



Orizzonti allargati per il pensiero innovativo

Esplorare le nuove tecnologie, i mercati del mondo e la letteratura scientifica in cosmetica e dermatologia sono le strade dell'innovazione, per un mercato che vuole garanzie sempre maggiori in materia di efficacia e sicurezza: ne parliamo con Antonio Mazzucco

Dopo la prima laurea, in Chimica e Tecnologia Farmaceutica all'Università di Torino, Antonio Mazzucco accosta la ricerca cosmetologica preparando la tesi sperimentale per la sua seconda laurea, in Farmacia, sullo sviluppo di nuove formulazioni nell'ambito dei modificatori reologici. Il suo percorso formativo prosegue poi con la specializzazione in Farmacia Ospedaliera presso l'Università di Padova e con altri corsi universitari nell'area della gestione del farmaco e dei prodotti alimentari. Altrettanto variegato il bagaglio di esperienze professionali, che lo vede operare nel campo dei microincapsulati, registrando tre brevetti internazionali, e in cui l'attività di cosmetologo si affianca a incarichi presso la ASL di Mirano (VE) come farmacista, rivolti in particolare alla valutazione e monitoraggio di studi clinici, informazione sul farmaco e studi di farmaco-economia e farmacoutilizzazione. Dal 2001 è direttore tecnico e scientifico in Sipres, società del Gruppo Pavanello

Sanità, che offre in outsourcing nel settore cosmetico servizi di ricerca e sviluppo, produzione, confezionamento e studio del posizionamento del prodotto.

Come si riflettono le diverse esperienze formative e professionali sul suo lavoro di ricerca in cosmetologia?

I miei interessi e le circostanze della vita mi hanno portato ad esperienze professionali e di studio in settori diversi da quello cosmetico, anche se affini. Da queste esperienze traggono oggi un grande vantaggio innanzitutto per il fatto di aver sviluppato un punto di vista più ampio sulle potenzialità del cosmetico. È stato, inoltre, molto utile operare nel campo degli studi clinici. In tal modo ho sviluppato metodologie sperimentali e test che ho poi potuto applicare anche alla valutazione dei cosmetici, in particolare nei test *in vivo*. Per questo mi sento di consigliare a chi voglia posizionarsi nell'area della ricerca applicativa in cosmetologia di cercare esperienze diverse, che permettano di avere per avere una visione allargata sul prodotto cosmetico, molto utile in questo momento, in cui osserviamo una forte evoluzione normativa e una grande richiesta di innovazione da parte del mercato.

Come sta cambiando l'approccio allo studio dell'efficacia e della sicurezza dei cosmetici in relazione all'attuale evoluzione del quadro legislativo?

La mia personale esperienza nel campo degli studi clinici sui farmaci mi ha portato ad avere un approccio molto rigoroso anche nella valutazione dei cosmetici. Questo ha trovato piena coincidenza con la filosofia di Sipres che, essendo parte del Gruppo Pavanello, una *holding* che sviluppa il proprio business anche nell'area biomedicale e dei dispositivi medici, si avvale di un *know how* e di strutture di ricerca molto articolate e solide sul piano scientifico. Il centro di ricerca che dirigo può avvalersi del supporto dei medici che operano in area biomedicale e dermatologica, questo ci permette di portare avanti ricerche su tecnologie molto avanzate, lavorando su prodotti innovativi e registrando un certo numero di brevetti. La sicurezza viene valutata a partire dai profili tossicologici delle materie prime fino al prodotto finito; un analogo percorso di studio viene effettuato per costruire un quadro completo dell'attività del cosmetico sull'epidermide, volto a dimostrarne la reale efficacia. Questo modo di lavorare ha anticipato l'evoluzione normativa introdotta dal nuovo Regolamento.

Esiste un ruolo delle aziende cosmetiche per sviluppare validi percorsi di testing?

Per un'azienda che si propone nel panorama nazionale e internazionale, la ricerca di strumenti validati che possano costituire una reale dimostrazione della sicurezza e dell'efficacia dei propri prodotti è fondamentale e avrà importanza sempre crescente. Nel mio lavoro in Sipres ho voluto puntare molto su questo aspetto, mettendo a frutto la mia esperienza nel campo della valutazione degli studi clinici e il *know how* aziendale, molto sviluppato nel campo dei test *in vivo* su volontari sani. Il profilo tossicologico e di attività dei cosmetici deve poi essere completato anche con prove specifiche *in vitro* ed *ex vivo*. Per questi aspetti ci avvaliamo della collaborazione con laboratori specializzati e con centri di ricerca universitari. Il nuovo Regolamento ha riempito alcuni vuoti normativi del passato e le aziende sono chiamate a produrre alle autorità di controllo quei dati necessari per mettere in commercio prodotti in linea con le richieste normative, anche promuovendo la ricerca *in house* e le collaborazioni con gli istituti pubblici.

Quali sono, a suo parere, le frontiere più interessanti dell'efficacia cosmetica?

Osservando anche ciò che avviene all'estero, un fronte molto promettente è quello delle strutture complesse: emulsioni silconiche, strutture cationiche, emulsioni multiple, per fare qualche esempio. Nella realtà italiana queste formulazioni non trovano ancora grande diffusione, però sono proprio le strutture più sofisticate che offrono le performance migliori, quanto a efficacia e sicurezza, e possono rendere un prodotto vincente.

Cosa significa oggi essere innovativi in cosmetica?

Il punto di partenza è avere una visione molto ampia delle potenzialità del cosmetico senza perdere di vista il target di riferimento. Se il mercato è quello dei prodotti di dermocosmesi, le soluzioni devono essere molto all'avanguardia; per un mercato più vicino a quello del mass market le formulazioni sono meno tecnologiche, ma non è detto che non possano esserci margini di reale innovazione. Si possono utilizzare molecole molto semplici ma di dimostrata efficacia che, se accompagnate da una



Antonio Mazucco.

formulazione ben fatta, possono garantire performance molto interessanti mantenendo i costi in linea con il canale distributivo. Per arrivare a pensare in modo innovativo è importante osservare le abitudini delle popolazioni nelle diverse parti del globo, conoscerne le esigenze e, parallelamente, avere una costante frequentazione della letteratura scientifica in area cosmetica e dermatologica. Personalmente cerco di leggere molto le riviste scientifiche del nostro settore ed esorto i miei collaboratori a fare altrettanto. Per quanto lasciare questi spazi di aggiornamento al proprio staff tecnico scientifico rappresenti un costo per le aziende, è un passaggio obbligato se l'obiettivo è l'innovazione. Peraltro, l'innovazione è l'unico obiettivo su cui vale la pena di puntare in momenti difficili come quello attuale, ciò che permette di ottenere risultati distintivi rispetto ai *competitor*.

Quali sono le richieste emergenti del mercato?

Sui mercati maturi, come quelli europei quali la Francia o la Germania e quello statunitense, si coglie una fortissima richiesta dei prodotti "green" o biologici. Altrettanto importante è la richiesta di prodotti di cui sia possibile dimostrare la reale efficacia con test strumentali, studi oggettivi e di elevato profilo scientifico. Tutti i clienti ormai richiedono questo tipo di prove a supporto dei claim. Questa esigenza, che riguarda non solo il prodotto di elevato profilo venduto in canali specializzati come la farmacia ma anche il cosmetico destinato alla GDO, non è dovuta solo alla spinta legislativa. È piuttosto riconducibile a una accresciuta attenzione del consumatore, che non è più disposto a lasciarsi guidare esclusivamente dalla pubblicità nella scelta dei prodotti, ma che si informa autonomamente, utilizza internet e ha una maggiore scolarizzazione e cultura del benessere, che gli consentono di accostare le informazioni con una migliore capacità di valutazione.

Nella formulazione del cosmetico biologico sono esclusi determinati tipi di ingredienti e di tecnologie: quali prospettive vede per il miglioramento delle performance in quest'area?

L'esclusione di molti ingredienti, un esempio fra tutti i siliconi, è un grosso limite per il raggiungimento di determinate prestazioni, a partire dalla rapidità di assorbimento e dalla spalmabilità del prodotto, fino a molte performance raffinate oggi presenti nella cosmesi convenzionale. Non è detto, tuttavia, che sia impossibile ottenere prodotti più tecnologici in quest'area. Cercare e studiare ingredienti naturali che possano sostituire quelli di sintesi per ottenere prestazioni migliori e una maggiore gradevolezza è la sfida del futuro.

Nel nostro centro ricerche stiamo studiando, ad esempio, il modo di ottenere un ri-lascio controllato e prolungare l'efficacia del prodotto utilizzando sostanze naturali evitando gli elastomeri di sintesi e i composti silconici.

Quali aree vorrebbe esplorare nel futuro?

Ho una grande curiosità per moltissimi campi del sapere e una grande passione per la cosmetica e per la ricerca dell'innovazione, il motore di questo tipo di lavoro. In questo è vivo ciò che mi è stato trasmesso dal professor Gianni Proserpio, che ho avuto modo di conoscere durante il mio percorso universitario.

La mia sfida personale per il futuro sarà cercare soluzioni di provata efficacia per la cute, prestando la massima attenzione alle nuove tecnologie. La realtà delle applicazioni più innovative porta verso una sempre più profonda interazione del prodotto con la cute.

Questo aspetto apre un nuovo tipo di sfida per la ricerca, quello di collocare prodotti *border line* rispetto all'azione strettamente cosmetica negli spazi prospettati dalla legislazione.

Questo potrebbe significare il fatto di lavorare in un ambito più vicino all'area biomedica, come quella dei dispositivi medici, quindi ripensare le performance in termini di performance cliniche, più che cosmetiche, che dovranno essere valutate oltre che sul piano dell'efficacia soprattutto sull'aspetto della sicurezza.

