

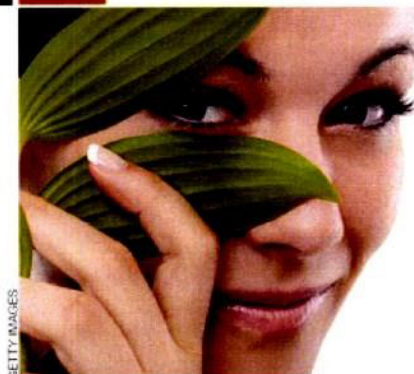


CHE
BELLEZZA
LAURA LAURENZI



COSMETICA VERDE, IL FUTURO È ROSEO

Scegliete creme e trucchi green con **etichette** chiare. Per evitare le insidie di una produzione in crescita. E poi tutto verrà naturale



GETTY IMAGES

Attenzione alle mode. Anche nel campo della bellezza e della cosmetica, verde non sempre significa necessariamente buono, naturale, genuino. E può nascondere insidie. Il consiglio è di essere cauti e scegliere prodotti di case conosciute con etichette chiare che non promettano miracoli, ma soprattutto prodotti che siano certificati. Insomma, che abbiano il bollino. Una raccomandazione sempre più necessaria, visto che ormai, anche davanti allo specchio, si invocano naturalezza, sostenibilità e coscienza ecologica. A testimoniare tanta sensibilità ci sono i dati che riguardano i consumi dei cosmetici in Italia: questi segnalano infatti una progressiva crescita del mercato green, il cui valore è stimato attorno ai 950 milioni a fine 2017, pari al nove per cento del fatturato totale del comparto. Un business di cui al Sana di Bologna, salone del biologico e del naturale, si è discusso nel convegno intitolato *Quale futuro per la cosmetica green*.

Un futuro roseo, si direbbe. Da un sondaggio di Human Highway - condotto su un campione di 1.600 consumatori e su un panel di 58 imprese che fanno parte dell'associazione nazionale del settore - risulta un interesse sempre più radicato verso i prodotti ecofriendly e verso la filosofia che c'è dietro. Sette italiani su dieci ritengono che «la produzione sostenibile e attenta all'ambiente e ai vincoli etici» guiderà lo sviluppo della cosmetica nei prossimi dieci anni. «Innovazione», «efficacia» e «naturale» sono le parole d'ordine che accomunano clienti e aziende.

Ma cosa intendono i consumatori quando insistono sul concetto di sostenibilità, di etica, di cura per l'ambiente? Nella maggior parte dei casi pensano a prodotti *cruelty free*, che non prevedano cioè test sugli animali, ma anche a prodotti "senza": senza glutine, senza olio di palma, senza parabeni. Meno numerosi coloro che chiedono cosmetici vegani, prodotti a chilometri zero e a ridotto consumo d'acqua. Siamo tutti ambientalisti convinti, pronti a demonizzare la chimica, peccato che la nostra coscienza ecofriendly si esprima più a parole che con i fatti. ■

NEL 2017 LA COSMETICA
ECOFRIENDLY HA AVUTO
UN FATTURATO PARI
AL 9 PER CENTO
DI QUELLO DELL'INTERO
SETTORE