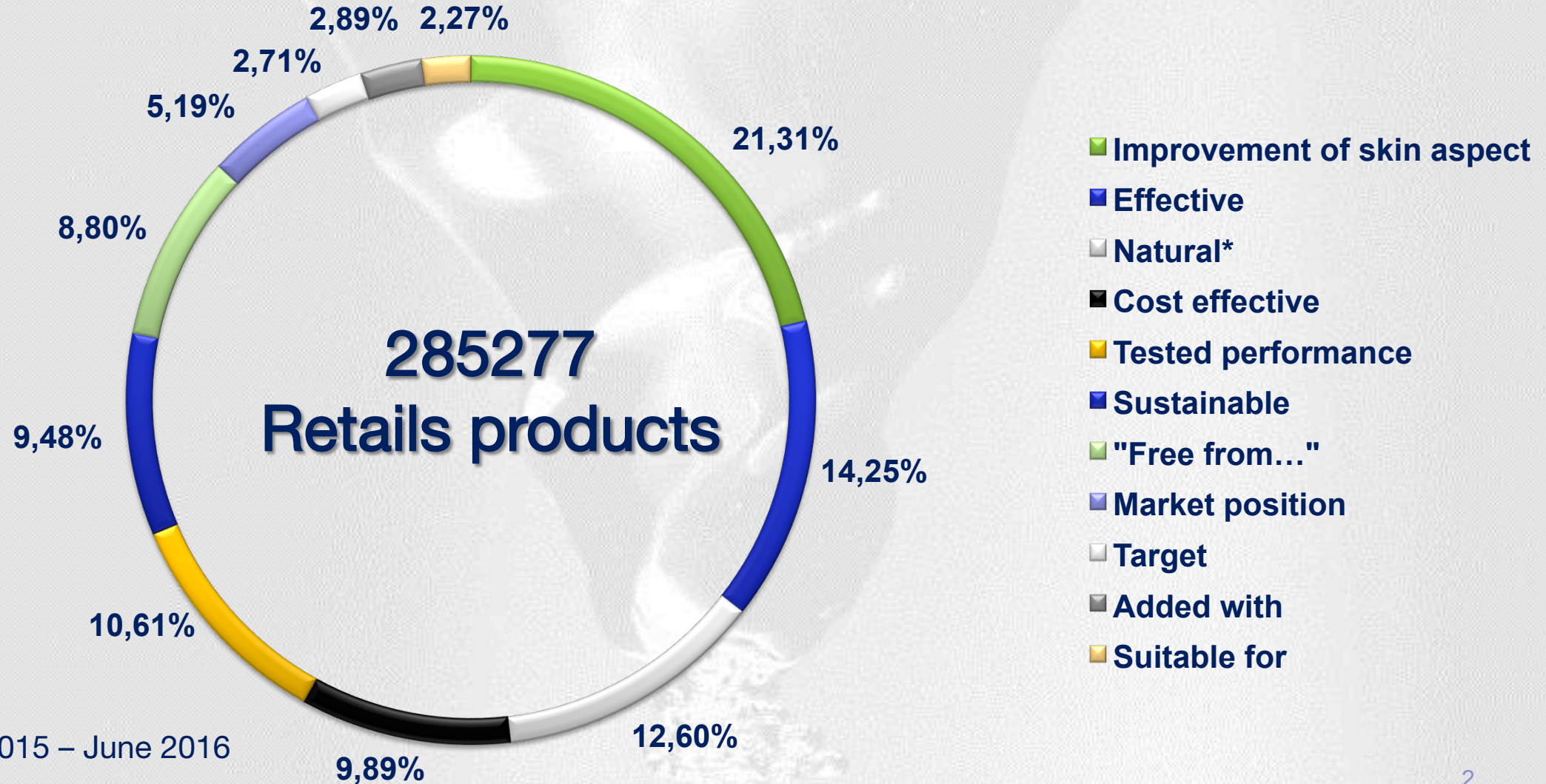


Da che parte?



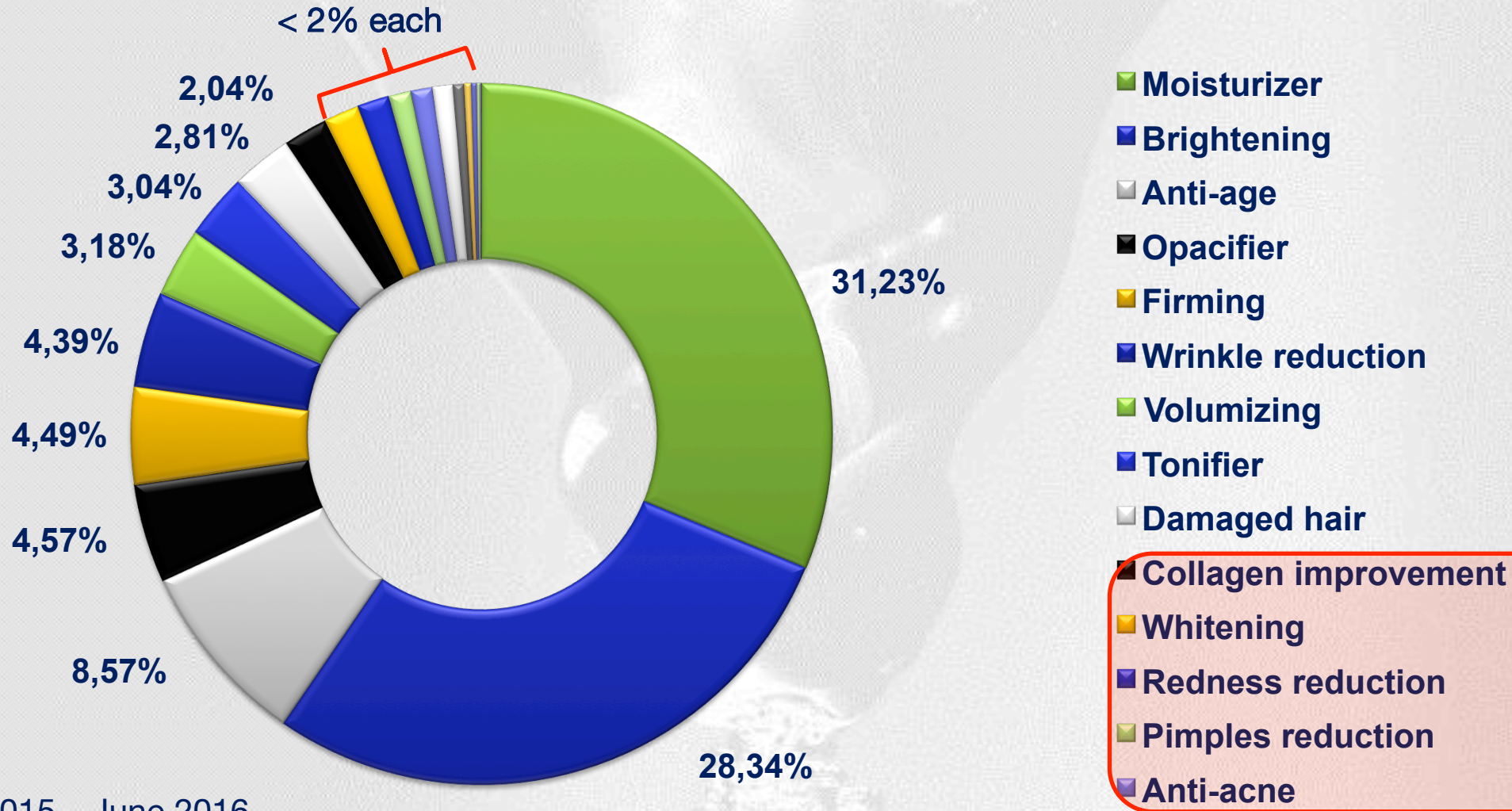
UE Market trends

Global



UE Market trends

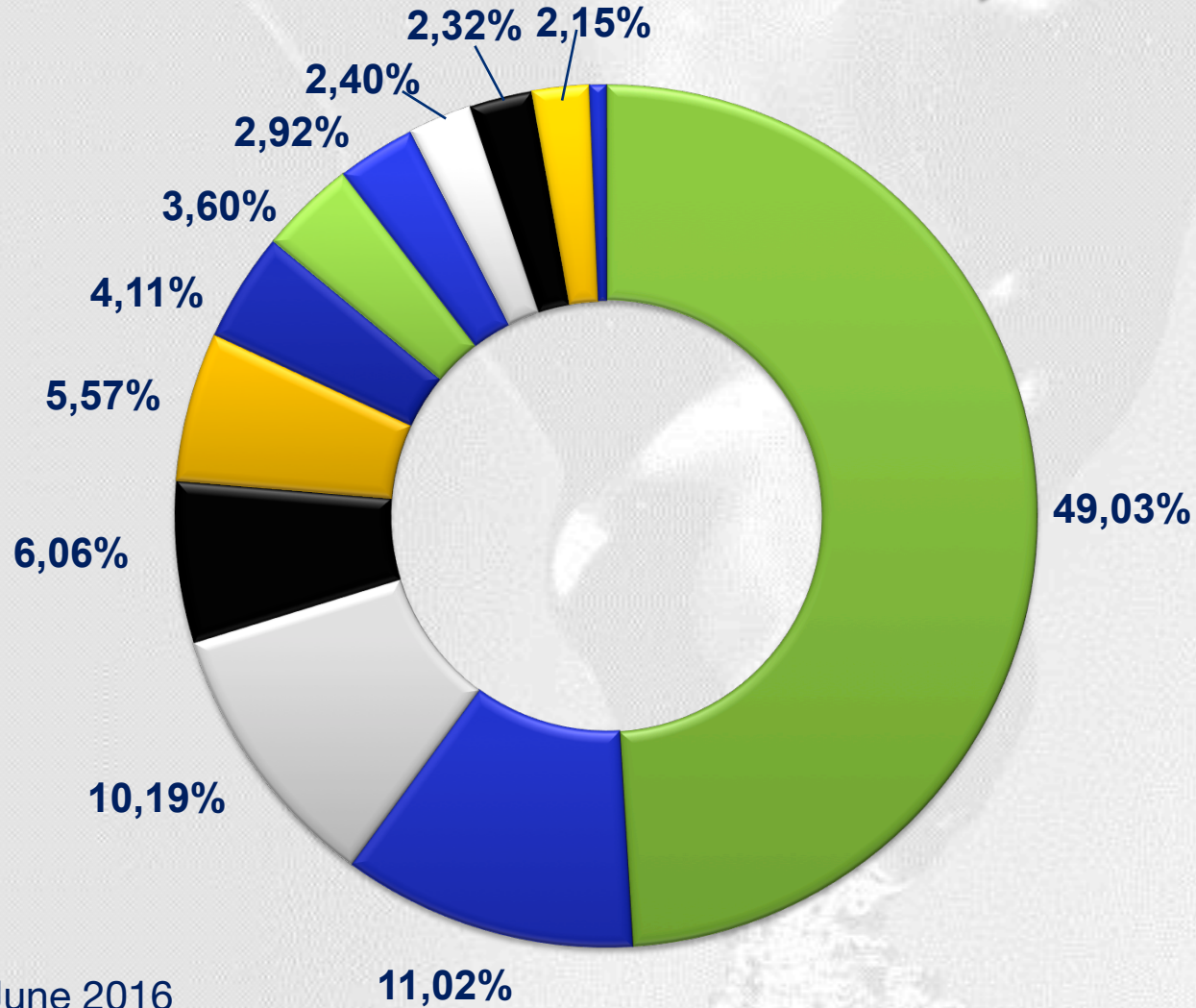
Improvement off skin aspect 21,31%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

Effective 14,25%

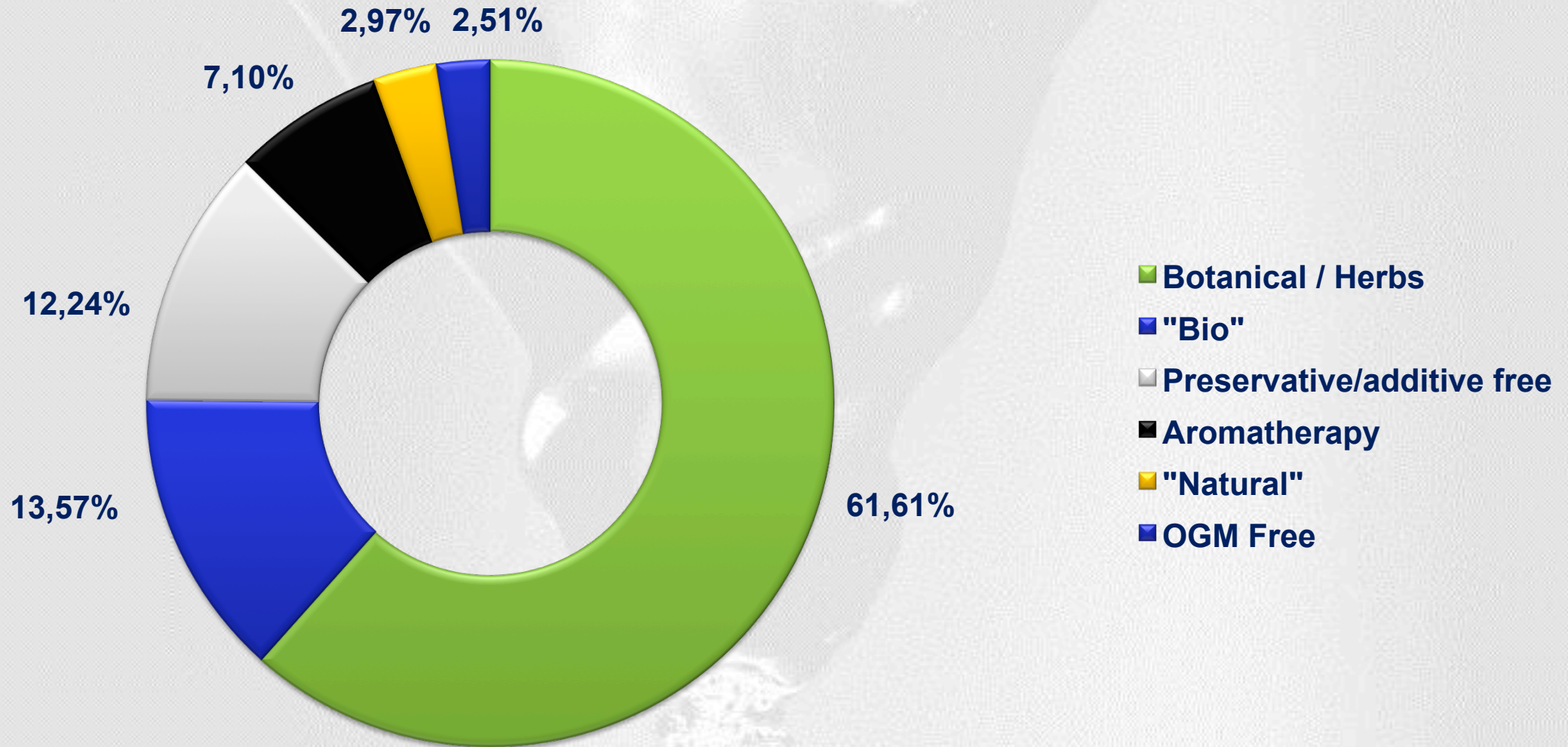


June 2015 – June 2016

Making Cosmetics 22 11 2016

UE Market trends

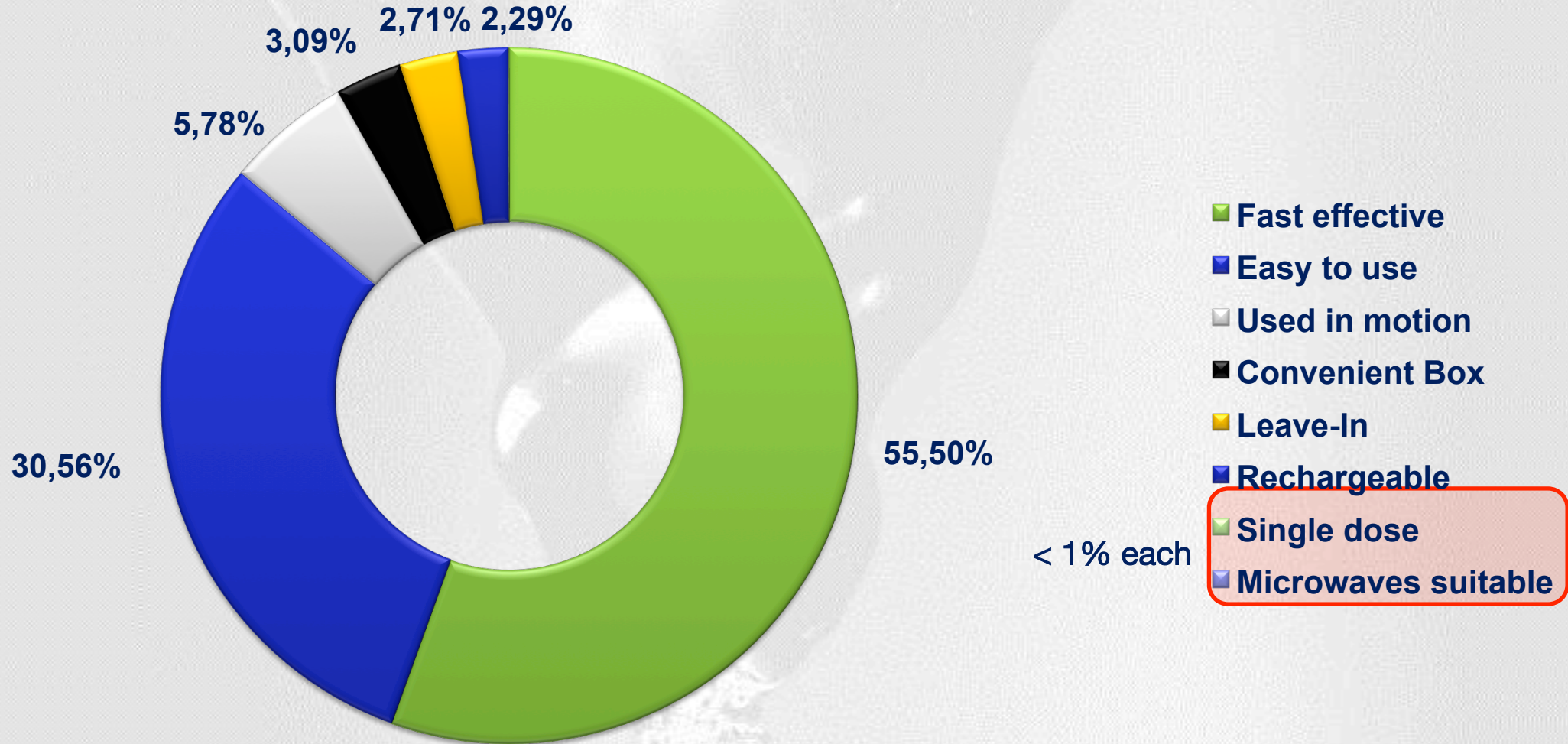
Natural* 12,60%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

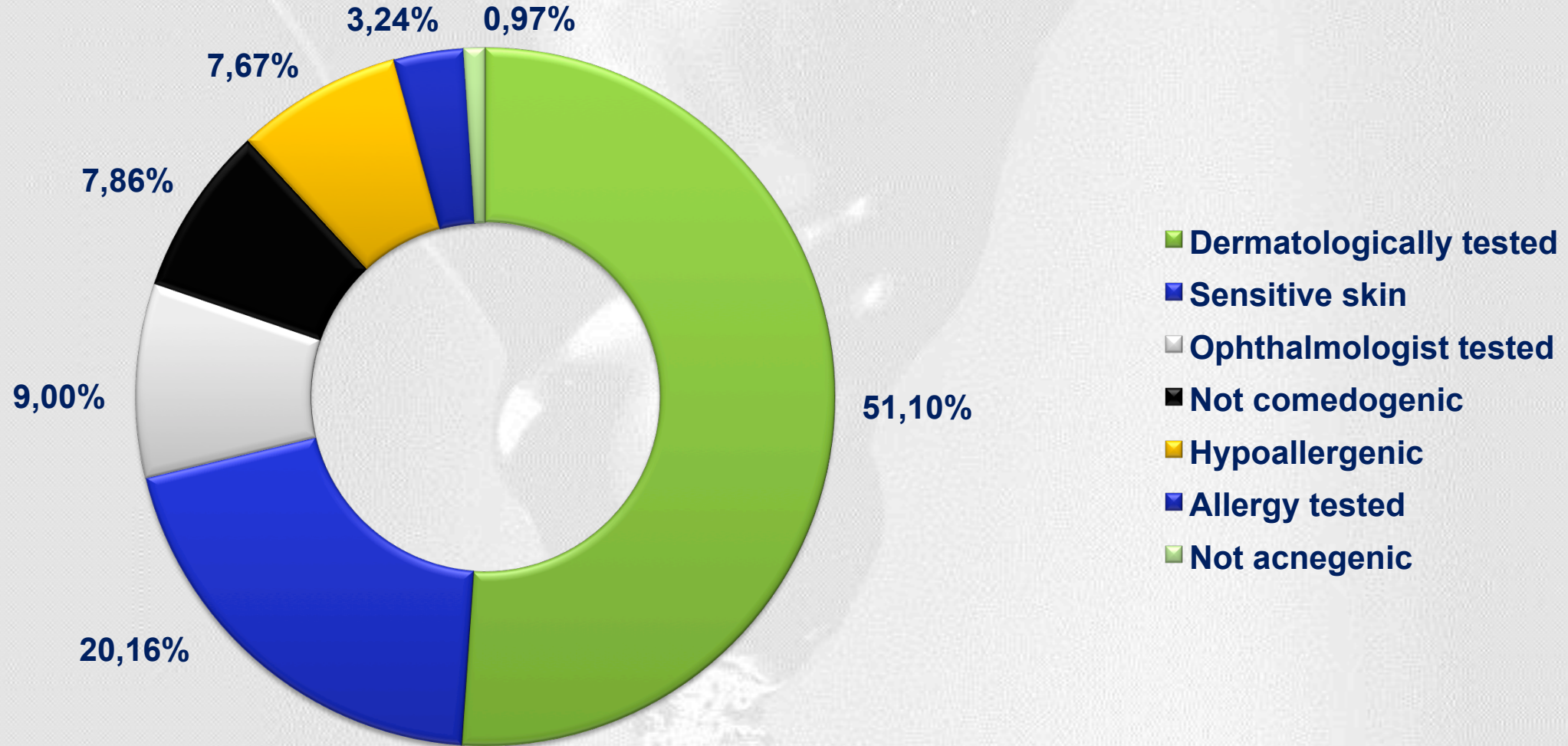
Cost effective 9,89%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

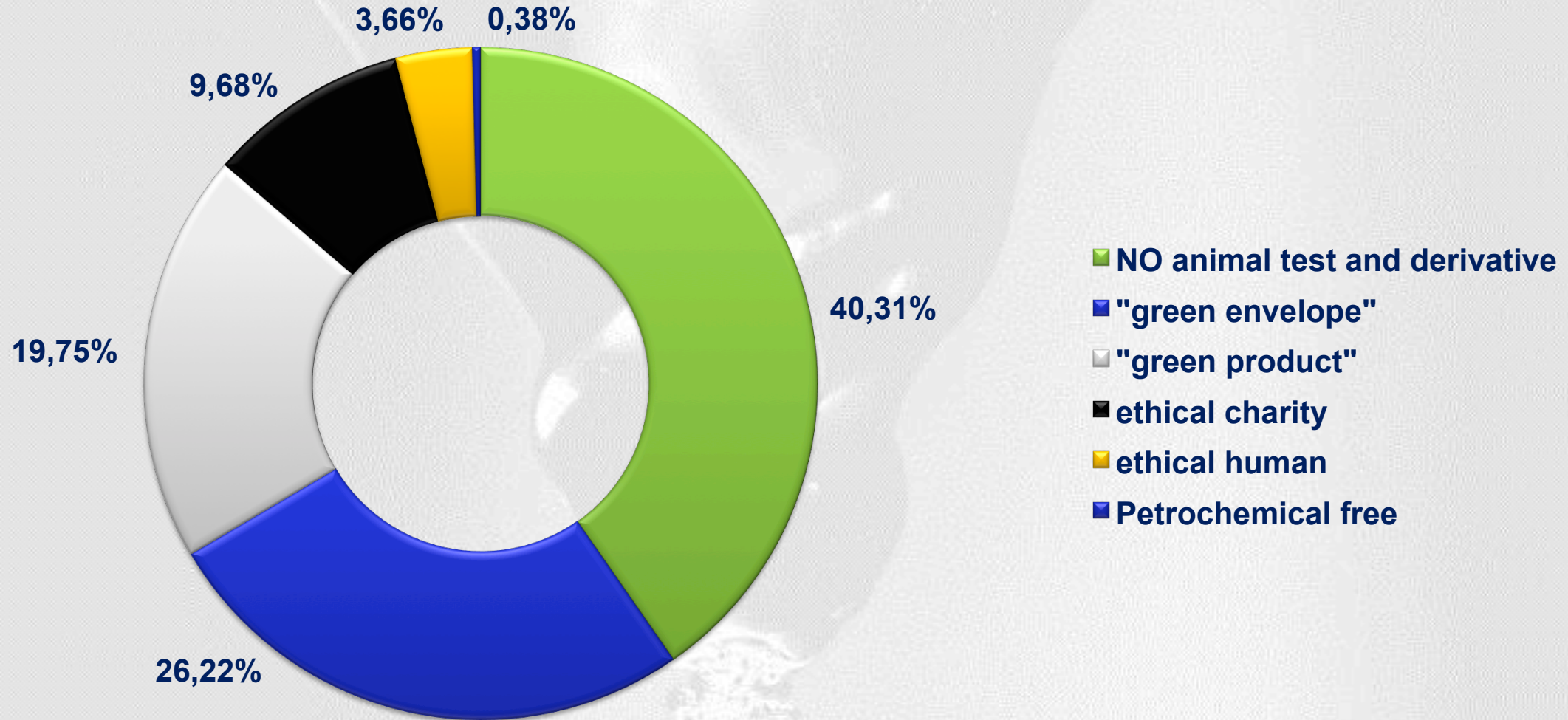
Tested Performance 10,61%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

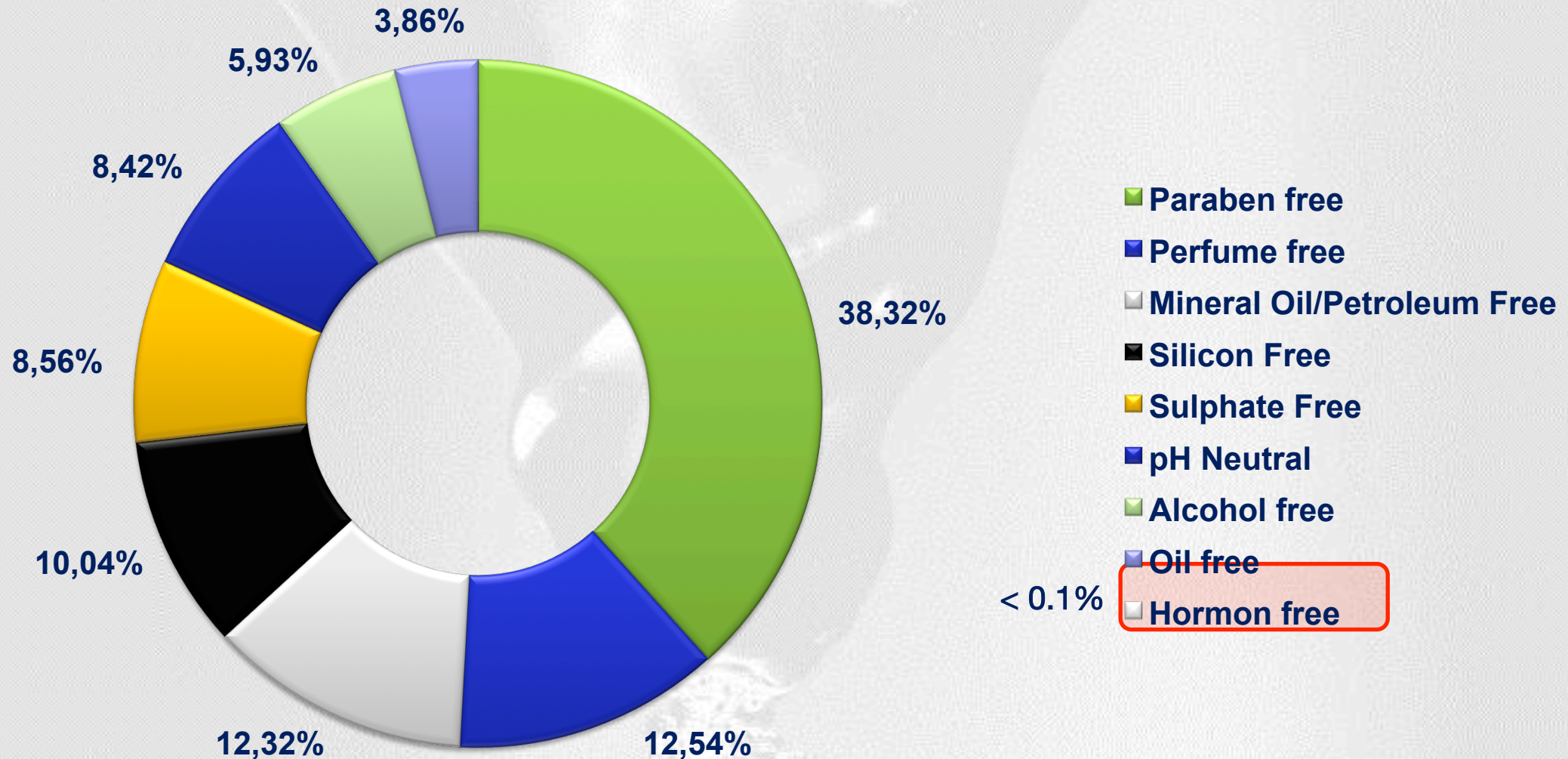
Sustainable 9,48%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

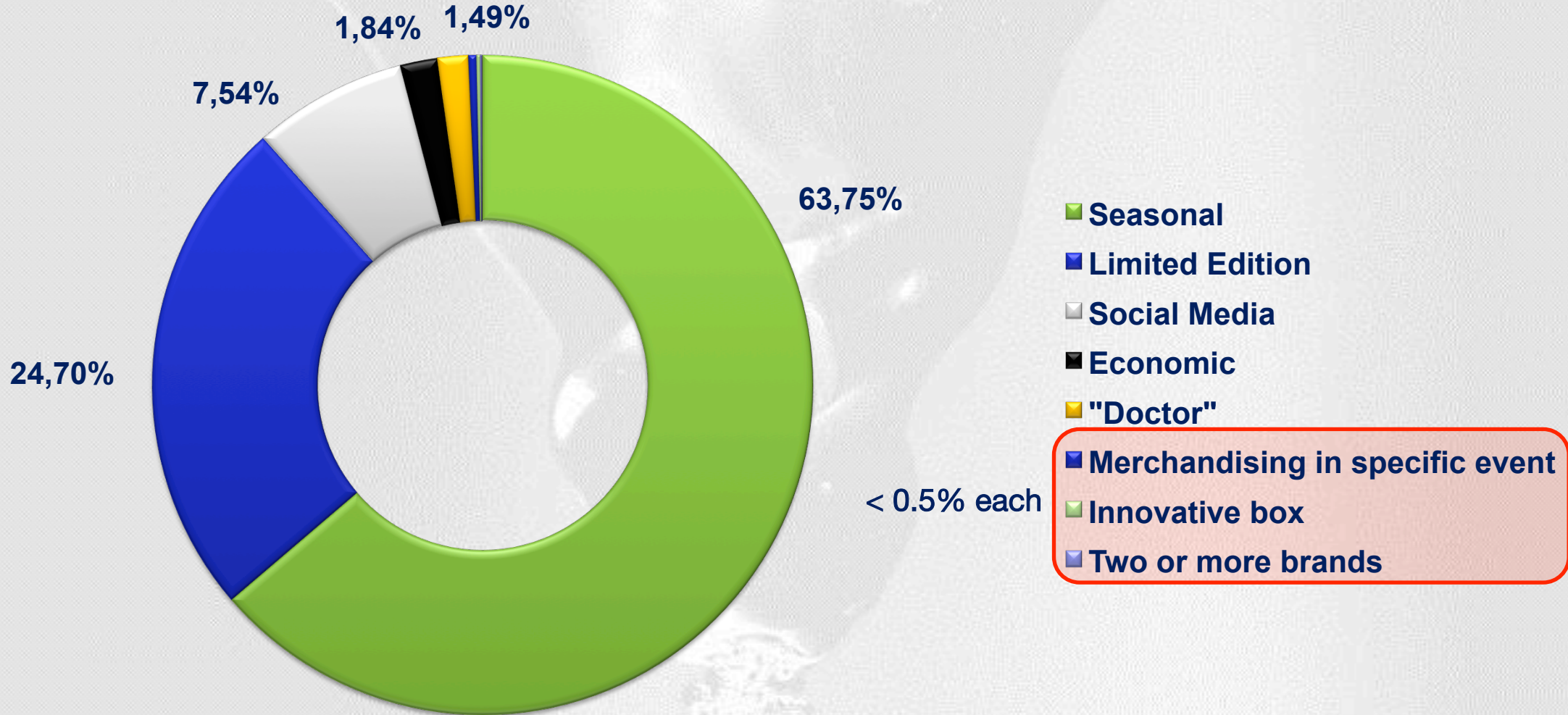
Free from 8,80%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

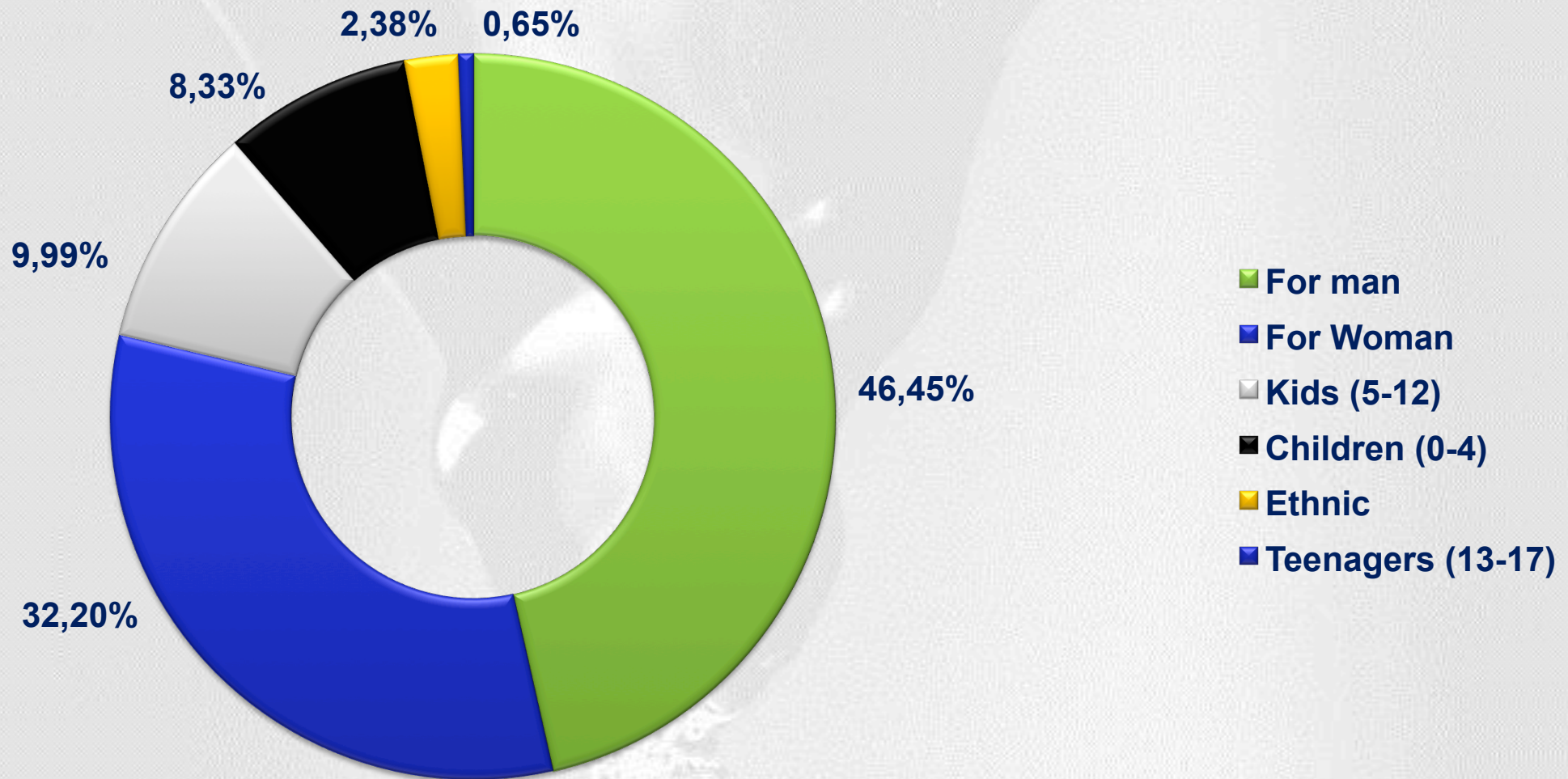
Market position 5,19%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

Target 2,71%

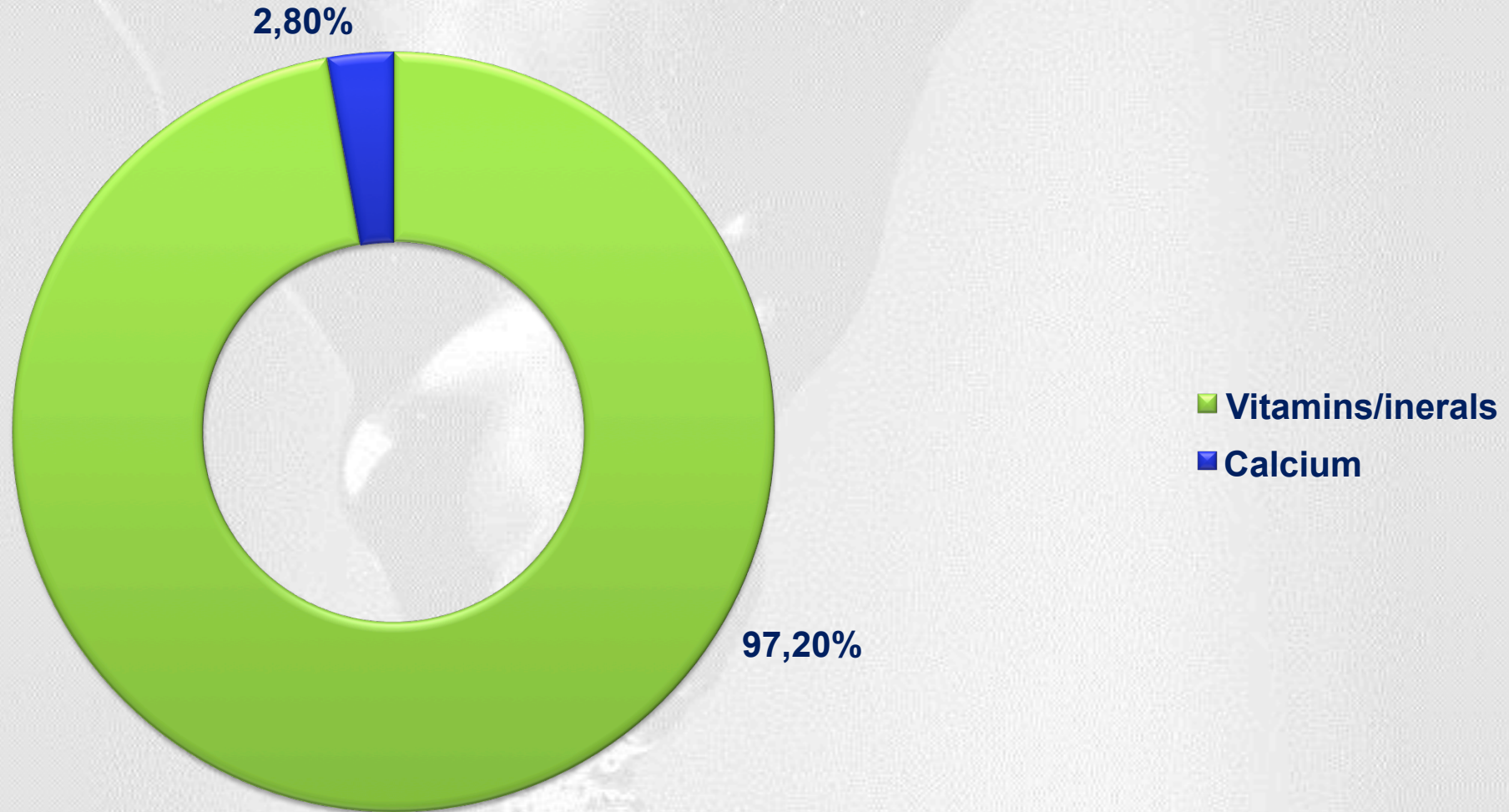


June 2015 – June 2016

Making Cosmetics 22 11 2016

UE Market trends

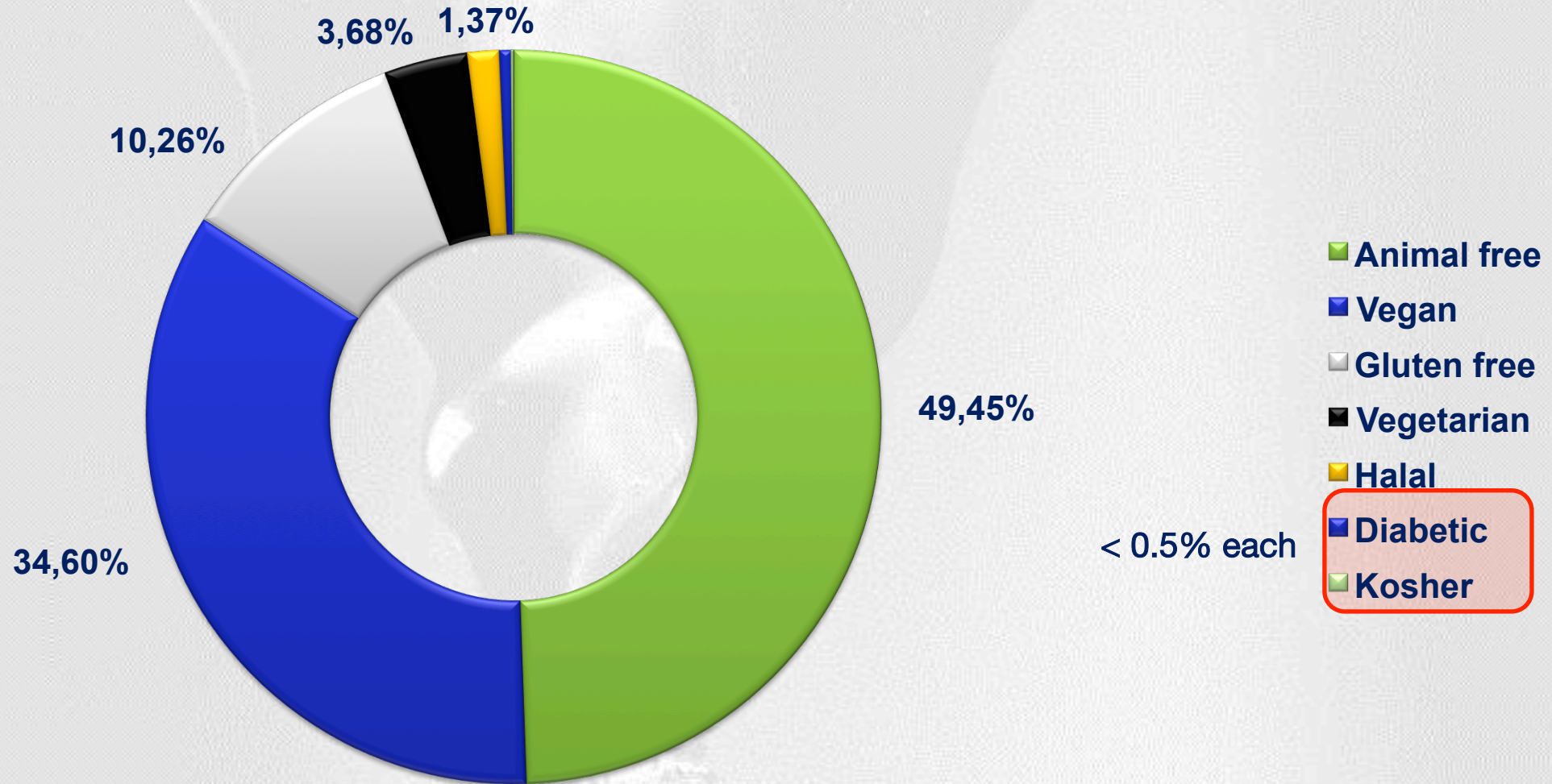
Added with 2,89%



June 2015 – June 2016

UE Market trends

Suitable for 2,27%



La legge?

Il Regolamento

1223/2009

che ha sostituito a partire dall'11 luglio 2013 la legge italiana 713/86"

www.abc-cosmetici.it

www.unipro.org

Novità

Dall' **11 Luglio 2013** è entrata in vigore

CONTEMPORANEMANTE

in tutti gli stati dell'UE la nuova legge 1223/2009
che **aggiorna, integra e perfeziona** la precedente
76/768/CEE del luglio 1976, già emendata in più di *50 occasioni*,
che fu recepita dalla legge italiana 713/86

Principali novità

GMP

SICUREZZA

EFFICACIA

Ipse dixit

«Ai fini del (presente) regolamento si intende per prodotto cosmetico qualsiasi **sostanza e miscela**, diverse dai medicinali, destinate a essere applicate sulle **superfici esterne** del corpo umano (epidermide, sistema pilifero e capelli, unghie, labbra, organi genitali esterni) oppure sui denti e sulle mucose della bocca, con lo scopo, esclusivo o prevalente, **di pulirli, profumarli, modificarne l'aspetto, correggere gli odori corporei, proteggerli o mantenerli in buono stato**”



**Sostanza e
miscela**



**Destinate a essere
applicate sulle superfici
esterne
del corpo
umano**



**Con lo scopo di
mantenerli in
buono stato**

La pelle

Dispositivo Medico

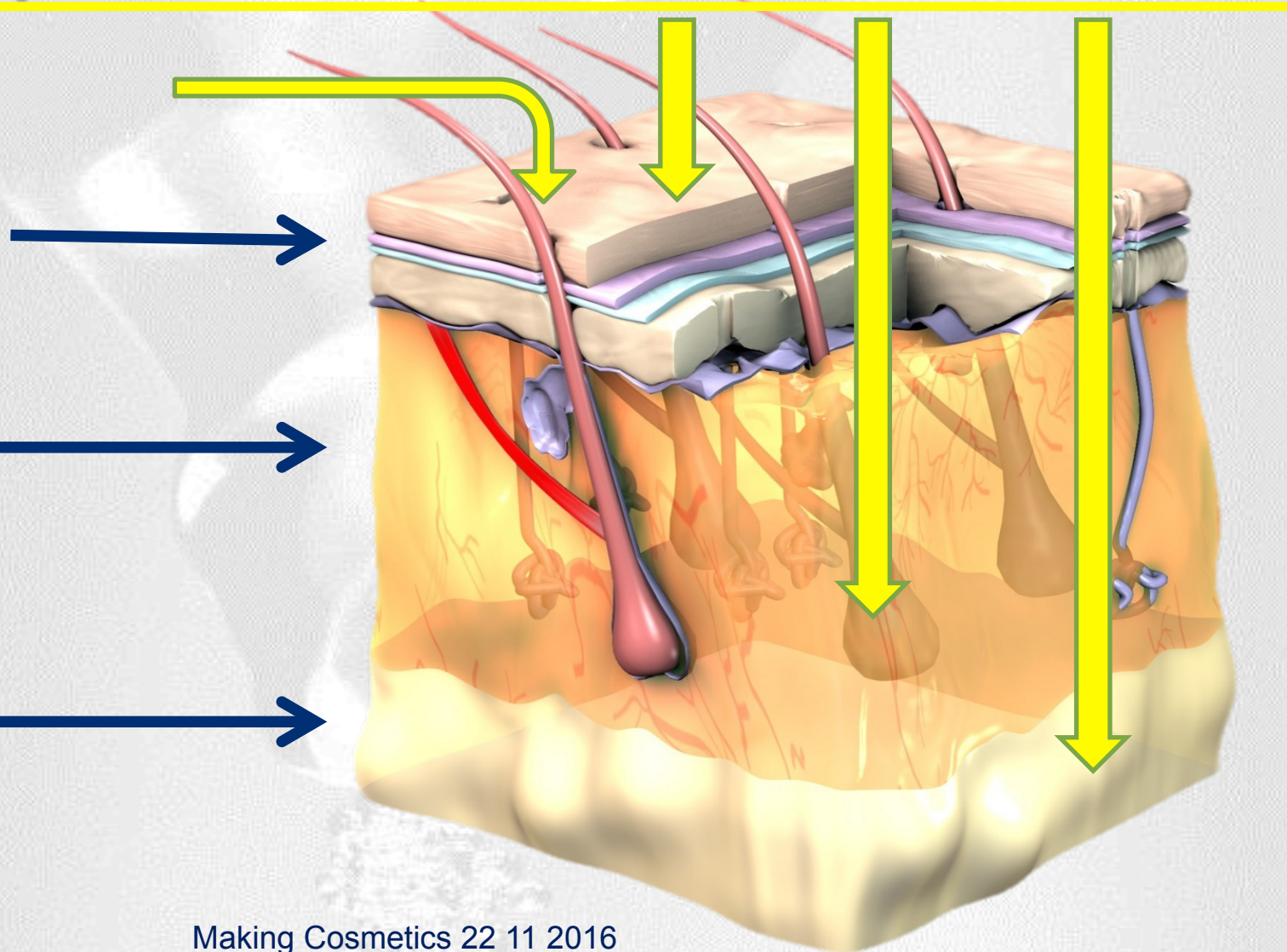
Farmaco

Cosmetico

EPIDERMIDE

DERMA

IPODERMA

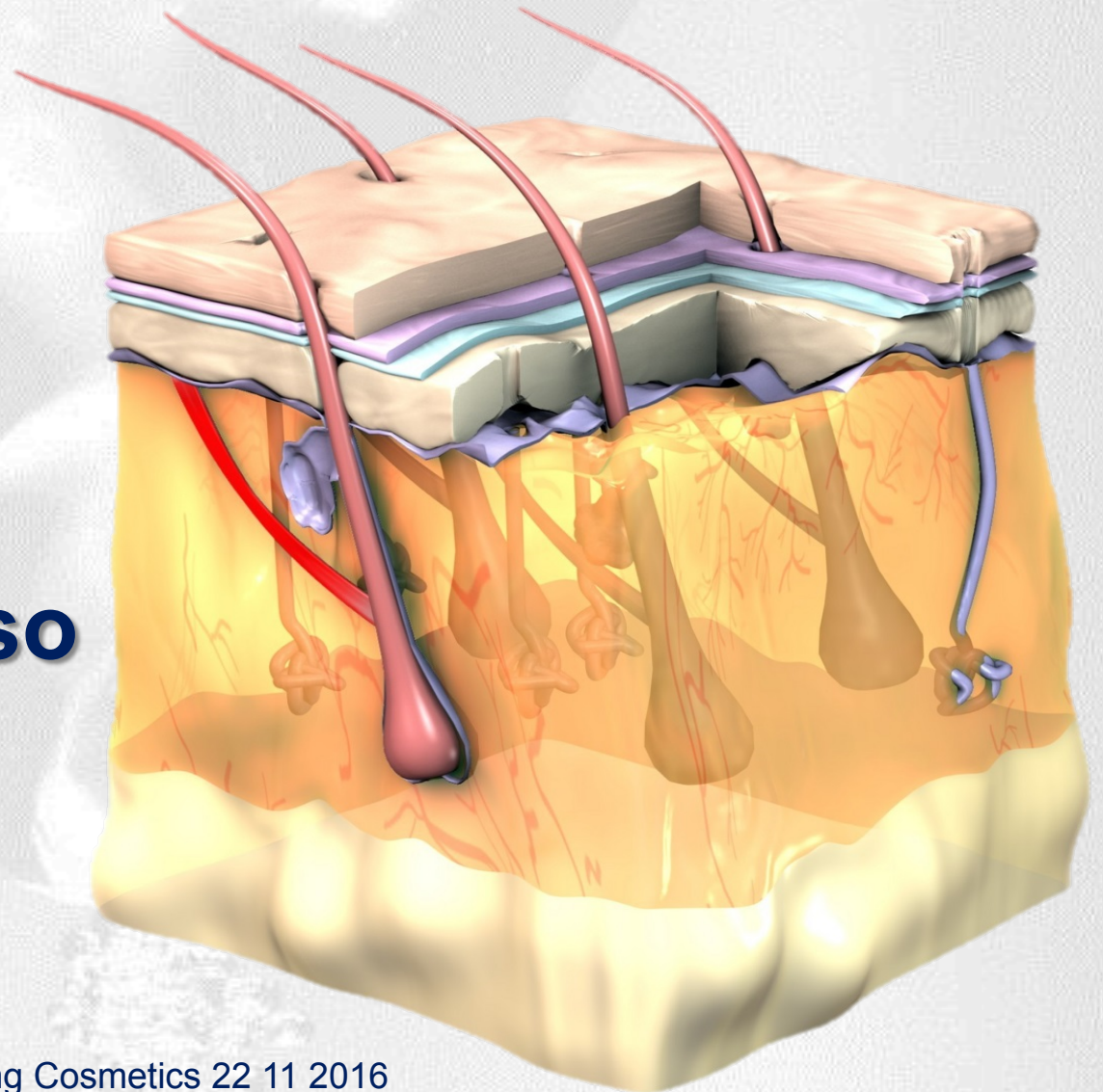


La pelle

**È un organo
VIVENTE**

1,5 – 1,8 m²

**E' l'organo più esteso
e più pesante**



Topics

SICUREZZA

EFFICACIA

Richiesti?

Da chi?

Topics

**Il consumatore finale
ha idea di cosa parliamo?**

No!

Si fida e ci (a noi) crede

Il consumatore distingue?



No

FILLER

SI

COLLUTORIO



HENNE

SI

No

UNGHIE FINTE



No

TATUAGGI

SI

SMALTO-GEL



Topics

E noi?

**Noi ce la cantiamo
e ce la suoniamo?**

Di sicuro la linea è sottile

Qualunque cosa sia, ma senza!

Senza siliconi

Senza conservanti

PEG free

Profumo senza allergeni

Senza paraffina

Senza OGM

No animal testing

Senza glutine

Senza Parabeni

...cos'altro ancora?

Senza cosa?

Senza SLS

Senza SLES

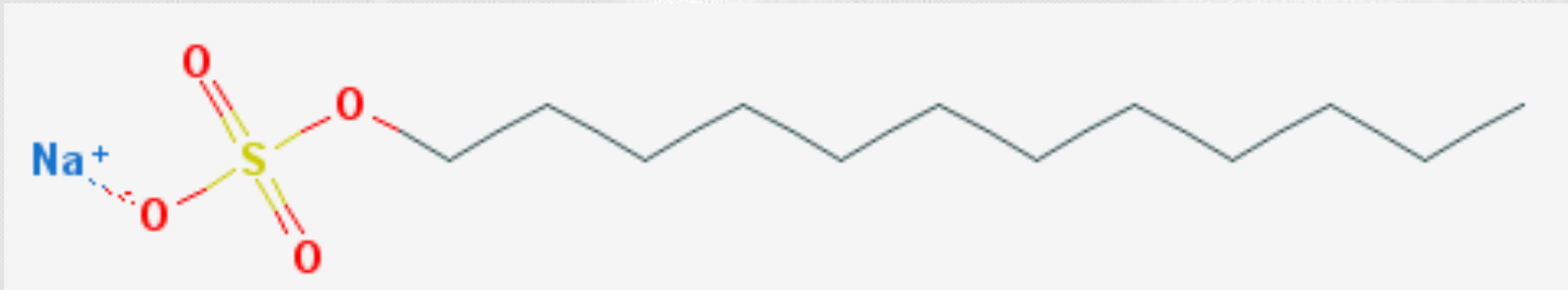
Senza solfati

Senza LES

NON sono sinonimi!

Strani casi

Lo strano caso dei LS



Noti come tra i più “aggressivi“,

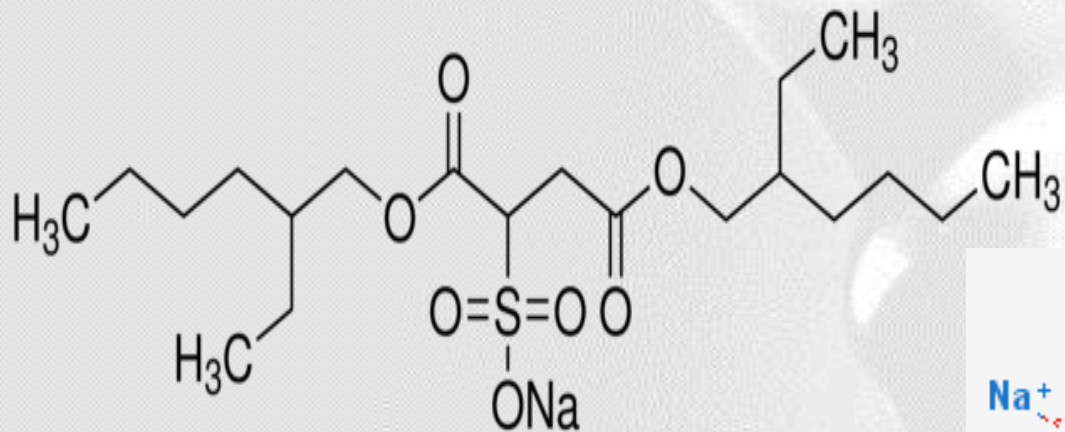
MA

COSMOS ed ECOCERT

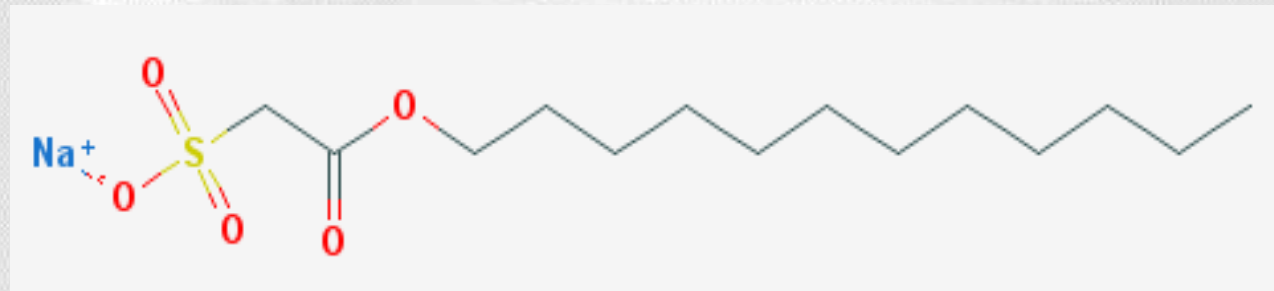
Strani casi

Lo strano caso de

i sulfosuccinati



ed i sulfoacetati



Considerati OK per il sulfate free!

Naturale

Cosmetici a connotazione naturale

Ad oggi non è possibile dare una definizione univoca del mercato dei cosmetici “green”. La legge non indica quali debbano essere le caratteristiche dei prodotti cosmetici bio/naturali/green: fornisce però una chiara definizione di cosmetico, (quale miscela che ha lo scopo di abbellire, profumare, ecc.), che deve essere rispettata da tutti i prodotti cosmetici immessi sul mercato, di qualsiasi natura e connotazione. Va anche sottolineato che tutti i prodotti cosmetici (a connotazione naturale e non) devono essere conformi alle rigide norme del **Regolamento europeo 1223/2009**. Nel campo dei cosmetici a caratterizzazione naturale, visto che non esiste una norma specifica, sono nati **vari enti italiani e europei che hanno redatto dei protocolli privati e rilasciano dei certificati alle aziende che seguono tale protocollo che possono fregiarsi sui prodotti del logo dell'ente.**

Nel tentativo di definire un unico criterio per indicare questa tipologia di cosmetici, **l'Iso, l'Organizzazione Internazionale per la Normazione**, sta preparando **a livello mondiale uno standard** per stabilire i requisiti utili a classificare i prodotti cosmetici bio e naturali. Non diventerà uno standard obbligatorio, ma le aziende potranno avere i medesimi parametri da seguire, validi in tutto il mondo.

Naturale



~~Chimico~~

Sicurezza

L'assoluta sicurezza dei prodotti cosmetici è ben chiarita dalla già citata **1223/2009** E, giusto per fare un esempio di comunicazione corretta dei media, è stata ribadita dalla dott.ssa **Rosa DRAISCI, Direttore del Centro nazionale sostanze chimiche dell'Istituto Superiore di Sanità**, in occasione della trasmissione *Porta a Porta* andata in onda all'inizio dell'estate scorsa. L'esperta ha affermato: «Dietro a un prodotto cosmetico c'è un'attività di ricerca e di valutazione delle sostanze che possono essere utilizzate. **Nei cosmetici non possono essere utilizzate le sostanze pericolose**». Ha inoltre aggiunto: «**Quando si dice che i prodotti cosmetici sono sicuri è perché la normativa ha chiaramente indicato quali sono le sostanze che possono essere utilizzate e quali sono le sostanze vietate**».

Test su animali

L'industria cosmetica italiana ed europea si è affermata, sin dagli inizi degli anni '80, quale settore tra i più attivi per la messa a punto di test alternativi: escludendo gli investimenti diretti delle singole imprese, gli investimenti in ricerca tra il 2007 e il 2014, promossi e finanziati dal settore cosmetico, sono stimati attorno ai **37 milioni di euro**. Ed i risultati non sono mancati: oggi, grazie a questo intenso lavoro, esistono test alternativi che vengono impiegati utilmente anche da altri settori industriali per valutare alcune dati di sicurezza delle sostanze chimiche.

È, inoltre, utile ricordare che il settore cosmetico ha sempre fatto un **ricorso molto limitato** alla sperimentazione animale: gli animali utilizzati nei test di innocuità sugli ingredienti cosmetici rappresentavano nel 2008, ultimo anno di sperimentazione effettuata, solo lo 0,016% sul totale degli animali utilizzati per test scientifici e di sicurezza nell'Unione europea (fonte: Rapporto Commissione Europea del 2010 su dati del 2008).

Efficacia

EFFICACIA



Leave-on

Rinse-off

Efficacia

Staminali vegetali???

Cellule Meristematiche

Estratti = Fenilpropanoidi

Sodio Jaluronato

emivita { **Endogeno 36/48h**
Esogeno 5/6h

Forme cosmetiche

Creme, emulsioni, lozioni Gel



Anti-Age

Deodoranti e detergenti



Sunscreens e autoabbronzanti



Smalti

Depigmentanti



Profumi e EDT



Prodotti per la cura
dei denti e della bocca



Cere depilatorie



Prodotti per capelli



Attivi

COSMETICA FUNZIONALE

ANTI(?)INQUINAMENTO

ANTI(?)ETA'

ANTI(?)CELLULITE

ANTI(?)RUGHE

ANTI(?)SMAGLIATURE

ANTI(?)CADUTA

SBIANCANTE IN 24/48h!!!

L'onere della prova

EFFICACIA



Prodotto finito

Cosmeceutici

Può capitare di leggere o sentire parlare di **cosmeceutici**, definiti come un ibrido fra farmaci e cosmetici. In realtà, **da un punto di vista legislativo, la categoria dei cosmeceutici NON ESISTE**: esiste il cosmetico ed esiste il farmaco. Il termine cosmeceutico (oppure **dermocosmetico**) viene impiegato per ragioni di marketing e di comunicazione, per indicare un prodotto cosmetico che, secondo l'azienda produttrice, possiede una spiccata funzionalità cosmetica nel mantenere in buono stato la cute.

655/2013

Il settore cosmetico è **uno tra i pochi settori (anzi forse l'unico)** che deve rispettare una legge europea specifica (Regolamento 655/2013) in materia di comunicazione pubblicitaria. In particolare, si tratta di sei criteri comuni che devono essere osservati in tutte le comunicazioni pubblicitarie:

1. Conformità alle norme
2. Veridicità
3. Supporto probatorio
4. Onestà
5. Correttezza
6. Decisioni informate

Il Report EASA

Una recentissima **indagine indipendente**, condotta dall'Associazione europea degli Istituti di Autodisciplina Pubblicitaria (EASA) ha valutato il grado di applicazione delle normative e dei codici autodisciplinari per una corretta comunicazione pubblicitaria in 6 paesi europei, inclusa l'Italia (altri Paesi: Regno Unito, Francia, Polonia, Ungheria, Svezia). Sono state valutate più di 1800 pubblicità (TV e carta stampata) e si è riscontrata la conformità di oltre il 91%. Uno degli elementi valutati riguardava proprio la capacità di dimostrare quanto promesso come efficacia del prodotto.

Per colpa di chi?

WEB

Media



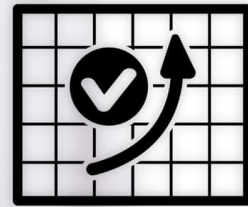
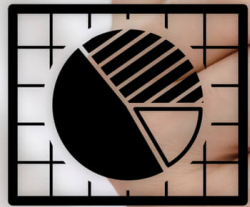
Blogger

Youtuber

www.telospiegoioilcosmetico.biz

Per colpa di chi?

ENEMY!



Strada stretta

INNOVAZIONE

REACH

**Nuove forme di
marketing/promozione**

**Tecnologia, biotecnologia,
sostenibilità, sinergie...**



“Free from“ claims

Silvia Boracchi

Potsdam, October 20, 2016



Guidelines to Regulation No 655/2013

Draft Update
23 June 2016

New

Guidelines to Commission Regulation (EU) No 655/2013

laying down common criteria for the justification of claims used
in relation to cosmetic products

- To be submitted to a COM inter-service consultation, Legal Services to advise on the form in which the guidelines should be adopted
- Will contain an **Annex III** to provide guidance for the application of the common criteria to „free from“ claims, including illustrative and non-exhaustive examples of „free from“ claims



“Free-from claims”

What do the guidelines say about free-from claims?

Annex III

- Claims not allowed for prohibited ingredients
- If related to functional groups, ingredients should not be present or released
- «Free from allergenic/sensitizing substances» not allowed
- «Free from preservatives» not to be used even in case of multifunctional substances
- «Free form perfume» not to be used even in case of ingredients exerting a perfuming function
- «Free from parabens, phenoxyethanol, triclosan» not allowed because denigrating authorised substances
- «Free from alcohol, animal-derived ingredients, acetone» allowed because they allow an informed choice

Alla fine della fiera noi...

garantiamo



SICUREZZA



EFFICACIA

Perché col cosmetico cosa si può fare è:

PULIRE, ABBELLIRE ED AIUTARE LA PELLE, SI

MIRACOLI, NO

Domande





Thank you
Grazie