

Informacja prasowa

Warszawa, 23 czerwca 2020 r.

Branża kosmetyczna z nowymi zapisami w Kodeksie Etyki Reklamy

Dokument techniczny dotyczący oświadczeń o produktach kosmetycznych – czyli narzędzie, stanowiące zbiór najlepszych praktyk w sektorze, stosowanych przy indywidualnej ocenie zgodności deklaracji marketingowych – z inicjatywy Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego został oficjalnie włączony do Kodeksu Etyki Reklamy.

Dokument Komisji Europejskiej zawiera niewiążące prawnie wskazówki do praktycznego stosowania kryteriów dla deklaracji opisanych w rozporządzeniu 655/2013. Zawarte w nim treści ułatwiają m.in. rozumienie i interpretację kryteriów takich jak uczciwość, prawdziwość udzielanych informacji czy świadomość podejmowanych decyzji. Bez znajomości tego dokumentu nie jest możliwe właściwe tworzenie, ale też ocena deklaracji marketingowych w odniesieniu do ogólnej prezentacji produktu kosmetycznego.

Rozmowy na temat rozszerzenia Kodeksu Etyki Reklamy o regulacje dla sektora kosmetycznego trwały od kilku miesięcy. *Jeszcze w 2019 r. zgłosiliśmy prośbę, a właściwie zasygnalizowaliśmy konieczność włączenia dokumentu technicznego dotyczącego deklaracji marketingowych do Kodeksu Etyki Reklamy – opowiada **Blanka Chmurzyńska – Brown, dyrektor generalna Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.** Formalnie dokument ten zawiera niewiążące prawnie wskazówki, więc włączenie go do Kodeksu znacząco podnosi jego rangę, ale też wzmacnia znaczenie samoregulacji w otoczeniu prawnym naszej branży. Jesteśmy pewni, że także firmy będą go bardziej respektować.*

Dokument stanowi też praktyczne narzędzie dla arbitrów oceniających przekazy reklamowe z branży kosmetycznej. *Mamy nadzieję, że te wytyczne będą przez nich brane pod uwagę, mogą bowiem diametralnie zmienić rozumienie niektórych przekazów, na które została złożona skarga – tłumaczy **Blanka Chmurzyńska – Brown.***

Polska Rada Reklamy to druga organizacja branżowa w Europie, która podjęła się tego zadania. Jako pierwsi zrobili to Francuzi – organizacja francuska ARPP w porozumieniu z branżową organizacją FEBEA (<https://www.arpp.org/the-arpp/>).

KosmetyczniPL

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, jako jedyna organizacja w Polsce, reprezentuje i wspiera cele strategiczne przedsiębiorców wyłącznie branży kosmetycznej. Od ponad 18 lat jest aktywnym głosem sektora w procesie stanowienia prawa. Skutecznie współpracuje na co dzień z instytucjami administracji polskiej i europejskiej, a razem z firmami członkowskimi wypracowuje i wdraża rozwiązania, które prowadzą do rozwoju polskiego rynku kosmetycznego, który dziś jest 5. w Unii Europejskiej.

Związek należy do Cosmetics Europe – europejskiej organizacji branżowej i Konfederacji Lewiatan – najbardziej wpływowej organizacji pracodawców w Polsce. Angażuje się też w działania budujące pozycję sektora za granicą – wspiera promocję eksportu polskich kosmetyków, buduje sieć partnerstw i wspólnie z partnerami znosi bariery w handlu międzynarodowym. Organizacja pełni również funkcję platformy wymiany doświadczeń – edukuje i szkoli firmy, podnosząc jakość całego sektora. Od 13 lat prowadzi też projekt społeczny Fundacja Piękniejsze Życie.

Związek skupia blisko 200 firm, w tym producentów i dystrybutorów kosmetyków, laboratoria, firmy doradcze i ośrodki dydaktyczne, a także ich partnerów okołobranżowych – dostawców opakowań i surowców. Zrzesza i działa na rzecz zarówno startupów, małych, rodzinnych przedsiębiorstw, jak i dużych, międzynarodowych korporacji i największych polskich firm kosmetycznych, które w atmosferze wzajemnego szacunku i zaufania działają razem skutecznie, zachowując przy tym wszelkie zasady konkurencji.

Kontakt dla mediów:

Elwira Jastrzębska

Biuro prasowe

M: +48 501 731 234

E: ejastrzebska@kosmetyczni.pl

Aleksandra Lau-Wyzińska

Biuro prasowe

M: +48 505 572 735

E: alau@kosmetyczni.pl

