


PUNTI DI VISTA

BIOCOSMESI

La bellezza naturale si certifica

di Paola Risi

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/ProfumeriaCosmesi

Che il mercato dei cosmetici naturali risulti in continua crescita è stato confermato in occasione dell'edizione 2022 di **Sana, Salone internazionale del biologico e naturale**, che ha accolto un convegno dedicato.

Allo scopo di permettere delle rilevazioni statistiche su questa tipologia produttiva, l'associazione di riferimento, **Cosmetica Italia**, ha deciso di tracciare un perimetro di classificazione fondato sulla definizione di due macro aree: quella dei cosmetici a connotazione naturale biologica e quella dei cosmetici con connotazione di sostenibilità ambientale.

Proprio a partire da questi concetti, il valore complessivo del fatturato dei cosmetici a connotazione naturale e sostenibile è stato quantificato in 1,8 miliardi di euro, corrispondenti al 16% dei ricavi totali dell'industria cosmetica nel 2021. Passando a considerare i consumi, emerge poi come in Italia ben un quarto del mercato sia rappresentato proprio da questi prodotti, per un valore di oltre 2,6 miliardi di euro cresciuti del 13% tra 2019 e 2021.

Sempre in occasione di Sana, **Silvia Zucconi**, Responsabile market intelligence di **Nomisma**, ha presentato un'analisi sul settore che ha anche evidenziato come il 75% degli italiani abbia idee confuse sulla definizione di un cosmetico biologico, tanto che il 40% non è consapevole della differenza che esiste rispetto a

un cosmetico naturale, e che il 71% vorrebbe maggiori informazioni in etichetta su questo tema, laddove solo l'11% dichiara di sapere già tutto quello che serve. Dati che evidenziano un deficit di chiarezza.

Naturale o biologico?

«Le linee guida sulla comunicazione della cosmesi bio vogliono fornire un'indicazione chiara – dice **Roberto Zanoni** Presidente **Assobio** -. La certificazione colma il vuoto normativo di un comparto in cui spesso il messaggio pubblicitario relativo a un prodotto non risulta supportato da informazioni e dati significativi adeguati a garantirne la veridicità. Costituisce quindi un prezioso servizio verso i consumatori, oltre a migliorare la qualità del prodotto e a rendere più efficiente e virtuoso il processo produttivo adeguandolo

a uno standard.

Con specifico riferimento al mondo bio, uno dei principi base dello standard è la provenienza delle materie prime da agricoltura biologica, certificate secondo il regolamento Ue 2018/848 o secondo norme equivalenti, ottenute tramite lavorazioni fisico-chimiche prefissate per evitare ogni possibile manipolazione o contaminazione, il che non vale per i cosmetici naturali, che si contraddistinguono appunto per la presenza nella formulazione di percentuali minime prestabilite di ingredienti naturali, ovvero non modificati chimicamente, ma non necessariamente di origine biologica.

I cosmetici ottengono la certificazione biologica solo dopo avere superato una specifica sequenza di verifiche (a partire da quella dell'assenza di pesticidi, coloranti artificiali e ogm) attraverso un ente rico-

nosciuto: proprio controllando che il suo marchio sia presente sul prodotto, oltre che attraverso la lettura dell'Inci (la nomenclatura degli ingredienti obbligatoria sui cosmetici), i consumatori avranno modo di svolgere un ruolo attivo che li garantisca nelle scelte d'acquisto, finendo per indurre un circolo virtuoso nel mercato.

Fondamentale risulta quindi anche la loro sollecitazione a valutare l'autenticità della comunicazione aziendale: tra le varie iniziative, **Assobio**, insieme alle aziende socie, ha redatto «Le linee guida sulla comunicazione della cosmesi bio».

Un linguaggio in comune

«Tutta la filiera è certificata bio – dice **Domenico Scordari**, Presidente di **N&B Natural is Better** – Non si può dire che il settore della cosmesi bio non sia regolamentato in quanto esistono disciplinari di certificazione, anche molto rigidi, a cui sia aziende che consumatori possono fare riferimento. Un prodotto certificato bio da un ente accreditato è dunque un'assoluta garanzia di qualità oltre, ovviamente, a essere molto più credibile di un prodotto che non è stato sottoposto ad alcun controllo e vanta claim autoreferenziali e probabilmente ingannevoli.

Nel nostro caso, tutta la filiera è certificata bio secondo i disciplinari Ecograppo e Natrue.

Per difendere ulteriormente la reputazione della cosmesi bio, del resto, sarebbe utile l'adozione di un linguaggio comune e di disciplinari con-

IL MERCATO DEI COSMETICI NATURALI E SOSTENIBILI IN ITALIA (fatturato e consumi 2021 e 2019, in mln di euro e var.%)

	FATTURATO		
	2019	2021	Var.% 21-19
Cosmetici a connotazione naturale/biologici	778	839	7,8%
Sovrapposizione dei due insiemi	925	1.042	12,7%
Cosmetici sostenibili/green	876	1.009	15,9%
Totale	1.654	1.848	11,7%

	VALORE DEGLI ACQUISTI (SELL-OUT)		
	2019	2021	Var.% 21-19
Cosmetici a connotazione naturale/biologici	1.073	1.159	8,1%
Sovrapposizione dei due insiemi	1.309	1.486	13,5%
Cosmetici sostenibili/green	1.284	1.494	16,4%
Totale	2.357	2.654	12,6%

Fonte: Cosmetica Italia

Largo Consumo

PUNTI DI VISTA

BIOCOSMESI



Roberto Zanoni
Presidente Assobio

«La certificazione costituisce un prezioso servizio verso i consumatori, migliora la qualità del prodotto e consente di differenziarsi rispetto ai concorrenti»



Domenico Scordari
Presidente di N&B Natural is Better

«Per difendere ulteriormente la reputazione della cosmesi bio sarebbe utile l'adozione di un linguaggio comune e di disciplinari convergenti da parte degli enti certificatori»



Daniela Patri
Responsabile laboratori ricerca e sviluppo L'Erborario

«Riportiamo sul pack il logo delle certificazioni e le percentuali di contenuto biologico e di origine naturale, per consentire una scelta d'acquisto più consapevole»



Alessandra Terzoli
Scientific & regulatory affairs manager L'Oréal Italia

«In assenza di una regolamentazione specifica, la possibilità di rifarsi a un disciplinare è lo strumento più efficace di cui le imprese dispongono»

vergenti da parte degli enti certificatori, il che permetterebbe anche una più chiara interpretazione da parte dei consumatori, nonché l'intervento delle istituzioni, al fine di regolamentare una materia che ormai coinvolge migliaia di aziende e milioni di consumatori e di contrastare più efficacemente le insidie del greenwashing».

Etichette chiare, amicizia lunga

Riportiamo il logo delle relative certificazioni, per consentire una scelta più consapevole – dice **Daniela Patri**, Responsabile laboratorio ri-

cerca e sviluppo de **L'Erborario** – le aziende possono ottenere credibilità certificando i propri prodotti secondo disciplinari e standard accreditati e, conformemente a essi, procedere all'etichettatura e alla comunicazione di claim in modo chiaro e che non induca in errore i consumatori.

Relativamente ai cosmetici bio de L'Erborario, la nostra prima linea biologica – la linea biocosmesi – è certificata in conformità al disciplinare "eco bio cosmesi" di Icea, mentre le linee bio più recenti – "goji", "delicalma" e "la canapa" – sono certificate secondo lo standard Cosmos Organic.

Riportiamo sul pack e in tutto il materiale relativo alla comunicazione di questi prodotti il logo delle relative certificazioni e, ove previsto, le percentuali di contenuto biologico e di contenuto di origine naturale, in modo da consentire di effettuare una scelta d'acquisto più consapevole.»

«La certificazione prevede audit dell'ente in varie fasi della vita del prodotto – dice **Alessandra Terzoli**, Scientific & regulatory affairs manager di **L'Oréal Italia** – È indubbio che vi sia la necessità di un ulteriore sforzo di chiarezza nella comunicazione effettuata dalle aziende del comparto, con l'obiettivo di

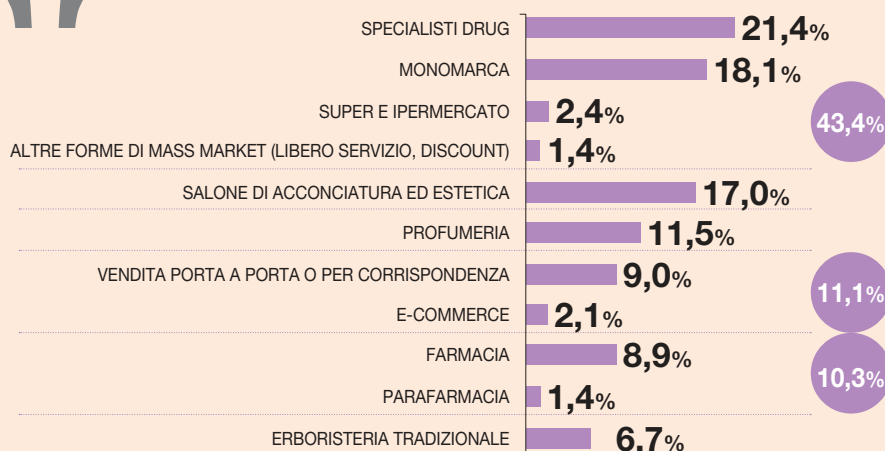
far meglio comprendere le caratteristiche di questi cosmetici, evidenziando sia i distinguo tra quelli naturali e quelli biologici (che risultano al momento di più difficile codifica da parte dei consumatori), sia le sfide che le imprese devono affrontare.

In assenza di una regolamentazione specifica, la possibilità di rifarsi a un disciplinare è sicuramente tra gli strumenti più efficaci di cui le imprese dispongono per ottenere la certificazione di prodotto naturale o biologico.

La nostra fa ricorso alla certificazione di **Ecocert**, ente di certificazione francese, secondo il disciplinare Cosmos Organic, che definisce le percentuali minime di ingredienti naturali o di origine naturale e la percentuale di ingredienti proveniente da agricoltura biologica che devono essere presenti nelle formule per poter ottenere una o l'altra certificazione. Tale procedura comporta degli audit dell'ente in varie fasi della vita del prodotto: dalla selezione degli ingredienti, alla loro modalità di coltivazione e raccolta, alla verifica del processo di fabbricazione dei prodotti, al loro stoccaggio, per arrivare al controllo di tutti i mezzi di comunicazione rivolti ai consumatori (etichette, materiali nei punti vendita e tutti i diversi supporti).



LA CANALIZZAZIONE DEL FATTURATO DEI COSMETICI NATURALI E SOSTENIBILI (2021, in mln di euro, quota e var.%)



Totale 1.848 milioni di euro

Fonte: Cosmetica Italia

Largo Consumo

© RIPRODUZIONE RISERVATA