

Indice generale

Capitolo 1

Il prodotto cosmetico, certificazioni e ISO

Introduzione e cenni storici	1
Che cos'è un cosmetico?	6
Efficacia cosmetica	7
La lingua dei cosmetici: INCI	10
Certificazioni del settore cosmetico	15
ICEA – Disciplinare per la Cosmesi Naturale	16
COSMOS-Standard	17
Certificazione NATRUE	24
Regolamentazione degli ingredienti	25
Regolamentazione del prodotto finito	26
Certificazione Ecolabel	28
Certificazione Cradle to Cradle®	28
Cradle to Cradle Certified®	30
Fairtrade	34
Green Star	34
Le norme ISO	37
Norma ISO 16128	38

Capitolo 2

La chimica verde

I principi della chimica verde	41
Risorse rinnovabili	42
Clean synthesis (sintesi pulita)	44
Green products	46

Capitolo 3

La cosmesi incontra la sostenibilità

I driver della sostenibilità	49
------------------------------	----

Approccio minimalista	51
Impatto ambientale dei cosmetici	52
Carbon Footprint	52
Life Cycle Assessment (LCA)	54
Acqua bevibile	56
Case study: L'Oréal – <i>Sharing Beauty with All</i>	57
SPOT: <i>Sustainable Product Optimization Tool</i>	60
Standard	61

Capitolo 4

Ingredienti green	63
Solventi	64
Antiossidanti	64
Viscosizzanti	65
Filtri assorbenti UV	65
Regolatori di pH	68
Chelanti	68
Tensioattivi	69
Surfattanti	69
Emulsionanti	73
Condizionanti e idratanti	78
Condizionanti	78
Idratanti	81
Coloranti e pigmenti	93
Conservanti	101
Conservanti tradizionali	103
Alternative ai conservanti tradizionali	106
Fragranze	112
Il sistema olfattivo	114
Chimica delle fragranze	115
Fragranze naturali	115
Oli essenziali	116
Muschianti	121
Estratti botanici	121
Fragranze e sostenibilità	124
Case study: produzione di oli essenziali amazzonici nel rispetto della biodiversità	125

Capitolo 5

Packaging sostenibile	129
Cos'è il packaging?	129
La sostenibilità del packaging	130
Definizione di packaging sostenibile	132

Da cosa è composto il packaging: materiali a confronto	134
Packaging primario: alternative sostenibili	135
Considerazioni legislative	137
Capitolo 6	
Green marketing – Perché e come	139
Greenwashing	139
Imperativi green	140
Strumenti per la sostenibilità	141
Diversi gradi di “marketers”	142
Sostenibilità e biodegradabilità nell’industria cosmetica	143
Consumo responsabile e consapevole: il ruolo dei consumatori	145
Tipologie di consumatore	146
Conclusione	146
Indice analitico	149