

Mity konsumenckie szkodzą branży kosmetycznej i samym konsumentom

data aktualizacji: 2018.11.12



Konsumenci szukają kosmetyków z deklaracją „paraben free”. W odpowiedzi na te oczekiwania coraz więcej marek oferuje takie produkty, co wśród użytkowników kosmetyków pogłębia przekonanie o szkodliwości parabenów. Tymczasem, zgodnie z obowiązującym prawem, parabeny są dopuszczone do stosowania w przemyśle kosmetycznym, w związku z czym nie powinno się umieszczać na etykietach produktów deklaracji „nie zawiera...”. Od 1 lipca 2019 roku w życie wejdzie zapis o kategoriycznym zakazie dyskredytowania parabenów. Czy rynek jest na to gotowy?

Zgodnie z rozporządzeniem Komisji Europejskiej nr 655/2013 z dnia 10 lipca 2013 r. oświadczenia umieszczone na opakowaniach produktów powinny być uczciwe (kryterium numer 5) i nie mogą pokazywać w złym świetle konkurencji ani legalnie stosowanych składników. Jednak producenci mają trudności z respektowaniem tego zapisu, dlatego od 1 lipca 2019 r. w życie wejdzie „Dokument techniczny dotyczący oświadczeń o produktach kosmetycznych”, który precyzuje, jak należy stosować przepisy rozporządzenia nr 655/2013.

Oprócz „nie zawiera parabenów” nie będzie można pisać m.in. o tym, że kosmetyk został wyprodukowany bez substancji uczulających, fenoksyetanolu i triclosanu. Nie powinny być stosowane żadne określenia „nie zawiera” lub podobne, jeśli te deklaracje są oparte na negatywnym postrzeganiu bezpieczeństwa składnika lub grupy składników.

Czarny PR zdyskredytował parabeny

Dziś, obok obowiązujących regulacji prawnych, mamy „regulacje” konsumenckie. – *Dla konsumenta synonimem pojęcia „naturalny kosmetyk” stał się „kosmetyk niekonserwowany”.* Powstał równoległy rynkowy porządek prawny, który stoi w sprzeczności z twardą literą prawa – podkreśla **Blanka Chmurzyńska-Brown**, dyrektor generalna Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.

Zgodnie z trendem naturalności i ekologii konsumenci chcą jak najprostszych składów, wykluczających zbędne czy szkodliwe według nich elementy formuły. Za takie w 2013 roku, po publikacji dr Philippa Darbre pt. „Parabeny a rak piersi” zostały uznane parabeny. Mimo że późniejsze badania potwierdziły ich bezpieczeństwo, czarny PR nadal trwa (głównie prowadzony w blogosferze), a klienci wciąż domagali się wykluczenia parabenów ze składów swoich ulubionych kosmetyków. Tym oczekiwaniom poddała się ogromna liczba producentów, a nawet Komisja Europejska, która zakazała stosowania tej grupy parabenów, które z powodu braku możliwości gruntownych badań na zwierzętach (zakaz testowania na zwierzętach) nie miały pełnej dokumentacji zapewniającej o ich bezpieczeństwie.

– *Do dyspozycji przemysłu kosmetycznego z 59 konserwantów uwzględnionych w rozporządzeniu kosmetycznym pozostało zaledwie 15. Portfolio konserwantów kurczy się, stąd każdy, który jest szeroko i gruntownie przebadany, nieuczulający, o dobrym profilu dermatologicznym jest na wagę złota. Takim konserwantem są parabeny – mówi Blanka Chmurzyńska-Brown.*

Krótką historią MIT

Jednak producenci, reagując na czarny PR wokół parabenów, wymienili je na inne, o krótszej historii stosowania. – *I tak właśnie branża kosmetyczna traci sprawdzone i bezpieczne substancje, a na ich miejsce wkraczają nowe, których działanie poznajemy na własnej skórze. Krótka historia metyloizotiazolinonu (MIT) pokazuje, jak niebezpieczne mogą być tego konsekwencje – dodaje Blanka Chmurzyńska-Brown.*

MIT był znany od kilku lat, ale stosowany w niewielkim zakresie. Gdy jednak eskalacja czarnego PR wobec parabenów sięgnęła zenitu, zaczął coraz częściej trafiać do różnych produktów. Okazało się, że jego skumulowane działanie (czego powodem było zastosowanie MIT w wielu produktach jednocześnie) jest mocno alergizujące. W efekcie „epidemii” uczuleń, po alarmujących doniesieniach dermatologów, w procesie samoregulacji branża zaczęła dobrowolnie wycofywać się ze stosowania tego konserwantu.

– *Regulator dodatkowo tak znacznie obniżył dozwolone stężenia tego konserwantu, że w praktyce wyłączył go ze stosowania – tłumaczy Blanka-Chmurzyńska-Brown. – Tak mity konsumenckie najpierw odebrały branży możliwość swobodnego korzystania z dobrze znanych i przebadanych parabenów, a następnie doprowadziły do zdyskredytowania kolejnego konserwantu – dodaje.*

Parabeny - nowe rozdzanie?

– *Tracą również konsumenci, bo przemysł ma coraz większe problemy z tym, by zaoferować im bezpieczne produkty – przestrzega Blanka Chmurzyńska-Brown. Zastanawia się też, czy parabeny*

dostaną drugą szansę w związku z przepisami, które wejdą w życie 1 lipca 2019 roku. Od tej daty producenci nie będą mogli umieszczać na opakowaniach kosmetyków deklaracji „paraben free”. Na razie jednak z badań przeprowadzonych specjalnie na VI Forum Branży Kosmetycznej wśród konsumentek zarejestrowanych na platformie TestMeToo wynika, że konsumenci oczekują czegoś zupełnie odwrotnego. Ponad 87 proc. twierdzi, że czyta etykiety kosmetyków. Blisko 91 proc. deklaruje, że informacje „produkt nie zawiera...”, umieszczone na opakowaniach, mają wpływ na ich decyzje zakupowe. 21 proc. twierdzi, że nigdy nie kupuje produktów, które mają parabeny w swoim składzie.

Czy parabenom uda się jeszcze przywrócić dobre imię? - Z pewnością na to zasługują, ze względu na bardzo dobry profil dermatologiczny, co potwierdzają dokładne badania i 80-letnia historia ich stosowania - podsumowuje Blanka Chmurzyńska-Brown.

Artykuł powstał na podstawie prezentacji „Mity kosmetyczne a legislacja sektorowa - ich wpływ na przemysł i bezpieczeństwo konsumentów” wygłoszonej podczas VI Forum Branży Kosmetycznej przez Blankę Chmurzyńskiej-Brown, dyrektora generalnej Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego” www.kosmetyczni.pl

Możesz codziennie dostawać porcję interesujących wiadomości z kosmetycznego świata. Skorzystaj z bezpłatnego newslettera <https://www.wiadomoscikosmetyczne.pl/newsletter>

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/mity-konsumentenckie-szkodza-branzy-kosmetycznej-i-sa,50619>