

## **SALUTE: CHIRURGO PLASTICO SU YOUTUBE, SFIDA ALLE CREME DEI MIRACOLI OPERAZIONE VERITÀ DI PAOLO SANTANCHÈ, AZIENDE DIMOSTRINO CIÒ CHE PROMETTONO**

Milano, 27 mag. 2008 (Adnkronos/Adnkronos Salute) - In guardia dai cosmetici effetto lifting o liposcultura, spesso presentati come elisir di giovinezza in 'formato barattolo per restyling estetici alternativi a iniezioni e bisturi. A lanciare il guanto della sfida è lo specialista in chirurgia plastica Paolo Santanchè, da questo pomeriggio su YouTube per un'operazione verità a vantaggio dei pazienti. Con un filmato di un minuto circa, rivolto a tutte le aziende produttrici. Dimostrate ciò che promettete, è il messaggio dell'esperto, altrimenti i vostri spot vanno giudicati ingannevoli. Santanchè è in piedi nel suo studio e recita un testo breve e concreto. «Mi occupo esclusivamente di chirurgia estetica da 32 anni -spiega l'esperto, che anticipa il suo progetto all'ADNKRONOS SALUTE - La chirurgia estetica consente risultati che non sono minimamente paragonabili a qualsiasi metodica non chirurgica». «Oggi si vedono sempre più pubblicità, che in maniera più o meno subdola lasciano credere che si possano ottenere risultati similio poco inferiori alla chirurgia estetica con metodi cosiddetti non invasivi, o addirittura con le creme. Mi rivolgo - prosegue il chirurgo- a tutti questi signori e queste aziende: io vi sfido a ottenere qualsiasi risultato di ringiovanimento del viso o di rimodellamento del corpo che sia pari almeno al 20%, sia per effetto che per durata, di quello che si può ottenere con la buona chirurgia estetica. Accettate questa sfida, per dimostrare che non state facendo una pubblicità ingannevole», termina la clip. (segue)

(Sal/Col/Adnkronos)

**27-MAG-08 13:29**

## **SALUTE: CHIRURGO PLASTICO SU YOUTUBE, SFIDA ALLE CREME DEI MIRACOLI L'ESPERTO, SONO UTILI MA NON COME ALTERNATIVA AL BISTURI**

Milano, 27 mag. 2008 (Adnkronos/Adnkronos Salute) - L'iniziativa di Paolo Santanchè «non vuole essere assolutamente un'operazione contro l'utilità di creme e cosmetici vari, bensì contro il modo con cui molto spesso questi prodotti vengono presentati al pubblico», precisa l'esperto. «Noi chirurghi utilizziamo e consigliamo creme specifiche per ottimizzare i risultati dei nostri trattamenti», aggiunge. «Ma questi prodotti non sono da considerare un'alternativa, bensì un complemento alla chirurgia stessa», incalza. A spingere Santanchè al 'blitz' sul noto portale per la condivisione di video amatoriali, gettonatissimo anche in Italia da giovani e non, è il moltiplicarsi di «pazienti che arrivano nello studio del chirurgo dopo aver tentato di tutto». Centinaia se non migliaia di euro investiti in cosmetici descritti come portentosi, i cui effetti reali rischiano però di essere ben diversi rispetto a quelli illustrati negli spot ai cittadini. «Un professionista onesto è il primo a preferire al bisturi un intervento mini-invasivo, laddove questo produca risultati davvero paragonabili a quelli della chirurgia - assicura lo specialista - Basti pensare al crollo del numero di lifting frontali dopo l'avvento del botulino». Ma è una questione di trasparenza, ammonisce, invitando i produttori a uscire allo scoperto con i fatti. «Non si può vendere la ciliegina sulla torta senza la torta», avverte. Parlare di una crema che garantisce risultati 'chirurgici' «è come dire che uno scooter di cilindrata 50 sia il mezzo giusto per correre la Parigi-Dakar». Per orientarsi tra gli scaffali di profumerie e supermarket, insomma, la strada più sicura è consultare un vero esperto. «Per essere certi di non finire nelle mani sbagliate, i cittadini possono cliccare sul sito della Società italiana di chirurgia plastica, ricostruttiva ed estetica ([www.sicpre.org](http://www.sicpre.org)) - conclude Santanchè - e controllare sempre il titolo dell'esperto al quale ci si rivolge sul portale web della Federazione nazionale ordini dei medici ([www.fnomceo.it](http://www.fnomceo.it))».

(Sal/Col/Adnkronos)

**27-MAG-08 13:51**