

MoCRA - MODERNIZATION OF COSMETICS REGULATION ACT OF 2022 Gli USA aggiornano le normative che regolamentano la vendita dei cosmetici

Il Modernization of Cosmetics Regulation Act del 2022 (MoCRA) è l'aggiornamento più significativo dell'autorità della FDA per regolamentare i cosmetici dall'approvazione della Federal Food, Drug, and Cosmetic (FD&C) Act nel 1938. Questa nuova legge contribuisce a garantire la sicurezza di prodotti cosmetici che molti consumatori statunitensi usano quotidianamente. È pertanto utile per le aziende produttrici che esportano negli Stati Uniti, conoscerne alcune caratteristiche.

La maggior parte dei consumatori americani usa prodotti cosmetici ogni giorno. In media le persone usano da sei a 12 prodotti cosmetici al giorno. Esempi di alcuni di questi prodotti includono trucco, smalti per unghie, creme da barba e altri prodotti per la cura della persona, profumi, detergenti per viso e corpo, prodotti per la cura dei capelli, creme idratanti e altri prodotti per la cura della pelle.

MoCRA attribuisce nuove competenze alla FDA, tra cui:

- Accesso ai record: la FDA può accedere a determinati record relativi a un prodotto cosmetico, inclusi i record di sicurezza.
- Richiamo obbligatorio: se l'agenzia stabilisce che esiste una ragionevole probabilità che un cosmetico sia adulterato o che il suo utilizzo possa determinare conseguenze negative per la salute o addirittura la morte, la FDA ha l'autorità di ordinare un richiamo obbligatorio, qualora il soggetto responsabile si rifiutasse volontariamente di farlo.

MoCRA stabilisce i seguenti nuovi requisiti per l'industria:

- Segnalazione di eventi avversi: all'interno dell'azienda una figura responsabile è tenuta a segnalare alla FDA eventi avversi gravi associati all'uso di prodotti cosmetici entro 15 giorni lavorativi dalla ricezione della segnalazione ed eventuali informazioni aggiuntive, come nuove informazioni mediche, entro un anno dal rapporto iniziale. La FDA avrà anche accesso alle segnalazioni di eventi avversi tramite un'ispezione.
- Registrazione dell'impianto: produttori e trasformatori devono registrare i propri impianti presso la FDA e rinnovare la registrazione ogni due anni.

La FDA ha l'autorità di sospendere la registrazione di una struttura se l'agenzia rileva che un prodotto cosmetico fabbricato o

lavorato dalla struttura registrata e distribuito negli Stati Uniti ha una ragionevole probabilità di causare gravi conseguenze per la salute o morte per gli esseri umani; inoltre, se l'agenzia ha il ragionevole dubbio che altri prodotti fabbricati o lavorati dall'impianto possano presentare le medesime criticità del prodotto ritirato, per esempio a causa di un guasto che non può essere isolato da uno o più prodotti o che è sufficientemente pervasivo da sollevare preoccupazioni su altri prodotti fabbricati nell'impianto, la registrazione dell'intera struttura può essere sospesa.

- Elenco dei prodotti: una figura responsabile deve comunicare alla FDA ogni prodotto cosmetico commercializzato, inclusi gli ingredienti del prodotto, e fornire ogni anno eventuali aggiornamenti.
- Attestato di sicurezza: una figura responsabile è tenuta a garantire e conservare registrazioni a supporto di un'adeguata comprovazione di sicurezza dei prodotti.

MoCRA richiede inoltre che l'industria rispetti i regolamenti che saranno stabiliti dalla FDA per:

- Requisiti di buona pratica di fabbricazione (GMP) per le strutture che producono prodotti cosmetici.
- Requisiti per l'etichettatura degli allergeni delle fragranze.
- Metodi di prova standardizzati per rilevare e identificare l'amianto nei prodotti cosmetici contenenti talco.

Esenzioni previste

MoCRA esenta alcune piccole imprese dai requisiti GMP, per quanto riguarda registrazione ed elenco dei prodotti.

Tuttavia, tali esenzioni non si applicano ai produttori o alle strutture che fabbricano o trasformano i seguenti prodotti cosmetici:

- Prodotti che entrano regolarmente in contatto con la membrana mucosa dell'occhio in condizioni d'uso abituali.
- Prodotti che vengono iniettati.
- Prodotti destinati all'uso interno.

Esistono anche esenzioni per determinati prodotti e strutture soggetti a requisiti per farmaci e dispositivi medici.

Website:

<https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/modernization-cosmetics-regulation-act-2022>

M. C.

COSMOPROF 2024 Presentata la nuova campagna Unfiltered beauty

Bologna, 21 - 24 marzo 2024



Si svolgerà da giovedì 21 a domenica 24 marzo 2024 la 55° edizione di Cosmoprof Worldwide Bologna, la manifestazione di riferimento per aziende e operatori dell'industria cosmetica mondiale. **Tutti i saloni saranno aperti in contemporanea da giovedì 21 marzo:** Cosmopack, dedicato alla supply chain, e Cosmo Perfumery & Cosmetics, salone che ospita aziende ed operatori retail per il comparto Profumeria e Cosmesi, saranno operativi per tre giorni fino a sabato 23 marzo, mentre il canale professionale di Cosmo Hair, Nail & Beauty Salon avrà durata di quattro giorni e chiuderà domenica 24 marzo. Le iniziative e i progetti di Cosmoprof Worldwide Bologna 2024 saranno adeguati alle nuove date di apertura, con un ricco calendario di eventi dedicati ad espositori e visitatori, fino alla serata di domenica.

“Con la nuova calendarizzazione vogliamo andare incontro alle nuove esigenze del mercato, seguendo le modalità di business e i flussi di attività degli operatori”, dichiara **Gianpiero Calzolari**, Presidente di BolognaFiere. “Cosmoprof Worldwide Bologna è l'evento di riferimento mondiale per l'intera industria cosmetica, ed è quindi nostro interesse sostenere questo comparto, monitorando le trasformazioni in atto, in Italia e a livello internazionale, per continuare a supportare le aziende e gli addetti ai lavori da tutto il mondo che da 55 anni seguono Cosmoprof come appuntamento strategico per la loro attività”.

“La revisione delle date della prossima edizione è la naturale conseguenza del dialogo costante con i nostri espositori e operatori, ed è una scelta volta a favorire ulteriormente il B2B in fiera”, spiega **Enrico Zannini**, Direttore Generale di BolognaFiere Cosmoprof. “Il mercato evidenzia infatti che non sono solo gli stakeholder internazionali ad aver modificato l'approccio di visita alle fiere, con una ottimizzazione della presenza sui giorni feriali, ma anche gli addetti ai lavori italiani e gli operatori professionali chiedono di anticipare il momento di business e di relazione commerciale con fornitori e partner alle giornate di giovedì e venerdì. L'apertura contemporanea di tutti i saloni risponde alla necessità di seguire le nuove logiche di mercato e le richieste degli operatori. La scelta di aprire tutti i saloni fin dal giovedì faciliterà i titolari di centri estetici

e saloni interessati anche alle novità del mondo retail e del private label. Il nostro obiettivo è ottimizzare la presenza degli addetti ai lavori su tutte le giornate della manifestazione, con flussi più rappresentativi di tutte le tipologie di utenti”.

“Il mondo della cosmesi è in continua evoluzione, tanto nella sua offerta sempre più innovativa e performante per rispondere alle esigenze del consumatore, quanto nelle modalità distributive che superano e rivedono le consuete formule”, commenta **Benedetto Lavino**, presidente di Cosmetica Italia. “Cosmoprof si dimostra ancora una volta un format fieristico di eccellenza che sa interpretare gli sviluppi del settore e guardare al suo futuro. Come storico partner della manifestazione e voce dell'industria cosmetica nazionale, condividiamo la nuova calendarizzazione che ci accompagnerà dal prossimo anno per la kermesse bolognese; una scelta in linea con le esigenze di molti imprenditori, come abbiamo avuto modo di rilevare intervistando alcune aziende dei canali professionali che ritengono questa novità strategica e con ricadute positive per il proprio business”.

Con la comunicazione delle nuove date, Cosmoprof Worldwide Bologna lancia anche la **campagna Unfiltered beauty/ Natural Beauty** per le edizioni 2024 e 2025 degli eventi del network internazionale Cosmoprof.

La nuova immagine, realizzata da Heads Collective, interpreta la tendenza a utilizzare filtri sempre più evoluti a disposizione su smartphone e social media. Cosmoprof riporta l'attenzione sulla bellezza naturale, curata ma non filtrata, aprendo uno squarcio nel diaframma che ci separa dalla realtà, rappresentato idealmente e metaforicamente da una lastra di plexiglass colorata. La luce e la fotografia di Giulio Rustichelli attraversano il filtro colorato per indagare con semplicità le espressioni, senza nascondere niente: efelidi, piccole macchie, nei, così come la trama della pelle, emergono con una precisione e un dettaglio estremamente scrupoloso. La bellezza o è naturale oppure semplicemente non è, questo sembrano dire le immagini, e la verità si scopre solo se riusciamo a liberarci dei filtri e dei pregiudizi per arrivare all'essenza della realtà che ci circonda, e anche di noi stessi.

Website: www.cosmoprof.com

VITAFOODS Conclusa l'edizione 2023 con vasta partecipazione di pubblico. Comunicate le date 2024 Ginevra (Svizzera), 14-16 maggio 2024

Gli organizzatori di Vitafoods hanno già comunicato le date per l'edizione 2024, che si svolgerà nei giorni 14-16 maggio.

Vitafoods Europe sarà un evento ibrido, il che significa che si svolgeranno contemporaneamente l'evento dal vivo a Ginevra e anche online. Ospitarlo in questo modo consente a un numero ancora maggiore di persone di provare tutto ciò che la fiera ha da offrire. Gli organizzatori hanno adattato l'evento per consentire a tutti di esplorare, creare reti e collaborare a modo loro. La piattaforma online sarà aperta ai visitatori 2 settimane prima dell'evento in modo da avere il tempo di pianificare l'esperienza Vitafoods Europe.

Con un'agenda che esplora le tendenze del mercato, le complessità normative, le sfide di imballaggio ed etichettatura e altro ancora, l'evento offre numerose opportunità per esplorare e conoscere il settore, tenersi aggiornati con gli ultimi sviluppi e scoprire intuizioni chiave che permetteranno di tracciare un corso competitivo per il proprio business.

L'edizione 2023, conclusasi da poco, ha fatto registrare elevati livelli di partecipazione, sia in presenza che on line.

La Conferenza ha rappresentato uno degli eventi più significativi nell'ambito della manifestazione.

Nel corso di due giorni, la Conferenza ha offerto un programma incentrato sulle sfide attuali e sull'identificazione di opportunità immediate per l'industria nutraceutica. Oltre ai contenuti attentamente selezionati, c'erano ampie opportunità di networking peer-to-peer per i delegati che hanno partecipato alla conferenza in presenza. Durante la Conferenza esperti provenienti da tutto il settore hanno presentato soluzioni basate su dati e prove, ricerche recenti, approfondimenti sugli ingredienti, innovazioni e strategie di formulazione nell'ambito dei seguenti quattro temi: Sport e nutrizione attiva, Salute cognitiva ed emotiva, Salute metabolica e immunitaria, Fasi della vita e invecchiamento sano.

Website: <https://www.vitafoods.eu.com/en/home.html>

BEAUTYISTANBUL

Istanbul (Turchia),
27 - 29 settembre 2023

La terza edizione della fiera Beautyistanbul si è svolta dal 13 al 15 ottobre 2022 a Taksim-Istanbul e ha avuto una grande partecipazione internazionale, superando ogni aspettativa e riunendo 680 espositori da 59 paesi e 14.017 visitatori professionali da 157 paesi.

Rispetto alla 2a edizione, la 3a edizione è cresciuta di due nuovi padiglioni e ha aggiunto 320 espositori, raggiungendo una crescita dell'86% in un anno, entrando a far parte delle 5 più grandi fiere di cosmetici al mondo in soli 3 anni.

Beautyistanbul ha dimostrato ancora una volta di essere l'evento globale chiave per raggiungere i mercati internazionali dell'industria cosmetica.

Organizzata da Ipekyolu International Exhibitions con finanziamenti interamente propri, Beautyistanbul Exhibition ha ospitato 606 VIP Buyers attentamente selezionati e provenienti da 113 paesi alla 3a edizione. Ciò ha reso Istanbul Hosted Buyer Program uno dei più grandi al mondo e il più grande nel settore dei cosmetici e della bellezza. Agli acquirenti sono stati forniti incentivi di viaggio e alloggio per condurre affari con gli espositori. Espositori e Buyer VIP hanno tenuto oltre 2.000 incontri presso gli stand, firmando molteplici accordi in loco.

Website: <https://beauty-istanbul.com>

Florinda
MOSAICI ITALIANI
Qualità artigianale italiana

Profumazioni
Agrumi Mediterranei
Fico Bianco
Rosa Selvatica
Giglio Rosa
Limone della Costiera
Uva Fragola

LA DISPENSA
COSMESI NATURALE

www.ladispensacosmesinaturale.it www.saponiflorinda.it [@ladispensacosmesinaturale](https://www.instagram.com/ladispensacosmesinaturale) **MADE IN ITALY**



ORTICOLA 2023

Orticola 2023 si è aperta giovedì 11 maggio scorso alla presenza di Kobayashi Toshiaki, nuovo Console Generale e Nabeshima Tokuko, Console Generale Aggiunto del Giappone a Milano con un incontro dal titolo “L’intelligenza dei fiori – Il rispetto per la Natura tra Oriente e Occidente”; si è trattato di una conversazione tra Elena Grandi, Assessore al Verde del Comune di Milano, Mami Azuma, curatrice della sezione botanica del Museo di Storia Naturale, Roberta Santagostino, del Chapter Ikebana Ohara Milano, Francesco Tomasinelli, naturalista, fotografo e autore, moderatore dell’incontro Filippo Pizzoni, Vice Presidente di Orticola di Lombardia.

L’incontro si è svolto nell'affascinante serra di vetro e ferro dal taglio minimalista di Square Garden Conservatories®, inserita armoniosamente nello spazio antistante la fontana e arredata da JANUS et Cie ed è stato preceduto alle 16,30 dalla consegna del Premio Orticola-iODonna a Olivia di Collobiano, giardiniera irriducibile, curiosa per natura della Natura tutta, scrittrice acuta e raffinata, che racconta giardini e paesaggi con passione e sguardo alternativo alle mode, unendo alla cultura del passato l’interesse per il futuro.

Orticola per Milano

Anche quest’anno, come fin dalla prima edizione, i proventi derivanti dalla vendita dei biglietti d’ingresso sono stati destinati al verde pubblico e quest’anno, nell’ambito dei progetti di Orticola per Milano, ci sono stati due importantissimi nuovi impegni per l’Associazione a favore della città, resi possibili anche dall’impegno di Ceresio Investors.

“Saremo felici di fare la nostra parte anche in questo senso - ha sottolineato Gabriele Corte, direttore generale di Ceresio Investors, corporate partner dell’evento da 12 anni – per continuare nel cammino intrapreso a sostegno della cultura e della vivibilità di Milano”.

Il primo impegno riguarda l’adozione degli spazi verdi adiacenti a Piazza Santo Stefano, un’area di grande importanza per la città di Milano, per la sua vicinanza con l’Università degli Studi.

Per quanto riguarda il secondo, in forza di un accordo di sponsorizzazione tecnica con la Direzione Cultura del Comune di Milano, Orticola di Lombardia ha prodotto uno studio di fattibilità paesag-

gistica, a cura di Filippo Pizzoni e Luca Leporati, per ampliare la fruizione culturale degli spazi aperti di Fabbrica del Vapore, con la finalità di promuovere un uso più ampio e flessibile delle sue aree esterne, per dare vita a un vero ‘vivaio’ culturale, che renda gli spazi più fruibili in tutte le stagioni, creare occasioni di scambio, sperimentazione e condivisione anche all’aperto.

Le Novità dell’edizione 2023 – Il podcast

La fontana, a cura dell’Ikebana Chapter Ohara del Garden Club Milano, le collezioni botaniche e le piante che si potevano trovare

in mostra, sono stati gli argomenti dei Podcast, per ascoltarli era sufficiente semplicemente trovare il cartello, inquadrare il QRCode con lo smartphone.

Il benvenuto è stato curato da Filippo Pizzoni, Vice Presidente dell’Associazione, che ha introdotto tutte le “altre voci”, quelle FuoriOrticola, musei, mostre, giardini, orti, negozi e floral designers, per conoscere curiosità botaniche e approfondimenti sull’arte figurativa.

Il podcast è diventato e diventa così un racconto diffuso che coinvolge Orticola e tutta la città.



I Momenti d’incontro

Da sempre considerati un “plus” della mostra-mercato, a Orticola 2023 sono stati ben 87 i momenti gratuiti dedicati al pubblico, sia adulti che bambini, e sono stati presenti anche quest’anno, grazie all’apporto e al sostegno di Italy Sotheby’s

International Realty, nuovo partner della manifestazione che ha voluto condividere con Orticola la passione per il verde, con la volontà di promuovere la conoscenza del giardinaggio e ha deciso di aderire anche a FuoriOrticola con l’allestimento fiorito della vetrina del proprio showroom in Via Gesù, a cura di Eljlightflowers e partecipando al Contest.

I corsi sono stati allestiti nelle tre zone a disposizione: Area Corsi Dugnani 1 e Area Corsi Dugnani 2 nel cortile del palazzo omonimo e Area Corsi Giardini al centro della mostra-mercato, oltre che in molti stand degli espositori. Si tratta di incontri, presentazioni di libri e di giardini, laboratori di decorazione e pittura, visite guidate alla mostra-mercato, corsi tecnici sulle piante e per imparare l’arte del gardening.

Website: <https://www.orticola.org>

GLI INTEGRATORI ALIMENTARI, UN VALIDO AIUTO DALLA DIETA ALL'ESPOSIZIONE SOLARE

Per ogni problema, una risposta. "Gli integratori alimentari hanno ormai conquistato la fiducia di gran parte dei consumatori e sempre più persone vi fanno ricorso, anche per prepararsi all'estate o per rafforzare capelli e unghie. Ma attenzione all'abuso" spiega **Leonardo Celleno**, presidente AIDECO.

Con l'avvicinarsi dell'estate, negli ultimi anni gli integratori hanno trovato nella **fotoprotezione sistemica** un nuovo valido campo di impiego. Infatti, la radiazione solare provoca, nella nostra, pelle una produzione eccessiva di radicali liberi, che superando le naturali difese antiossidanti della cute, causano, alla lunga, il foto invecchiamento e, purtroppo, talvolta, anche i tumori cutanei. È quindi ormai frequente che il dermatologo, accanto ad un prodotto di protezione solare con un fattore di protezione dai raggi UVB SPF 50+ prescrivere un **integratore da iniziare ad assumere anche diversi giorni prima di esporsi al sole**. Così facendo sostanze come i beta carotenoidi delle carote o della verdura colorata, i polifenoli come l'epigallocatechina del tè verde, il picrogenolo del pino marittimo o il polipodium leucotomas della più esotica felce brasiliana riescono a contrastare e a prevenire i danni dovuti

all'**eccessiva formazione di radicali liberi generati dal sole**.

Pur non essendo un medicinale, ci sono poi casi in cui sia il proprio medico a prescrivere l'utilizzo. È il caso di alcune situazioni di pertinenza dermatologica, come, ad esempio, la caduta dei capelli indotta dal cambiamento stagionale o da un grave stress psico-fisico, dove spesso si va a supporto dell'integrazione dietetica anche con sostanze utili alla formazione dei capelli stessi, come gli aminoacidi solforati e le vitamine. Inoltre, dal momento che anche le unghie sono fatte di cheratina - ovvero la proteina strutturale del fusto dei capelli - anch'esse traggono beneficio dall'uso di questo tipo di integratori. "Anche le unghie soffrono nelle diete carenti di alcune sostanze che in genere si ritrovano in alimenti come la carne o il pesce, spesso non più troppo presenti nella nostra alimentazione. Per questo, quando la lamina ungueale è fragile e si sfalda facilmente, l'integratore, con una composizione simile a quella dei capelli, risulta molto utile per rinforzarle" spiega il Prof. Leonardo Celleno, dermatologo e presidente AIDECO.

Per leggere il comunicato stampa integrale, collegarsi all'indirizzo www.aideco.org

Website: www.aideco.org

Sitarama

Via Michelucci, 9 - 50028 Barberino Tavarnelle (FI)
Tel.: 055 8071794 www.sitarama.com



NATURAL PREMIUM

Colorazione permanente per capelli

20 nuances

Colore Brillante

Infiniti Riflessi

Tocco Naturale

100% Copertura dei Capelli Bianchi

arricchita con **Argan** e **Olio di Jojoba**
da **agricoltura biologica**

SENZA
ammoniaca
p-fenilendiammina
resorcina
parabeni
profumo

Nickel **TESTED**



NUOVA FORMULA
dermatologicamente testata

NATURAL PREMIUM