



Home > Eventi

Eventi

Beauty claims: regole, scienza e consumatori

Ilaria Borgna 30 maggio 2019

2 0



I “*Beauty claims*” sono le attribuzioni riferite alla salute ed al benessere di cute ed annessi usate per promuovere cosmetici, alimenti ed integratori alimentari al fine di caratterizzarne la destinazione d’uso e le proprietà. Proprietà legate ad un’efficacia che trova ragione e supporto nella natura dei prodotti stessi e nei loro componenti, ma anche nelle prove che di tali effetti è possibile documentare.

Effetti che in taluni casi si possono basare sull’evidenza legata a storie di consumo e ad una lunga tradizione d’uso, in altri devono essere giustificati e supportati da studi condotti al più alto livello scientifico delle evidenze, sulla base di regole volte alla massima tutela della buona fede del consumatore.

Il consumatore è quasi sempre poco consapevole del peso e della significatività di tali “prove” e continua a restare spesso affascinato dalle affermazioni più iperboliche e fantasiose ed influenzato dai suggerimenti di più o meno improvvisati imbonitori della rete.

Un mondo complesso e molto variegato quello dei “*Beauty claims*”, in taluni casi considerati avulsi dalla sfera della salute in generale, in altri invece ad esso strettamente correlati. In entrambi i casi i “*Beauty claims*” si differenziano in una miriade di sfumature e distinguono dal punto di vista regolamentare.

Questi i temi affrontati al **Convegno organizzato da SISTE** (Società Italiana di Scienze Applicate alle Piante Officinali e ai Prodotti per la Salute) e **AIDECO** (Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia), che si terrà il **13 giugno al Centro Congressi Fast (Federazione delle Associazioni Scientifiche e Tecniche) a Milano** ed a cui parteciperanno gli operatori di aziende del settore degli integratori alimentari e del cosmetico, (divisione MKT, R&D, regolatorio), nutrizionisti, farmacisti, dermatologi e cosmetologi.

Il Convegno, che vedrà la presenza di esperti e istituzioni, si distingue in tre sessioni: la prima affronta il tema delle “**regole**” che in materia di affermazioni destinate al consumatore disciplinano alimenti, integratori alimentari e cosmetici e da come tali regole vengono applicate alle differenti tipologie produttive. La seconda sessione è dedicata alla “**scienza**”, ovvero alle evidenze scientifiche esistenti in tema di “bellezza” cutanea e suo mantenimento ed a come dimostrare l’efficacia e gli effetti dei prodotti. L’ultima parte dell’incontro darà “**voce ai consumatori**”, commentando i risultati di un’indagine condotta presso un panel di consumatrici, volta a comprendere come sia oggi il comune sentire in tema di messaggi pubblicitari di prodotti destinati al mantenimento del benessere di pelle ed annessi, o alla modifica “non chirurgica” dei loro inestetismi e quali siano i fattori fondamentali che influenzano tale sentire.

Se la comunicazione pubblicitaria è indispensabile per far conoscere al consumatore le caratteristiche del prodotto che si vuole immettere sul mercato, oggi più che mai, è però indispensabile formulare claims si convincenti, ma basati sulla veridicità delle affermazioni che si dichiarano. Queste dovranno essere sostenute da prove scientificamente valide e dovranno, inoltre, essere redatte in un linguaggio che permetta al consumatore di comprendere facilmente le caratteristiche proprie del prodotto che acquista ed il suo impiego. **Gli studi condotti per dimostrare le qualità di un prodotto diventano quindi una necessità ed una risorsa, perché molti dei claims si possono sostenere e comunicare, secondo le normative nei vari settori, proprio sulla base dei risultati di tali studi.**

Il mantenimento della salute e del benessere rappresenta un'esigenza sempre più rilevante, se non necessaria, per garantire un alto livello prestazionale specialmente ad una popolazione sempre più "anziana" e sempre in costante crescita. La cute ed i suoi annessi sono l'espressione primaria e manifesta del grado di salute dell'intero organismo, che risente per prima dei fisiologici segni del tempo, ma anche dell'esposizione all'ambiente in cui si vive.

PROGRAMMA

LE REGOLE

- Punto di vista IAP – Vincenzo Guggino (Istituto Autodisciplina Pubblicitaria, Milano)
- Alimenti e integratori alimentari – Roberto Copparoni (Ministero della Salute, Roma)
- Cosmetici- Marcella Marletta (Ministero della Salute, Roma)

LA SCIENZA

- Botanicals e bellezza- Giada Maramaldi (Indena Milano)
- Probiotici e pelle – Luca Mogna (Probiotics Milano)
- Alimentazione e bellezza- Debora Rasio (Ospedale Sant'Andrea, Roma)
- Supporto probatorio – Leonardo Celleno (AIDECO, Roma)

COSA NE PENSANO I CONSUMATORI? Tavola rotonda dibattito

- Emanuela Bianchi (Altroconsumo)
- Presentazione risultati indagine condotta presso consumatori (Clara Salmeri Free Thinking Srl)

Moderatori: Leonardo Celleno (AIDECO) e Marinella Trovato (SISTE)

Milano, 13 Giugno 2019

Sala Morandi – Fast Piazzale Morandi 2, 20121 Milano

Dalle ore 10.30 alle ore 12.30 e dalle ore 13.30 alle ore 17.00

TAGS eventi

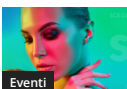
Vind ik leuk 0



Articolo precedente

La App che traccia l'impatto della Idrosadenite suppurativa sulla vita quotidiana

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE



Roma International Estetica



Menzione speciale agli Innovation and Research Awards 2019 Cosmofarma