



FOTO: SHUTTERSTOCK

COSMETICAPRODUCTEN NIET MEER WEG TE DENKEN UIT ONS LEVEN

'HET IS EEN EERSTE LEVENSBEOHOEFTE'

Polyglyceryl-20 hexacaprylate. Zomaar een stof die kan voorkomen in een cosmeticaproduct. Het is een ingrediënt die de oplosbaarheid en een gelijkmatige verdeling bevordert. Maar bij de consument kan de chemische naam heel andere associaties oproepen. Daarom heeft de Nederlandse Cosmetics Vereniging het boek *Zeker in cosmetica* uitgebracht, dat van 23.000 cosmetica-ingredienten de functies vermeldt.

Tekst: Igor Znidarsic

Op de verpakking van een voedingsproduct staan altijd de ingrediënten en hun hoeveelheden vermeld. Diezelfde wettelijke verplichting geldt voor cosmeticaproducten. De ingrediënten daarin hebben voor de doorsneeconsument echter veelal onbegrijpelijke namen zoals *polyglyceryl-20 hexacaprylate* of *palmitoyl octapeptide-27 amide*. "Dat kan voor een niet-chemicus eng klinken en een bepaalde chemofobie voor onze producten opwekken", zegt Ronald van Welie, directeur van de Nederlandse Cosmetics Vereniging (NCV). Daarom heeft de NCV het boek *Zeker in cosmetica* uitgebracht. Daarin staan bijna alle cosmetica-ingredienten vermeld met hun INCI-namen (*International Nomenclature Cosmetic Ingredient*) en hun functies, zoals gelvormer, oplosmiddel of pH-regelaar. "Het is misschien wat ouderwets, een papieren boek," zegt Van Welie, "maar we merken dat mensen het erg waarderen." In de recente derde editie zijn bijna 23.000 ingrediënten opgenomen,

ruim drie keer zoveel als in de vorige uitgave. Dat de lijst niet volledig actueel is komt doordat er geregeld ingrediënten aan de lijst worden toegevoegd. De informatie is overigens ook te vinden op de NCV-website (www.ncv-cosmetica.nl/cosmetica/samenstelling-en-ingredienten).

Risicobeoordeling

Cosmeticaproducten hebben nog iets gemeen met voedingsproducten: strenge eisen op het gebied van veiligheid. 'Cosmetische producten mogen de gezondheid van de mens niet schaden wanneer zij onder normale of redelijkerwijze te voorzien gebruiksvoorwaarden worden aangewend', aldus de Cosmeticaverordening, die sinds 2013 van toepassing is in alle EU-lidstaten. Het uitgangspunt is dat cosmetica veilig te gebruiken moet zijn. De veiligheid van de individuele stoffen en van het eindproduct moet getest en beoordeeld worden door een daartoe deskundig persoon, zoals een toxicoloog. Hieruit volgt een risicobeoordeling, die wordt toegevoegd aan

het Product Informatie Dossier. Dit document moet altijd beschikbaar zijn voor de nationale autoriteiten. In Nederland let de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) op de veiligheid van cosmeticaproducten.

Het doel van de ingrediëntenlijst op het etiket is de consument informeren over de samenstelling van het product. Dit kan nuttig zijn wanneer iemand bijvoorbeeld gevoelig is voor een bepaalde stof. "Door de verplichte ingrediëntenlijst is wel een duidelijke chemische referentie gecreëerd", zegt Van Welie. "Mensen zien nu dat cosmetica is samengesteld uit chemische stoffen. Vandaar onze publicatie *Zeker in cosmetica*."

Emotiemarketing

In de wetgeving is ook vastgelegd wat een fabrikant wel en niet mag claimen. Van Welie: "Als je een claim doet, bijvoorbeeld dat een product een bepaald effect heeft op het haar, moet je die claim in het Product Informatie Dossier onderbouwen en vermelden waar het

ZWART SCHAAP

De verplichte ingrediëntenvermelding op elk product brengt volgens Van Welie ook een nadeel met zich mee. "Als er iets te doen is over een bepaalde stof, komen de ngo's vaak als eerste bij ons terecht, omdat het bij ons zo zichtbaar is dat we dat ingrediënt gebruiken. Een andere tak van de industrie kan diezelfde stof in veel grotere hoeveelheden gebruiken, maar dat is niet altijd zichtbaar. Daardoor zijn wij vaak het zwarte schaap. Neem mica. De auto-, de metaal- en de elektrische-geleiders-industrie gebruiken heel veel mica. Wat de cosmetische industrie aan mica gebruikt is maar een fractie daarvan. Toch ligt de focus rond de problemen van de winning bij ons." Een ingrediënt waar sinds enkele jaren veel om te doen is zijn microplastics, minuscule kunststof bolletjes. Die zijn bij de leden van NCV sinds 2012 helemaal uitgefaseerd. Het is nu aan het Europees Chemicaliënagentschap (ECHA) om de definitie van microplastics te bepalen, zodat het gebruik in cosmetica daarna kan worden gereguleerd (verboden). "Maar het milieu schiet daar niet veel mee op", zegt Van Welie. "Uit de Europese milieुरapporten blijkt dat wij de kleinste bron van microplastics waren. Andere bronnen zijn veel groter dan wij ooit geweest zijn, zoals autobanden, vezels en kunststofpellets. Het wordt tijd dat ook die industrieën hun verantwoordelijkheid nemen."



Het boek *Zeker door cosmetica* is met name bedoeld voor Tweede Kamerleden. Van Welie: "Er wordt te makkelijk geroepen om bepaalde stoffen te verbieden. Zonder conserveermiddelen bijvoorbeeld kun je onze producten niet maken. Omdat ze nu eenmaal werkzaam zijn, is er altijd een kleine kans dat bij iemand een huidreactie optreedt. Gelukkig maken we zoveel verschillende producten dat je makkelijk een product kunt kiezen waar dat middel niet in zit. Met dank aan de ingrediëntendeclaratie."

Fluoridering van tandpasta heeft bijgedragen aan betere mondzorg en zonder zonnecrème verbrand je in de zon'

bewuste onderzoek te vinden is. Het is aan de fabrikant hoe hij zaken onderzoekt en onderbouwt, maar de claim moet wel kloppen. Je mag geen onwaarheden vertellen. Natuurlijk zoeken fabrikanten wel eens de grens op. Cosmetica is nu eenmaal ook emotiemarketing. Je wilt rond een product ook een bepaald gevoel creëren. En dan worden er in reclame-uitingen wel eens uitspraken gedaan of situaties gecreëerd waarvan je je kunt afvragen of het niet te ver gaat. Het is wat mij betreft onderdeel van gezonde marketingstrategie."

Overigens kan de NVWA claims onderzoeken, al ligt de prioriteit van hun werk vooral bij de veiligheid van producten. Daarnaast kan elke consument die een claim wantrouwt een melding doen bij de Reclame Code Commissie.

Volgens Van Welie gebruikt de cosmetica-industrie van alle afnemers van de chemische industrie de meeste verschillende grondstoffen. Die worden toegepast in de deeltmarkten geuren, decoratieve cosmetica, haarverzorging, huidverzorging, mondverzorging, bad- en doucheproducten, deodorant, zonneproducten, zeep en scheerproducten. Bijna elke Nederlander gebruikt dagelijks minstens zeep, tandpasta, deodorant en shampoo. Een trend is dat mannen meer hun eigen producten gebruiken, met name voor de huidverzorging.

"Daarnaast hechten mensen meer belang aan duurzame, verantwoordelijk gemaakte producten, en producten met een plantaardige oorsprong", aldus Van Welie. De consumentenbestedingen aan cosmetica in Nederland bedroegen in

2016 2,8 miljard euro.

"We verkopen producten die doen wat ze beloven", zegt Van Welie. "Als je je handen wast met zeep worden die hygiënischer, als je je tanden poetst met tandpasta worden die schoner, en het is beter voor je huid en je haar als je die verzorgt. Fluoridering van tandpasta heeft bijgedragen aan betere mondzorg. En vergeet zonnecrème niet. Zonder verbrand je in de zon, met alle risico's van dien." Daarnaast verkoopt de cosmetica-industrie ook zoiets als een gevoel. "Een beter gevoel over jezelf. Het zelfvertrouwen van mensen neemt toe als ze goed verzorgd voor de dag komen."

Zelfvertrouwen

Uit een onderzoek van Cosmetics Europe onder 4116 consumenten in tien EU-lidstaten blijkt dat cosmetica daadwerkelijk het leven verbetert. Meest waardevol aan cosmetica is de bijdrage aan gezondheid en persoonlijke hygiëne, die het meest bepalend zijn voor de kwaliteit van leven. Verder dragen cosmeticaproducten bij aan ons zelfvertrouwen en helpen zij ons zeker te voelen in sociale situaties. Uit een onderzoek onder jongeren in 2016 van de Duitse cosmeticavereniging blijkt dat 96 procent cosmetica gebruikt om zich veiliger te voelen, 64 procent om negatieve aandacht te voorkomen en 53 procent wil zich een 'jonge vrouw' of 'jonge man' voelen. "Voor je persoonlijke uitstraling kun je niet meer zonder cosmetica", zegt Van Welie. "Het is een eerste levensbehoefte. Haal al die cosmeticaproducten maar weg ... Menigeen zou zijn huis niet meer uit komen." ■