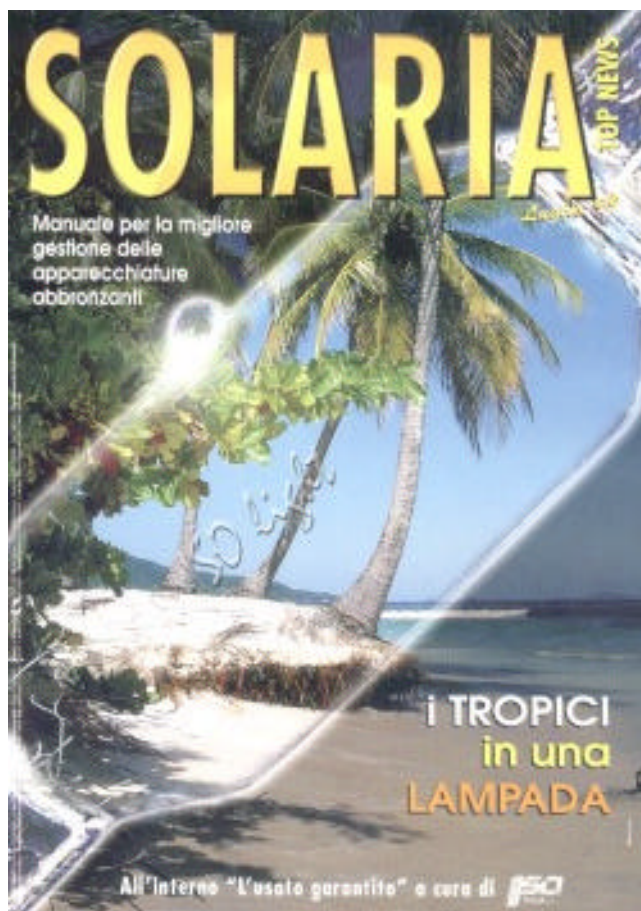


Numero 7

# SOLARIA



## SOLARIA N.7

LA SEDUTA PERSONALIZZATA .....	2
PARTIAMO DALLA RECEPTION.....	5
NERI PER CASO? .....	7
LA PROMOZIONE VINCENTE .....	9
LA SCELTA DEL SOLARIUM .....	11
L'ESPERTO RISPONDE.....	14

## LA SEDUTA PERSONALIZZATA

Nei numeri precedenti abbiamo cercato di fornire una serie d'informazioni relative all'aspetto tecnico dei solarium. Siamo passati dalla differenza fra alta o bassa pressione alla diffusione dei raggi UV-A ed UV-B relativamente alla potenza delle apparecchiature, ci siamo occupati del sistema di ventilazione e del comfort per poi scendere nella scelta delle diverse tipologie di solarium: viso, corpo, verticale. Un aspetto importante sul quale, finora, non ci siamo mai soffermati è il tipo di gestione che ogni apparecchiatura permette.

Per gestione intendiamo le opzioni che l'apparecchiatura fornisce relativamente a due situazioni importanti e non sempre univoche:

- A) i tempi d'esposizione del cliente/utente
- B) la gestione commerciale della "vendita" del servizio abbronzatura

Ogni solarium dovrebbe, infatti, avere la possibilità di essere modificato con estrema facilità relativamente al tempo d'esposizione: un'ottima seduta abbronzante dovrebbe essere personalizzata, tenere cioè in considerazione:

- 1) Il tipo di pelle del cliente.
- 2) Il tempo trascorso dall'ultima seduta abbronzante.

A titolo esemplificativo, per evidenziare la differenza della durata ottima di una seduta abbronzante per due clienti con pelle diversa, riportiamo i prospetti suggeriti dalla norma EN 60335-2-27.

3 lampade da 1400 W		UV TIPO 3				
	DURATA MASSIMA DI UNA SEDUTA IN MINUTI					
	FOTOTIPO II		FOTOTIPO III		FOTOTIPO IV	
prima esposizione	12		12		12	
sedute successive	29		41		53	
	PROGRAMMA DI ESPOSIZIONE SUGGERITO <small>dalla norm. europea in minuti</small>					
	FOTOTIPO II		FOTOTIPO III		FOTOTIPO IV	
a seduta	9		11		12	
a seduta	10		11		13	
a seduta	13		14		16	
a seduta	15		17		18	
a seduta	18		20		22	
a seduta	18		20		23	
a seduta	21		24		26	
a seduta	21		24		28	
	NUMERO MASSIMO DI SEDUTE IN UN ANNO					
	FOTOTIPO II		FOTOTIPO III		FOTOTIPO IV	
	DIN 5050	EN 60335-2-27	DIN 5050	EN 60335-2-27	DIN 5050	EN 60335-2-27
	60	100	43	71	33	54

Evidenziamo, inoltre, che la determinazione del fototipo è un aspetto importante per garantire la qualità dell'abbronzatura e dovrebbe far parte del questionario proposto ad ogni nuovo avventore del centro abbronzatura per definirne l'anamnesi.

Uno schema usato a livello internazionale per la classificazione del fototipo di pelle è quello di seguito riportato nella tabella.

Quindi, una volta individuato il fototipo ed il tempo trascorso dall'ultima seduta abbronzante, il gestore, qualora lo volesse, dovrebbe trovare sull'apparecchiatura il sistema per impostare il tempo dell'ottima seduta determinato secondo i parametri suindicati.

In realtà questa possibilità, seppure con sistemi diversi, è fornita da molte case costruttrici e, di fatto, esiste già la tecnologia per far fare al solarium questo calcolo. Ci sono, infatti, telecamere in grado di "leggere" la pelle del cliente e trasmettere al solarium il suo tempo ottimale d'esposizione. Questa tecnologia fino ad oggi non è mai stata applicata da nessuna azienda costruttrice, in parte

per gli alti costi che ancora comporta, ma soprattutto per gli aspetti commerciali che questa temporizzazione automatica creerebbe nella gestione dei solarium.

In pratica, applicando tempi diversi a clienti diversi si raggiungerebbe sì una qualità migliore del servizio offerto ma scomparirebbe il “costo della seduta”, poiché ad ogni cliente/utente verrebbe richiesto un prezzo diverso, con il conseguente, notevole aggravio dei costi di gestione del centro. Da non sottovalutare è anche lo sforzo per l’educazione del cliente/utente che, non dimentichiamolo, ha sempre come obiettivo quello di ottenere fin dalla prima seduta un’abbronzatura “marcata”, più duratura possibile e col minor impiego di tempo.

Quello che al momento sta succedendo, nella maggior parte dei centri italiani, è che i solarium, prescindendo dalle possibilità esistenti in merito alla programmazione di tempi d’esposizione personalizzati, sono programmati per offrire sempre lo stesso tempo di seduta, indipendentemente dal tipo di pelle del cliente.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	L
Di che colore sono i tuoi occhi?	Qual è il colore naturale dei tuoi capelli?	Qual è il colore della tua pelle (non abbronzata)?	Hai lentiggini sulla pelle non abbronzata?	Reazioni della tua pelle dopo lunghe esposizioni al sole?	In quale misura ti abbronzati?	Diventi subito scuro/a dopo il bagno di sole?	Come reagisce il tuo viso al sole?	Cerchi di abbronzare l'intero corpo?	Quanto tempo fa ti sei esposto/a al sole o solarium?
Azzurro, grigio e verde chiari	Rosso sabbia	Rossastra	Molte	Arossamento doloso, spellature, vesciche	Difficilmente, non del tutto	Mai	Molto sensibile	Mai	Più di 3 mesi fa
Azzurro, grigio, verde.	Biondo	Molto chiara	Parecchie	Scottatura regolare con spellatura	Poco, colore leggero	Difficilmente	Sensibile	Difficilmente	2-3 mesi fa
Marrone chiaro.	Castano/Biondo scuro	Chiara/Beige	Poche	Scottatura qualche volta con spellatura	Abbastanza	Qualche volta	Normale	Qualche volta	1-2 mesi fa
Marrone scuro.	Marrone scuro	Bruno-chiara	Qualcuna	Scottatura rara	Molto facilmente	Spesso	Molto resistente	Spesso	meno di un mese fa
Marrone/NERO	Nero	Bruno-scuro	Nessuna	Mai nessuna scottatura	Molto rapidamente	Sempre	Nessun problema	Sempre	meno di 15 giorni
<b>Punteggio Totale</b>		0-7 8-16 17-25 Più di 25	<b>sensibilità della pelle</b>		Molto Sensibile Sensibile Normale Molto Resistente	<b>Tipo di pelle</b>		TIPO 1 TIPO 2 TIPO 3 TIPO 4	

## **PARTIAMO DALLA RECEPTION**

Con quest'articolo cominciamo un viaggio all'interno di un centro d'estetica alla ricerca dei piccoli e grandi particolari che lo compongono e lo caratterizzano. Immaginiamo di non essere mai entrati in un centro d'estetica. Cosa ci aspetta? Cosa ci aspettiamo da questo nuovo ambiente? Che cosa vorremmo trovare?

Il mio compito (in qualità di tecnico) sarà quello di guidare ognuno di voi dentro a quest'esperienza come fosse la prima volta, illustrando di volta in volta gli ambienti, gli oggetti, le situazioni che si possono incontrare, nel modo in cui sarebbe augurabile che si presentassero.

La partenza è dalla zona di accoglienza, sempre meglio chiamata reception, passando poi attraverso le varie zone di smistamento (spogliatoi e servizi vari) per poi arrivare alle specifiche zone tecniche (cabine solarium, cabine dei trattamenti, sauna e bagno turco, idromassaggio ed eventuali piscina e palestra).

LA RECEPTION - E' questo il primo ambiente in cui ci s'imbatte varcando la porta di ingresso, dopo aver letto (a volte) l'insegna pubblicitaria sulla strada e la stessa insegna, riproposta più in piccolo, sul portone di ingresso, magari con gli orari di apertura del centro sotto indicati e le varie attività svolte dentro allo stesso.

E fatto il primo passo ci si trova avvolti da fasci di luce che dal primo ambiente t'indicano i vari percorsi per aiutarti a districarti in pochi secondi e ad ambientarti subito in quello che può sembrare a primo impatto un percorso sconosciuto e difficile.

Ecco, tutto è chiaro: davanti a me c'è il banco reception, qui di lato mi posso sedere per attendere il mio appuntamento, in fondo

intravedo lo studio medico se ho bisogno di un consiglio o di una visita finalizzata al mio scopo.

Tutto è molto semplice.

Ci si può avvicinare al banco reception per chiedere informazioni varie e notare con piacere i prezzi esposti (ma non troppo) delle varie attività proposte del centro, la scheda tecnica personale stampata dal computer, lo spazio per consultare depliant e riviste del settore di estetica, il piccolo angolo bar dove poter bere qualcosa. Le forme ed i materiali sono puliti e semplici, le curve e i colori degli stessi avvolgono, un sorriso gentile del gestore del centro completa il tutto. Viene sottolineato che il medico riceve sempre su appuntamento (nel suo studio, a fianco del banco reception), che il pagamento di ogni cosa può essere effettuato alla cassa (seminascosta) del banco stesso, che la porta in cristallo acidato (con motivi trasparenti) è l'accesso alle varie cabine tecniche.

Mi siedo e attendo il mio appuntamento, rassicurato dalla cordiale professionalità di chi mi ha accolto, e dall'ambiente confortevole e armonioso. Un primo approccio così favorevole è il risultato di una gestione sensibile ad elementi solo apparentemente secondari in un centro d'estetica, come la funzionale progettazione degli ambienti, la cura dei dettagli, l'atteggiamento conciliante del personale. Con queste premesse, il rapporto tra il cliente e il centro sarà sicuramente facilitato.

## NERI PER CASO?

“Ti piace quello?” “Puah, non vedi che è bianchiccio?” Un dialogo di questo genere è l’incubo di tutti i “bianchicci”. Ma cosa manca alla pelle chiara per essere attraente? La risposta potrebbe essere abbastanza semplice. Da bambino, chi di noi non ha visto un film tipo “La vendetta di Tarzan”? A nessun produttore sarebbe invece saltato in mente di proporre “La vendetta del ragioniere Rossi Mario”, se non con intenti comici. E ve lo immaginate un Tarzan pallido e lattiginoso? No, di certo.

L’immaginario collettivo, insomma, è orientato verso una rappresentazione precisa dell’eroe: deve essere forte, coraggioso, leale... e abbronzato. Di qua dal mito, invece, ci siamo noi, sacrificati in una routine quotidiana che ci appiattisce su ruoli che nulla hanno a che fare con l’eroico. Così, l’unica strada rimasta per l’emulazione del mito è quella dell’aspetto estetico. Non sono Tarzan (o non sono Jane), ma con un po’ di palestra e di solarium gli (le) posso assomigliare. E, badate, l’obiettivo che si persegue va ben al di là della mera seduzione: la replica del mito, la sua incarnazione hanno una funzione assai più importante.

Ci restituiscono ad una dimensione fantastica irrinunciabile, all’antico gioco infantile del “facciamo che io ero Tarzan e tu il coccodrillo?”. E’ un gioco di ruolo, insomma, che può riscattarci dalla frustrante banalità del quotidiano, e, perché no, renderci migliori.

Sempre che il proprio modello sia un eroe positivo... Credete che sia un caso se il più famoso super-eroe dei fumetti, Superman, nella vita reale è un timido, impacciato e un po’ fantozziano giornalista?

Il successo del personaggio, sulla breccia da decenni, le cui storie sono letteralmente divorate non solo dai giovanissimi, ma anche -

e forse soprattutto - dai loro genitori, dimostra quanto sia forte il transfert, il meccanismo di identificazione, che consente all'impiegato costretto per interminabili ore alla sua scrivania di guardare alla finestra come ad una rampa di decollo per incredibili avventure... "Questo è un lavoro per Superman", altro che scartoffie!

Senza rivelarlo neppure a se stesso, ognuno di noi vive una sua storia parallela, dove il capoufficio, il guidatore del tram, il passante incontrato per caso sono altrettante personificazioni di archetipi infantili, e noi i protagonisti.

Di liana in liana in mezzo al traffico e alle frustrazioni di ogni giorno, possibilmente buoni, intrepidi...e abbronzati.



## LA PROMOZIONE VINCENTE

Vi siete mai chiesti perché alcune iniziative promozionali creano un movimento quasi febbrile di acquirenti mentre altre passano quasi del tutto inosservate?

Non è facile dare una risposta, visto che il risultato di una promozione dipende da una serie di elementi che interferiscono l'uno con l'altro. Una cosa è certa: tutte le promozioni di successo individuano:

- un vantaggio per l'acquirente (l'incentivo); può essere costituito da un particolare prezzo o da abbinamenti (stesso prezzo per una quantità maggiore o combinazione di differenti prodotti/servizi). E' quasi sempre meglio indicare il prezzo promozionale che la percentuale di sconto applicata.

L'incentivo può essere costituito da premi. E' bene ricordare che in questo caso, (quando l'operazione, promossa in ambito provinciale, prevede l'assegnazione di un premio) è necessario ottenere l'autorizzazione dell'Ufficio delle Entrate (Ex Intendenza di Finanza) o del Ministero delle Finanze (se promossa su più Province) per non incorrere in multe e provvedimenti amministrativi. Si parla di "operazione a premio" quando il premio è certo (immediato o cumulativo: raccolta a punti) e di "concorso a premi" quando non vengono premiati tutti coloro i quali hanno compiuto l'azione ma solamente chi viene estratto a sorte; esistono anche iniziative miste dove si concede a tutti un premio mentre alcuni premi più importanti vengono estratti a sorte.

Molto spesso il successo della promozione è dato dall'originalità del premio o della "formula" incentivante, più che dal suo valore assoluto; anche la formula delle più efficaci promozioni quando viene ripetuta o imitata solo raramente sortisce uguali livelli di successo.

La scadenza. Ad eccezione degli incentivi cumulativi (raccolte punti, bollini, timbri), il successo di un'iniziativa promozionale è fortemente legato al periodo di svolgimento e alla sua scadenza. Scadenze troppo lunghe risultano in genere poco incentivanti (si tende a rimandare l'acquisto: "tanto faccio a tempo anche domani"), mentre scadenze troppo prossime non concedono abbastanza tempo all'acquirente per "approfittare" dell'iniziativa. Iniziative troppo ravvicinate sono in genere meno efficaci: il cliente si abitua, diventa meno reattivo e più diffidente.

La comunicazione. La promozione si deve portare a conoscenza del consumatore, perciò qualsiasi iniziativa promozionale deve essere supportata da una vigorosa campagna di comunicazione. Il successo dipende anche dalla chiarezza, semplicità e originalità della comunicazione.

## LA SCELTA DEL SOLARIUM

Molto spesso l'acquisto di un solarium sembra essere una cosa semplice, e l'aspetto economico il fattore più importante nella scelta. Non è così: l'installazione e la predisposizione del luogo dove si troveranno ad operare le apparecchiature sono elementi da tenere in considerazione quanto e più del prezzo. Per questo, proviamo ad elencare di seguito quali siano gli interrogativi da porre a chi ci propone l'acquisto di un'apparecchiatura abbronzante, per non dover affrontare sgradite sorprese al momento della consegna. In particolare, si dovranno chiarire i seguenti aspetti:

- La parte elettrica.
- La parte logistica.
- L'impianto d'estrazione dell'aria e di riciclo, con conseguente controllo della temperatura d'utilizzo.

Possiamo affermare che non c'è una priorità tra i tre aspetti evidenziati: ciascuno di essi, se non studiato nei minimi dettagli, può compromettere il normale funzionamento del con quello che ciò comporta in termini di resa dell'apparecchiatura e di continuità nel suo utilizzo.

Per quanto riguarda la parte elettrica, è importante conoscere, e riferire a chi dovrà predisporre l'impianto d'alimentazione, i seguenti aspetti:

A) La potenza della macchina da acquistare, per valutarne la compatibilità con la potenza del proprio impianto, e decidere il suo eventuale adeguamento, o, in alternativa, l'acquisto di un solarium dai consumi più ridotti.

B) La tensione di alimentazione a cui il solarium sarà sottoposto, per valutare la formazione lampade, al limite, la necessità di utilizzare apparecchiature di trasformazione, qualora si rendano

necessari degli adattamenti. In merito a questo problema, è interessante la soluzione adottata da I.SO Italia, che predispone tutte le sue apparecchiature che non montano lampade superiori ai 1400 W in modo da poter essere collegate a tensioni di alimentazione differenti (380V trifase + neutro e messa a terra - 220V trifase + messa a terra - 220V monofase, fase e neutro + messa a terra) solo eseguendo delle piccole modifiche sul cablaggio.

C) La corrente che la macchina assorbe, per predisporre un impianto con cavi di sezione adeguata ed interruttori magnetometrici di portata sufficiente.

D) L'esistenza di comandi d'accensione da punti esterni al solarium (reception, collegamenti via computer, da centraline di comando, con gettoniere o altro) per predisporre tutti i cavi necessari (rispettando sezioni, lunghezze limite e collegamenti) per connettere tutte queste fonti di controllo esterne.

La parte logistica consiste nel valutare le dimensioni dell'ambiente relativamente alle dimensioni del solarium che s'intende installare. Rispettare le distanze suggerite dal costruttore significa agevolare il cliente finale (se in una stanza c'è appena lo spazio per l'apparecchiatura, è immaginabile quali siano le condizioni in cui l'utilizzatore finale si troverà al momento di svestirsi o rivestirsi, o quando si presentasse la necessità di uscire rapidamente dal solarium). Anche il lavoro dei tecnici sarà facilitato: per eseguire bene alcune opere di manutenzione è necessario poter accedere a tutte le parti del solarium.

Un ultimo aspetto da non sottovalutare riguarda l'impianto di estrazione dell'aria calda generata da questo tipo di apparecchiature. E' importante che il solarium sia fornito di un impianto d'estrazione in grado di portare l'aria calda all'esterno dell'ambiente di utilizzo. Gli impianti di questo tipo devono, per

essere efficienti, rispettare rigorosamente alcune specifiche tecniche, quali:

- A) La portata in metri cubi.
- B) La lunghezza, che non deve superare i 3mt e con una sola curva a 90°, per non dover utilizzare un estrattore supplementare.
- C) Il ricambio dell'aria che viene espulsa.

Non è sufficiente portare all'esterno l'aria calda: è necessario predisporre delle prese d'aspirazione (di portata adeguata in metri cubi), per l'aerazione dell'ambiente. L'apparecchiatura deve essere così messa in condizione di lavorare ad una temperatura non superiore ai 30°C, per consentire un piacevole utilizzo del solarium.

Una corretta installazione, e l'attenzione agli aspetti evidenziati, garantiranno la migliore resa del solarium, sia in termini di funzionamento, che di gradimento da parte del cliente finale.

Raccomando a tutti di informarsi, attraverso la lettura dei dépliant e la consulenza di chi propone il nuovo acquisto, sulle caratteristiche tecniche di ogni solarium per verificarne la compatibilità con lo spazio a disposizione e con il livello di servizio che s'intende fornire.

## L'ESPERTO RISPONDE

Gentile redazione di Solaria,

Vi scrivo la presente, in quanto possiedo un lettino abbronzante marca Ergo Line, con 30 tubi per il corpo ed una lampadina alta pressione per il viso.... Nella ricerca di un solarium più potente, sono stata visitata da molti rappresentanti che mi forniscono valutazioni molto diverse l'uno dall'altro, di questa macchina in mio possesso.....

Gradirei avere un Vostro parere in merito, considerato il fatto che il Solarium è stato da me acquistato nel 1995 ed è in perfetto stato di mantenimento.

Frison S (Padova)

Cara lettrice,

Non è facile valutare un'apparecchiatura per via postale. In ogni caso, la considerazione che possiamo fare è che le diverse valutazioni del personale delle aziende possono dipendere da differenti strategie commerciali; probabilmente chi Le valuta di più una macchina Le offrirà un minore sconto sull'acquisto della nuova apparecchiatura e viceversa. In ogni caso è bene evidenziare che, essendo la macchina anteriore alla data 01.01.96, e realizzata, quindi, secondo le normative vigenti all'epoca della sua costruzione, l'azienda che la ritirerà dovrà pretendere da Lei tutta la documentazione che Lei probabilmente ha ricevuto al momento dell'acquisto, il relativo manuale d'uso e manutenzione e fattura originale d'acquisto. Perciò, qualora persistesse nella Sua idea di cambiare solarium con uno più potente, cominci sin da ora a ricercare questa documentazione.

Spettabile redazione Solaria,

Circa due anni fa sono subentrato nella gestione di una palestra che fra le altre attrezzature al suo interno aveva un lettino abbronzante.....Recentemente ho ricevuto la visita dall'Unità Sanitaria Locale per un "normale controllo di routine". Il responsabile tecnico che ha effettuato la visita mi ha chiesto di fornirgli la documentazione di questo lettino: la fattura di acquisto, il manuale di uso e manutenzione e le caratteristiche tecniche denunciate dalla casa costruttrice. Per una serie di motivi legati più al vecchio proprietario della palestra che a me stesso, non riesco a fornire questi documenti. Come posso fare?

Prof Salemi (Alessandria)

Gentile lettore,

Purtroppo non ci sono soluzioni. Il fatto di possedere un'apparecchiatura abbronzante senza la documentazione che deve essere fornita (vedi risposte su altri Solaria e vedi articoli dell'Ing. Pompili su Solaria n° 2 e 3), equivale a possedere un'automobile con i numeri di telaio abrasi e senza targa. Con tale automobile sarebbe praticamente impossibile circolare ed alla stessa maniera con un'apparecchiatura abbronzante senza la documentazione dovrebbe essere impossibile offrire il servizio dell'abbronzatura. In ogni caso Le suggeriamo di operare una ricerca presso i Vostri commercialisti, poiché i dati contabili dell'acquisto dell'apparecchiatura dovrebbero essere conservati per un periodo di dieci anni e da quelli probabilmente potrete risalire al costruttore il quale potrà fornirVi tutte le documentazioni richieste dall'ASL di zona.

Alla spettabile redazione tecnica di Solaria,

Da molto tempo ho presso il mio centro di estetica un ottimo lettino abbronzante: per la parte viso monta lampade alta pressione, per la parte corpo monta 50 tubi..... Recentemente, e non per la

prima volta, ho proceduto al cambio dei tubi poiché avevano diminuito la loro capacità abbronzante ..... sulla sua nuova fornitura ho notato che quando il lettino è acceso non tutti i tubi hanno la stessa intensità di colore, in altre parole qualcuno appare di un azzurro più intenso e qualche altro di un azzurro meno intenso, dando ai miei utilizzatori una pessima impressione, come se avessi mischiato dei tubi nuovi con dei tubi usati. Può questo dipendere da una cattiva partita di tubi?

Giovanna U. (Perugia)

Cara lettrice,

E' difficile individuare se la partita di tubi a Lei fornita sia "buona" o "cattiva", in ogni caso, quello di avere montati sul lettino dei tubi di colore non omogeneo è un problema abbastanza usuale e non sempre dipende dalla qualità dei tubi: più spesso dipende dalla ventilazione del lettino, di diversa intensità sui tubi nei vari punti del lettino stesso. Probabilmente, a questa diversità di ventilazione può corrispondere una diversità di intensità di colore blu del tubo. Non si preoccupi troppo del problema: quasi mai tubi che presentano intensità di colore diversa hanno output di UV-A e UV-B diverse.

Spettabile redazione di Salaria,

Posseggo un centro abbronzatura in Puglia e circa due anni fa ho acquistato un'apparecchiatura abbronzante alta pressione della quale sono rimasto molto soddisfatto. Nel corso di due anni di lavoro, questo solarium non ha mai dato problemi di carattere tecnico ed io ho provveduto personalmente alla manutenzione facendogli la pulizia dei filtri ed il cambio lampade. Da circa un mese però, probabilmente in seguito ad un temporale, il solarium ha creato un problema per tutto il centro abbronzatura: tutte le volte che l'accendo salta il differenziale magnetotermico



dell'impianto elettrico del centro. Purtroppo l'azienda che mi fornì quest'apparecchiatura ha cessato la propria attività e solo ora mi sono accorto che sul solarium non esistono indicazioni in merito al costruttore. Come mi consigliate di comportarmi per riavere il solarium funzionale?

De Bartolomeo A. (Foggia)

Gentile interlocutore,

Da quello che riusciamo a leggere dal Suo cortese fax, purtroppo non abbiamo buone indicazioni, in quanto, indipendentemente dalla gravità del guasto che, come Lei stesso ci accenna, probabilmente è dovuto ad un sovraccarico di tensione avutosi in occasione del temporale, la cosa più grave è che sulla Sua apparecchiatura non esiste alcun dato di riferimento.

Questo non solo Le impedisce di ricercare l'azienda costruttrice, unica in grado di fornirLe la scheda elettronica o comunque la soluzione al Suo problema ma, in più, La espone al rischio che, in occasione di un eventuale controllo dell'Unità Sanitaria Locale, il Suo solarium Le sia sigillato, in quanto tutte le apparecchiature in esercizio nei centri d'estetica e abbronzatura dal 01.01.96 devono obbligatoriamente riportare una targhetta dati completa, fra le altre informazioni, del nome della casa costruttrice.

La mancanza di tale indicazione è sufficiente a far sì che al proprietario sia vietato l'uso professionale dell'apparecchiatura.