



Mucolysin[®]
Bestine

Mucolysin[®]
Boschia

TOSSE, AFONIA, RAUCEDINE?

N-acetilcisteina 600 mg
Echinacea 100 mg
Vitamina C 80 mg
Erisimo 50mg

SANITAS Farmaceutici 1931

**AIDECO
ETICHETTATURA
A BASSO IMPATTO**

Le indicazioni, obbligatorie per ogni imballaggio del packaging del cosmetico, guidano il consumatore finale nel corretto smaltimento del prodotto

a pag. 8

**EMICRANIA
PROGETTO DONNA
ONDA-ANIRCEF**

Un nuovo modello di gestione delle pazienti con emicrania nelle diverse fasi di vita e con aspetti specifici al femminile

a pag. 10

**ANALGESIA
RISCHIO DI ABUSO
DEGLI OPIOIDI**

L'utilizzo corretto rappresenta un'importante risorsa contro il dolore. La gestione deve essere attenta e sotto il controllo di professionisti. Il caso USA

a pag. 26



Mucolysin[®]
Bestine

Mucolysin[®]
Boschia

TOSSE, AFONIA, RAUCEDINE?

N-acetilcisteina 600 mg
Echinacea 100 mg
Vitamina C 80 mg
Erisimo 50mg

SANITAS Farmaceutici 1931



www.farmacianews.it

Farmacianews

AGGIORNAMENTO
**MICROLEARNING
ON THE JOB**

Nella vita lavorativa viene chiesto ai farmacisti di imparare nuove modalità di lavoro. Si sta vivendo un profondo cambiamento e i fabbisogni, per ciò che concerne la formazione, sono sempre più sfidanti. Grazie al microlearning è possibile ricevere le informazioni quando se ne ha bisogno e nel contesto più adatto. Si tratta di pillole formative che di solito vanno dai 3 ai 15 minuti e che permettono di spalmare singole competenze con più precisione, richiedendo meno sforzi nel recepimento dei contenuti.

a pag. 16

**Sotto archi
e volte:
architetti
all'opera**

Un progetto che rispetta la storia ma ha il coraggio di rinnovarla: il risultato è una farmacia dove l'estetica tradizionale si sposa con la massima efficienza moderna, in un'equa divisione tra spazio dedicato all'esposizione/vendita e quello ai servizi



a pag. 50

ALIMENTAZIONE
**Dieta ipositaminica:
a chi consigliarla**

Uno stile di vita, non solo di alimentazione, adattabile a tutti, che può risultare un valido aiuto in presenza di numerosi tipologie di sintomi, come problemi dermatologici, respiratori o gastrointestinali, ma anche un coadiuvante per terapie in diverse patologie croniche.

a pag. 42

SOSTENIBILITÀ
**La ricerca di un futuro
eco-dermocompatibile**

Cosmetici biodegradabili, ecologici oppure eco-bio: la domanda di prodotti che tutelano l'ambiente si fa sempre più pressante ma bisogna anche valutare se siano altrettanto buoni per la pelle. Risulta importante riconoscere i prodotti attraverso un'attenta lettura delle indicazioni e una consapevole analisi dell'INCI. Va ricordato, infatti, che manca il marchio di ecodermocompatibilità.

a pag. 46



**NUTRACEUTICA
E SUPER FOOD**

Funghi, frutti, radici e spezie non solo meritano di essere inseriti nella dieta quotidiana, ma possono diventare protagonisti di molteplici formulazioni fitoterapiche e nutraceutiche dalle numerose potenzialità di prevenzione e non solo

a pag. 40

**INSERTO STACCABILE
CORSO ECM
2024
24 CREDITI**

PROTAGONISTI



«Non vogliamo far diventare gentili tutti, ma in un mondo in cui il cinismo pare dominare, lasciateci sperimentare»

• Guido Stratta

a pag. 4

«Cybersecurity, tra rischi e responsabilità: è fondamentale implementare la consapevolezza»

• Luigi Gregori

a pag. 12



«Si lavora in piedi e in costante interscambio emotivo con il pubblico: serve una sana postura»

• Barbara Malinverno

a pag. 38



**EDITORIALE
COSMOFARMA 2024:
VALORE ALLE PERSONE**

Intervista a Francesca Ferilli, direttore generale Bos

Perché è un evento importante per la categoria?

Non è solo un'opportunità di business ma anche di formazione, informazione e relazione: aziende, istituzioni e farmacisti possono confrontarsi su contenuti e novità, e fare il punto sul settore.

Quali sono i valori che fanno da fulcro a questa edizione?

Un'attenzione particolare verrà attribuita al "valore

umano", anche per andare incontro a un momento particolarmente sensibile all'argomento. "Cura. Ispirazione. Evoluzione" è il claim dell'evento, ed evidenzia tre concetti chiave. Prendersi cura, che è ciò che sono chiamati a fare ogni giorno i professionisti della sanità, l'ispirazione come scintilla perché attorno a un'idea abbozzata si lavori per costruire un buon progetto. Infine, l'evoluzione come messa in discussione.

continua a pag. 2

L'etichettatura "ambientale" nei cosmetici

Prevede una serie di obblighi la cui mancata applicazione può comportare delle sanzioni amministrative pecuniarie. Si vogliono così fornire al paziente anche le informazioni necessarie per una corretta destinazione finale degli imballaggi

A cura di AIDECO

La sostenibilità ambientale è, insieme a quella economica e sociale, una delle tre aree sulle quali è ormai necessario impegnarsi a livello mondiale. È infatti dallo sviluppo di queste tre aree che dipende il futuro della generazione presente e di quelle future. Concetto introdotto alla fine degli anni '80, inizialmente rivolto soprattutto all'ambiente e poi ripreso e ampliato nei primi anni '90, la sostenibilità riguarda tutti i settori, compreso quello della cosmetica. Settore questo che, per i suoi "numeri", ricopre un ruolo fondamentale nel panorama economico, sia mondiale che nazionale. Infatti, nonostante l'aumento del costo delle materie prime, la crisi energetica e le criticità geo-politiche, l'industria cosmetica mantiene il suo ruolo importante nell'economia mondiale e in quella italiana. I dati (fonte Adnkronos) preconsuntivi comunicati da Cosmetica Italia (l'associazione italiana delle industrie cosmetiche) durante la conferenza stampa tenutasi a Milano il 14 febbraio 2024 in occasione della presentazione di Cosmoprof 2024 rivelano che il fatturato totale dell'industria cosmetica in Italia nel 2023 ha raggiunto i 15 miliardi di euro, in chiara crescita vs. il 2022 dove il fatturato è stato di 13,3 miliardi di euro. Questo denota quindi l'importanza di questo settore nella messa in opera di tutte quelle regole che, se applicate correttamente, contribuiscono allo sviluppo di un mondo più "sostenibile".

Il ruolo del packaging e le nuove regole

Si sente ormai abbastanza spesso parlare di Life Cycle Assessment (LCA), un metodo strutturato e standardizzato che permette di quantificare il potenziale impatto che un bene o un servizio può esercitare sull'ambiente e sulla salute umana. Quando applicato alla progettazione e allo sviluppo di un nuovo prodotto cosmetico, il metodo LCA aiuta a individuare tutti quegli elementi che, a parità di efficacia e di sicurezza per la salute del consumatore, diano vita a un prodotto che abbia il miglior impatto ambientale. Tra gli aspetti di un cosmetico che vengono valutati attraverso questo sistema c'è il packaging ossia l'imballaggio. Di questo, si valuta non soltanto la scelta dei materiali (Sourcing phase) ma anche la

fase di post-utilizzo da parte del consumatore finale (Consumer Post-Use phase). Ed è proprio riguardo al packaging che è stato fatto un importante passo in avanti, grazie all'entrata in vigore, a partire dal 1° gennaio 2023, dell'obbligo di apporre su qualsiasi imballaggio di un cosmetico quella che viene definita "etichettatura ambientale". Questa prevede una serie di obblighi la cui mancata applicazione può comportare delle sanzioni amministrative pecuniarie che vanno da un minimo di 5.000 euro ad un massimo di 25.000 euro. Da notare che, per gli imballaggi vuoti, per le etichette o i prodotti imballati immessi in commercio o etichettati prima del 1° gennaio 2023, la legge ne prevede la commercializzazione senza l'obbligo dell'etichettatura ambientale fino all'esaurimento delle scorte.

Quali sono le norme e quali i benefici

Volendo provare a dare una definizione semplice di etichettatura ambientale, si potrebbe dire che è l'insieme di una serie di indicazioni, da apportare obbligatoriamente sopra e per ogni imballaggio che costituisce il packaging completo di un prodotto, con lo scopo di guidare il consumatore finale al suo corretto smaltimento. La normativa di riferimento è stata introdotta con il decreto legislativo (D. Lgs) n. 116 del 3 settembre 2020 che ha modificato un D.Lgs del 2006 (D. Lgs. 152/2006) già relativo all'ambiente. Prima del 1° gennaio 2023 era già possibile fornire informazioni riguardo agli imballaggi ma in maniera facoltativa e quindi senza alcun obbligo. Ma quali sono queste regole? Quali i criteri per metterle in atto? E chi ha l'obbligo di rispettarle?

Le regole

Secondo i nuovi obblighi di legge in relazione all'etichettatura ambientale, sono previste due tipologie di informazioni da comunicare al consumatore finale:

1. La natura di ciascun materiale di cui è composto l'imballaggio: per la corretta identificazione dei singoli materiali sono stati elaborati dei sistemi di codifica (per esempio, per la carta e il cartone: PAP 20, 21 o 22 secondo se si tratti rispettivamente di cartone ondulato, cartone non ondulato o carta; per il vetro: GL 70, 71 o 72 in caso di vetro incolore, di colore verde o marrone).
2. Tutte le informazioni che permettano al consumatore finale di agire secondo le corrette operazioni di raccolta, riutilizzo, recupero e riciclo dell'imballaggio, una volta che il prodotto contenuto è terminato. Questo tipo di informazione è quindi specifico per i prodotti destinati al consumatore finale e non per quelli ad uso professionale (a meno che non

vengano poi venduti dal professionista al consumatore, nel qual caso anche queste informazioni vanno comunque riportate).

Per quanto riguarda le informazioni sulla natura di ciascun materiale (punto 1.): nel caso non fosse possibile riportare, su ogni singolo componente di un imballaggio (per esempio sul tappo di una bottiglia) la codifica relativa a ciascun materiale (in questo caso, del tappo), è possibile riportarle sul corpo principale del packaging (per esempio sull'etichetta principale della bottiglia) o anche sui cartelli nel punto vendita o ancora, utilizzando strumenti digitali. Per questo tipo di informazioni è importante ricordare che queste rimandano a un riferimento normativo della Commissione Europea, quindi sono riconoscibili sul territorio europeo. Relativamente alle informazioni da fornire al consumatore per agire correttamente dopo l'utilizzo del prodotto (punto 2.): per quanto riguarda le modalità, ovvero l'uso di frasi, disegni, immagini, pittogrammi, ecc. con le quali tali le indicazioni devono essere fornite al consumatore finale, il Mi-

nistero della Transizione Ecologica, ora Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, ha sviluppato delle linee guida, perfettamente in linea con quelle sviluppate dal CO-NAI - Consorzio Nazionale Imballaggi. Quest'ultimo, in particolare, ha creato un sito specifico dedicato all'etichettatura ambientale degli imballaggi dove è possibile trovare, tra l'altro, le linee guida dedicate agli imballaggi dei prodotti cosmetici, sviluppate grazie anche alla collaborazione di Cosmetica Italia. A differenza delle indicazioni obbligatorie relative alla natura di ciascuna componente dell'imballaggio, le indicazioni da fornire al consumatore indicate nel punto 2. rappresentano una disposizione solo italiana e quindi devono essere presenti sui prodotti destinati al mercato nazionale.

Il caso dei cosmetici privi di confezione o con quelle di piccole dimensioni

Spesso i cosmetici hanno imballaggi che, per forma e/o dimensioni, non possono riportare le indicazioni richieste dall'etichettatura ambientale. In questi casi è previsto l'utilizzo di canali digitali come App, QR code, siti internet dell'azienda e/o del rivenditore, ecc. In questi casi però, l'azienda produttrice/rivenditore dovrebbe riportare sull'imballaggio o sul punto vendita (anche in caso di vendita on-line) le istruzioni al consumatore dove poter reperire le informazioni ambientali obbligatorie, indicando i canali digitali da loro utilizzati. L'obiettivo è quindi quello di fornire al consumatore le informazioni necessarie per una corretta destinazione finale degli imballaggi.



AIDECO

Associazione Italiana Dermatologia e Cosmetologia, nasce nel 2007 allo scopo di offrire un punto d'incontro e di riferimento per tutti quegli specialisti che operano a vario titolo nella dermo-cosmetologia moderna, dai medici ai cosmetologi, ai chimici, ai tossicologi, ai farmacisti, a tutti coloro che studiano nei suoi molteplici aspetti e a ogni livello la fisiologia cutanea e la cosmetologia, con l'obiettivo primario di migliorare la qualità di vita dell'individuo. AIDECO è apolitica e volontaria opera e agisce in contatto con altre associazioni e società scientifiche di Dermatologia e Cosmetologia, in modo da favorirne l'incontro e gli scambi. AIDECO, inoltre, tra i suoi primari scopi statutari, contribuisce alla corretta divulgazione dei risultati della ricerca dermo-cosmetologica, soprattutto nei confronti dell'opinione pubblica e per la tutela dei diritti dei consumatori (www.aideco.org).

La responsabilità condivisa tra il fornitore e l'azienda utilizzatrice

Se l'etichettatura ambientale è un obbligo di legge sanzionabile, in caso di mancata conformità, chi ne è il responsabile? Il produttore/fornitore del materiale da imballaggio o l'utilizzatore finale (quindi, per esempio, l'azienda cosmetica)?

Si ritiene che lo siano entrambi, quindi il fornitore dell'imballaggio, se avrà già inserito su quest'ultimo la corretta codifica della natura del materiale di cui è costituito, lascerà all'utilizzatore (quindi per esempio l'azienda cosmetica), il solo obbligo di aggiungere le indicazioni obbligatorie, da fornire al consumatore finale, relative alla gestione il rifiuto dell'imballaggio.

Conclusioni

Parlando di sostenibilità, il settore cosmetico, per la sua importanza sull'economia mondiale e nazionale, svolge un ruolo significativo. Si guarda quindi sempre più al possibile impatto che anche i prodotti cosmetici possono avere sull'ambiente e la scelta del packaging da parte delle aziende produttrici rappresenta una variabile fondamentale. Oltre a questo, ora una nuova normativa, applicata anche a questo settore, viene in aiuto al consumatore finale con lo scopo di fornirgli tutte le informazioni per le corrette operazioni di raccolta, riutilizzo, recupero e riciclo dell'imballaggio una volta che questo arriva a fine vita. Tutto questo è una ulteriore conferma della sempre crescente consapevolezza dell'importanza di agire nel massimo rispetto per l'ambiente, e di quanto sia importante la responsabilità di ognuno per un mondo sempre più sostenibile.

UN SETTORE IMPATTANTE PER IL QUALE È FONDAMENTALE UNA SCELTA ECOSOSTENIBILE E DI MAGGIORE TRASPARENZA VERSO IL CONSUMATORE