

COMUNICATO STAMPA

IL COVID NON TOGLIE LA VOGLIA DI SORRIDERE

I prodotti per lo sbiancamento dentale sono tra i pochi a crescere nonostante la crisi Covid: +4,3% nei primi tre mesi del 2021. Il mercato si adegua e l'offerta si moltiplica, ma bisogna fare attenzione ai prodotti che si trovano, soprattutto in rete.

Denti bianchi, sempre. Nonostante tutto, il sorriso e l'igiene della bocca restano importantissimi per gli italiani. A raccontarlo sono i dati della trimestrale di Cosmetica Italia, l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche, che vedono i prodotti per l'igiene orale (tra cui gli sbiancanti) crescere del 4,3% rispetto all'anno precedente per un giro d'affari di 237 milioni di euro: uno dei pochi settori dell'intero comparto ad aver fatto registrare un segno positivo.

Ulteriore vigore alla tesi che agli italiani piace avere un bel sorriso viene dai dati dell'Accademia italiana di odontoiatria conservativa e restaurativa dai quali si apprende, nei soli mesi che vanno da maggio a giugno, che circa 120mila italiani si recano dal dentista per effettuare operazioni di sbiancamento dei denti, una crescita, nel periodo, del 15% annuo e un giro di affari di circa 30 milioni di euro. Un mercato in costante crescita, soprattutto on line (+42% rispetto al 2020) e soprattutto quello "fai da te" che ha visto moltiplicarsi i prodotti che i consumatori possono trovare nei *marketplace* digitali: una semplice ricerca sul web restituisce oltre 700mila risultati. Ma, come spiegano Roberto Cioffi e Nicolò Cipiti, fondatori di Carbo Smile, brand milanese che distribuisce articoli per lo sbiancamento dentale, «prima di effettuare acquisti è sempre consigliabile accertarsi dei requisiti di sicurezza e di efficacia dei prodotti, oltre che, in caso di patologie, di chiedere il parere a professionisti».

Già, perché, in molti casi i prodotti proposti non soddisfano le aspettative reclamizzate. A fare le pulci a questo mercato in crescita, nell'ottobre del 2019, era intervenuta anche la trasmissione televisiva «Striscia la notizia» con un servizio ad hoc che aveva preso il via dalle pubblicità di alcune influencer italiane che proponevano, sui social network, ai propri follower, svariati prodotti per lo sbiancamento dei denti. Per distinguersi dalle alternative poco sicure, non efficaci e distribuite impropriamente online, Carbo Smile ha commissionato studi di valutazione presso l'Università Federico II di Napoli: «Nell'estate 2020 abbiamo sottoposto i nostri prodotti a uno studio valutativo al Dipartimento di Farmacia dell'Università partenopea -spiegano Cioffi e Cipiti- che ha dimostrato la bontà dei nostri prodotti e la qualità dei risultati a tutto tondo». Le ricercatrici del Dipartimento di Farmacia della Federico II, infatti, hanno concluso, tra le altre cose, che per tutti i prodotti sottoposti a test «si verifica strumentalmente un effetto sbiancante» e che «tale effetto è stato anche percepito dai volontari partecipanti allo studio».

«Oltre al fatto che i prodotti cosiddetti “fai da te” hanno costi molto più bassi rispetto a un ciclo di sedute dal dentista e possono essere ordinati online -concludono i fondatori di Carbo Smile-, i consumatori possono trovare questi prodotti anche all’interno di canali distributivi, come le farmacie, dove è possibile ottenere consigli professionali per trattamenti adeguati. Grazie ai test valutativi a cui abbiamo sottoposto i nostri prodotti, abbiamo potuto proporci anche alle farmacie con la convinzione che questo settore merceologico debba essere il più trasparente possibile per offrire prodotti di qualità e certezze per i consumatori».

Carbo Smile

Carbo Smile è presente sul mercato italiano dal 2019 sia con prodotti in carbone attivo per lo smacchiamento dei denti sia con l’innovativo sistema PAP, sostituto efficace del perossido di idrogeno, per lo sbiancamento dentale. Distribuiti da Hocus Srl, azienda con sede a Milano, i prodotti Carbo Smile sono disponibili sia on-line sul sito carbosmile.com sia nelle farmacie autorizzate.