

Claims

DERMATOLOGISCH OF KLINISCH GETEST?



Tekst BEAU PR, Bo Vrolijk

Voor het claimen van termen als 'dermatologisch getest' of 'klinisch getest' bestaan Europese richtlijnen. Voldoet het product aan deze richtlijnen dan mag de fabrikant een dergelijke term gebruiken. Om de waarde te bepalen van deze claims gaan we dieper in op deze materie met Lonneke Jongmans van de Nederlandse Cosmetics Vereniging.

Lonneke Jongmans is werkzaam als consultant Scientific and Regulatory Affairs bij de Nederlandse Cosmetics Vereniging. In haar functie adviseert zij bedrijven, merken en ondernemers over de wetgeving en specifieke claims. Het is bijzonder dat zij na haar studie gezondheidswetenschappen als onderzoekster in de biochemie aan de slag ging. En ruim vijf jaar geleden vanuit het lab de overstap maakte naar het NCV in Zeist. Lonneke Jongmans: "Voordat ik antwoord kan geven op de vraag wat het eigenlijk betekent als op de verpakking staat 'dermatologisch getest' of 'klinisch getest' is het belangrijk om te weten dat alle zogeheten claims onderbouwd moeten zijn. Daarin heeft de Nederlandse Cosmetics Vereniging een adviserende rol. De controlerende rol is in handen van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA). Zij bewaken onder meer de veiligheid van de voedsel- en consumentenproducten en controleren of bedrijven zich aan de wetgeving houden die zijn vastgelegd in de Warenwet. Omdat Nederland deel uitmaakt van Europa geldt in ons land steeds meer de Europese Wetgeving."

"CLAIMS INFORMEREN OVER DE POSITIEVE EIGENSCHAPPEN EN EFFECTEN"

Een cosmetische claim

"Een claim (bewering) is alle openbare informatie over een product. Dit gaat over het soort product, de ingrediënten, de werking, de specifieke eigenschappen of doelmatigheid van het product. Claims informeren de gebruiker over de specifieke en vooral positieve eigenschappen en effecten van het product. Voorbeelden van claims zijn: 'helpt een droge huid voorkomen'. Een claim bestaat niet altijd uit tekst. Het kan ook bestaan uit afbeeldingen, illustraties, of beschrijvingen op producten, de verpakking, de bijsluiters en in de reclame uitingen. Wat een fabrikant

claimt, kan van invloed zijn of het product cosmetica is of niet. Een claim als 'geneest de huid' is medisch van aard. Daarmee behoort het product tot de geneesmiddelen of medische hulpmiddelen en moet het product voldoen aan de wetgeving die voor medische producten geldt. Een claim als 'voor een zachte en glanzende huid' is duidelijk een cosmetische claim"

"NIEUWE RICHTLIJNEN VOOR CLAIMS ZOALS VRIJ VAN PARABENEN"

Dermatologisch of klinisch getest

"Een cosmeticaproduct is een mengsel van verschillende ingrediënten dat met zorg is samengesteld. Vaak gaat hier jaren van research aan vooraf. Dermatologisch getest betekent dat voordat een product op de markt komt, het product getest is. Hoewel deze claim op de verpakking prijkt staat er niet duidelijk vermeld waarop het product is getest. De meeste claims op verpakkingen zijn bedacht door een marketingafdeling. Dermatologisch getest houdt in dat het product op mensen is getest onder toezicht van een dermatoloog. Dit gebeurt meestal in

De Nederlandse Cosmetics Vereniging aan de Waterigeweg in Zeist is de brancheorganisatie van fabrikanten, importeurs en merkhouders van cosmetica. De NCV vertegenwoordigt en behartigt de collectieve belangen van de Nederlandse cosmetica industrie via beleidsontwikkeling, lobby en overleg met relevante partijen.

een kliniek. Ook al zeggen verpakkingen niet gedetailleerd waarop het product getest is, hebben leveranciers en productontwikkelaars met zoveel regelgeving te maken. Je mag er vanuit gaan dat er geen producten op de markt worden gebracht die niet goed zijn. Het is natuurlijk ook heel persoonlijk of je een product prettig vindt. Het effect als er op het product dermatologisch getest staat is dat het vertrouwen wekt. Dit geldt ook als een product klinisch is getest. Klinisch bewezen houdt in dat er onderzoek is gedaan waar een wetenschappelijk gekwalificeerd persoon bij was. Dit kan heel goed een dermatoloog zijn maar dit kan ook een huidtherapeut zijn. Dit zijn hele brede claims en dit geldt ook voor claims als hypoallergeen (verminderde kans op allergie). De fabrikant let op dit moment bij het samenstellen van zo'n product extra op het voorkomen van allergische reacties en er worden zo min mogelijk stoffen in het product verwerkt die allergische reacties zouden kunnen geven. Het streven is dat het product helemaal zonder allergenen is. De Europese Commissie is op dit moment bezig met het opstellen van strengere richtlijnen voor deze claim. Per 1 juli 2019 gaan de nieuwe regels in met extra verduidelijking waaraan producten moet voldoen om de claim: hypoallergeen en 'free from' te kunnen gebruiken en op de juiste manier onderbouwd moeten worden. Dit komt ook doordat bijvoorbeeld bij de claim 'vrij van parabenen' dan suggereer je dat dit product beter zou zijn dan andere producten en dat is niet wetenschappelijk bewezen. De cosmetica-industrie hoopt op snelle doorvoering van de nieuwe richtlijnen, omdat het duidelijkheid schept in de markt en voor consumenten."

"ANTI-RIMPEL CRÈME MOET DAADWERKELIJK EFFECT HEBBEN"

Productdossier

"Belangrijk om te realiseren is dat cosmetica pas op de markt mag worden gebracht wanneer daarvoor iemand binnen de EU als 'verantwoordelijke persoon' is aangewezen. Deze verantwoordelijke persoon waarborgt onder meer dat de formulering van de claims aan de wettelijke eisen voldoet. Een cosmeticafabrikant dient artikel 20 van de Cosmeticaverordening na te leven. Daarnaast heeft de Europese Commissie speciaal voor cosmetische claims, wetgeving met criteria gepubliceerd. Claims voor cosmetica moeten aan deze criteria voldoen. De criteria gaan onder andere over de wetenschappelijke

EUROPESE CODE

De Europese Cosmetica Vereniging (Cosmetics Europe) heeft een paar jaar geleden het initiatief genomen tot de 'Guiding Principles on Responsible Advertising and Marketing Communication'. Bij de totstandkoming hiervan waren vertegenwoordigers van adverteerders, zelfreguleringsorganisaties, Europese instituties en diverse belangenorganisaties (waaronder de Europese consumentenvereniging BEUC) betrokken. De Europese code heeft als basis gefungeerd voor de Reclame Code Cosmetische Producten. De Reclame Code Cosmetische Producten is unaniem aangenomen door het bestuur van de Stichting Reclame Code (SRC). De Reclamecode Cosmetische Producten is sinds 1 januari 2015 van kracht. De Code bevat onder meer bepalingen over de onderbouwing van claims, het gebruik van digitale technieken bij afbeeldingen en het gebruik van testimonials en deskundigenverklaringen.

onderbouwing van de claim. Een anti-rimpel crème moet daadwerkelijk effect hebben op een rimpel en dit moet aangetoond zijn met wetenschappelijke studies. De criteria behelzen onder meer juistheid van de claim, onderbouwing met bewijsmateriaal, eerlijkheid en billijkheid. Hiervoor moet de fabrikant bewijsmateriaal hebben, middels betrouwbare en reproduceerbare studies. Volgens de Cosmeticaverordening en de Claimsverordening moet een cosmeticabedrijf elke claim wetenschappelijk kunnen onderbouwen. Deze studies moeten worden opgenomen in het productinformatiedossier. Dit dossier kan worden gecontroleerd door de daarvoor bevoegde instanties, in dit geval de Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit. De NVWA controleert of de eisen uit de Cosmeticaverordening en de Claimsverordening, waaronder de claimonderbouwing voor cosmeticaproducten, worden nageleefd. Soms komt het voor dat een consument of bedrijf een klacht heeft over een bepaalde claim. De claim wordt bijvoorbeeld niet waargemaakt of is beledigend. In dat geval kan hij of zij een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie. Er is een Reclame Code Cosmetische producten. Deze code bevat onder meer bepalingen over de onderbouwing van claims, het gebruik van digitale technieken bij afbeeldingen en het gebruik van testimonials en deskundigenverklaringen. Opvallend is wel dat de cosmetica-industrie een grote adverteerder is met relatief weinig klachten over haar reclame-uitingen en dat biedt perspectief voor de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van producten."

