

6 Torino

Quattro miliardi di agenti
infettivi vivono nell'occhio.
Paparazzo invece non capisce perché il cuore
è a sinistra. E addirittura non fa bene a tutti i tempi
psicologica. In questo modo.

8 Firenze

La farmaceutica americana
Pfizer ha deciso di
abbandonare le ricerche se non farmaci per
Alzheimer e Parkinson. Ma senza altre risorse
continuano, concentrandosi su quattro molecole.

Cosmesi

Creme ipoallergeniche ma piene di allergeni L'allarme Usa

di AGNESE FERRARA

Cosa significa "ipoallergenico"? Mentre il popolo degli allergici non accenna a diminuire, i ricercatori della Northwestern University di Chicago hanno confrontato le formule di 174 creme, lozioni e oli idratanti per il viso, best-seller sui siti di vendite online, e hanno scoperto che solo il 12% non conteneva ingredienti a rischio. L'indagine, pubblicata su *Jama Dermatology*, ha svelato che 87 prodotti contenevano miscele di profumi, 75 i parabeni e 74 il tocoferolo, tutte sostanze sensibilizzanti. In 18 cosmetici, reclamizzati come "senza profumo", è stata invece riscontrata la presenza di almeno un potenziale allergenico da fragranza. I prodotti dermatologicamente testati però possiedono una differenza concreta rispetto agli altri: costano di più, si legge nell'indagine. Matthew Zirwas, della North American Contact Dermatitis Group (Nacdg), dichiara nell'editoriale: «Dobbiamo spiegare ai pazienti

che non devono avere piena fiducia nei prodotti ipoallergenici e senza profumo. L'83% fra i più venduti negli Usa e reclamizzati come ipoallergenici contiene almeno un allergene e il 45% di quelli senza profumo contiene un potenziale allergizzante».

Agli specialisti e ai pazienti americani non resta che informarsi accedendo a diverse banche dati (gratuite) che contengono le liste dei cosmetici privi di sostanze a rischio regolarmente aggiornate dalla Nacdg. E i consumatori europei? La Commissione Europea dà delle indicazioni di massima ai produttori e precisa che la definizione ipoallergenico dovrebbe essere supportata da dati e statistiche affidabili e che comunque non garantisce la completa assenza del rischio di provocare reazioni. Le pubblicità, gli slogan e le etichette dei cosmetici non dovrebbero lasciare intendere che invece lo siano, si legge nel documento tecnico della Commissione.