

Più politiche per il “divieto di profumo”

Klaschka, Ursula¹ Wagner, Heidi²

¹ Università di Scienze Applicate di Ulm, Germania E-mail: Ursula.klaschka@thu.de

² Gruppo di sostegno MCS Rosenheim, Germania E-mail: shg@mcs-rosenheim.de

*Traduzione di una pubblicazione sulla rivista Umwelt · Medizin · Gesellschaft 36(2)2023: 29-33
con il gentile permesso dell'editore*

https://mcs-rosenheim.de/wp-content/uploads/Plaedoyer_fuer_mehr_Duftstofffreiheit.pdf

I profumi e i prodotti di consumo profumati come deodoranti per ambienti, detersivi e detergenti hanno un lato oscuro. La questione degli effetti nocivi sulla salute umana associati ai prodotti di consumo profumati ha raggiunto una dimensione (anche secondo l'Associazione tedesca per le allergie e l'asma/DAAB)¹ che richiede un'azione. Sondaggi internazionali² mostrano che circa il 32% della popolazione segnala effetti negativi sulla salute legati ai beni di consumo profumati. In Germania, questo è stato confermato dal 20% dei partecipanti di un sondaggio rappresentativo. Molte persone, inoltre, preferiscono alternative senza profumo anche se non sono sensibili. La metà dei partecipanti al sondaggio ha indicato che preferirebbe prodotti senza profumo se fosse a conoscenza delle loro emissioni di inquinanti atmosferici pericolosi. I risultati dei nostri studi forniscono un forte sostegno a favore di un maggior numero di prodotti senza profumo e mostrano chiaramente le carenze nell'attuale comunicazione del rischio.^{3,4,5}

Parole chiave: Fragranze, politica senza profumi, rischio per la salute, comunicazione del rischio, consapevolezza del rischio, comportamento dei consumatori

H. Wagner: Perché i profumi sono utilizzati così tanto?

U. Klaschka: Ci sono molte ragioni per cui vengono utilizzate le fragranze. L'influenza della pubblicità difficilmente può essere sopravvalutata. Gli scienziati critici descrivono le fragranze come "un prodotto di fantasia, intimamente connesso all'autostima o all'immagine di sé e alla desiderabilità e attrattiva percepite dall'acquirente".⁶ Difficilmente si può sfuggire al lato emotivo della percezione olfattiva. Ad esempio, gli esperti di marketing sfruttano questo carattere manipolatorio delle fragranze per promuovere le vendite senza che i clienti se ne rendano conto.⁷ Le promesse seducenti delle pubblicità possono ingannare i consumatori, che poi ignorano i pericoli. È interessante notare che i consumatori

considerano i prodotti per la casa che utilizzano frequentemente, come i prodotti profumati per la cura personale, il bucato e la pulizia, meno pericolosi rispetto ai prodotti che utilizzano raramente.⁸ Di seguito mi riferisco principalmente all'indagine rappresentativa sulle fragranze in Germania che ho condotto insieme alla Prof.ssa Anne Steinemann nel 2019.^{3,4,5} La prof.ssa Steinemann ha pubblicato numerosi studi ben comprovati sulle fragranze e consiglio vivamente di leggere le sue pubblicazioni. Nel nostro studio abbiamo chiesto ai partecipanti se le fragranze li fanno sentire più attraenti e se il profumo delle fragranze suggerisce loro qualcosa sull'igiene. Infatti, tre quarti degli intervistati hanno affermato di utilizzare prodotti profumati per la cura personale per aumentare la propria capacità di attrarre. Sorprendentemente, questo vale anche per più della metà delle persone sensibili ai profumi. È possibile che queste persone non traggano le dovute conseguenze o che utilizzino il prodotto ottimale a basse dosi. È interessante notare che oltre il 15% della popolazione generale dichiara di trovare piuttosto repellente stare accanto a una persona che utilizza prodotti profumati. Per le persone sensibili ai profumi, la percentuale è del 35%. Questi dati potrebbero essere un motivo per riconsiderare il proprio uso dei profumi. Più di un terzo degli intervistati associa le fragranze agli standard igienici. Tuttavia, confondere il buon odore con l'igiene può essere pericoloso, ad esempio se i prodotti profumati sostituiscono le misure igieniche nelle case di cura.

H. Wagner: Quali sintomi sono stati associati dai partecipanti al sondaggio alle fragranze?

U. Klaschka: Nel nostro sondaggio una persona su cinque associa almeno un effetto negativo sulla salute alle fragranze. In studi comparabili² condotti negli Stati Uniti, in Australia e in Svezia, le cifre sono ancora più elevate e circa un terzo della popolazione segnala tali effetti. Ad esempio, più della metà delle persone che associano problemi di salute all'esposizione ai profumi riferisce problemi respiratori, più di un terzo problemi alle mucose, un terzo reazioni cutanee, un quarto emicranie e il 17% attacchi d'asma (Fig. 1). Il fatto che i problemi cutanei non siano l'effetto più frequentemente citato è

Progetto dello studio^{3,4,5} e definizioni

È stato condotto un sondaggio online sulla popolazione adulta (di età compresa tra i 18 e i 65 anni) in Germania utilizzando un campione casuale rappresentativo per età, sesso e regione (n = 1102). La raccolta dei dati è avvenuta nel 2019, con la pubblicazione dei risultati nel 2020. Le domande dell'intervista riguardavano: l'uso e l'esposizione a prodotti profumati; gli effetti sulla salute associati all'esposizione a prodotti profumati; situazioni specifiche di esposizione; gli effetti dell'esposizione a prodotti profumati sul posto di lavoro e in altri luoghi; le preferenze per ambienti senza profumi e le normative. Inoltre, è stata determinata la percezione del rischio da parte del grande pubblico. Il termine "popolazione generale" include l'intero gruppo di studio.

I sottogruppi dell'analisi statistica includono ad esempio:

- 1) Persone che hanno segnalato uno o più tipi di effetti negativi sulla salute derivanti dall'esposizione a uno o più tipi di prodotti profumati (19,9 %).
=> In questa intervista si fa riferimento a "persone sensibili alle fragranze" o "persone sensibili ai profumi".
- 2) Persone che preferiscono prodotti senza profumo (41,6%).
- 3) Individui che preferiscono strutture sanitarie prive di profumi (46,4%).

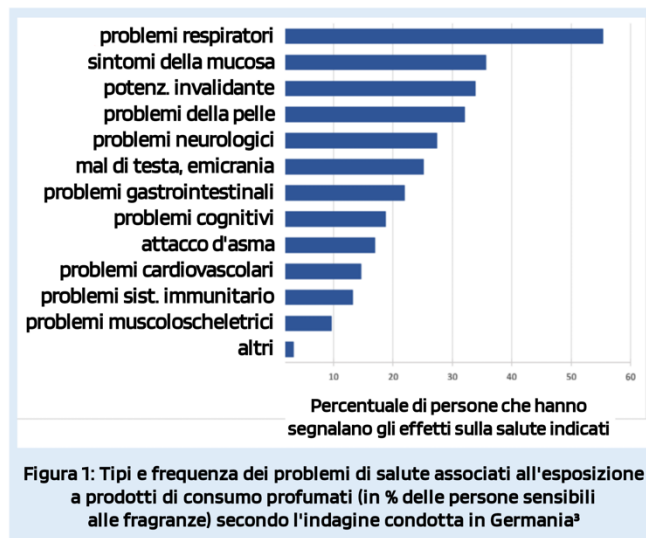
particolarmente interessante, poiché questi erano al centro delle indagini passate sui possibili effetti negativi delle fragranze. In particolare, sono state prese in considerazione le 26 sostanze profumate potenzialmente allergizzanti presenti nei prodotti per la cura personale, nei detergenti e nei prodotti per la pulizia.⁹ In confronto, la nostra indagine non si limita ad affrontare un numero specifico di sostanze potenzialmente allergeniche, ma tiene conto dei vari modelli di utilizzo e dei diversi potenziali effetti sulla salute delle fragranze. È nella natura di un'indagine basarsi sulle autodichiarazioni dei partecipanti. Non possiamo escludere che vi siano effetti sulla salute che le persone non associano alle fragranze, compresi effetti a lungo termine o inconsci come cancerogenicità, mutagenicità, effetti endocrini, tossicità riproduttiva o tossicità per altri organi. L'autovalutazione, ovviamente, non esclude la possibilità che gli intervistati attribuiscono ai profumi sintomi che in realtà sono causati da conservanti, solventi o altri agenti. D'altra parte, è anche possibile che le persone che si sono abituate a concentrazioni più elevate di profumi e non li sentono più consapevolmente non associno gli effetti sulla salute all'esposizione ai profumi. Vorrei sottolineare che, secondo i risultati di numerosi studi², gli autistici appartengono a gruppi a rischio speciale con un'alta prevalenza di sensibilità alle fragranze. Gli effetti sulla salute sono descritti più frequentemente da tutti i sottogruppi dopo che una stanza è stata pulita con prodotti profumati, seguita dalla vicinanza a qualcuno che indossa un prodotto profumato e dai deodoranti per ambienti (Tab. 1).

H. Wagner: Ritieni che in futuro le persone sensibili ai profumi aumenteranno, e, se sì, perché?

U. Klaschka: Non posso fare previsioni a partire da un singolo sondaggio, ma la distribuzione per età potrebbe dare un'indicazione. Un numero relativamente elevato di giovani, soprattutto uomini, riferisce di problemi di salute causati dai profumi. Nel caso in cui la loro sensibilità alle fragranze non scompaia nel corso degli anni, ciò indica che, in futuro, più persone potrebbe osservare i sintomi causati dalle fragranze. In un'indagine di questo tipo si registrano gli effetti a lungo termine. Non possono essere esclusi e potrebbero aumentare la prevalenza in futuro. L'aumento del numero di persone sensibili alle fragranze dipende in gran parte dalla quantità e dal tipo di fragranze presenti nel loro ambiente. Il comportamento individuale e le quantità utilizzate sono fattori chiave. Al momento, non vedo motivi per ritenere che l'esposizione diminuirà nel prossimo futuro. Ad esempio, l'attuale rapporto annuale dell'IKW¹⁰ indica un aumento dei volumi di produzione di deodoranti per ambienti. Anche le esposizioni all'aria interna sono aumentate a causa della pandemia, a seguito del maggiore utilizzo di disinfettanti e saponi profumati. Inoltre, il servizio di consulenza del DAAB osserva che sempre più persone reagiscono alle fragranze presenti nell'aria con effetti nocivi sulla salute¹.

H. Wagner: Quali sono le limitazioni quotidiane dovute all'esposizione alle fragranze?

U. Klaschka: I risultati mostrano che le persone sensibili ai profumi soffrono gravemente di notevoli inconvenienti nella loro vita quotidiana. Ad esempio, un terzo dichiara che gli effetti sulla salute causati dai profumi impediscono loro di partecipare ad attività culturali o sociali. Questa perdita di accesso alla società è un vincolo molto grave, difficilmente immaginabile per le persone non affette. Più della metà delle persone sensibili ai profumi ha dichiarato di essere stata impedita di recarsi in un determinato luogo a causa dell'elevata esposizione ai profumi. È interessante notare che questo vale anche per il 10% delle persone che non hanno segnalato problemi di salute legati alle fragranze. Ciò significa che le persone evitano i luoghi profumati anche per motivi diversi dalla sensibilità alle fragranze.



H. Wagner: L'esposizione ai profumi ha anche effetti economici, ad esempio sui luoghi di lavoro?

U. Klaschka: Il 22% delle persone sensibili alle fragranze e il 6% della popolazione generale dichiara di non essere stato in grado di lavorare a causa dell'esposizione ai profumi sul posto di lavoro. In media, in Germania si perdono 7,4 giorni lavorativi per persona all'anno a causa di questo fenomeno. Questo dato è più alto nel nostro sondaggio nazionale rispetto ad altri paesi, dove si sono persi in media 5,1 giorni lavorativi a causa degli effetti sulla salute legati ai profumi.¹¹ Il costo del mancato reddito, delle spese mediche e di altri costi associati a queste assenze è stimato in 14,5 miliardi di euro all'anno in Germania. Questo sottolinea l'elevata importanza economica degli effetti delle fragranze sulla salute. Sarebbe interessante sapere se questi effetti sarebbero inferiori sul posto di lavoro se prevalessero le zone senza profumi. Nel sondaggio, un terzo di tutti gli intervistati è favorevole a luoghi di lavoro senza fragranze. Come descritto sopra, le stanze appena pulite sono la causa più frequentemente citata dei sintomi associati alle fragranze. Ciò significa che il personale addetto alle pulizie potrebbe essere particolarmente a rischio poiché esposto quotidianamente durante l'orario di lavoro.

H. Wagner: Quali fattori influenzano la consapevolezza del rischio e il comportamento sicuro?

U. Klaschka: I nostri dati dimostrano che le conoscenze di base sulla chimica delle fragranze hanno una certa influenza sul comportamento degli utenti. Sarebbe importante attirare l'attenzione dei consumatori sul fatto che le sostanze o le miscele presenti nei prodotti di uso quotidiano possono essere dannose per la salute umana e l'ambiente. Tuttavia, c'è ancora molta strada da fare dalla conoscenza alla consapevolezza del rischio e ancora più verso un comportamento sicuro. La fase 1 sarebbe la cosiddetta "comunicazione dei pericoli e dei rischi". Ciò include un'etichettatura user-friendly, cioè di facile comprensione, per i consumatori con pittogrammi di pericolo sulle confezioni dei prodotti di uso quotidiano. Tuttavia, i prodotti per la cura personale, ad esempio, sono esenti dall'obbligo di classificazione ed etichettatura, cosicché, indipendentemente dalla quantità di sostanze potenzialmente pericolose presenti nel prodotto, un possibile pericolo non è evidenziato per l'utente.¹² Senza questa esenzione, quasi tutti i prodotti per la cura personale dovrebbero essere etichettati con pittogrammi di pericolo.¹³ Tuttavia, la maggior parte delle persone non è a conoscenza di questa esenzione. I prodotti per la cura personale non sono etichettati con pittogrammi di pericolo, ma sul contenitore è presente un elenco degli ingredienti.

Questi elenchi spesso non sono completi e non si può fare affidamento su di essi.^{14,15} Ciò vale in particolare per le persone sensibili alle fragranze. Nel nostro sondaggio, solo la metà delle persone sensibili alle fragranze dichiara di leggere l'elenco degli ingredienti. Piuttosto, gli elenchi degli ingredienti sono utili come supporto per gli esperti negli ospedali o nei centri antiveneni. La maggior parte dei consumatori non è in grado di comprendere i nomi riportati sulla confezione.¹⁶ Ciononostante, quasi un terzo degli intervistati afferma di leggere le informazioni sui profumi riportate sul prodotto e una percentuale ancora maggiore afferma che tali informazioni influenzano il loro comportamento di acquisto. Il rischio di una sostanza dipende sia dalle sue proprietà che dalla quantità utilizzata. Gli effetti finali per un individuo dipendono dalla somma di tutte le fragranze provenienti da tutte le fonti presenti in una stanza, che porta alle concentrazioni aggregate di tutte le fonti. È noto che la miscela di sostanze diverse può essere più dannosa di una sostanza unica. Passiamo alla fase 2, "consapevolezza del rischio". A quanto pare, un quinto della popolazione tedesca è consapevole che le fragranze hanno effetti dannosi sulla salute. Infine, la fase 3 "Comportamento di sicurezza". Il comportamento sicuro riguarda l'uso specifico delle fragranze. Attualmente, data l'ubiquità del profumo nella società, è possibile evitarlo completamente solo con notevoli limitazioni individuali e personali. I miglioramenti più semplici riguarderebbero comportamenti e misure igieniche che non richiedono l'uso di prodotti chimici, ad esempio aria fresca invece di deodoranti per ambienti o lavaggi invece di profumi.

H. Wagner: Quali sono i malintesi più comuni dei consumatori?

U. Klaschka: La diffusione delle conoscenze nella comunicazione dei pericoli e dei rischi è particolarmente difficile quando entrano in gioco le emozioni e le competenze sono scarse. Molte persone associano un profumo gradevole a sentimenti positivi e per loro è controintuitivo che un profumo gradevole possa causare danni. Eppure, le fragranze più comuni sono classificate come sostanze pericolose nel database dell'UE ad accesso libero¹⁷. In un sondaggio da me condotto nel 2016¹⁸, così come in un sondaggio dell'UE¹⁹, fino al 20% dei partecipanti ha affermato che riconoscerebbe la pericolosità di un prodotto dal suo odore. Se fosse così semplice, si potrebbero risparmiare i lunghi e costosi test (eco)tossicologici. Un altro esempio di idee sbagliate frequenti riguarda i prodotti "verdi", "biologici" o "naturali". L'atteggiamento positivo nei confronti di questi termini è molto diffuso tra la popolazione. Più della metà dei partecipanti al nostro sondaggio ritiene che le fragranze naturali sarebbero più salutari di quelle sintetiche e non sa che questo è un presupposto sbagliato. Gli ingredienti provenienti da piante o altri organismi possono essere altrettanto pericolosi, e talvolta anche più pericolosi, delle sostanze sintetizzate chimicamente.²⁰ Tra i partecipanti al sondaggio che sono consapevoli che le sostanze naturali in genere emettono inquinanti dell'aria pericolosi,²¹ il 14% di questi consumatori crede ancora che gli ingredienti naturali siano più salutari.

I consumatori dovrebbero sapere che:

- I profumi sono sostanze chimiche che contaminano l'aria che respiriamo.
- Possono avere effetti negativi.
- Danno una sensazione fuorviante sulla reale situazione igienica.
- Possono manipolare.
- "Senza profumo" non significa "senza fragranze".
- Le sostanze naturali possono essere altrettanto o addirittura più dannose delle sostanze prodotte sinteticamente. Inoltre, alcune di esse provengono da piante raccolte in preziosi siti naturali con conseguenze negative per gli ecosistemi locali.

H. Wagner: I consumatori sono sufficientemente informati sugli ingredienti e sugli effetti nocivi?

U. Klaschka: I produttori non sono obbligati a elencare tutti gli ingredienti. Ad esempio, solo 26 fragranze potenzialmente allergizzanti devono essere menzionate sui prodotti per la cura personale se presenti nell'articolo in concentrazioni superiori a un determinato limite. Le persone particolarmente sensibili ai profumi si avvalgono di servizi di informazione come quelli offerti dalla DAAB o dall'Agenzia tedesca per l'ambiente. L'elevato numero di persone che osservano effetti negativi sulla salute associati alle fragranze indica che gli attuali strumenti esistenti di comunicazione dei pericoli e dei rischi non sono sufficienti per raggiungere il grande pubblico e proteggere adeguatamente i consumatori da esposizioni pericolose.¹⁶ Gli strumenti di comunicazione dei pericoli e dei rischi spesso hanno meno successo di quanto desiderato. Spesso si ha un'idea errata sulle fragranze, come l'atteggiamento nei confronti delle fragranze naturali descritto sopra. Inoltre, secondo il nostro sondaggio, meno della metà delle persone sa che il termine "profumo" riportato sul contenitore di un prodotto indica una miscela di molti ingredienti singoli diversi. Quasi tutti i partecipanti al sondaggio indicano di utilizzare frequentemente prodotti profumati. Allo stesso tempo, quasi la metà degli intervistati afferma che non utilizzerebbero un prodotto profumato se sapessero che l'articolo emette inquinanti atmosferici pericolosi. Ciò dimostra la conoscenza insufficiente dei consumatori. Inoltre, è un esempio del fatto che non è sufficiente offrire solo conoscenze per ottenere una comunicazione del rischio efficace. Il comportamento è il risultato di una moltitudine di fattori influenti. La conoscenza è solo un aspetto. È ampiamente dimostrato che il trasferimento di informazioni "dall'alto verso il basso" dagli esperti al grande pubblico non porta a un cambiamento nel comportamento. Piuttosto, potrebbe essere efficace una strategia informativa "bidirezionale" che includa un approccio "dal basso verso l'alto", cioè oltre al trasferimento di conoscenze "dall'alto verso il basso", devono essere presi in considerazione i fattori dei gruppi target, 'capacità di comprensione delle persone, le loro esperienze, le loro preferenze personali, gli aspetti culturali e altri parametri.

H. Wagner: Cosa suggerirebbe per migliorare la salute e la tutela dei consumatori?

U. Klaschka: Finché la situazione non cambierà radicalmente, il primo passo deve essere quello di prendere sul serio le persone sensibili ai profumi, mostrare comprensione per la loro situazione e trattarle con rispetto. L'attenzione dovrebbe essere posta sui gruppi più vulnerabili della società, sui bambini, sugli anziani e sui malati. Sarebbe particolarmente importante supportare gli operatori sanitari nell'identificazione degli agenti che causano i sintomi riscontrati dalle persone sensibili ai profumi e nell'essere in grado di fornire soluzioni efficaci e adeguate. Nel caso di un problema cutaneo, è relativamente facile dimostrare la causalità, mentre per gli altri effetti è molto più difficile, soprattutto perché i sintomi possono essere scatenati anche da una miscela di sostanze diverse. In linea di principio, tutti dovrebbero stare attenti ai prodotti profumati, soppesare i pro e i contro e preferire prodotti senza profumi e conservanti.

Per una migliore protezione della salute umana e dell'ambiente, ho le seguenti 10 raccomandazioni generali:

1. alternative prive di sostanze chimiche al posto dei profumi (ad esempio, aprire la finestra per cambiare l'aria nella stanza invece di utilizzare deodoranti per ambienti)
2. spazi/strutture pubbliche senza profumo
3. prodotti senza profumi
4. sostituire gli ingredienti pericolosi con altri meno pericolosi
5. riduzione delle quantità utilizzate

6. identificazione e regolamentazione delle sostanze che causano gli effetti avversi descritti
7. etichettatura di tutte le miscele e i prodotti contenenti fragranze
8. elenco obbligatorio degli ingredienti delle fragranze su tutti i prodotti e negli spazi interni profumati
9. eliminazione della norma di esenzione per i prodotti per la cura personale nel regolamento UE sulla classificazione e l'etichettatura¹²
10. applicazione dei pittogrammi di pericolo anche ai contenitori di capacità inferiore a 125 ml.

H. Wagner: Quali fatti supportano le politiche senza profumo?

U. Klaschka: Ci sono molte ragioni a sostegno delle politiche senza profumi. La più importante è l'elevata percentuale di individui sensibili alle fragranze nella popolazione, poiché una grande percentuale della popolazione generale associa i problemi di salute all'esposizione alle fragranze. I risultati del nostro studio indicano che campagne educative dettagliate sarebbero molto costose e richiederebbero molto tempo per ottenere un grande successo in futuro. Sarebbe molto più semplice ed efficace proteggere la salute e l'ambiente riducendo l'esposizione alle fragranze, ad esempio aumentando il numero di ambienti, servizi e prodotti senza profumo. Il DAAB etichetta i prodotti senza profumo con il logo DAAB, che facilita la scelta dei prodotti da parte dei clienti.²² Le stanze senza profumo, in particolare nelle strutture sanitarie e in altri spazi pubblici, potrebbero ridurre l'esposizione. Mi aspettavo che le persone che preferiscono i prodotti senza profumo segnalassero meno problemi di salute causati dai profumi, poiché sono meno esposte a queste sostanze. Tuttavia, in questo gruppo, una percentuale ancora maggiore di persone riferisce sintomi. Una possibile spiegazione potrebbe essere che gli effetti negativi sulla salute sono la ragione per cui si preferiscono alternative senza profumo. Oltre alla protezione della salute, anche la dimensione sociale gioca un ruolo importante. Gli ambienti senza profumi potrebbero consentire alle persone sensibili alle fragranze un maggiore accesso e partecipazione alla società. Questo coinvolgimento è un aspetto molto importante non solo per queste persone, ma anche per le loro famiglie, amici e colleghi di lavoro. Anche il fattore economico si esprime a favore delle normative sui prodotti senza profumi: si perderebbero meno giorni lavorativi e si potrebbero ridurre i costi sanitari. Poiché i profumi possono avere una serie di effetti nocivi sugli organismi ambientali, ciò contribuirebbe anche alla protezione dell'ambiente.²³ Finora in Germania sono stati creati solo pochi spazi senza fragranze, mentre negli Stati Uniti e in Canada già da molti anni sono stati creati edifici e strutture senza fragranze, ad esempio biblioteche, scuole, università, ospedali e, in alcuni casi anche le autorità sostengono le linee guida per luoghi di lavoro senza fragranze.^{24,25}

H. Wagner: Le politiche senza profumo o i prodotti alternativi troverebbero ampio consenso?

U. Klaschka: Quando nel nostro sondaggio chiediamo informazioni sui luoghi privi di profumi, è possibile che i partecipanti abbiano opinioni diverse.

Idee al riguardo. Alcune persone percepiscono le fragranze anche nelle concentrazioni più basse, mentre altre si sono abituate a concentrazioni molto elevate e sono insensibili agli odori. Pertanto, gli ambienti senza fragranze sono luoghi privi di deodoranti per ambienti aggiunti o in cui alcune persone non sentono alcuna fragranza. Per altri, significa che **tutti** i prodotti utilizzati e **tutte** le persone presenti nella stanza sono completamente privi di profumi. È anche possibile che alcune persone temano che gli odori sgradevoli possano diventare predominanti se non si utilizzano profumi, ad esempio nei bagni. Si dimentica che il cattivo odore è dovuto a pulizia e ventilazione inadeguate. L'uso di fragranze maschera questi odori sgradevoli e aumenta la concentrazione dell'inquinamento dell'aria interna. Le alternative senza profumo godono di un ampio consenso, che non si limita alle persone sensibili ai profumi: oltre il 40% degli intervistati ha dichiarato di preferire i prodotti senza profumo, quando disponibili. Il 37% della popolazione generale preferisce che i propri vestiti non profumino dopo il lavaggio. Più della metà degli intervistati preferisce gli hotel senza profumo. Il 54% delle persone sensibili ai profumi gradirebbe un luogo di lavoro senza fragranze, così come un terzo della popolazione generale. Il sostegno agli spazi senza profumi è leggermente inferiore nel sondaggio rappresentativo condotto in Germania rispetto ai sondaggi condotti in altri paesi studiati, come gli Stati Uniti o l'Australia. Ciò potrebbe essere dovuto al fatto che in Germania i deodoranti per ambienti non sono ancora così diffusi come altrove e quindi l'esperienza personale è minore. Quasi la metà della popolazione generale è favorevole a strutture sanitarie senza profumi. I risultati del mio studio confermano le avvertenze e le raccomandazioni fornite dal DAAB¹ e dall'Agenzia federale per l'ambiente²⁶. Mi auguro che i risultati del mio studio possano motivare alcuni decisori politici a introdurre normative per politiche più orientate verso l'assenza di profumi.

Ursula Klaschka Biologa e chimica, docente presso l'Università di Scienze Applicate di Ulm, Germania. Membro della Società dei Chimici Tedeschi, il suo lavoro e la sua ricerca si concentrano principalmente su: ecotossicologia, valutazione delle sostanze pericolose, classificazione ed etichettatura, eco-etichettatura, fragranze e sostanze chimiche odorose.

Heidi Wagner ha lavorato per molti anni nel campo della qualificazione dei dipendenti. A causa della sua malattia, si è occupata intensamente dei temi dell'intolleranza ai profumi e della sensibilità chimica multipla. Al fine di sostenere questo gruppo di pazienti, dal 2018 è impegnata nel campo dell'auto-aiuto volontario.

*Titolo della pubblicazione originale nella rivista **Umwelt • Medizin • Gesellschaft**: (in tedesco) „Plädoyer für mehr Duftstofffreiheit“*

Scenari di esposizione		popolazione generale	persone che utilizzano profumi per sentirsi più attraenti	persone che considerano gli ingredienti naturali salutari	persone che preferiscono prodotti senza fragranze	persone che leggono le referenze	asmatici	persone sensibili ai profumi	autistici
Dimensione dei (sotto)gruppi	n=	1102	799	613	458	312	225	219	49
trovarsi in una stanza dopo che è stata pulita con prodotti profumati		11,9	9,0	14,2	18,6	21,5	27,1	59,8	57,1

stare vicino a qualcuno che indossa un prodotto profumato	10,2	6,9	11,4	17,2	18,6	24,4	51,1	55,1
esposizione a profumatori per ambienti o deodoranti	9,4	7,3	11,1	15,3	17,9	24,0	47,5	44,9
esposizione al profumo dei prodotti per il bucato provenienti dallo scarico dell'asciugatrice	6,8	5,1	8,5	9,6	13,1	17,8	34,2	57,1
esposizione a prodotti profumati nell'ambiente di lavoro che hanno causato malattie, giorni di lavoro persi o perdita del posto di lavoro	5,5	4,0	5,9	9,4	11,9	14,7	22,4	44,9

Tabella 1: Problemi di salute auto-dichiarati in varie situazioni secondo l'indagine condotta in Germania (nel % della popolazione generale e da vari sottogruppi) ^{4,5}

Riferimenti:

- ¹ Pleschka S (2022): „Gefährdende Duftstoffe als unsichtbare Barrieren“ Interview in der UMG 35 | 4/2022, <https://www.daab.de/blog/2022/11/duftverschmutzung-interview-mit-dr-silvia-pleschka/>
- ² Steinemann A (2019): "International prevalence of chemical sensitivity, co-prevalences with asthma and autism, and effects from fragranced consumer products" Air Qual Atmos Health 12, 519–527, <https://doi.org/10.1007/s11869-019-00672-1>
- ³ Steinemann A, Klaschka U (2019): "Exposures and effects from fragranced consumer products in Germany". Air Qual Atmos Health 12(12):1399–1404, <https://doi.org/10.1007/s11869-019-00770-0>
- ⁴ Klaschka U (2020a): "Between attraction and avoidance: from perfume application to fragrance-free policies." Environ Sci Eur 32, 98, <https://doi.org/10.1186/s12302-020-00377-8>
- ⁵ Klaschka U (2020b): "This perfume makes me sick, but I like it." Representative survey on health effects associated with fragrances. Environ Sci Eur 32, 30, <https://doi.org/10.1186/s12302-020-00311-y>
- ⁶ Toncar M, Fetscherin M (2011): "A study of visual puffery in fragrance advertising. Is the message sent stronger than the actual scent?" Eur J Marketing 46:52–72, <https://doi.org/10.1108/03090561211189239>
- ⁷ Rinkute J, Moraes C, Ferreira C (2016): "The effects of scent on consumer behavior". Int J Consum Stud 40(1):24–34, <https://doi.org/10.1111/ijcs.12206>
- ⁸ Epp A, et al. (2010): "Chemie im Alltag: eine repräsentative Befragung deutscher Verbraucher", BfR, Bundesinstitut für Risikobewertung, https://mobil.bfr.bund.de/cm/350/chemie_im_alltag.pdf
- ⁹ Schnuch A, et al. (2015): "Risk of sensitization to fragrances estimated on the basis of patch test data and exposure, according to volume used and a sample of 5451 cosmetic products". Flav Fragr J 30:208–217, <https://doi.org/10.1002/ffj.3241>
- ¹⁰ IKW-Nachhaltigkeitsbericht (2023): <https://www.ikw.org/haushaltspflege/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsberichte>
- ¹¹ Steinemann A (2019): "International prevalence of fragrance sensitivity" Air Qual Atmos Health 12(8):891–897, <https://doi.org/10.1007/s11869-019-00699-4>
- ¹² CLP Regulation (2008): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32008R1272>
- ¹³ Klaschka U (2012): "Dangerous cosmetics—criteria for classification, labelling and packaging (EC 1272/2008) applied to personal care products." Environ Sci Eur 24(1):37, <https://doi.org/10.1186/2190-4715-24-37>
- ¹⁴ Steinemann AC et al. (2011): "Fragranced consumer products: chemicals emitted, ingredients unlisted". Environ Impact Assess Rev 31:328–333, <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2010.08.002>
- ¹⁵ Lunny S, et al. (2017): "Something in the air but not on the label: a call for increased regulatory ingredient disclosure for fragranced consumer products". UNSWLJ 40:26, <https://www.unswlawjournal.unsw.edu.au/article/something-in-the-air-but-not-on-the-label-a-call-for-increased-regulatory-ingredient-disclosure-for-fragranced-consumer-products-2>
- ¹⁶ Klaschka U, Rother H-A (2013): "Read this and be safe!" Comparison of regulatory processes for communicating risks of personal care products to European and South African consumers. Environ Sci Eur 25:30, <https://doi.org/10.1186/2190-4715-25-30>
- ¹⁷ ECHA „C & L Inventory“, <https://echa.europa.eu/web/guest/information-on-chemicals/cl-inventory-database>
- ¹⁸ Hartmann S, Klaschka U (2017): "Interested consumers' awareness of harmful chemicals in everyday products. Environ Sci Eur 29(29):19, <https://doi.org/10.1186/s12302-017-0127-8>
- ¹⁹ ECHA (2011): "Special Eurobarometer 360: Consumer Understanding of Labels and the Safe Use of Chemicals", <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/872>
- ²⁰ Klaschka U (2015): "Naturally toxic: natural substances used in personal care products. Environ Sci Eur 27:1, <https://doi.org/10.1186/s12302-014-0033-2>
- ²¹ Steinemann A (2016): "Fragranced consumer products: exposures and effects from emissions" Air Qual Atmos Health 9:861–866, <https://doi.org/10.1007/s11869-016-0442-z>
- ²² DAAB: „Wegweiser für verträgliche Produkte“, <https://www.daab.de/daab/das-daab-logo/fuer-sie-getestet/>
- ²³ Klaschka, U (2008) "The infochemical effect—a new chapter in ecotoxicology" Environ Sci Pollut Res 15, 452–462, <https://doi.org/10.1007/s11356-008-0019-y>
- ²⁴ Steinemann A (2019): "Ten questions concerning fragrance-free policies and indoor environments", Build Environ 159:106054, <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2019.03.052>
- ²⁵ Canadian Human Rights Commission (2019), https://www.chrc-ccdp.gc.ca/sites/default/files/publication-pdfs/policy_sensitivity_2019.pdf
- ²⁶ Umweltbundesamt (2016) "Duftstoffe – chemische Begleiter des Alltags", <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/duftstoffe-chemische-begleiter-des-alltags>

Riferimenti complementari:

BMUV "Duftstoffe" <https://www.bmuv.de/themen/gesundheit-chemikalien/gesundheit/innenraumluft/duftstoffe>

Klaschka U (2010): Risk management by labelling 26 fragrances?: evaluation of Article 10 (1) of the seventh Amendment (Guideline 2003/15/EC) of the Cos-
metic Directive. Int J Hyg Environ Health 213(4):308–320. <https://doi.org/10.1016/j.ijheh.2010.04.001>

Steinemann A: „Übersicht Publikationen“ <https://www.drsteinemann.com/publications.html>

Straff W (2005) „Anwendung von Duftstoffen“ Bundesgesundheitsbl-Gesundheitsforsch-Gesundheitsschutz 48, 1400–1405,
<https://doi.org/10.1007/s00103-005-1170-y>

Umweltbundesamt (2006) „Duftstoffe: Wenn Angenehmes zur Last werden kann“,
<https://docplayer.org/18822372-Duftstoffe-wenn-angenehmes-zur-last-werden-kann.html>

Presentazioni su Youtube con sottotitoli e opzione di traduzione automatica: „Düfte als unsichtbare Barrieren“ (Fragrances as invisible barriers)

Part 1: Die Problematik auch in Gesundheitseinrichtungen (The problem also in health care facilities)

<https://www.youtube.com/watch?v=jyF0bhi6GP0>

Part 2: Barrierefreiheit – Internationale Beispiele und Lösungsansätze (Barrier-free accessibility - international examples and solutions)

<https://www.youtube.com/watch?v=Pe2YuY45zZg&t=0s>