



## Etichette etiche e confusione per i consumatori

Il numero di tipologie di etichette etiche sta proliferando nel settore dei cosmetici. Secondo Organic Monitor, ci sono più di 30 simboli e etichette che rappresentano gli standard di cosmetici naturali e biologici. Ecocert e NaTrue hanno guadagnato la platea più internazionale, con il logo Ecocert presente su più di 12.000 prodotti cosmetici. La crescente domanda dei consumatori per i prodotti certificati è alla base di questa tendenza, tuttavia Organic Monitor si domanda le implicazioni a lungo termine. Secondo la società di ricerche di mercato, la percentuale di adozione di standard di cosmetici naturali e biologici variano considerevolmente tra le diverse regioni. L'Europa Occidentale ha la più alta percentuale di adozione con quasi il 3% di tutti i cosmetici certificati. La certificazione ha anche guadagnato popolarità nel Nord America, ma la quota di mercato rimane al di sotto dell'1% in tutte le altre regioni.

Percentuali di adozione sono particolarmente bassi in Asia, dove i prodotti per lo più importati sono certificati.

Molti marchi di eco-label sono passati dai prodotti alimentari ai cosmetici. Fairtrade, la Vegan Society e le etichette per Vegetariani stanno diventando popolari in alcune parti dell'Europa. Il sigillo Rainforest Alliance è ora anche approvato per l'uso in prodotti cosmetici. Altre etichette rappresentano alcuni aspetti ambientali ed etici. In Scandinavia, il Nordic Swan e UE Eco-flower sono ben affermati, e rappresentano i prodotti cosmetici a basso impatto ambientale. Loghi Cruelty-Free, come il Leaping Bunny, sono comunemente utilizzati da marche di cosmetici etici in Europa

e Nord America. L'etichetta Halal è forse quella con maggiori prospettive. A differenza di altre etichette, fa appello al credo religioso e a preoccupazioni etiche non ambientali dei consumatori. Con 1,5 miliardi di consumatori musulmani, sta ottenendo un crescente interesse da parte dei brand. Tuttavia, la crescente miriade di etichette, loghi e simboli, senza alcuna armonizzazione, potrebbe portare a una confusione dei consumatori?

Ed altra domanda ancora più ampia da parte di Organic Monitor è: quanti «distintivi d'onorabilità» ha bisogno un prodotto per essere veramente etico? Un appello, di cui si fa portavoce Organic Monitor lanciato ai rappresentanti delle principali agenzie di certificazione e sistemi di etichettatura - tra cui Ecocert, NaTrue, ICEA, Soil Association, COSMOS, Cosmebio, ISO, la certificazione Halal, Nordic Swan, EU Eco-Flower, Cruelty-Free e Vegan Society; dalla parte dei consumatori, per la crescente miriade di sistemi di etichettatura etica per i prodotti cosmetici e per la cura personale.

