli aumentano di circa il 10%.

IL KIT "SALVA PELLE"

Per le destinazioni non troppo vicine all'equatore (come le coste italiane, spagnole e greche) occorre proporre un

34%

DEGLI UOMINI DICHIARA DI NON FARE USO DI PRODOTTI SOLARI. È UN DATO DELL'OSSERVATORIO BEAUTY L'ORÉAL "GLI ITALIANI E LA PROTEZIONE SOLARE" DEL 2018.

certo numero di solari dotati di schermi differenti. «Per difendersi dalla luce del sole, i melanociti presenti nella pelle generano pigmenti di melanina che, affiorando in superficie, creano una barriera: l'abbronzatura. Questo processo si chiama melanogenesi e si realizza nell'arco di una settimana. Per consentire alla cute di completarlo, i fototipi dal III in su, durante i primi tre giorni di esposizione, devono usare sempre un fattore 50», spiega Alessandra Vasselli. In questo modo si evitano scottature ed eritemi, oltre a preservare la cute dai danni del photoaging che accelera i processi d'invecchiamento. «Dopo 7 o 8 giorni, si può passare a protezioni più basse, comprese tra 30 e 25, ed è consigliabile scendere a 15 solo dopo tre settimane. I fototipi I e II, invece, non devono mai abbandonare l'uso dello schermo più alto. Questo vale anche quando la destinazione è ai tropici, perché i raggi solari a queste latitudini sono particolarmente intensi e, perciò, molto dannosi per la cute».



SPECIALE

SOLARI

LE LENTIGGINI SOLARI SONO PIÙ COMUNI NELLE PERSONE CON LA PELLE CHIARA. SONO UN SEGNALE EVIDENTE CHE INDICA LA NECESSITÀ DI UN FATTORE DI PROTEZIONE ALTO.

IL CONSIGLIO IN PIÙ

Per schermare la superficie cutanea di tutto il corpo sono necessari almeno sei cucchiaini di solare, e l'applicazione va rinnovata tre o quattro volte nell'arco della giornata. Questa frequenza va intensificata in base alle caratteristiche della destinazione e delle abitudini personali. I raggi solari sono riflessi o diffusi in maniera diversa a seconda del tipo di superficie sulla quale ci si trova: la neve può riflettere l'85% delle radiazioni UV, la sabbia asciutta il 15%, l'acqua il 5%, l'erba il 3%, l'asfalto il 2%.

PERCHÉ IL BUCO NELL'OZONO FA PAURA

LA STRATOSFERA, UNO DEI CINQUE STRATI CHE COMPONGONO L'ATMOSFERA TERRESTRE, RIESCE AD ASSORBIRE I RAGGI PIÙ DANNOSI, GLI ULTRAVIOLETTI, GRAZIE ALL'OZONO, UN ELEMENTO COSTITUITO DA MOLECOLE CHE HANNO LA PROPRIETÀ DI BLOCCARLI. «È ORMAI ACCERTATO CHE QUESTO STRATO SI È ASSOTTIGLIATO A CAUSA DELL'USO SCRITERIATO DEI CLOROFLUOROCARBURI, OVVERO QUEI GAS UTILIZZATI PER ESEMPIO NEI CIRCUITI DEI VECCHI FRIGORIFERI E NELLE BOMBOLETTE SPRAY, ORA VIETATI. PER QUESTO MOTIVO L'USO DEI SOLARI NON SOLO È IMPORTANTE MA ADDIRITTURA INDISPENSABILE» CONCLUDE IL PROFESSOR CELLENO.



Tan-Luxe
Con The Body Illuminating Self-tan Drops è facile ottenere un colorito su misura, senza sforzo e senza drammi perché la sua texture fluida non crea né macchie né striature. Il risultato è davvero naturale.
IN ESCLUSIVA DA DOUGLAS



Isle of Paradise
Creati da un esperto in fatto di abbronzatura, ovvero Jules Von Hep, i prodotti di questo brand offrono una tintarella a casa come quella professionale. Con formule 100% vegan.
IN ESCLUSIVA DA DOUGLAS



Lancaster
La tonalità universale di Sun 365 Self-Tanning Facial Gel-Cream valorizza all'istante l'incarnato imitando l'abbronzatura naturale nel giro di poche ore e avvolgendolo in un'inedita luminosità.
DISTRIBUTORE: COTY LUXURY



Collistar
Nella linea Abbronzatura Senza Sole, al best seller per il viso si aggiunge il Gelée Magico Viso Autoabbronzante con la sua texture fresca a base di acido ialuronico e DHA Rapid per un colorito quasi istantaneo.
DISTRIBUTORE: COLLISTAR



Diego Dalla Palma
Promette un'applicazione modulabile la nuova Mousse Autoabbronzante Corpo con l'Astaxanthin Photodynamic Protection dalle virtù antiossidanti e l'Instant Bronze System ad azione rapida.
DISTRIBUTORE: COSMETICA

Le novità per una tintarella senza sole. Oggi sono perfette anche per le pelli più delicate e per quelle che non possono abbronzarsi perché formulate con ingredienti sicuri e testati.
I.P.