



## Vino, cosmesi e vanità. Falsi miti e certezze

*In Abruzzo un seminario de Le Donne del Vino per sfatare miti sui cosmetici e approfondire il potenziale innovativo del vino associato all'industria della bellezza*

**“Vino e vanità, tra innovazione e sostenibilità”**. È il singolare titolo che la delegazione Abruzzo dell'associazione nazionale **Le Donne del Vino** ha scelto per un coinvolgente seminario guidato da **Pasquina Fracassi** lo scorso 14 marzo a Pescara. Fracassi è cosmetologa membro della SICC ([Società Italiana di Chimica e Scienze Cosmetologiche](#)), collaboratrice dell'IIS Arrigo Serpieri e sommelier AssoMarso. Sotto la sua lente di ingrandimento i luoghi comuni, l'evoluzione e le analogie che interessano sia il comparto della cosmesi che il mondo del vino.

L'iniziativa svolta rientra nelle **“Giornate de Le Donne del Vino”**, che durante la prima metà di marzo ha permesso di affrontare il tema dell'innovazione da tante prospettive. Lo stesso filo conduttore delle frontiere innovative sarà alla base della convention associativa nazionale che verrà celebrata in Abruzzo **dal 15 al 18 maggio** prossimi e riunirà più di 100 donne da tutta Italia.



Da sinistra Pasquina Fracassi, Martina Danelli e Stefania Bosco, rispettivamente delegata e vice-delegata DDV Abruzzo (Foto © Jenny Viant Gómez).

## Vino e cosmesi: una vanità solo femminile?

Il vino e le sue componenti da tempo sono alleati della cosmesi, tanto da diventare parte della formulazione di creme e svariati altri prodotti. Ma ci sono molti miti da sfatare. L'aspetto edonistico che riconduce la vanità e l'uso dei cosmetici in via quasi del tutto esclusiva al mondo femminile è smentito dalla storia e dai trend attuali di consumo.

Le più **antiche pratiche di cosmesi risalgono al 4000 a.C** come suggeriscono i ritrovamenti in Egitto e Mesopotamia di oggetti per la cura della persona. Gli unguenti erano usati dai sacerdoti e il trucco dei faraoni costituiva un vero status symbol.

Nei giorni nostri, secondo dati aggregati emersi nell'ultima edizione della fiera di settore Cosmoprof Worldwide Bologna, i **prodotti cosmetici maschili in Italia**, nel 2023, hanno subito un incremento del 4,7%, pari a 141,6 milioni di euro.

La trasversale vanità che ha valicato i secoli, senza distinzione di genere, fa scaturire vari quesiti ai quali risponde in maniera articolata e puntuale la relatrice **Pasquina Fracassi**.

## Cos'è la vanità?

I cosmetici, quei prodotti usati tante volte al giorno da tutti, grandi e piccini, uomini e donne, sono l'immagine stessa della vanità. Ma il significato di vanità è un concetto che va analizzato. Diceva **Blaise Pascal** (1623-1642): «*La vanità è così radicata nel cuore dell'uomo, che ciascuno di noi vuole essere ammirato, perfino me che scrivo queste parole, e voi che le leggete*». Può sconfinare nel mitologico disturbo di Narciso raccontato nelle Metamorfosi di Ovidio.

In conclusione, la vanità è insita nell'animo umano. Ciascuno desidera ricevere attenzione. L'apparenza fisica è una forma di comunicazione orientata a sedurre. Si calcola che il 6% della popolazione italiana soffre di un disturbo di personalità come il narcisismo, il 75% sono maschi.

## Cos'è un cosmetico? E qual è la differenza con il farmaco

Non è solo un prodotto di bellezza, ma un prodotto indispensabile nella vita di tutti i giorni, oltre ad essere considerato un alleato per il benessere dell'individuo, e non è cosa da poco. Bisogna differenziarlo da un suo "parente" più prossimo: il farmaco.

Nel farmaco ad emergere è solo un determinato principio attivo curativo, a certe dosi, che va preso solo per un tempo prestabilito. Nel cosmetico abbiamo un insieme di sostanze di varie categorie (di base, funzionali e migliorativi) e può essere utilizzato anche più volte al giorno. Il consumatore è spesso disorientato dalla terminologia e dalla pubblicità. Nonostante esista un Regolamento europeo a tutela, emergono delle ambiguità semantiche, ad esempio quando viene chiamato con altri nomi come dermocosmetico oppure cosmeceutico, ecc.

Può essere utile sapere che una crema cosmetica non potrà mai penetrare negli strati più profondi della cute. La nostra cute è una barriera formidabile che ci protegge dagli agenti esterni. Una crema non ha un costrutto formulativo tale da apportare modifiche migliorative in profondità.



Una rappresentanza della delegazione Donne del Vino Abruzzo (Foto © Jenny Viant Gómez).

## Qual è l'aspetto innovativo dei cosmetici al vino?

Alla luce di un'analisi del **rapporto tra vino e cosmetici** emerge comunque un aspetto rilevante quando le stesse sostanze insite nel vino si ritrovano anche nei cosmetici per diverse finalità previste in ambito legislativo del cosmetico. Un esempio n'è la grande famiglia dei **polifenoli** che, sebbene siano una miriade di molecole (flavonoidi, flavonoli, non flavonoidi, ecc.), si trovano tra gli ingredienti dei prodotti solari e/o dei prodotti anti-age, grazie alla loro attività antiossidante.

I cosmetici a "**base di vino**" si configurano come un'opportunità per la valorizzazione dei prodotti da scarto, ad esempio bucce, vinacce e semi. Aiutano a costruire un sistema più sostenibile, generando molteplici benefici non solo ambientali ma conseguentemente per la creazione di nuove opportunità lavorative e di reddito.

### Data di creazione

18/03/2025

### Autore

jenny-viant