

Bellezza *in* Farmacia e



LA RIVISTA RIVOLTA AL CANALE FARMACIA PER LA CURA,
LA BELLEZZA E IL BENESSERE DELLA PERSONA

MAVALA

SWITZERLAND



OSA SPLENDERE con
LIP-SHINE

www.mavala.it



Dott.ssa Claudia Riccardi
Biologa e membro del
consiglio direttivo AIDECO

L'etichettatura ambientale nei cosmetici

Un altro passo in avanti a sostegno della sostenibilità

È possibile che di recente molti consumatori attenti abbiano notato un aumento del numero di simboli e indicazioni sul packaging dei prodotti che utilizzano quotidianamente, inclusi quelli cosmetici. Questo non è altro che il risultato dell'impegno sempre crescente da parte delle Autorità verso una sensibilizzazione del consumatore nei confronti della salvaguardia dell'ambiente e, quindi, verso la ormai nota "sostenibilità" ambientale. Queste nuove informazioni, infatti, sono pensate per guidare il consumatore verso un corretto smaltimento degli imballaggi, contribuendo così ad una gestione più responsabile dei rifiuti. È importante ricordare che l'Italia è stata pioniera in questo ambito, adottando alcune delle nuove regole di etichettatura ambientale prima ancora che diventassero un obbligo di legge. Dal 1° gennaio 2023, infatti, l'applicazione di una serie di regole che caratterizzano la cosiddetta etichettatura ambientale è diventata obbligatoria a livello europeo per tutti i prodotti in commercio, inclusi i cosmetici; prima di questa data le aziende erano libere di fornire alcune di queste informazioni in modo volontario, ma senza alcun obbligo. Con l'introduzione della nuova normativa, l'etichettatura ambientale ha assunto un ruolo chiave nella comunicazione tra produttori e consumatori, con l'obiettivo di rendere più chiaro e trasparente il processo di smaltimento dei rifiuti. Ma cosa implica esattamente questa nuova regolamentazione, quali e di chi sono gli obblighi che ne derivano?

Definire l'etichettatura ambientale

L'etichettatura ambientale rappresenta un importante passo avanti nel percorso verso una maggiore sostenibilità.

Semplificando un concetto complesso, possiamo dire che essa consiste nell'apposizione di una serie di indicazioni obbligatorie su ciascun imballaggio, con lo scopo di guidare il consumatore al corretto smaltimento di tutti i singoli componenti che costituiscono l'imballaggio. La normativa è molto chiara: ogni azienda deve garantire che sui suoi imballaggi siano presenti informazioni dettagliate sulla composizione di ciascuna delle

parti che formano il packaging del prodotto e su come smaltirlo correttamente. In mancanza di queste informazioni, le aziende rischiano sanzioni amministrative, che variano da 5.000 a 25.000 euro. Un punto cruciale da sottolineare è che gli imballaggi vuoti, le etichette o i prodotti confezionati prima del 1° gennaio 2023 possono essere commercializzati fino all'esaurimento delle scorte, senza essere necessariamente conformi ai nuovi obblighi di etichettatura. Questo offre alle aziende una certa flessibilità temporale per adeguarsi completamente alla nuova normativa, pur mantenendo il focus sulla necessità di allinearsi il prima possibile alle direttive legali.



Quali sono i requisiti da rispettare?

L'etichettatura ambientale impone la fornitura ai consumatori di due tipologie di informazioni. La prima comprende informazioni sulla natura dei materiali dei componenti dell'imballaggio: per ogni componente del packaging è necessario indicare il tipo di materiale di cui è composto. A tal fine vengono utilizzati codici specifici, riconosciuti a livello europeo, che permettono di identificare in modo chiaro ed univoco il materiale. Ad esempio, per la carta e il cartone si usano i codici PAP 20, 21 o 22, a seconda che si tratti rispettivamente di cartone ondulato, cartone non ondulato o carta. Per quanto riguarda il vetro i codici GL 70, 71 o 72 indicano rispettivamente vetro trasparente, verde o marrone. Questi sistemi di codifica si basano su un riferimento normativo della Commissione Europea e sono quindi riconosciuti sul tutto il territorio europeo. La seconda tipologia di informazioni riguarda il corretto smaltimento di ciascun componente



dell'imballaggio: il consumatore deve essere informato su come gestire correttamente l'imballaggio una volta terminato il prodotto, in modo da facilitare le operazioni di raccolta, riutilizzo, recupero e riciclo dei materiali. Questo tipo di informazione, cruciale per evitare che i rifiuti vengano smaltiti in modo errato, compromettendo il processo di riciclo, rappresentano una disposizione solo italiana e quindi devono essere presenti sui prodotti destinati al mercato italiano. È importante notare inoltre che questo tipo di indicazioni è specifico per i prodotti destinati al mercato dei consumatori finali, mentre non si applica ai prodotti ad uso esclusivamente professionale. Tuttavia, se un cosmetico destinato ai professionisti viene successivamente venduto al pubblico, anche su questo devono essere apposte questo tipo di informazioni.

Nel caso in cui non fosse possibile apporre le informazioni relative alla natura di ciascun materiale su ogni singolo componente del packaging, come ad esempio su un tappo molto piccolo, è possibile riportare queste indicazioni sull'etichetta principale del prodotto o utilizzare strumenti digitali come app, QR code o siti internet, dove il consumatore può accedere alle informazioni in modo semplice e immediato.

L'importanza della comunicazione digitale

Un aspetto interessante della normativa sull'etichettatura ambientale riguarda, come già accennato, l'uso di canali digitali per fornire le informazioni obbligatorie. Questo approccio diventa particolarmente utile per i cosmetici con imballaggi ridotti o dalla forma particolare, dove lo spazio per le indicazioni è limitato. In questi casi le aziende possono utilizzare strumenti come app, QR code o siti web per garantire che le informazioni siano comunque accessibili al consumatore. Tuttavia, è fondamentale che sull'imballaggio o nel punto vendita, siano chiaramente indicati i canali digitali attraverso cui reperire le informazioni.

Questo sistema innovativo di comunicazione permette alle aziende di superare le limitazioni fisiche dell'imballaggio, offrendo al contempo al consumatore un'esperienza d'uso più interattiva e sostenibile. L'integrazione di strumenti digitali, inoltre, rappresenta un passo in avanti verso una maggiore trasparenza e una gestione più efficiente dei rifiuti.

Le responsabilità di produttori di packaging e utilizzatori

La normativa sull'etichettatura ambientale introduce una responsabilità condivisa tra il

produttore dell'imballaggio e l'azienda utilizzatrice, ovvero l'azienda che utilizza il packaging per i propri prodotti: il fornitore dell'imballaggio ha l'obbligo di indicare la corretta codifica del materiale, l'utilizzatore (ovvero l'azienda cosmetica) deve aggiungere le informazioni necessarie per guidare il consumatore al corretto smaltimento del packaging. Questo sistema di responsabilità condivisa garantisce che entrambi gli attori della filiera siano coinvolti nel processo di etichettatura ambientale e contribuiscano al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità.



L'evoluzione verso un consumo più responsabile

La regolamentazione relativa all'etichettatura ambientale entrata in vigore a partire dal 1° gennaio 2023 risulta quindi un passaggio fondamentale nel percorso verso una gestione più sostenibile dei rifiuti e un miglioramento della consapevolezza ambientale. Non si tratta infatti solo di rispettare un obbligo di legge, ma di un impegno concreto verso la tutela del pianeta. Guidare i consumatori verso una corretta gestione degli imballaggi non solo riduce l'impatto ambientale, ma contribuisce a promuovere una cultura della sostenibilità sempre più necessaria in un mondo in cui le risorse naturali sono limitate. La normativa sull'etichettatura ambientale applicata anche al settore cosmetico è un esempio concreto di come le aziende possono fare la loro parte nella lotta al cambiamento climatico e nella protezione del pianeta.

Ogni piccolo gesto, come smaltire correttamente un imballaggio, può fare la differenza, e l'etichettatura ambientale aiuta a rendere questo processo più facile e accessibile per tutti.

Il regolamento non solo impone alle aziende di adeguarsi a standard più rigidi, ma rappresenta anche un'occasione per sensibilizzare il pubblico sul ruolo attivo che ognuno di noi può svolgere nella salvaguardia dell'ambiente, per il benessere delle generazioni presenti e future.

Claudia Riccardi



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 ad 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).