



SOLARIA N.3

ALTA O BASSA PRESSIONE, CARATTERISTICHE E USO.....	2
LA SICUREZZA DEI SOLARIUM	5
LA NUOVA ETÀ DEL BRONZO.....	7
LE CREME SOLARI.....	9
STRATEGIE DI SUCCESSO.....	11
LA PERFETTA EFFICIENZA.....	13
L'ESPERTO RISPONDE.....	15

ALTA O BASSA PRESSIONE, CARATTERISTICHE E USO

La possibilità di utilizzare sia Solarium ad alta pressione che Solarium a bassa pressione crea un diverso approccio commerciale con il cliente finale.

Nel numero precedente abbiamo evidenziato le diverse caratteristiche di queste due grandi famiglie di apparecchiature abbronzanti.

Era risultato evidente che la cosiddetta “dose di abbronzatura” che il cliente riceve nel corso della seduta è legata ad una molteplicità di fattori, i più importanti dei quali sono:

Il tempo di esposizione (lunghezza della seduta)

La distanza delle lampade dal cliente

La potenza del Solarium.

Esaminiamo in questo numero come dovrebbero incidere questi aspetti operativi sulle caratteristiche costruttive di un Solarium.

IL TEMPO DI ESPOSIZIONE

Nei Solarium a Bassa Pressione il tempo di esposizione dovrebbe essere impostato in ogni seduta a seconda del tipo di pelle del cliente.

Nei Solarium ad Alta Pressione vale lo stesso principio, inoltre l'apparecchiatura dovrebbe essere dotata di un segnale che avverta il cliente di girarsi alla metà del tempo di esposizione. Sarebbe estremamente importante che prima della fine della seduta il cliente venisse “svegliato” da un segnale che lo avverta del termine; questo non ai fini dell'abbronzatura, ma per evitare bruschi risvegli del cliente che potrebbero rivelarsi addirittura pericolosi.

LA DISTANZA DELLE LAMPADE DAL CLIENTE

Nei Solarium a Bassa Pressione la distanza dei tubi dal corpo del cliente è molto importante poiché il tubo, per le proprie

caratteristiche tecniche, non ha né una buona angolazione né una buona profondità del raggio abbronzante.

In sostanza questo significa che, sulla base di un lettino, il massimo dei tubi efficaci è di circa venti: ogni tubo in più infatti finirebbe per essere alloggiato talmente distante dal corpo del cliente che alla fine avrebbe una funzione quasi esclusivamente estetica.

Lo stesso dicasi per la parte superiore, nel senso che più tubi ci sono, più aumenta la distanza dal corpo del cliente e più diminuisce la loro efficacia: un Solarium con quaranta tubi ben costruito può essere molto più efficace di un'apparecchiatura con sessanta tubi mal distribuiti.

Inoltre la forza di ogni tubo è relativamente bassa e questo permette (se non ci sono troppi UVB) di posizionare i tubi vicino al cliente (tanto è vero che in molti lettini i clienti quasi poggiano sui tubi), senza incorrere in particolari rischi.

Nella scelta di questi tipi di apparecchiature è importante verificare che le lampade siano disposte in maniera omogenea e tutte alla stessa distanza dal corpo e che il cliente non possa agevolmente modificare questa distanza.

L'esempio più lampante di questa precauzione è quella dei Solarium per il viso che, mentre una volta vedevano il cliente posizionato su una sedia con rotelle che gli permetteva di avvicinarsi ai gruppi abbronzanti a sua discrezione, oggi hanno la poltrona incorporata che "costringe" il cliente alle distanze prestabilite dall'azienda costruttrice.

LA POTENZA DELSOLARIUM:

A questo punto se un Solarium è ben strutturato, ovvero se tutte le sue lampade sono efficaci, per il cliente entra in gioco la potenza del Solarium (il n° dei KW). Per un'abbronzatura bilanciata ed omogenea il Solarium dovrebbe distribuire la propria potenza in maniera differenziata poiché le zone del corpo dell'utente hanno

una sensibilità diversa alla luce. Infatti la pelle del viso reagisce in maniera diversa rispetto a quella del torace e delle gambe che, a sua volta, reagisce in maniera ancora diversa rispetto a quella del pube e dell'interno coscia. Nei Solarium a Bassa Pressione l'unica differenziazione possibile è quella fra il viso ed il corpo; non a caso, infatti, la maggior parte delle apparecchiature in commercio ha sul viso lampade ad alta pressione e sul corpo, nella zona inferiore, tubi meno potenti (poiché più vicini all'utente) di quelli posizionati nella zona superiore.

Nei Solarium ad Alta Pressione, invece, le lampade sono posizionate solo sulla parte superiore ed è possibile diversificare la distribuzione della potenza posizionando lampade più potenti nella zona viso e lampade meno potenti (o filtri più scuri), nella zona del basso ventre.

Altri concetti importanti che influiscono sulla scelta fra bassa ed alta pressione sono: la ventilazione, il comfort ed i costi di esercizio delle apparecchiature, ma di questi aspetti ci occuperemo nel prossimo numero.

LA SICUREZZA DEI SOLARIUM

Il costruttore di apparecchi elettrici o elettronici, al fine di giungere alla marcatura CE dei propri prodotti, deve rispettare i requisiti essenziali imposti dalle Direttive Comunitarie. Un modo per assicurare la conformità a tali requisiti è di attenersi alle prescrizioni contenute nelle norme tecniche europee applicabili ai prodotti.

Per quanto concerne la sicurezza, ai “Solarium”, considerati apparecchi elettrodomestici speciali, sono applicabili le seguenti norme:

- . EN 60335-1 (corrispondente alla norma italiana CEI 61-50) - Norma generale : “Sicurezza degli apparecchi elettrici d’uso domestico e similare”
- . EN 60335-2-27 (corrispondente alla norma italiana CEI 61-59) - Norma particolare: “Sicurezza degli apparecchi per il trattamento della pelle con raggi ultravioletti e infrarossi per uso domestico e similare”.

Tali norme forniscono al progettista indicazioni su quali sono i rischi da prendere in considerazione per i soggetti trattati e per gli operatori e stabiliscono prescrizioni sul modo di eliminarli (o quanto meno di minimizzarli). Per rendere la prescrizione oggettivamente applicabile è indicata anche la relativa modalità di verifica della sua attuazione (può essere un esame a vista, una prova di tipo fisico oppure una misurazione elettrica o di irradiazione, da eseguirsi con gli opportuni strumenti).

I temi principali affrontati da tali norme riguardano:

- Dati di targa
- Manualistica (istruzioni per l’uso e la manutenzione)
- Misure di protezione contro le scosse elettriche
- Riscaldamento e protezione contro le sovratemperature

- Isolamento elettrico e correnti di dispersione
- Misure di protezione in caso di pericoli conseguenti a guasti
- Stabilità e pericoli meccanici
- Modalità costruttive (cavi interni ed esterni, collegamento alla rete di alimentazione, componenti, ecc.)
- Radiazioni ultraviolette (limiti e metodi di misura)

Essere conformi alla norma significa tenerne conto in tutte le seguenti fasi:

- progettazione
- stesura della documentazione tecnica di produzione
- redazione delle istruzioni per l'uso e la manutenzione (che devono contenere anche precise indicazioni sulle cautele che l'operatore estetico deve adottare nell'utilizzo dell'apparecchio)
- approvvigionamento di materiali e parti componenti
- costruzione e collaudi di serie.

Ma non basta: le Direttive Comunitarie affermano che il costruttore deve anche documentare (con opportuni "rapporti di prova") di avere eseguito le relative prove sul prototipo e disporre di procedure scritte di controllo qualità che garantiscano la continuità delle prestazioni e delle caratteristiche di sicurezza durante la produzione di serie.

Tutto ciò costituisce un lavoro molto complesso e oneroso, ma necessario per assicurare la massima tranquillità agli operatori e ai loro clienti.

LA NUOVA ETÀ DEL BRONZO

Che l'abbronzatura rappresenti un fattore di bellezza è oggi innegabile, almeno per quanto riguarda la civiltà occidentale. Ma per quanto "normale" e scontata sia la positiva considerazione di cui gode la "tintarella", uno sguardo al passato ci rivela che le cose non sono sempre andate così ...

Le donne dell'età della pietra sicuramente non potevano preoccuparsi troppo del lato estetico dell'esistenza, essendo per lo più impegnate a cacciare selvaggina, difendersi dalle belve, spidocchiare il marito e i figli. E l'immaginabile, forzata esposizione al sole per l'espletamento di gran parte delle loro attività ci fa immaginare che la carnagione delle preistoriche signore non fosse proprio candida. Purtroppo, nessun poeta del tempo ci testimonia dell'apprezzamento che tale caratteristica poteva suscitare nel sesso maschile. Ma già le civiltà più antiche ci rivelano una tendenza - che proseguirà lungo i secoli - ad apprezzare piuttosto la carnagione chiara, come provano le immagini pittoriche di donne dai visi luminosi e bianchissimi sotto il trucco regale. La spiegazione di questa tendenza è piuttosto semplice: la dignità del rango comportava la totale estraneità da tutte le mansioni riservate ai comuni mortali, e la carnagione chiara dimostrava la distanza dal lavoro di fatica, e dalla prolungata esposizione al sole che questo comportava. Le cose, come si è detto, andarono allo stesso modo per parecchi secoli, attraverso il medioevo con le sue donne-angelo, il Rinascimento con i suoi ideali estetici "classici", e l'incipriatissimo Settecento. Ancora nel secolo scorso il pallore era un elemento irrinunciabile di fascino. La rivoluzione industriale stava però cominciando a dare i suoi frutti in termini di cambiamento del costume e dei parametri estetici correnti: il lavoro in fabbrica e l'impegno delle donne al di fuori delle mura

domestiche le portava progressivamente a rivendicare la dignità e la bellezza di un modo di essere lontano dai privilegi di rango; in parole povere, se prima la donna era tanto più bella quanto più distante dal mondo, relegata in un universo diafano e protetto, da oggi la donna sarebbe stata bella nel mondo, nel lavoro, nella fatica e sotto il sole. Il nuovo concetto di bellezza si affermò gradualmente, fino agli ultimi decenni di questo secolo, caratterizzati dalla definitiva emancipazione della donna e da un'altrettanto definitiva ammissione dell'abbronzatura nei canoni estetici di maggiore momento. Intendiamoci: non è che "a monte" di un'esposizione al sole ci sia mai stata una presa di posizione politico sociale... il costume cambia quasi da sé, ma è innegabile che la pelle abbronzata come elemento di bellezza rappresenti una tappa nella direzione della libertà della donna da condizionamenti e cliché imposti da una cultura maschiocentrica. Ed è proprio l'uomo, oggi, ad apprezzare infinitamente la seduzione che, fino a pochi decenni fa, era ad appannaggio esclusivo dei viaggiatori in terra d'Africa...

LE CREME SOLARI

Cos'è l'abbronzatura? Quando la luce solare colpisce la pelle, un pigmento marrone chiamato melanina, naturale filtro solare del corpo, corre in superficie per assorbire e disperdere i raggi UV. La melanina prodotta dal corpo non è però sufficiente a proteggere totalmente dai raggi UV. Questo significa che è opportuno ricorrere ad una protezione attenta, personalizzata e sicura.

Spendiamo ora due parole sulle diverse risposte ai raggi UV da parte delle diverse carnagioni. La quantità di melanina che la pelle contiene è un fattore ereditario. Persone con carnagione e occhi chiari sono più vulnerabili, avendo una pigmentazione inferiore rispetto a carnagioni scure. Tuttavia, neanche le carnagioni più scure sono totalmente protette dai raggi solari. Per questo, alcuni sostengono che il solarium, capace di dosare saggiamente la quantità e il tempo dell'irradiazione, è oggi più sicuro del sole. Resta comunque indiscutibile l'utilità di preparati studiati per migliorare la risposta della pelle ai raggi UV, sia in termini estetici, che, quel che più conta, di autotutela.

Uno degli obiettivi è la neutralizzazione dei radicali liberi. I radicali liberi, di cui tanto si sente parlare in questi ultimi tempi, sono molecole distruttive che ossidano la pelle come l'aria arrugginisce il metallo o rende scura la polpa di una mela. La pigmentazione cambia, il collagene e l'elastina cedono e la pelle perde compattezza ed elasticità. I radicali liberi sono un prodotto del nostro metabolismo, la cui azione può essere enfatizzata anche da fattori inquinanti. Il nostro corpo è naturalmente dotato di una difesa antiossidante alimentata da melanina, enzimi e vitamine - A,C,E – capaci di intercettare i radicali liberi. Un aiuto esterno è sempre consigliabile: per questo, esistono in commercio filtri solari

rinforzati con antiossidanti che si legano ai radicali liberi, rendendoli innocui.

A questo punto, è utile chiarire cosa si intenda per fattore di protezione solare. Questo termine indica la durata minima dell'esposizione necessaria per scottarsi utilizzando la crema, in confronto alla durata dell'esposizione minima necessaria per scottarsi senza impiegarla. Per esempio, se la carnagione è chiara e arrossa dopo soli 10 minuti di esposizione al sole senza protezione, applicando una protezione solare con fattore 15 si potrà aumentare l'esposizione di 15 volte, ovvero fino a 150 minuti. Il fattore di protezione non è cumulativo: utilizzare insieme una protezione a fattore 15 e una a fattore sei non è come applicare un fattore 21. Non è comunque mai consigliabile utilizzare creme con fattori di protezione superiori a 15. Tra gli agenti chimici protettivi comunemente utilizzati per assorbire le radiazioni figurano l'acido para-aminobenzoico e i suoi esteri (come il padimato), gli antranilati, i cinamati, i benzofenoni e i derivati della canfora.

La tendenza - che si va sempre più affermando - a considerare la carnagione abbronzata una qualità estetica importante, ha determinato un incremento nella ricerca relativa a prodotti che aumentano l'intensità dell'abbronzatura.

A questa categoria appartengono, ad esempio, i prodotti che stimolano la sintesi della melatonina attraverso apporti di tirosina e altri aminoacidi.

L'efficacia di questi e di altri prodotti del tipo non è dimostrata.

Per questo, e per non rischiare "sulla vostra pelle", è consigliabile orientarsi verso l'uso di creme abbronzanti e idratanti che comprendano nella loro composizione elementi naturali, non aggressivi, per un'abbronzatura sicura sia sotto il sole che nel solarium.

STRATEGIE DI SUCCESSO

E' noto come i consumi di prodotti e servizi d'estetica, la cura del corpo e della persona registrino tassi di crescita molto elevati.

Ad una domanda così "vivace" corrisponde un'offerta altrettanto dinamica.

Centri fitness, d'estetica, d'abbronzatura, aumentano di anno in anno, mentre le realtà già esistenti affiancano ai servizi tradizionalmente offerti nuove proposte, presentando una gamma sempre più ampia ed eterogenea; l'offerta (e il conseguente posizionamento) degli operatori tende a sovrapporsi sempre più.

Cosa fare dunque per fare emergere la vostra attività in uno scenario così competitivo? Ordiniamo per punti la possibile risposta:

1. Farsi conoscere. Perché il cliente acquisti i nostri servizi è necessario che sappia che esistiamo e dove siamo localizzati
2. Indurre all'acquisto. Individuare la molla che può spingere il potenziale cliente all'acquisto e in funzione di ciò presentare i propri vantaggi competitivi (che cosa abbiamo in più o di migliore rispetto ai concorrenti).

Concretizzare questi 2 punti ha un costo. Perciò, è quanto mai necessario essere efficaci ed efficienti:

Efficienti, cioè "mirare" sul gruppo di consumatori più facilmente disposto a aderire alla nostra proposta (target group); quindi utilizzare i mezzi di comunicazione più appropriati; una buona "pianificazione mezzi" vuol dire minore dispersione, minori costi;

Efficaci, con una comunicazione che sappia emergere su quella che quotidianamente "bombarda" questo gruppo di persone.

3. Soddisfare il cliente. La qualità è relativa: soddisfare il cliente vuol dire dargli ciò che si aspetta; in altre parole la qualità

dev'essere commisurata al prezzo (rapporto q/p), che a sua volta condiziona le aspettative del cliente. Il cliente soddisfatto riacquista (rimane fedele) ed è probabile che parli bene di noi. Il passaparola positivo, tra l'altro, è veicolo di comunicazione gratuito ed efficacissimo. In particolare, per i centri di servizi dove avvengono intensi scambi sociali (fitness, estetica, parrucchieri, ecc.) il passaparola costituisce il mezzo di comunicazione che veicola il maggior numero di nuovi clienti.

Ma se la qualità dell'offerta, o meglio il rapporto qualità/prezzo, è determinante per l'instaurarsi di un buon "passaparola", altrettanto importante per l'affermazione di un centro abbronzatura, soprattutto in fasi di "lancio" o di "rilancio", è la comunicazione specifica e mirata (direct marketing).

Concludendo, una buona strategia di marketing che comprenda offerte, iniziative promozionali, modi e tempi di un'efficace pubblicità garantisce la crescita d'immagine.... e di fatturato.

LA PERFETTA EFFICIENZA

La volta precedente abbiamo parlato, in generale, dei problemi che una scarsa manutenzione preventiva può causare sia in termini di danni che possono verificarsi, sia in termini di decadimento delle prestazioni dei moderni solarium.

Oggi cerchiamo di approfondire, con azioni specifiche, cosa è possibile attuare da parte del gestore di un centro abbronzatura al fine di mantenere sempre efficienti le proprie apparecchiature.

PERIODICA PULIZIA DEI FILTRI

I filtri sono una barriera importantissima per la protezione della pelle dell'utilizzatore dalle radiazioni UV non desiderate.

Il perfetto equilibrio tra un'abbronzatura salutare e sicura ed il corretto filtraggio di quanto invece dannoso, è frutto di minuziose prove di laboratorio e di anni d'esperienze. L'armonia che si è venuta a creare consente un corretto flusso di radiazioni che rendono piacevole, efficace e sicura l'azione delle lampade sulla pelle.

Mi permetto di affermare che molti dei cali di prestazioni sofferti dai solarium sono da imputarsi anche ad una cattiva od inesistente pulizia dei filtri. Infatti, siamo sovente chiamati ad intervenire perché il potere abbronzante delle lampade scende nonostante le poche ore di lavoro effettuate. Inutile ricordare che, salvo casi nei quali le lampade abbiano effettivamente raggiunto i loro limiti di funzionamento, una semplice operazione di pulizia dell'apparato filtrante raggiunge l'obiettivo di ripristinare le ottimali condizioni di emissione di raggi dell'apparecchio abbronzante.

Come sincerarsi se necessita di un intervento di pulizia? Non esiste a priori una regola fissa del quando intervenire. I locali possono essere più o meno polverosi, possono esserci moquette, tappeti, zone più o meno soggette a traffico e mille altri fattori che

possono causare concentrazioni maggiori di polvere in un locale anziché un altro.

Perché rivolgersi al centro di assistenza e non pulire da se' le parti sporche? Una macchina complessa e raffinata come i moderni solarium non è paragonabile al lampadario di casa. Le potenze delle lampade, le corrette prestazioni del sistema di raffreddamento, la precisione richiesta per mantenere nel tempo il corretto e preciso standard di sicurezza impongono l'intervento di un tecnico specializzato che non si limita ad una pulizia ma provvede anche ad una supervisione dell'insieme. Può controllare le ventole di raffreddamento, può provvedere ad una verifica dell'efficienza delle lampade, provvede ad una pulizia dell'interno delle parabole, verifica e lubrifica i vari meccanismi di movimento. In altre parole mantiene e preserva da inconvenienti, spesso molto più gravi, l'investimento effettuato.

Non ultimo, il tecnico è l'unica persona autorizzata ad intervenire da parte del costruttore. Derogare con interventi effettuati da terzi potrebbe far decadere il diritto alla garanzia e/o la responsabilità del produttore in caso di malfunzionamento. Ci sembrano, francamente dei rischi da evitare.

L'ESPERTO RISPONDE

Gentile redazione di Solaria,

Ho un piccolo centro abbronzatura con tre solarium viso ed un solarium corpo e molti clienti ultimamente mi stanno chiedendo una cabina abbronzante: potreste darmi in merito alcuni consigli..

Recoa Gianni - Roma

Gentile lettore,

la cabina costituisce indubbiamente una novità, ma dopo un primo periodo di esercizio non in tutti centri di abbronzatura trova riscontro.

Tre sono gli elementi principali per gestire con profitto questo particolare tipo di Solarium.

A) La Sua clientela è disposta a stare in piedi (se pure a vantaggio dell'igiene), durante la seduta abbronzante?

B) Se le apparecchiature che Lei ha nel Suo centro fossero recenti e potenti, i Suoi clienti accetterebbero di usufruire di una seduta abbronzante sicuramente più blanda? Infine a quale prezzo posizionerebbe la cabina? (un costo troppo vicino a quello dei Solarium viso sposterebbe i Suoi stessi clienti, troppo vicino a quello del Solarium corpo, più efficace, farebbe sì che nessuno usufruisse della cabina).

...Recentemente ho acquistato un lettino abbronzante da un fornitore di fiducia. Durante l'installazione ci siamo accorti che non c'era nessun tipo d'indicazione se non qualche scarno foglietto in tedesco..

Anna Gradin – Treviso

Lei in primis ed anche il Suo fornitore siete tenuti a pretendere legalmente un “Manuale d’Uso e Manutenzione” che descriva tutto il funzionamento dell’apparecchiatura, i tempi consigliati d’esposizione, gli schemi di installazione e le principali cause di possibili mal funzionamenti. Il manuale, per legge, le deve essere fornito in lingua italiana.

Le consigliamo di essere tassativa in questa pretesa, poiché qualora in futuro decidesse di rivendere l’apparecchiatura, se non fosse in possesso di questo documento rischierebbe spiacevoli sorprese.

...Ho acquistato da un rappresentante di fiducia un trifacciale usato per il mio nuovo centro estetico. Adesso il responsabile dell’USL mi richiede la dichiarazione di conformità alla normativa CEE, mentre il rappresentante continua a dirmi che, visto che l’apparecchiatura è usata, questo documento non è più disponibile.

Anna Maria di Donato – Bari

La Sua lettera denuncia un problema che capita spesso e sul quale è opportuno fare chiarezza.

1. Sul Solarium usato deve esserci una targhetta che identifica il numero di matricola dell’azienda di produzione e l’anno (Lei purtroppo non ci dà alcuna indicazione). Se questa targhetta non ci dovesse essere non è possibile commercializzare l’apparecchiatura.

2. Se l’anno di costruzione è antecedente il 01/01/96, può chiedere all’azienda di costruzione una dichiarazione autografa su carta intestata che quel numero di matricola è stato costruito in quell’anno in “conformità alle normative allora vigenti”.

3. Se l'anno di costruzione è successivo al 01/01/96, sempre citando il numero di matricola può chiedere all'azienda di produzione il certificato CEE.

Se esiste la targhetta, le aziende costruttrici sono tenute a rispondere per legge, e questo è sufficiente per la documentazione necessaria all'USL.

.