

**Stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru „Posilnenie európskeho priemyselného odvetvia kozmetických výrobkov a výrobkov na osobnú hygienu a skrášľovanie“**

**(stanovisko z vlastnej iniciatívy)**

(2017/C 034/05)

Spravodajkyňa: **pani Madi SHARMA**

Pomocný spravodajca: **pán Dirk JARRÉ**

Rozhodnutie plenárneho zhromaždenia	21/01/2016
Právny základ	článok 29 ods. 2 rokovacieho poriadku stanovisko z vlastnej iniciatívy
Príslušná sekcia	CCMI
Prijaté v sekcii	28/09/2016
Prijaté v pléne	20/10/2016
Plenárne zasadnutie č.	520
Výsledok hlasovania (za/proti/zdržali sa)	181/1/1

### 1. Závbery a politické odporúčania

1.1. Európa vždy zohrávala kľúčovú úlohu v oblasti výroby, inovácií a rozvoja kozmetických výrobkov a výrobkov na osobnú hygienu a skrášľovanie. V posledných rokoch jej vedúce postavenie postupne slabne z dôvodu globálnej hospodárskej súťaže a podmienok, v rámci ktorých sa nezohľadňuje tlak na technologické inovácie a komerčná realita udržiavania konkurencieschopnosti.

1.2. V tomto stanovisku sa uvažuje o posilnení európskeho priemyselného odvetvia kozmetických výrobkov a výrobkov na osobnú hygienu a skrášľovanie, a to najmä tých výrobkov, ktoré sú zahrnuté v nariadení (ES) č.1223/2009 o kozmetických výrobkoch. „Kozmetický výrobok“ je každá látka alebo zmes, ktorá je určená na kontakt s rôznymi vonkajšími časťami ľudského tela (pokožka, vlasový systém, nechty, pery a vonkajšie pohlavné orgány) alebo so zubami a sliznicou ústnej dutiny na účely výlučne, alebo najmä ich čistenia, parfumovania, zmeny ich vzhľadu, ich ochrany, udržiavania v dobrom stave alebo úpravy telesného pachu; za kozmetický výrobok považovať látku alebo zmes, ktorá sa má prehltnúť, vdýchnuť, vpichnúť alebo implantovať do ľudského tela.

1.3. Odvetvia výroby toaletného papiera, hygienických obrúskov a sanitárnych výrobkov nespádajú do rozsahu pôsobnosti nariadenia o kozmetických výrobkoch, ale môžu sa zohľadniť v mnohých odporúčaníach z dôvodu ich pridanej hodnoty pre odvetvie osobnej hygieny.

1.4. Stanovisko nezahŕňa lieky, tetovania, permanentný make-up, služby estetickej starostlivosti ani výrobky aplikované prostredníctvom chirurgického zákroku alebo nástrojov, ani výrobky určené na starostlivosť o pokožku zvierat. EHSV však odporúča, aby sa všetky vyššie uvedené výrobky a služby posúdili v samostatnom dokumente vzhľadom na čoraz častejšie obavy spotrebiteľov v súvislosti so škodlivými chemikáliami.

1.5. Hoci je schopnosť inovácie špecializovaných podnikov v Európe ohromujúca, samotné inovácie, a tým aj výroba a komercializácia európskych vynálezov, sa presunuli do ďalších častí sveta, čo má vážne hospodárske a sociálne následky. Vytvorenie a umožnenie podmienok na prechod od štvrtej priemyselnej revolúcie, v ktorých by sa prostredníctvom vhodných stratégií zohľadnil značný pokrok v oblasti biotechnológií, povedie k väčším snahám o relokalizáciu priemyslu a vývoju nových výrobkov.

1.6. EHSV uznáva, že toto odvetvie je už v súčasnosti dobre regulované s cieľom zabezpečiť ochranu spotrebiteľov, ďalšie právne predpisy sa považujú za zbytočné, ale mala by sa zväziť väčšia transparentnosť, a poskytuje tieto odvetvové odporúčania:

- väčšie technologické zblížovanie medzi inžinierstvom v oblasti vedy o živej prírode, vývojom v oblasti genomiky, liekov, zdravotníckych pomôcok a odvetvím estetickej kozmetiky a osobnej starostlivosti;
- lepšia spolupráca medzi veľkými a malými spoločnosťami a v rámci výskumu v oblasti biotechnológií;
- stratégie a minimalizovanie neziskových období v inovačných MSP;
- väčšia trhová inteligencia a prenos znalostí medzi zainteresovanými stranami s cieľom posilniť inovácie v oblasti kozmetiky a podporovať individualizáciu;
- zlepšenie príležitostí na zamestnanie v oblasti inovácií a vývoja nových výrobkov;
- stratégie riadenia zdrojov a nakladania s odpadom na environmentálnu udržateľnosť a obehové hospodárstvo;
- vysoká priorita pre výskum alternatív testovania na zvieratách a regulačné prijatie overených alternatívnych metód;
- široké uplatňovanie požiadaviek na ochranu biologickej diverzity, dodržiavanie práv duševného vlastníctva pôvodných obyvateľov a dodržiavanie zásad spravodlivého obchodu;
- nové koncepcie zapojenia používateľských skupín spotrebiteľov od vývoja nových výrobkov až po ich hodnotenie;
- prehodnotenie medzinárodnej spolupráce s cieľom zvýšiť dostupnosť, harmonizáciu a podporu noriem EÚ na celom svete na účely boja proti podvodom.

## 2. Prehľad o odvetví kozmetických výrobkov

2.1. Kozmetické výrobky a výrobky na osobnú starostlivosť sú základnou dennou potrebou pre vyše 500 miliónov európskych spotrebiteľov zo všetkých vekových skupín. Patrí sem celá škála výrobkov od výrobkov každodennej hygieny, ako je mydlo, šampón a zubná pasta, až po luxusné výrobky na skrášľovanie, ako sú parfumy a make-up. Odvetvie má samo osebe hodnotu **77 miliárd EUR (v roku 2015) a bolo jedným z mála odvetví, ktoré nezasiahla celosvetová finančná kríza**. Európa má v tomto odvetví postavenie svetového lídra a je hlavným vývozcom kozmetických výrobkov. Obchod mimo Európy dosiahol v **roku 2015 17,2 miliardy EUR**.

2.2. Z dôvodu veľkej konkurencie je v kozmetickom priemysle dôležité dobré meno značky. Vernosť zákazníkov je založená na dôveryhodnej reklame, kvalite, bezpečnosti a vývoji nových výrobkov a možno ju porovnať so situáciou v módnom priemysle s jeho sezónne meniacimi sa trendmi.

2.3. Odvetvie tvoria spoločnosti rôznych veľkostí, pričom v Európe patrí do kozmetického priemyslu 4 600 MSP. Podľa odhadov tvorí segment MSP 30 % trhu, v niektorých štátoch EÚ to však môže byť až 98 %. Portfólio výrobkov sa pohybuje v rozmedzí od vyše 20 000 výrobkov vo veľkých spoločnostiach až po približne 160 výrobkov v menších spoločnostiach. Veľkí výrobcovia kozmetiky majú portfólio s približne 2 000 zložkami, MSP majú približne 600, pričom obe skupiny každoročne zvyšujú počet zložiek o 4 %. Tieto nové zložky majú značný vplyv na ziskovosť a rast.

2.4. V rámci hodnotového reťazca od výroby po maloobchodný predaj sú v Európe zamestnané minimálne 2 milióny ľudí. Iba vo výrobe bolo v roku 2015 zamestnaných 152 000 pracovníkov<sup>(1)</sup>, pričom žien bolo o trochu viac (56 %) ako mužov (44 %). Za posledných päť rokov stúpla priama a nepriama zamestnanosť v tomto priemysle o 2,3 %, čo predstavuje viac ako 39 000 pracovných miest<sup>(2)</sup>.

2.5. Výdavky na výskum a vývoj v roku 2015 sa odhadujú na 1,27 miliardy EUR. V jednotlivých krajinách sa značne líšia. V priemysle je zamestnaných vyše 26 000 vedcov, ktorí skúmajú nové oblasti vedy, pracujú s novými zložkami, vyvíjajú nové zloženia a posudzujú bezpečnosť, a výsledkom ich práce je každoročne ohromujúci počet patentov v EÚ.

2.6. Európsky papierenský priemysel, a to najmä odvetvie výroby hygienického papiera (tzv. tissue papier) dosahuje hodnotu vyše 10 miliárd EUR a predstavuje 25 % celosvetového trhu s tissue papierom. Častejšie používanie kvalitných výrobkov z hygienického papiera, ako sú papierové utierky, vreckovky, toaletný papier a pod., je dôležitým prvkom lepšej kvality života a celkových hygienických podmienok doma aj mimo domova, a tým významne prispieva k rozvoju odvetvia kozmetických výrobkov.

2.7. Európske kozmetické odvetvie sa zaslúžilo o hlavnú podporu zákazu testovania na zvieratách, pričom stále podporuje inovácie a konkurencieschopnosť. Hnacími silami trhu sú v súčasnosti v rovnakej miere bezpečnosť a inovácie zahŕňajúce nové farebné palety, rôzne druhy ošetrovanej pokožky, výrobky spomaľujúce starnutie a jedinečné zloženia. Spotrebiteľia si neustále žiadajú viac možností výberu, lepšiu personalizáciu a ešte vyššiu účinnosť. Do prvých fáz vývoja sa preto pravidelne zapájajú spotrebiteľské skupiny a organizácie s cieľom efektívnejšie reagovať na preferencie a očakávania používateľov.

### 3. Právne predpisy EÚ

3.1. Sledovanie zložiek a kritériá testovania vrátane zákazu testovania na zvieratách, ochrany životného prostredia a označovania podliehajú právnym predpisom a usmerneniam EÚ. Regulačný rámec pre prístup na trh, medzinárodné obchodné vzťahy a zblížovanie v oblasti regulácie sleduje Európska komisia.

3.2. Nariadenie o kozmetických výrobkoch, nariadenie (ES) č. 1223/2009, sa uplatňuje od roku 2013, keď nahradilo smernicu 76/768/EHS prijatú v roku 1976. Jeho cieľom je harmonizovať pravidlá, aby sa dosiahol jednotný trh s kozmetickými výrobkami a vysoká úroveň ochrany ľudského zdravia.

3.3. Kozmetické výrobky uvádzané na trh v EÚ musia byť bezpečné bez ohľadu na spôsob výroby alebo distribučný reťazec. V nariadení o kozmetických výrobkoch (vrátane príloh) a jeho zmenách sa uvádzajú regulačné požiadavky a obmedzenia pre všetky látky používané v kozmetike. „Zodpovedná osoba“ určená pre jednotlivé kozmetické výrobky zodpovedá za bezpečnosť výrobku a musí zabezpečiť, že pred predajom výrobku sa vykoná odborné posúdenie jeho bezpečnosti. Databáza CosIng, ktorá obsahuje informácie o kozmetických látkach a zložkách, umožňuje jednoduchý prístup k údajom o týchto látkach. Zabezpečenie vysokej úrovne ochrany ľudského zdravia a bezpečnosti spotrebiteľov tiež znamená, že príslušné vedecké výbory by mali osobitne zohľadňovať potenciálne zdravotné riziká pre určité profesijné skupiny (napr. v kaderníckych a kozmetických službách), ktoré denne používajú kozmetické výrobky pri výkone svojej profesionálnej činnosti, a preto sú ich vplyvom vystavené vo vyššej miere než široká verejnosť.

### 4. Stratégie rastu odvetvia

4.1. Na zachovanie konkurencieschopnosti výrobcovia neustále zavádzajú inovácie s cieľom objaviť nové zložky, existujúce zložky využívajú novými spôsobmi a vytvárajú personalizovanejšie výrobky. Nemôžu však pracovať izolovane, a preto Európska komisia, vlády jednotlivých štátov a zainteresované strany, a to najmä zástupcovia spotrebiteľov a zamestnancov, musia spolupracovať a vytvoriť prostredie, ktoré umožňuje rast.

4.2. EHSV uznáva, že hlavné výzvy v oblasti rastu v odvetví sú porovnateľné s výzvami vo všetkých priemyselných odvetviach, a pre kozmetické odvetvie a odvetvie výrobkov na osobnú starostlivosť poskytuje tieto odporúčania:

<sup>(1)</sup> Eurostat.

<sup>(2)</sup> Zdroj Cosmetic Europe.

4.2.1. **Väčšie zblížovanie** v rámci odvetvia inžinierstva v oblasti vedy o živote, a to tiež medzi výskumom genómu a odvetvím estetickej kozmetiky a osobnej starostlivosti, by lepšie podporilo diverzifikáciu výrobkov. Koža je najväčším orgánom ľudského tela, ale zdá sa, že sa stráca rozdiel medzi používaním kozmetických výrobkov určených na pokožku a liečbou pomocou liekov. Je potrebné zohľadniť niektoré účinky, ako napríklad podráždenie pokožky, alergie a rakovinu kože. Iniciatívy, ako je napríklad EIT Health<sup>(3)</sup>, ktoré zahŕňajú kľúčové oblasti zdravotnej starostlivosti vrátane oblasti liekov, medicínskych technológií, biotechnológií a elektronického zdravotníctva, predstavujú dobrý príklad spolupráce. Kozmetické výrobky vedú k lepšej osobnej hygiene, lepším životným podmienkam a/alebo faktorom životného štýlu (pozitívnym účinkom, ktoré sa v právnych predpisoch neuvádzajú, napríklad zníženie stresu, zvýšenie sebavedomia a lepší spánok). Hoci kozmetické výrobky nie sú lieky, sú založené na pokročilých vedeckých poznatkoch o koži a jej funkcii. Vývoj kozmetických výrobkov by preto mohol profitovať z pokroku v oblasti biologických vedných disciplín, a to najmä v rámci farmaceutického priemyslu. Mala by sa podporovať spolupráca v oblasti výskumu s cieľom zamerať sa na individualizáciu a zväziť produkty prispôbené príslušnému životnému štýlu a dobrým životným podmienkam.

4.2.2. **Lepšia spolupráca** medzi veľkými a malými spoločnosťami a vybudovanie odvetvových inkubátorov<sup>(4)</sup> alebo klastrov by mohla zvýšiť konkurencieschopnosť a posilniť rast. Všetky kozmetické výrobky musia pred svojím uvedením na trh prejsť vedeckým posúdením bezpečnosti, ktoré môže byť pre menšie spoločnosti administratívne a finančne obmedzujúce. Hoci je zásadne dôležité zachovať posúdenia bezpečnosti, menšie inovačné spoločnosti by mali využívať súbor opatrení na podporu podnikania, ktoré by im mohli pomôcť v období vývoja medzi inovačným procesom a vývojom nového výrobku a úspešným uvedením konečného výrobku na trh, aby sa tak znížilo riziko neúspechu. Tieto opatrenia by zahŕňali lepšiu výmenu informácií prostredníctvom transferu technológií a znalostí, spoluprácu na účely investičných príležitostí, analýzu zníženia nákladov a prístup k zdrojom financovania<sup>(5)</sup>. Vlády by okrem toho mali presunúť svoje zameranie z výroby na podporu miestnej produkcie a vytvárania pracovných miest v Európe.

4.2.3. **Rozsiahlejšie informácie o trhu a poskytovanie údajov** z akademického prostredia, priemyslu a od spotrebiteľov posilnia rast prostredníctvom prenosu znalostí. Trendy v oblasti osobnej starostlivosti sa posunuli smerom k ekologickým a prírodným výrobkom, výrobkom na ochranu pred slnečným UVB a UVA žiarením, výrobkom určeným pre starších ľudí a výrobkom na spomalenie starnutia, čím sa rozšíril priestor pre inovácie. V súčasnosti ponúkajú priestor na rozvoj segmentu estetickej kozmetiky inovácie v oblasti menopauzy a starnutia, ktorých cieľovou skupinou je veľké množstvo ľudí, ktorým výrobky pomáhajú vyzerat a cítiť sa čo najlepšie. Vzhľadom na vedecko-technický pokrok v mapovaní ľudského genómu a pokrok pri porozumení jeho rôznym funkciám a jeho absolútnej osobitosti leží budúcnosť kozmetického priemyslu v mimoriadne vysokom stupni personalizácii výrobkov. V rámci tohto prístupu sú kľúčovými oblasťami tohto odvetvia výskum a investície v spolupráci so zdravotníkymi a akademickými pracovníkmi.

4.2.4. **Podpora väčšieho zapojenia zamestnancov.** Zamestnanci majú pri inovácii výrobkov popredné miesto, keďže majú celkový prehľad o odvetví, a to od vývoja až po spätnú väzbu od spotrebiteľov. Rozsiahlejšie konzultácie vrátane podpory vlastnej podnikateľskej iniciatívy v zamestnaní (tzv. intrapreneurship) by mohli podporiť rast spoločnosti. Odvetvie ponúka rozmanité príležitosti na zamestnanie a vďaka zlepšeniu komunikácie s cieľom ukázať zručnosti a kompetencie potrebné na súčasný a budúci rozvoj bude toto odvetvie ešte atraktívnejšie. V Európe sa do tvorby nového výskumu a príležitostí na rozsiahlejšiu spoluprácu medzi odvetviami zapojilo vyše 514 000 študentov vedy o živéj prírode<sup>(6)</sup>. Rozsiahlejšia spolupráca medzi akademickým prostredím a priemyslom by teda pomohla prilákať širšie spektrum zamestnancov.

4.2.5. Na udržateľnosť rastu je potrebné **zabezpečiť výskum a vývoj**, investície, výdavky na výskum a vývoj a bezpečnostné ustanovenia. Mohli by sa zväziť verejné a súkromné mechanizmy financovania pre výskum a vývoj, registrácie patentov a vývoj nových výrobkov v rámci výroby v Európe.

4.2.6. **Porušovanie patentov a falšovanie tovaru** predstavuje pre ziskovosť veľkých a malých spoločností v EÚ vážne riziko a zároveň je hrozbou pre zdravie spotrebiteľov. V roku 2006 stáli falšované parfumy a kozmetické výrobky EÚ 3 miliardy EUR v rámci úslého zisku. Vyššiu ochranu duševného vlastníctva značiek by bolo možné zabezpečiť uvedením krajiny výroby na výrobok.

<sup>(3)</sup> [www.eithealth.eu](http://www.eithealth.eu).

<sup>(4)</sup> <http://www.biocity.co.uk/medicity/nottingham>.

<sup>(5)</sup> Ú. v. EÚ C 13, 15.1.2016, s. 152.

<sup>(6)</sup> Euromonitor International.

4.2.7. **Závazok vypracovať reguláciu „založenú na rizikách“:** V súčasnosti sa látky neregulujú na základe svojich vnútorných vlastností (napr. dráždivosť), ale na základe toho, či sa vlastnosť látky pri reálnych podmienkach používania naozaj prejaví (napr. používanie v koncentrácii pod prahovou hodnotou dráždivosti). Tento prístup je možný vďaka presnému určeniu používania kozmetických výrobkov a možnosti plného posúdenia rizika. Líši sa od právnych predpisov týkajúcich sa chemických látok (bez presne určeného použitia), ktoré sú založené na „nebezpečnosti“ vnútorných vlastností. Aby bolo v budúcnosti odvetvie schopné inovácií a rastu, je veľmi dôležité, aby sa v právnych predpisoch a politike EÚ zachoval primeraný rozdiel medzi nebezpečnosťou a rizikom.

4.2.8. **Podpora zložiek špecifických pre jednotlivé oblasti.** Uľahčenie výskumu a certifikácie prírodných výrobkov, ktoré sú špecifické pre jednotlivé regióny, prostredníctvom chráneného zemepisného označenia<sup>(7)</sup> (napr. korzická slamienska) by umožnilo podporovať regionálne výrobky z EÚ, čím by sa zvýšilo zameranie na lokálne komodity a remeselné výrobky. V súčasnosti podnikateľov a MSP obmedzujú náklady na izotopové analýzy alebo laboratórne analýzy prírodných výrobkov.

4.2.9. **Zákaz testovania na zvieratách:** V nariadení o kozmetických výrobkoch sa stanovil zákaz testovania (zákaz testovania konečných kozmetických výrobkov a kozmetických zložiek na zvieratách) a zákaz uvádzania na trh (zákaz uvádzania konečných kozmetických výrobkov a zložiek, ktoré boli testované na zvieratách, na trh v EÚ). O zrušení tohto zákazu sa neuvažuje. Výrobcovia však pri zavádzaní inovácií, vývoji nových výrobkov a vývoze musia riešiť tieto problémy:

- **Regulačné prijatie validovaných alternatívnych metód:** Pre viaceré oblasti testovania bezpečnosti boli úspešne vypracované stratégie, v rámci ktorých sa nepočíta s použitím zvierat a ktoré validovala a prijala OECD. Pomocou nich možno presne predpovedať komplexné reakcie biologického systému, a to najmä pri testovaní konečných kozmetických výrobkov, ako aj pri sledovaných parametroch toxicity v súvislosti s testovaním zložiek. Taktiež je možné nahradiť niektoré chýbajúce informácie o bezpečnosti prevzatými údajmi o už známych, chemicky príbuzných zložkách alebo uplatnením prahu toxikologického rizika. Je veľmi dôležité, aby regulačné orgány tieto validované metódy prijali, aby tak odvetvie mohlo vstúpiť do sveta inovácií, a to bez testovania na zvieratách.
- **Výskum a vývoj na zlepšenie posudzovania bezpečnosti zložiek a výrobkov:** Vzhľadom na absenciu testovania na zvieratách stále nie je k dispozícii kompletný súbor testov *in vitro* určených na posúdenie bezpečnosti nových molekúl, napríklad pri prípravkoch na ochranu pred slnečným žiarením. Výskum na účely vypracovania prístupov k posudzovaniu bezpečnosti bez použitia zvierat by mali podporovať verejný aj súkromný sektor. Prioritou je výskum a vývoj na účely pochopenia biológie kože, ktorého cieľom je vývoj výrobkov, ktoré zabraňujú rakovine kože alebo obmedzujú jej výskyt, keďže výskyt melanómu kože je stále častejší.
- **Vývoz:** mnoho krajín, do ktorých sa európske kozmetické výrobky vyvážajú, požaduje testovanie výrobkov na zvieratách ako súčasť bezpečnosti spotrebiteľov. To vedie k protichodným regulačným požiadavkám a odvetviu to spôsobuje značné problémy. V tejto veci by sa mali uzatvoriť celosvetové dohody.

4.2.10. **Riadenie zdrojov a nakladanie s odpadom:** rast populácie, zvyšovanie spotreby a vyčerpanie zdrojov, najmä vody, predstavujú témy, ktoré sa týkajú spotrebiteľov aj odvetvia v kontexte udržateľnej spotreby a sociálnej zodpovednosti podnikov. Prioritou odvetvia je vyrábanie produktov šetrných k životnému prostrediu pri zohľadnení riadenia zdrojov a nakladania s odpadom. Balík Komisie týkajúci sa obehového hospodárstva a usmernenia združenia Cosmetics Europe z roku 2012 pre kozmetické spoločnosti, a najmä MSP („Guidelines for Cosmetic Companies, especially SMEs“) predstavujú cenný prínos, ale je potrebné vykonať oveľa viac, keďže naďalej pretrvávajú závažné problémy. Ochrana zdrojov potrebných pre dané odvetvie je spojená s nevyhnutnosťou chrániť biologickú diverzitu, a to ako spoločný statok pre súčasné aj budúce generácie. Hľadanie nových produktov sa nesmie uskutočňovať na úkor pôvodného obyvateľstva a ich intelektuálneho dedičstva. Je užitočné a mimoriadne potrebné, aby sa medzi podnikmi pôsobiacimi v tomto odvetví rozšírili zásady spravodlivého obchodu a kódexy správania týkajúce sa životného prostredia. Nemenej dôležitý je aj postoj spotrebiteľov: tí nesmú tolerovať produkty vyrobené spôsobom, ktorý je v rozpore so zásadami udržateľného rozvoja.

<sup>(7)</sup> [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm).

4.2.11. **Väčšia transparentnosť:** Pre zabezpečenie ochrany spotrebiteľov má kľúčový význam dohľad nad trhom. Rozsiahlejšia spolupráca medzi vnútroštátnymi spotrebiteľskými orgánmi, spotrebiteľskými organizáciami, používateľmi a zdravotníckymi pracovníkmi na vnútroštátnej úrovni by zvýšila dôveru spotrebiteľov a transparentnosť. V rámci celého procesu vývoja výrobku a inovácií by sa mali viesť konzultácie so zainteresovanými stranami. Nahlásenie výrobku do systému RAPEX umožňuje spotrebiteľom požadovať lepšiu bezpečnosť v rámci celého dodávateľského reťazca, spotrebiteľia však trvajú na tom, že oznámenia o závažnom riziku by sa mali podávať čo najskôr. Je potrebná väčšia transparentnosť v štátoch spotrebiteľov, pokiaľ ide o:

- zabezpečenie dôkladnejšieho presadzovania existujúcich právnych predpisov a jasnejšieho posudzovania bezpečnosti s cieľom udržať dôveru spotrebiteľov v bezpečnosť výrobkov a zároveň zvýšiť úroveň dodržiavania súladu s nariadením o kozmetických výrobkoch; zahŕňa to komplexnejšie a zrozumiteľnejšie označenia týkajúce sa používania výrobkov a ich účelu;
- pri skrytej reklame v redakčnom priestore a propagácii výrobkov sa vyžaduje transparentná reklama s cieľom zabrániť zavádzaniu spotrebiteľov; pre menšie spoločnosti sú náklady na reklamu neúnosne vysoké. Platené reklamné materiály by sa mali jasne označiť, a to vrátane porovnávania výrobkov, ktoré sú často z tej istej spoločnosti, napriek tomu, že majú inú značku;
- v nariadení o kozmetických výrobkoch sa nestanovujú žiadne osobitné pravidlá pre ekologické výrobky. V súčasnosti neexistujú žiadne harmonizované európske pravidlá, na základe ktorých by sa stanovovali kritériá pre ekologickú kozmetiku, čo vedie k tomu, že produkty s nízkym podielom ekologických zložiek sa môžu označovať za „ekologické“. Bez zavedenia osobitných usmernení to môže viesť k zavádzaniu spotrebiteľov a pre odvetvie estetickej kozmetiky predstavovať riziko poškodenia dobrej povesti.

4.2.12. **Príležitosti na nových trhoch** vrátane príležitostí zameraných na zmenu nákupných zvykov spotrebiteľov, ako sú elektronický obchod a priamy predaj, ponúkajú nové modely predaja spolu s cezhraničným obchodom. Z počítačových výsledkov odvetvového prieskumu elektronického obchodu vyplynulo, že polovica skúmaných spoločností v odvetví kozmetiky a zdravia v EÚ nepredáva do zahraničia. Hoci kozmetické spoločnosti vstúpili do digitálneho veku, stále ich obmedzujú regulačné požiadavky, ktoré sú často špecifické pre jednotlivé krajiny, a to vrátane označovania v úradnom jazyku, právnych predpisov o testovaní na zvieratách a požiadaviek na sledovanie kozmetických výrobkov.

4.2.13. **Prekážky obchodu:** EÚ má v oblasti kozmetických výrobkov dobrú obchodnú bilanciu, Európska komisia by však naďalej mala naliehať na zblížovanie na fórach, ako je fórum pre medzinárodnú spoluprácu v oblasti kozmetických výrobkov (International Cooperation on Cosmetics Regulation), a v obchodných rokovaniach, pri ktorých sa európska regulácia stala medzinárodnou normou. Nariadenie EÚ o kozmetických výrobkoch stále zostáva vzorom pre bezpečnosť spotrebiteľov v rozvíjajúcich sa regiónoch (ASEAN, Rusko, Latinská Amerika, Čína). To poskytuje európskym regulačným orgánom a odvetviu príležitosť prispieť k regulačným systémom hlavných vývozných trhov, ktoré budú vysoko kompatibilné so systémom EÚ.

- Na zvýšenie obchodu na vnútornom trhu je potrebné **podporovať harmonizáciu**. Prekážky obchodu v EÚ zvyšuje neexistencia jednotnej colnej správy. Každý členský štát má samostatnú agentúru zodpovednú za colné predpisy EÚ, pričom tieto agentúry nie sú riadené jednotným spôsobom. Pravidlá EÚ týkajúce sa postupov klasifikácie, oceňovania, určovania pôvodu a colných režimov sa v jednotlivých členských štátoch často uplatňujú rôzne, pričom sa líši tiež úroveň DPH.
- **Boj proti podvodu, falšovaniu a znehodnocovaniu** pri dovoze a v rámci EÚ vážnou otázkou. Krajiny EÚ musia spolupracovať, vymieňať si informácie a rýchlejšie konať, pokiaľ ide o závažné nežiaduce účinky, ktoré sa môžu vyskytnúť pri používaní kozmetických výrobkov. Zvýšenie počtu falšovaných alebo znehodnotených výrobkov, ktoré je čiastočne výsledkom rastúceho dovozu a zároveň obmedzených zdrojov členských štátov na sledovanie výrobkov, znamená zvýšenie rizika pre zdravie spotrebiteľov.

- Obchodné dohody: Kozmetické výrobky predstavujú jednu z problematickejších kapitol rokovaní o Transatlantickom obchodnom a investičnom partnerstve (TTIP). V dôsledku TTIP a ďalších **obchodných** dohôd by sa mohli začať viac uplatňovať normy EÚ, pričom by sa podporila dôveryhodnosť a vernosť značkám, pokiaľ ide o výrobky vyrobené v EÚ, čo by spoločnostiam z EÚ poskytlo prístup na trh a k viacerým spotrebiteľom.

V Bruseli 20. októbra 2016

*Predseda*  
Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru  
Georges DASSIS

---