

Numero 12

SOLARIA



Solaria n.12

Sommario

I possibili sviluppi del mercato dell'abbronzatura	2
Le modalità di spedizione del materiale promozionale.....	4
Le vie della new age sono infinite.	7
La classificazione dei solarium per livello di pericolosità...	9
L'esperto Risponde.....	11
Un anno di corse e ricorsi per i solarium.....	15
Indicazioni per l'uso migliore del solarium	18

I possibili sviluppi del mercato dell'abbronzatura

Negli ultimi numeri abbiamo cercato di fornire un quadro della situazione delle apparecchiature abbronzanti nel nostro paese. In particolare, abbiamo provato a mettere in relazione la qualità dei solarium con la situazione normativa che ne regola il funzionamento e con le figure professionali preposte ad utilizzare queste apparecchiature. Quello che emerge è però un quadro caotico, dove molti organismi stanno tentando di combinare diverse esigenze, al fine di delineare una situazione futura che tuteli più di adesso conduttori ed utenti. Nel cercare di tracciare queste linee, prenderemo in esame uno ad uno le componenti del settore nel quale operiamo.

Il target

Il pubblico italiano che utilizza apparecchiature abbronzanti è in continua e costante crescita, sia in termini numerici, sia per tipologia sociale. Dati che emergono da un'indagine interna della ISO Italia (non esistono indagini condotte da organismi ufficiali) segnalano una percentuale della popolazione italiana che tende al 9% con un target sempre più eterogeneo; ad esempio sono aumentati notevolmente gli

ultraquarantenni. Inoltre diventa sempre più attenuato il concetto della stagionalità del servizio che comunque, ad oggi, per molte realtà rimane un fenomeno importante. Notiamo inoltre che la stessa tendenza di crescita si è manifestata anche negli altri paesi europei, compresi quelli con un clima decisamente "favorevole" quali Spagna e Grecia. Quanto sopra ci consente di prevedere un'ulteriore crescita a maturazione del mercato, una diversificazione della clientela per fasce d'età e tipologia sociale, ed una richiesta di migliore informazione e migliore qualità. Dal punto di vista delle novità tecniche applicabili sulle apparecchiature abbronzanti, il mercato è sostanzialmente statico. A parte le molte operazioni di "face lifting" ovvero di restyling estetico, la norma europea ha posto un grave limite alla rincorsa dei costruttori verso solarium più rapidi. Quello che invece è ragionevole prevedere è una sempre migliore attenzione delle forze dell'ordine, nei confronti di quei costruttori che non si stanno attenendo alle norme vigenti previste per la costruzione delle apparecchiature. In questo senso, sono già cominciate indagini tecniche e richieste che prendendo il via dai costruttori,

porteranno alle verifiche presso i centri abbronzatura e più in generale, verso i conduttori d'apparecchiature "non a norma". Possiamo pertanto prevedere che, nei prossimi anni, molti solarium attualmente funzionanti saranno estromessi dal mercato con un'auspicabile duplice effetto: una sostanziale diminuzione dei casi di danni alla pelle (ustioni, eritemi, ecc.) con una conseguente diminuzione della pubblicità negativa che molti media effettuano sistematicamente nei confronti dell'abbronzatura; una standardizzazione dei prezzi del servizio conseguente ad un'omogeneizzazione della qualità delle apparecchiature funzionanti.

I Gestori

Abbiamo recentemente disegnato il panorama delle evoluzioni normative e dei diversi gruppi che vi stanno concorrendo (F.A.P.I.B - Federestetica - Ministero dell'Industria - Ministero della Sanità - AICOS - Assolarium). In questo senso, ipotizzare i possibili sviluppi diventa un'operazione più rischiosa. Quello che appare certo è che, sia che le apparecchiature abbronzanti siano affidate "in esclusiva" alle estetiste, sia che come si prevede in Europa, chiunque possa utilizzarle a fronte di un apposito corso, saranno previsti periodi di formazione

professionale dedicati ai solarium come condizione sine qua non per il loro utilizzo.

Le modalità di spedizione del materiale promozionale

Ogni imprenditore distribuisce o invia materiale promozionale o commerciale in innumerevoli occasioni. Solo in pochi però conoscono le caratteristiche, le opportunità e le tariffe dei vari sistemi di distribuzione; ritengo perciò utile fare una carrellata degli strumenti e dei corrispondenti costi dei vari servizi di distribuzione di materiale promozionale. Una doverosa premessa: leggendo l'articolo vi accorgete che si tratta quasi esclusivamente di tariffe postali per servizi erogati da Poste Italia Spa. Potreste chiedervi: ma non esistono concorrenti visto che è decaduto il regime di Monopolio di Stato che governava questo settore? In effetti la concorrenza alle Poste esiste, ma è ancora organizzata a macchia di leopardo e riesce ad essere competitiva solo a livello locale; allo stato attuale non esiste una organizzazione che garantisca una distribuzione capillare e diffusa su tutto il territorio nazionale a tariffe competitive: volenti o nolenti per fare un mailing dobbiamo affidarci a Poste Italiane Spa. Stampe.

E' il sistema più noto ed utilizzato per gli invii di materiale promozionale. Per un invio fino a 50 gr. di peso si applica una

tariffa di £ 450 se destinato ad un capoluogo di provincia e di £ 650 se destinato a località non capoluogo di provincia. Il materiale deve essere ispezionabile (in busta aperta o con la dicitura "lato aperto per ispezione postale"). Il vantaggio è riconducibile alla facilità di fruizione del servizio (basta acquistare i francobolli e apporli alle buste); non è però il sistema più economico di postalizzazione! Vendita Per Corrispondenza (VPC).

E' una modalità di spedizione non sempre conosciuta e solo raramente utilizzata dalle piccole attività, anche se decisamente conveniente: per un invio fino a 100 gr. di peso si applica una tariffa di £ 270 se destinato ad un capoluogo di provincia, e di £ 300 se destinato a località non capoluogo di provincia. La procedura per ottenere l'autorizzazione prevede la produzione di una domanda, una visura camerale, alcuni esempi del materiale che si intende spedire e un versamento a titolo di cauzione (che l'amministrazione postale restituirà l'anno successivo). Esistono inoltre vincoli sostanziali e obblighi formali da rispettare per utilizzare questo tipo di spedizione. Innanzitutto il materiale deve contenere una proposta di vendita, cioè uno o più prodotti/servizi e i corrispettivi

prezzi (o listini) e un coupon che possa servire al potenziale cliente per acquistare o prenotare per corrispondenza (Vendita Per Corrispondenza, appunto): il potenziale cliente rimane comunque libero, di utilizzare tutte le modalità di acquisto e quindi si può invitarlo per esempio a visitare il punto vendita, o il sito internet, o ancora spingerlo a contattarci telefonicamente o via fax. Gli obblighi formali consistono in alcune diciture da apporre sulla busta e sul coupon (Es. "Spedizione postale VPC"; "CCIAA n°... del...ecc."). La procedura non prevede l'affrancatura; il corrispettivo viene pagato tramite bollettino postale; sulla busta da inviare devono essere stampate, come si diceva, alcune diciture che serviranno al personale dell'amministrazione postale per fare i dovuti controlli. Gli obblighi formali consistono in alcune diciture da apporre sulla busta e sul coupon. La procedura richiede inoltre che il materiale da spedire sia consegnato all'ufficio postale ordinato e raggruppato "per stradali"; inoltre l'Amministrazione Postale richiede che venga inviato, nel corso dell'anno, un numero di pacchi postali in contrassegno pari all'1%, o di assicurate pari allo 0,6% del quantitativo totale spedito (es. 20 pacchi o 12

assicurate se ho spedito 2.000 buste). La procedura può sembrare piuttosto macchinosa e complessa, ma una volta automatizzata è agevolmente gestibile (numerosi clienti di Piras Srl la stanno utilizzando con soddisfazione). Esiste poi una serie di piccoli accorgimenti ed escamotage che la rendono proponibile anche a piccole aziende che hanno un traffico postale limitato (comunque superiore ai 1.000/1.500 invii all'anno). Invii senza indirizzo. Recentemente istituito dalle poste Spa, il servizio di invio senza indirizzo consiste nel distribuire materiale promozionale o pubblicitario in abitazioni o attività commerciali. Un servizio molto simile è offerto da tempo da agenzie private (volantinaggio nelle buchette) a prezzi molto competitivi. Vediamo quali sono le differenze tra i servizi offerti dalle poste e dai privati: il costo per i privati è nettamente inferiore e contrattabile (dipende dalle quantità, dal peso, dalla città e quartiere di destinazione): può arrivare a £ 35/40 al pezzo; per le Poste è fisso (£. 120 città su città; £130 città su altre città); le Poste inoltre impongono che il materiale sia confezionato in busta o con cellophane, il che fa aumentare ulteriormente i costi. La mera valutazione economica fa propendere decisamente a favore delle agenzie private; è da

ricordare però che le Poste garantiscono la copertura di tutto il territorio nazionale e una distribuzione più capillare (il postino arriva ad esempio anche in campagna o in montagna); d'altra parte, se è vero che la confezione rappresenta un onere ulteriore, è altrettanto vero che il materiale confezionato è più prestigioso e a volte il contatto è più proficuo.

Periodici

Altro ampio capitolo di modalità di invii è rappresentato dalle riviste aziendali e di settore (house organ e news letter). Va subito detto che, per usufruire di agevolazioni tariffarie, questo tipo di invio deve contenere un elevato contenuto redazionale (es. almeno il 55% tabella B). E' altrettanto vero, d'altra parte, che i contenuti degli articoli e il taglio giornalistico elevano l'immagine dell'azienda che promuove il progetto e degli inserzionisti pubblicitari. Inoltre, dare informazioni (sul settore, sulle caratteristiche tecniche, e comunque attinenti a quello che si propone) sotto forma di articoli rende il veicolo interessante per l'interlocutore - potenziale cliente, che potrebbe apprezzare la nostra competenza ed imparzialità. Un contatto costante e non invasivo tra azienda e potenziale cliente; il contenuto pubblicitario promuove gli obiettivi strettamente

commerciali. Molte aziende stanno editando riviste e news aziendali proprio per queste ragioni. Inoltre, se si possiede una serie di requisiti, si può godere di tariffe postali veramente interessanti (es.: per rientrare nella cosiddetta "Tabella B" è necessario avere una testata registrata al tribunale, un direttore responsabile, l'editore scritto all'Albo degli Editori, pubblicità max 45%, e si può spedire la rivista anche a £ 219 fino a 200 gr. di peso).

STAMPE		
grammi	città	fuori città
fino a 50	450	650
fino a 100	550	750
fino a 250	900	1.300
fino a 500	1.500	2.000
fino a 1.000	3.000	3.500
fino a 2000	4.500	5.000
INVII PROMOZIONALI E CATALOGHI DI VPC		
grammi	città	fuori città
fino a 100	270	300
fino a 150	360	400
fino a 200	450	500
fino a 250	585	650
fino a 300	720	800
fino a 350	810	900
fino a 400	990	1.100
fino a 450	1.080	1.200
fino a 500	1.260	1.400
fino a 1.000	1.200	2.000
fino a 1.500	2.160	2.400
fino a 2.000	2.520	2.800

Le vie della new age sono infinite.

L'era dell' Acquario è cominciata, e sembra che il genere umano si stia avviando a riscoprire il mondo dell'irrazionale, o meglio, la visione non materialistica dell'universo. Così, se dopo il Medioevo ci si è dovuti scrollare di dosso dogmatismo religioso, oggi la stessa rivoluzione si compie ai danni dello scientismo, cioè della visione esclusivamente razionalistica del mondo e delle vicende umane. Nuove e antichissime risorse si affacciano in tutti i campi del pensiero umano, e le medicine alternative si affermano, con il loro secolare bagaglio culturale. Tra queste, un posto di primo piano è occupato dalla cromoterapia. Ecco le sue premesse: c'è rapporto diretto tra luce e salute. I raggi solari regolano i bioritmi del corpo, e il vestirsi in qualche modo li altera - in effetti, quanto ci sentiamo meglio d'estate, quasi totalmente esposti al sole! La luce solare è composta dai colori dello spettro, che sono frequenze elettromagnetiche. Essendo tutta la materia, corpo umano compreso, composta da atomi o campi atomici che vibrano secondo determinate lunghezze d'onda, si può interpretare la malattia come un'alterazione di queste vibrazioni. La vibrazione colore può quindi avere

un'importante funzione terapeutica. Con i colori fondamentali dello spettro - rosso, giallo, blu, azzurro si individuano 360 variazioni di colore, in grado di influenzare le condizioni di salute. Il meccanismo è semplice: quando la luce colpisce la retina, attraverso un percorso neuronale raggiunge il nucleo sovrasiasmatico che a sua volta attiva o inibisce la secrezione degli ormoni. Nella terapia psichica, la creazione di "immagini colore" consente di avvolgere mentalmente l'organo ammalato e dare gli ordini mentali per l'autoguarigione. Ed ecco le buone notizie per i clienti dei centri abbronzatura: i bagni di luce ultravioletta (UVA) sono utili nel caso di sinusiti continue, e non solo: le tonalità azzurre e blu hanno un enorme effetto asettico, sono rinfrescanti, astringenti, e conciliano il sonno. Sono, inoltre, efficaci nell'ipertiroidismo, e contro il mal di gola, le infiammazioni, le ustioni, le infezioni cutanee, gli eczemi, la febbre, le infezioni dell'orecchio, l'affaticamento, l'esaurimento mentale, le ulcere, la gastrite, le coliche, il mal di schiena, le emorroidi, l'ipertensione, la vaginite, l'iperattività, l'eccitabilità. Spero che queste notizie non vi inducano ad aumentare le tariffe delle sedute abbronzanti:

accontentatevi di promettere ciò che siete in grado di mantenere, una bella abbronzatura in tutta sicurezza. Ma fate leggere questo articolo ai vostri clienti: le vie della new age sono infinite

La classificazione dei solarium per livello di pericolosità

Proseguiamo la pubblicazione degli articoli sulla sicurezza dei solarium, parlando questa volta della classificazione dei solarium che distingue quattro tipi, a seconda del livello di pericolosità.

LE NORME DI SICUREZZA

Le norme di sicurezza armonizzate, cioè europee, quindi riconosciute in tutti i Paesi della Unione Europea, cui i solarium devono attenersi, per soddisfare i requisiti essenziali di sicurezza imposti dalla Direttiva Comunitaria 73/23/CEE e per essere in regola con la Direttiva 93/68/CEE (marcatura CE), sono:

EN 60335-1: norma generale di sicurezza di apparecchi elettrici ad uso domestico o similare;

EN 60335-2-27: norma particolare di sicurezza di apparecchi per il trattamento della pelle con raggi UV.

La prima norma è del tutto generica e prende in considerazione i rischi elettrici, meccanici e termici, propri di un qualunque elettrodomestico. La seconda è specifica e dà precise prescrizioni sulle precauzioni da adottare nell'uso dei solarium, e sul controllo della potenza da essi irradiata e sulle energie somministrabili alle persone sottoposte a trattamento abbronzante. La stessa norma

particolare segnala anche che in numerosi paesi della U.E. sono emanate prescrizioni supplementari dagli Organismi Sanitari, della Prevenzione Infortuni e simili. La Regione Piemonte, per esempio, ha emanato una apposita legge di regolamentazione dell'uso dei solarium da parte degli operatori professionali.

LA CLASSIFICAZIONE DEI SOLARIUM: I TIPI UV (UV TYPE)

La norma EN 60335-2-27 è destinata principalmente ai costruttori, ma contiene prescrizioni e indicazioni destinate anche agli operatori professionali. La norma si applica a tutti i solarium, a quelli utilizzati fra le pareti domestiche e a quelli destinati ai centri di abbronzatura aperti al pubblico. Non si applica agli apparecchi progettati per usi medicali; questi rientrano nella Direttiva Europea "Dispositivi medici" N. 93/42/CEE e devono riferirsi ad altre norme. La destinazione d'uso dei solarium deve essere indicata dal Costruttore nel manuale d'istruzione. La norma classifica i solarium sulla base della potenza irradiata e su come si distribuisce nelle bande UVA e UVB, distinguendo i seguenti tipi:

- APPARECCHIO UV TIPO 1
POTENZA NELL'UVB:
INFERIORE A 0,0005
POTENZA NELL'UVA:

- MAGGIORE O UGUALE A 0,15
- APPARECCHIO UV TIPO 2
POTENZA NELL'UVB:
COMPRESA FRA 0,0005 A 0,15
POTENZA NELL'UVA:
MAGGIORE O UGUALE A 0,15
 - APPARECCHIO UV TIPO 3
POTENZA NELL'UVB:
INFERIORE A 0,15
POTENZA NELL'UVA:
INFERIORE A 0,15
 - APPARECCHIO UV TIPO 4
POTENZA NELL'UVB:
MAGGIORE O UGUALE A 0,15
POTENZA NELL'UVA:
INFERIORE A 0,15

La potenza, ovvero la irradiazione efficace, è espressa in W/mq, cioè watt per metro quadrato di superficie corporea

SIGNIFICATO DELLA CLASSIFICAZIONE E DESTINAZIONI D'USO A SECONDA DEI TIPI UV

Poiché la potenza emessa e la sua distribuzione fra UVA e UVB determinano il rischio di eritema, si può dire che il tipo UV esprime il grado di pericolosità del solarium. I tipi 1 e 2 (media pericolosità; potenza elevata nell'UVA, ma limitata nell'UVB): sono destinati ai centri di

abbronzatura, ai saloni di bellezza e a strutture similari, e quindi devono essere utilizzati sotto la supervisione di persone adeguatamente addestrate. Il tipo 3 (bassa pericolosità; potenza limitata sia nell'UVB sia nell'UVA): può essere utilizzato anche da persone non specializzate. Si può pensare che ne sia quindi consentito l'uso in ambiente domestico, senza alcuna sorveglianza da parte di persone addestrate. Il tipo 4 (alta pericolosità; potenza elevata nell'UVB, anche se limitata nell'UVA): può essere utilizzato solo dietro consiglio medico, naturalmente solo in centri dove è presente personale specializzato, che è tenuto a sorvegliare rigorosamente sul mantenimento delle condizioni di sicurezza. Non è consentito mettere in commercio o utilizzare apparecchi al di fuori di questi quattro tipi.

L'esperto Risponde

Spett. Redazione di Solaria
 Oltre a ringraziarvi per la vostra preziosa presenza nel piccolo mercato dell'abbronzatura, colgo l'occasione per chiedervi un parere su una situazione che mi è occorsa di recente. Trasferitomi in una nuova sede, chiedo al condominio il permesso di effettuare nei punti perimetrali dei miei locali dei fori, destinati all'espulsione dell'aria calda dei lettini. Per tutta risposta mi sento dire che, per motivi estetici e funzionali, il regolamento del condominio m'impedisce tale tipo d'intervento. Capirete benissimo il gran disagio in cui mi trovo e in cui soprattutto si trovano gli utilizzatori delle mie apparecchiature, con l'enorme quantità d'aria calda da esse generate e che circola all'interno del centro abbronzante, nell'impossibilità appunto di essere espulsa. Urge un consiglio prezioso che m'indichi una soluzione prima dell'arrivo dei caldi estivi.

Ringraziandovi, cordiali saluti

Caro lettore, il problema è più serio di quello che appare. Prescindendo dalla possibilità di forzare il regolamento di condominio, che non conosco e sul quale fra l'altro non ho competenze per esprimere pareri. Non solo probabilmente con

l'arrivo dei primi caldi i suoi clienti malvolentieri usufruiranno del servizio che lei gli fornisce, ma al di sopra della temperatura ottimale d'esercizio, tutte le apparecchiature abbronzanti, che riportano tale temperatura nel manuale d'uso e manutenzione, tenderanno nel tempo a dare seri problemi tecnici. Le consiglio pertanto di ricorrere immediatamente a un legale per verificare la possibilità di ricorrere alla decisione dell'amministrazione del condominio, poiché in alternativa l'unica opzione che le rimane è quella di installare un impianto di condizionamento interno che possa abbattere tutte le calorie prodotte dalle apparecchiature abbronzanti, impianto che, da quanto lei mi scrive, ipotizzo come decisamente oneroso. Spero quindi che possa risolvere il suo problema convincendo i suoi condomini, e comunque al più presto possibile.

Spettabile redazione di Solaria,
 sono una vostra lettrice occasionale, in quanto il centro abbronzatura che frequento espone la vostra rivista in mezzo agli altri giornali destinati ad essere letti nella reception. Amo i solarium ed avendo disponibilità di tempo e denaro, sto valutando la possibilità di aprire un mio centro abbronzatura. Sapreste

indicarmi qual è la prassi migliore per iniziare le procedure burocratiche?

Lettera firmata

Il primo passo da fare è quello di chiedere alla Camera di Commercio del Comune nel quale è intenzionata ad aprire la propria attività, se lo stesso richiede per l'apertura una licenza di estetica. Se sì, dovrà verificare se tali licenze sono contingentate all'interno del territorio, nel qual caso l'unica possibilità è di acquistarne una, oppure se sono "libere", nel qual caso dovrà attivare una società con un'estetista diplomata. Se invece non è necessaria una licenza, potrà tranquillamente aprire previa una lettera d'inizio attività, indirizzata al sindaco del Comune. Una volta esperita la pratica burocratica, dovrà iniziare una di carattere sanitario, dovrà cioè sottoporre il progetto preventivo del suo centro alla ASL di competenza che le indicherà le condizioni previste per la realizzazione di un centro abbronzatura, quali: dimensione minima delle cabine destinate ad ospitare le apparecchiature abbronzanti, dimensione minima dei servizi sanitari, ecc.. La prassi è comunque meno semplice di quello che appare, e in ogni caso, una volta scelto il fornitore, potrà trovare presso l'azienda

dello stesso un valido aiuto per l'espletamento di tutte le richieste che le saranno formulate dagli enti territoriali.

Gentile redazione di Solaria..

Ho un centro abbronzatura vicino a Firenze e, come voi ben sapete, ogni cinque o sei mesi è necessario affrontare l'enorme spesa del cambio delle lampadine consumate. Ogni volta, da una parte il mio fornitore di solarium spinge per vendermi le sue lampade ad un prezzo molto elevato, dall'altra mi arriva un'enorme quantità di volantini e manifesti pubblicitari con offerte di lampade ad un prezzo assolutamente più conveniente. Vorrei che mi aiutaste a capire una volta per tutte se ogni lampada vale un'altra, o meglio, se posso scegliere di effettuare il mio acquisto tenendo in considerazione il prezzo, che ha un'incidenza notevole sulla gestione del centro.

Ringraziandovi anticipatamente vi porgo i miei più sinceri saluti

Lettera Firmata

Caro lettore,

colgo l'occasione della sua lettera per cercare di far chiarezza su un quesito che più volte arriva alla nostra redazione, ovvero la disomogeneità di prezzo fra i vari tipi di lampade. Il primo aspetto da evidenziare è che esiste una grande differenza

fra lampade alta e bassa pressione, e non solo relativamente al prezzo, ma anche alla qualità: se trovare lampade con caratteristiche simili nell'ambito dei tubi a bassa pressione è relativamente facile, nell'alta pressione la cosa diventa assolutamente più difficile. Nel primo caso, al momento dell'acquisto sul tubo o sul cartone che contiene le lampade dovrebbe essere riportata la percentuale d'UV-A sugli UV-B ed il tempo di durata. Nella percentuale d'UV-A e d'UV-B, è importante che chi acquista rimanga fedele ai tubi già installati sul proprio solarium, o a quelli che il costruttore dovrebbe indicare nel manuale d'uso e manutenzione. Ogni utilizzatore potrebbe scegliere qualunque tipo di tubo, a condizione che abbia la stessa percentuale d'UV-A ed UV-B riportata nel manuale d'uso e manutenzione del costruttore del solarium. A questo punto la scelta verterebbe sul prezzo, che nella maggior parte dei casi è in proporzione alla durata reale. Come nota per l'acquisto, evidenzio però che i costruttori tendono a riportare una lunghezza della vita del tubo (in numero d'ore) molto superiore al numero d'ore in cui il tubo è efficace ai fini dell'abbronzatura. Per le lampade ad alta pressione, invece, il discorso è più

complesso, nel senso che il costruttore non è tenuto a riportare tutte le caratteristiche tecniche sul manuale d'uso e manutenzione del solarium, quindi, spesso, l'utente finale non è in grado di scegliere prodotti con caratteristiche tecniche uguali o simili. Inoltre alcuni parametri, come le differenze delle temperature prodotte e degli amperaggi utilizzati, fanno sì che una scelta sbagliata di lampade ad alta pressione rischi di condizionare il funzionamento di tutta l'apparecchiatura abbronzante. Per questa tipologia di lampade è opportuno acquistare quelle originali, onde evitare spiacevoli inconvenienti.

Spettabile Solaria,

spostando la sede della mia attività di estetica di pochi chilometri mi sono comunque trasferita sul territorio di un altro comune. Per posizionare il tubo d'espulsione del mio lettino abbronzante, l'ASL mi ha richiesto un certificato della qualità dell'aria emessa dallo stesso. Il costruttore afferma che non è in grado di fornirlo, in quanto non obbligatorio per quello che lo compete. Adesso mi trovo in grave difficoltà: da una parte, infatti, l'apparecchiatura in mio possesso è relativamente nuova, ben funzionante e non ho nessuna intenzione di cambiarla, dall'altra il suo costruttore mi dice

che non è in grado di fornirmi alcun certificato, e per contro l'ASL m'impedisce l'installazione senza la dichiarazione che mi ha richiesto. A chi posso rivolgermi per risolvere il mio problema? Confidando nella sua preziosa collaborazione, ringrazio anticipatamente.

Lettera firmata

Gentile Lettrice,
mi permetto di evidenziare che:

1. il costruttore dell'apparecchiatura in suo possesso è assolutamente tenuto a fornirle il certificato (auto-dichiarazione) della qualità d'aria prodotta dal lettino da lui stesso costruito.

2. In mancanza di questa dichiarazione, la ASL dovrebbe procedere con propri tecnici a qualificare l'aria espulsa dal suo lettino abbronzante. Mi sento comunque di tranquillizzarla sul fatto che, certificazione a parte, la grandissima maggioranza delle apparecchiature abbronzanti emette in espulsione un'aria inodore e assolutamente non contaminata, ed è anzi noto, in molte applicazioni, l'uso germicida delle lampade UV. Pertanto ritengo che il suo sia solo un problema d'ordine burocratico che può risolvere con una raccomandata al costruttore dell'apparecchiatura abbronzante, imponendogli la certificazione che gli compete, o

con una raccomandata all'ASL, invitando i loro tecnici ad un controllo dell'aria espulsa dall'apparecchiatura.

Un anno di corse e ricorsi per i solarium

(seconda parte)

La Regione Piemonte, unica in Italia, ha predisposto ed avviato una profonda azione di verifica e controllo con l'intento esplicito di regolamentare l'esecuzione di attività di Solarium, mentre in tutta Italia, anche per effetto di una grande disinformazione, continua il disorientamento e si verifica qualche caso di Amministrazione Comunale che tende ad annullare autorizzazioni ad operare o emana regolamenti senza riscontri con la Legislazione Europea. La Regione Friuli Venezia Giulia ha invece recepito di fatto la normativa europea, evidenziando con apposita Legge Regionale la distinzione tra la professione di estetista e quella di addetto ai solarium, prevedendo anche uno specifico corso di formazione in sanatoria, per gli attuali esercenti dei Centri di abbronzatura che non sono in possesso della qualifica. La situazione più drammatica in assoluto si registra nella Città di Torino, dove l'Amministrazione ha approvato un Regolamento Comunale che non solo ignora la normativa europea, ma dispone adattamenti strutturali, impiego di materiali e pavimentazioni specifiche di dubbia validità di

presidio igienico-sanitario, disponibilità di spazi ed ampiezza dei locali per l'attività tali da costringere molti esercenti a notevoli ed immediate spese di ristrutturazione o chiudere nel prossimo futuro per l'impossibilità tecnica di adeguare la propria sede operativa. In Piemonte, i Gestori di Solarium sono quindi tenuti ad una serie di azioni burocratiche che oggi creano effettivi disagi agli operatori senza risolvere il problema della prevenzione e della sicurezza, oltre a non essere efficaci in merito alle responsabilità nel caso di vertenze da parte degli utilizzatori. In pratica chi esercita l'attività di Solarium sul territorio della Regione Piemonte (sia che abbia il Diploma di Estetista o sia considerabile solo un addetto ai Solarium) o comunque abbia installato nel proprio Centro un apparecchio per il trattamento della pelle munito di emettitori di raggi ultravioletti (UV) deve:

a) ad inizio attività e preliminarmente all'attivazione di ogni nuova apparecchiatura, NOTIFICARE al Servizio di Igiene e Sanità Pubblica della ASL competente per territorio una prima scheda (allegato A) riportante i dati identificativi della struttura, del personale e delle apparecchiature utilizzate o installate, le potenze irradiate ed il tipo di apparecchio come

definito dalla marcatura dello stesso.

b) Tenere aggiornato il REGISTRO DELLE APPARECCHIATURE (sostituibile con gli eventuali intercalari allegati al manuale d'uso dell'apparecchio, purché nell'intercalare siano riportate tutte le informazioni richieste dal D.P.R.G. 78/99. Il Registro deve riportare tutti i dati conoscitivi di ogni apparecchiatura, date di costruzione, acquisto, entrata in esercizio, data ed anagrafica del compratore nel caso di dismissione nonché la registrazione e tipo degli interventi manutentivi effettuati, ore di funzionamento a fine mese, ecc.)

c) Consegnare ad ogni Cliente, in occasione della prima seduta, una particolare NOTA INFORMATIVA (allegato C) che riporti caratteristiche e tipologia di tutte le macchine installate nel Centro di Abbronzatura e dove di ogni modello siano indicate la Dose in J/mq per minuto di esposizione o dose massima annuale espressa in minuti da non superare. La scheda riporterà anche le raccomandazioni suggeribili all'utente sulla base della norma tecnica CEI EN 60335-2-27:98 e dovrà essere controfirmata dal Cliente e conservata nel Centro per avvenuta presa visione.

d) Compilare per ogni Cliente e tenere aggiornata presso il Centro, la SCHEDA INDIVIDUALE (allegato D) riportante i dati specifici di ogni seduta (data, apparecchiatura utilizzata, durata in minuti e parti esposte). Se da tutto quanto sopra riportato appare evidente l'intento di normare e regolamentare una attività oggi in forte sviluppo e cresciuta troppo in fretta, non si può evitare di sottolineare il grande onere burocratico che il Gestore di Solarium Piemontese, indifferentemente dalla specializzazione di estetista o addetto solarium, deve obbligatoriamente sostenere per non infrangere la legge, ma senza alcuna garanzia o sgravio di responsabilità giacché le schede individuali non costituiscono alcuna prova documentale nel caso di vertenza da parte del Cliente. A che giova quindi tale imponente mole di adempimenti, se non porta risultati ed anzi aumenta il costo delle spese generali di un esercizio che deve attrezzarsi per non distrarre l'operativo dalla sua attività principale? L'Associazione Assolarium intende proseguire con ostinazione e metodo nella ricerca di soluzioni che semplifichino l'operatività degli Associati, ma garantiscano anche gli stessi da rischi che l'attività quotidiana e specifica può obiettivamente comportare. Si

tratta di operare molto sul piano culturale e della formazione professionale, battersi con tenacia per la qualità dei macchinari e la tenuta in piena efficienza delle apparecchiature, creare le condizioni per una corretta prassi che permetta a tutti i soggetti coinvolti nella comune volontà di garantire benessere e progresso nella sicurezza, di svolgere il proprio lavoro con serenità. Paiono quest'ultime considerazioni di grande utopia, ma pur essendoci ancora qualche giro di pista da percorrere, pensiamo di poter arrivare al traguardo con un buon risultato, sempre se le adesioni ed il sostegno degli Associati continueranno e si rinnoveranno, nella convinzione che soltanto con un Coordinamento di settore è possibile conseguire risultati veri.

Indicazioni per l'uso migliore del solarium

Come con tutti i generi di macchina una buona resa la si ottiene con un corretto utilizzo; questo vale anche per i solarium. Innanzitutto il corretto utilizzo è indirizzato in questo caso alla persona che fa uso del solarium; in queste poche righe cercheremo di dare quelle che sono le informazioni base che dovrebbero essere seguite per avere i risultati che tutti sperano: una abbronzatura senza correre rischi di arrossamenti o scottature una abbronzatura omogenea una abbronzatura duratura

Ai fini di ottenere i risultati sopra descritti ci sono delle regole che il cliente finale non deve dimenticare. Le fasi da prendere in considerazione devono iniziare da una analisi delle caratteristiche fisiche della persona in quanto saranno queste a determinare il modo in cui si dovrà usufruire delle sedute abbronzanti; da questa prima considerazione si dovranno distinguere: persone con pelle chiara e quindi delicate all'esposizione, persone con pelli più scure, più portate a sedute abbronzanti e intermedie; così facendo si identificheranno i fototipi di pelle molto importanti nel calcolo dei tempi di esposizione in quanto determinano i diversi programmi

di abbronzatura (per eseguire questa determinazione ci sono diversi parametri che il personale specializzato dei centri di abbronzatura è senz'altro in grado di consigliarvi). Altro aspetto del quale si deve essere a conoscenza è il fatto che l'assunzione di alcuni farmaci non permette la possibilità di fare sedute abbronzanti; una spiegazione dettagliata in questo campo la si può ottenere dal proprio medico curante. Dopo una prima attenzione a questi primi aspetti si è in grado di affrontare le sedute abbronzanti sempre ben consigliati da personale specializzato che ci indichi i programmi di esposizione più idonei. A questo punto andiamo a vedere quali sono invece gli aspetti che sono puramente legati ai minuti della seduta abbronzante. Per ottenere una omogeneità di abbronzatura è importante che durante la seduta ci siano sempre dei piccoli spostamenti della persona per due motivi: primo, in questo modo si fa sì che tutti i punti del corpo possano essere esposti ai raggi senza correre il rischio che vi rimanga qualche zona di ombra, secondo si fa sì che nelle zone di appoggio possa circolare meglio il sangue (si sa bene che nelle zone in cui si esercita una pressione dall'esterno si rallenta la circolazione sanguigna) in modo da favorire il processo di

abbronzatura. In questo modo si eliminano disomogeneità che potrebbero crearsi. ISO Italia, per venire incontro in parte a questo tipo di esigenza, ha dotato il nuovo solarium Matrix di due gruppi solari basculanti che si muovono in continuazione in modo da ampliare il più possibile il campo di diffusione dei raggi. Altro aspetto fondamentale è legato al numero di sedute che si devono fare per ottenere dei risultati. Oggi c'è ancora chi pretende di abbronzarsi in una sola seduta e magari di pochi minuti; anche questo è un concetto che deve essere ridimensionato in quanto soprattutto all'inizio è importante che l'abbronzatura venga assimilata in maniera lenta in modo che possa penetrare in profondità (magari con qualche seduta in più) in questo modo si ottengono due vantaggi: un'abbronzatura più fissata e una necessità inferiore di sedute per mantenerla, con il beneficio principale di non andare incontro a scottature o forti arrossamenti. Gli aspetti sopra descritti con un po' di attenzione sono senz'altro riconducibili all'abbronzatura che si ottiene durante un periodo di vacanza estiva dove si osservano: esposizioni inizialmente brevi evitando i momenti più caldi, e un movimento continuo del corpo garantisce omogeneità delle parti esposte; si ottiene così un buon

risultato in maniera naturale, ma dopo giorni. Da qui scaturisce una considerazione frequente: non è che pretendiamo troppo e troppo in fretta quando uscendo dalla prima seduta abbronzante non siamo soddisfatti perché non siamo ancora del tutto abbronzati?