



ΔΟΚΙΜΕΣ ΣΕ ΖΩΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΛΥΝΤΙΚΩΝ

Η επίδραση στη
συμπεριφορά των
καταναλωτών σε παγκόσμιο,
ευρωπαϊκό και ελλαδικό
επίπεδο, την περίοδο
1991 – 2001

Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΜΑΘΗΜΑ:
ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΕΣ:
ΤΗΛΙΚΙΔΟΥ ΕΙΡΗΝΗ
ΔΕΛΗΣΤΑΥΡΟΥ ΑΝΤΩΝΙΑ

**ΔΟΚΙΜΕΣ ΣΕ ΖΩΑ ΓΙΑ ΤΗ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ**
**Η επίδραση στη συμπεριφορά των
καταναλωτών σε παγκόσμιο,
ευρωπαϊκό και ελλαδικό επίπεδο, την
περίοδο 1991 – 2001**

Εργασία των:
ΔΗΜΑΚΑΚΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ
ΤΟΤΟΜΗ ΚΑΣΣΑΝΔΡΑ
ΤΣΙΑΡΤΑ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ
ΧΑΣΤΑΖΕΡΗ ΔΗΜΗΤΡΑ

***I ask for the privilege of not being born...not to be born until you can assure me
of a home and a master to protect me, and a right to live as long as I am
physically able to enjoy life...not to be born until my body is precious and
men have ceased to exploit it because it is cheap and plentiful.***

Author Unknown

Περιεχόμενα

Σελ.	
5	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ
7	ΠΡΟΛΟΓΟΣ
8	ΕΙΣΑΓΩΓΗ
8	<i>Το πρόβλημα</i>
8	<i>Το θέμα</i>
8	<i>Ο σκοπός</i>
9	<i>Η αναζήτηση των στοιχείων</i>
10	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1
10	ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ
10	<i>Ορισμός</i>
10	<i>Κατηγορίες</i>
11	<i>Διαδικασία παραγωγής</i>
11	ΟΙ ΔΟΚΙΜΕΣ ΣΤΑ ΖΩΑ
11	<i>Κατηγορίες - σκοπός</i>
12	<i>Διαδικασία</i>
15	<i>Οι εναλλακτικές</i>
17	<i>Τομείς όπου είναι αναγκαία η πρόοδος</i>
19	<i>Ποιοί και πού διεξάγουν τις έρευνες</i>
20	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2
20	Η ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ
20	<i>Η ευρωπαϊκή νομοθεσία</i>
21	<i>Η αμερικάνικη νομοθεσία</i>
21	Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

21	<i>Κόσμος</i>
21	<i>Ευρώπη</i>
23	<i>Ελλάδα</i>
24	ΤΙ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ
26	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3
26	ΠΟΙΟΙ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΩΝ ΔΟΚΙΜΩΝ ΣΤΑ ΖΩΑ - Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
26	<i>Οι επιχειρήσεις του κλάδου</i>
26	<i>Οι διεθνείς και εθνικοί οργανισμοί</i>
27	<i>Οι οικολογικές οργανώσεις</i>
27	ΛΕΥΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΥΡΕΣ ΛΙΣΤΕΣ
27	<i>Η μαύρη λίστα</i>
30	<i>Η λεύκη λίστα</i>
32	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ
35	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1
38	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2
46	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η διεξαγωγή της παρούσας έρευνας υπήρξε ένα δύσκολο και επίπονο έργο. Πραγματικά δε θα μπορούσε να διεξαχθεί χωρίς την πολύτιμη βοήθεια όλων αυτών των ανθρώπων που πρόθυμα συνεργάστηκαν μαζί μας και μας προσέφεραν τις γνώσεις και την εμπειρία τους, καθώς και κάθε άλλη δυνατή βοήθεια.

Θα θέλαμε λοιπόν να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα τον κ. Ζέρβα, γενικό διευθυντή της ΤΕΟΡΟΣ Α.Ε. (Yves Rocher Hellas), την κ. Γουναρίδου Ξανθίππη, χημικό και υπεύθυνη για την παραγωγή και το βιοτικό έλεγχο της ΦΑΡΚΟΜ Α.Ε., και τον κ. Βέγγο Αναγνώστη, χημικό, εξειδικευμένο στα καλλυντικά, επιστημονικό συνεργάτη του τμήματος αισθητικής του Τ.Ε.Ι.Θ., για την παραχώρηση των συνεντεύξεων.

Επίσης, ευχαριστούμε θερμά τον κ. Σκαρλάτο Στέλιο, γραμματέα παρά τη διαχειρίστρια της The Body Shop Θεσσαλονίκης, για τη συνεργασία και την παροχή πληροφοριών, τον κ. Γιουβαννάκη Κωνσταντίνο, του τμήματος αισθητικής του Τ.Ε.Ι.Θ. για την πολύτιμη βοήθειά του και τον κ. Μπασούκο Αναστάσιο, αναλυτή – προγραμματιστή Η/Υ για την προσφορά της γνώσης του στην εύρεση στοιχείων μέσω του διαδικτύου και την ανεξάντλητη υπομονή του.

Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε και όλους τους υπόλοιπους, που μας βοήθησαν και μας διευκόλυναν να επικοινωνήσουμε με τα κατάλληλα πρόσωπα, όπως οι υπάλληλοι των διάφορων φορέων (επιχειρήσεις, εκπαιδευτικά ιδρύματα, βιβλιοθήκες κ.α.), στους οποίους προστρέξαμε. Αλλά και όσους υπέμειναν και μας στήριζαν καθ' όλη τη διάρκεια της προσπάθειά μας.

Η ερευνητική ομάδα:

*Δημακάκου Βασιλική
Τοτόμη Κασσάνδρα
Τσιάρτα Ελευθερία
Χασταζέρη Δήμητρα*

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιομηχανία καλλυντικών είναι ένας ταχύτατα εξελισσόμενος κλάδος, τόσο σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό, όσο και σε ελλαδικό επίπεδο. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί ο σύγχρονος τρόπος ζωής δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην υγιεινή και την εξωτερική εμφάνιση των ατόμων, συμβάλλοντας έτσι στην κατακόρυφη αύξηση της κατανάλωσης καλλυντικών.

Το πρόβλημα

Μια προσεκτικότερη όμως ματιά στο χώρο φανερώνει ότι αυτή η αύξηση δεν είναι μηχανική. Οι καταναλωτές καλλυντικών, μέσα σε ένα γενικότερο κλίμα οικολογικής ευαισθητοποίησης, συνειδητοποιούν την ανάγκη ελαχιστοποίησης της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος και το αποδεικνύουν τόσο μέσω της δραστηριοποίησής τους όσο και μέσω των αγορών τους.

Αυτό το φαινόμενο όμως αποτελεί ένα πρόβλημα για τη βιομηχανία καλλυντικών, η οποία έχει επενδύσει τεράστια κεφάλαια στις δοκιμές σε ζώα, εδώ και πολλές δεκαετίες, ενώ, μόλις την τελευταία, η συνειδητοποίηση του οικολογικού προβλήματος από τους καταναλωτές και η δραστηριοποίησή τους την πιέζει να αλλάξει την πρακτική της με φιλικότερες προς το περιβάλλον μεθόδους.

Ενώ όμως αυτό αποτελεί σημαντικό προβληματισμό από την πλευρά των καταναλωτών, φαίνεται να υπάρχει μια αποσιώπηση του θέματος από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων καλλυντικών.

Το θέμα

Όλα τα παραπάνω οδήγησαν στην διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας, με θέμα: **«ΔΟΚΙΜΕΣ ΣΕ ΖΩΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ: η επίδραση στη συμπεριφορά των καταναλωτών σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και ελλαδικό επίπεδο, την περίοδο 1991 – 2001»**.

Ο σκοπός

Σκοπός της έρευνας ήταν η καταγραφή της παρούσας κατάστασης των επιχειρήσεων του κλάδου καθώς και η εξέλιξη στον τομέα των δοκιμών στα ζώα ώστε να μπορέσουν να εξαχθούν συμπεράσματα για το κατά πόσο αυτά επηρεάζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών, κατά την περίοδο 1991 – 2001, όπου παρατηρείται η εντονότερη δραστηριοποίηση πάνω στο θέμα.

Η αναζήτηση των στοιχείων

Η αναζήτηση των σχετικών με το θέμα στοιχείων έγινε σε όλες τις βιβλιοθήκες της Θεσσαλονίκης, που ήταν δυνατή η πρόσβαση μας, πανεπιστημιακές και μη, στο διαδίκτυο, σε φορείς που σχετίζονται με το θέμα (π.χ. Ι.Ε.Κ. αισθητικής και δραστηριοποιημένες επιχειρήσεις, όπως η The Body Shop), οι οποίοι προσέφεραν είτε έντυπο υλικό είτε προσωπικές συνεντεύξεις (τηλεφωνική, προσωπική, ηλεκτρονική).

Τελικά, βασικότερη πηγή αποτέλεσε το διαδίκτυο, όπου παρέχονται τα περισσότερα στοιχεία από ένα πλήθος φορέων, π.χ. οργανισμοί, επιχειρήσεις, ενώσεις επιχειρήσεων και ερευνητικοί οργανισμοί, σε αντίθεση με τη βιβλιογραφία, η οποία είναι ελάχιστη.

Εδώ πρέπει να αναφερθεί ότι όσον αφορά τα καλλυντικά, υπάρχει κάποια σχετική βιβλιογραφία στη βιβλιοθήκη του χημικού τμήματος του Α.Π.Θ., την οποία όμως δε συμπεριλάβαμε στην εργασία γιατί το τμήμα τελούσε υπό κατάληψη κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

Ορισμός

Σύμφωνα με την Ε.Ο.Κ. «ως καλλυντικό προϊόν νοείται οποιαδήποτε ουσία ή οποιοδήποτε παρασκεύασμα το οποίο προορίζεται να έλθει σε επαφή με τα διάφορα μέρη του σώματος (επιδερμίδα, τριχωτά μέρη, νύχια, χείλια και εξωτερικά γεννητικά όργανα) ή με τα δόντια και το βλεννογόνο της στοματικής κοιλότητας με αποκλειστικό ή κύριο σκοπό τον καθαρισμό τους, τον αρωματισμό τους ή την προστασία τους, για να διατηρηθούν σε καλή κατάσταση, να μεταβληθεί η εμφάνισή τους ή να διορθωθούν οι οσμές του σώματος»¹.

Φυτικά καλλυντικά

Παράλληλα είναι σκόπιμο να αναφερθεί και ο ορισμός των φυτικών καλλυντικών που αποτελούν ένα σημαντικό ποσοστό των μη δοκιμασμένων σε ζώα καλλυντικών που διατίθενται αυτή τη στιγμή στην αγορά. Ως φυτικά καλλυντικά, λοιπόν, νοούνται «τα καλλυντικά που περιέχουν δραστικές πρώτες ύλες φυτικής προέλευσης και η επεξεργασία τους είναι φυσική ώστε να μην επιβαρύνει το περιβάλλον. Είναι φιλικά στο περιβάλλον και σέβονται τον άνθρωπο και τα ζώα, και να έχουν συνάφεια με τον ανθρώπινο οργανισμό ώστε να μη δημιουργούν παρενέργειες».²

Κατηγορίες

Πέρα από την παραπάνω διάκριση στον ορισμό, τα καλλυντικά διακρίνονται ανάλογα με τη χρήση και το δίκτυο διανομής τους.

Ανάλογα με τη χρήση³

- ❖ Αρωματικά προϊόντα
- ❖ Προϊόντα μακιγιάζ

¹ Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών κοινοτήτων, 27/9/1976

² *Αγορά*, Ιούνιος 1998, σελ. 84-85

³ ICAP, 2000, σελ. 9-10

❖ Προϊόντα περιποίησης προσώπου
❖ Προϊόντα περιποίησης σώματος
❖ Προϊόντα περιποίησης μαλλιών
❖ Προϊόντα ατομικής υγιεινής (toiletries)

Ανάλογα με το δίκτυο διανομής⁴
❖ Καλλυντικά Ευρείας Διανομής
❖ Καλλυντικά Επιλεκτικής Διανομής
❖ Καλλυντικά Φαρμακείου
❖ Καλλυντικά Κομμωτηρίου
❖ Καλλυντικά που διατίθενται με τη μέθοδο της κατευθυνόμενης πώλησης (Door to door)
❖ Καλλυντικά Ινστιτούτων Αισθητικής

Διαδικασία παρασκευής

Για κάθε είδος καλλυντικού ακολουθείται διαφορετική διαδικασία παρασκευής. Σε γενικές γραμμές όμως, εφόσον είναι γνωστό τι καλλυντικό θέλουμε να δημιουργήσουμε, βρίσκουμε τα κατάλληλα συστατικά και προχωράμε στην αντίστοιχη γι' αυτό το καλλυντικό διαδικασία. Όσον αφορά στις δοκιμές στα ζώα, αυτές μπορεί να διεξαχθούν είτε στο τελικό στάδιο παρασκευής, για την πρόληψη τυχόν παρενεργειών ή ερεθισμών στους χρήστες, είτε σε ένα προταρχικό στάδιο, σε επίπεδο πρώτων υλών.

ΟΙ ΔΟΚΙΜΕΣ ΣΤΑ ΖΩΑ

Ορισμός

Δοκιμές στα ζώα καλούνται οι πειραματικές εκείνες διαδικασίες που εφαρμόζονται σε ζώα για να προβλεφθούν οι αντιδράσεις των διαφόρων συστατικών και να αποφευχθούν η ευαισθησία και ο ερεθισμός στον άνθρωπο, καθώς και οι αλλεργικές αντιδράσεις⁵.

Κατηγορίες - Σκοπός

Υπάρχουν δεκατρείς βασικοί τύποι δοκιμών σε ζώα που αποσκοπούν στην πρόληψη: «του ερεθισμού στα μάτια και το δέρμα, της απορροφητικότητας από το δέρμα, της ευαισθησίας του δέρματος, της φωτοτοξικότητας και της φωτοευαισθησίας, της μετάλλαξης, της οξείας και χρόνιας τοξικότητας, της καρκινογένεσης, της αναπαραγωγικής

⁴ ICAP, 2000, σελ. 10

⁵ Harry Ralph G., 1982, σελ. 38

Διαδικασία

τοξικότητας, της τερατογένεσης και της αξιολόγησης της ασφάλειας των τελικών προϊόντων»⁶.

Οι παραπάνω τύποι δοκιμών πραγματοποιούνται ως εξής^{7,8,9}:

Δοκιμές για ολόκληρο το σώμα, βραχυπρόθεσμη τοξικότητα

Παραδοσιακά χρησιμοποιείται η δοκιμή LD50 (η οποία αναπτύχθηκε το 1927!), σύμφωνα με την οποία σε μια ομάδα ζώων δίδεται δόση από μία δοκιμασμένη ουσία με σκοπό να καθοριστεί τη δόση που σκότωσε τα μισά από τα ζώα. Σε αυτές τις δοκιμές, συχνά, τους δίδεται η ουσία με τη βία. Η δοκιμή LD50, μερικές φορές χρησιμοποιεί μεγάλες δόσεις, τελειώς πέρα από τα πραγματικά πιθανά επίπεδα έκθεσης. Άλλες δοκιμές που είναι διαθέσιμες, χρησιμοποιούν λιγότερα ζώα με χαμηλότερες δόσεις, και έτσι δεν υπάρχει λόγος για να συνεχιστεί η ξεπερασμένη και αμφισβητούμενη δοκιμή LD50.

Δοκιμές για την απορροφητικότητα από το δέρμα

Χρησιμοποιούνται για να καθοριστεί η έκταση των στοιχείων του καλλυντικού που μπορεί να διεισδύσουν στο δέρμα (το οποίο είναι σημαντικό στον καθορισμό του αν μπορούν να εισχωρήσουν στη ροή του αίματος και να μεταφερθούν σε μέρη του σώματος προκαλώντας τοξικά αποτελέσματα). Υπάρχει μεγαλύτερη από πενταπλάσια διαφορά στα ποσοστά απορρόφησης του δέρματος μεταξύ διαφορετικών ειδών ζώων και ανθρώπινων.

Ερεθισμός του δέρματος

Χρησιμοποιούνται, συχνά, κουνέλια και ινδικά χοιρίδια, στη δοκιμή για τον ερεθισμό του δέρματος, με επίθεση του προϊόντος σε ξυρισμένες – και περιστασιακά γδαρμένες – δερματικές περιοχές. Μπορεί να προκληθούν κοκκινίσματα, έλκη (πληγές), εξανθήματα ή πρηξίματα. Τα χρησιμοποιούμενα είδη στερούνται της ποικιλίας των ανθρώπινων αντιδράσεων, πράγμα που οφείλεται εν μέρη στη διαφοροποίηση της κατανομής των λεπτών αιμοφόρων αγγείων. Το δέρμα τους αντιδρά σε έναν περιορισμένο

⁶ www.WorldAnimalNetCosmeticsTesting-Background

⁷ www.WorldAnimalNetCosmeticsTesting-Background

⁸ www.peta.com

⁹ Harry Ralph G., 1982, σελ. 38-40

βαθμό και δε γίνεται διάκριση μεταξύ πολύ μαλακού και μέτριου ερεθισμού. Συγκριτικές δοκιμές έχουν δείξει σημαντική μεταβλητότητα στην αντίδραση ερεθισμού μεταξύ των διαφορετικών ειδών. Για παράδειγμα, με ένα αντιπιτυριδικό σαμπουάν ο ερεθισμός κυμάνθηκε από σοβαρά, στα κουνέλια, σε σχεδόν μη ερεθισμό, στους μεγάλους πιθήκους.

Ερεθισμός των ματιών

Στην δοκιμή Draize για τα μάτια, ρίχνονται ουσίες μέσα στα μάτια κουνελιών αλμπίνο. Τα ζώα συχνά, ακινητοποιούνται γι' αυτήν τη δοκιμή, για παράδειγμα με τη χρήση κοπαδιών. Παρ' όλο που χρησιμοποιούνται για παραπάνω από τέσσερις δεκαετίες, οι προβλέψεις της δοκιμής Draize δε συμβαδίζουν ιδιαίτερα με την ανθρώπινη εμπειρία. Για παράδειγμα, όταν 281 περιπτώσεις, από τυχαίο πιτσίλισμα των προϊόντων νοικοκυριού, στα μάτια ανθρώπων συγκρίθηκαν με τις προβλέψεις της δοκιμής Draize σε μάτι κουνελιού, για τα ίδια προϊόντα βρέθηκαν διαφορές μεταξύ των ανθρωπίνων και των αντιδράσεων των κουνελιών κατά το 250πλάσιο. Η δοκιμή Draize υπερβάλλει στα αποτελέσματα, και προβλέπει με ακρίβεια τις ανθρώπινες αντιδράσεις λιγότερο από 50% τη φορά.

Ευαισθησία του δέρματος

Ινδικά χοιρίδια χρησιμοποιούνται σε αυτές τις δοκιμές, οι οποίες μετρών την πιθανότητα να προκληθεί αλλεργία από τη συνεχή εφαρμογή κάποιου συστατικού. Υπάρχουν, περίπου, 15 διαφορετικές δοκιμές, οι περισσότερες από τις οποίες απαιτούν 20 - 40 ζώα. Οι μέθοδοι ποικίλουν πολύ στην επιλογή της δόσης και της συχνότητας των εφαρμογών, στη χρήση των λύσεων για τις ενέσεις, στον τρόπο λήψης και ερμηνείας των δεδομένων, κάνοντας τη σύγκριση μεταξύ των ίδιων των δοκιμών στα ζώα δύσκολη. Επίσης, επειδή συχνά χρησιμοποιούνται υπέρογκες δόσεις, οι δοκιμές υπερεκτιμούν την ευαισθησία. Απ' την άλλη, οι δοκιμές, αποτυγχάνουν μερικές φορές να ανιχνεύσουν ουσίες, οι οποίες έχει αποδειχθεί μεταγενέστερα ότι προκαλούν ερεθισμό.

Φωτοτοξικότητα και φωτοευαισθησία

Υπάρχουν δερματικές αντιδράσεις σε χημικές ουσίες, οι οποίες προκαλούνται από την έκθεση στο φως. Τα ινδικά

χοιρίδια, τα μικρά γουρούνια, τα μαλλιαρά ποντίκια, οι αρουραίοι και τα κουνέλια χρησιμοποιούνται, βασικά, σε δοκιμές για την φωτοτοξικότητα, αλλά οι αντιδράσεις του δέρματος, συχνά, μοιάζουν ποσοτικά και ποιοτικά τελείως διαφορετικά από τις συγκριτικές αντιδράσεις στο ανθρώπινο σώμα. Αυτές οι δοκιμές στα ζώα δεν επιβεβαιώθηκαν σε διεθνή επίπεδα.

Μετάλλαξη

Η Scientific Committee on Cosmetology (SCC) της E.E. αποδέχεται ότι τα μη - ζωικά υλικά δεν προκαλούν μετάλλαξη. Όμως, συμπληρωματικές, βραχυπρόθεσμες δοκιμές σε ζώα διεξάγονται ακόμα μερικές φορές σε μία προσπάθεια να καθοριστεί η σχέση των εργαστηριακών στοιχείων με την ανθρώπινη κατάσταση - έστω και αν οι καθιερωμένες δοκιμές στα ζώα έχουν περιορισμένη σχέση με την τοξικολογία των καλλυντικών.

Καρκινογένεση

Οι καθιερωμένες δοκιμές για την καρκινογένεση διεξάγονται σε αρουραίους και ποντίκια, όχι επειδή προβλέπουν τις ανθρώπινες αντιδράσεις με περισσότερη αξιοπιστία, αλλά επειδή η μέγιστη διάρκεια ζωής τους είναι μικρή, τα ίδια είναι μικρά, σχετικά φθηνά και εύκολα μεταχειρίσιμα. Όμως, η αξία των δοκιμών σε ζώα για την καρκινογένεση είναι πολύ περιορισμένη λόγω της μεταβλητότητας των ειδών, των μη ρεαλιστικών δόσεων, του υψηλού κόστους και της μακράς διάρκειας. Μία ανάλυση των δοκιμών στα ζώα για 19 γνωστές ανθρώπινες καρκινογενέσεις αποκάλυψε ότι απέφεραν σωστά αποτελέσματα μόνο στο 37% των περιπτώσεων.

Αναπαραγωγική τοξικότητα

Οι ουσίες, οι οποίες δεν διεισδύουν στο δέρμα και είναι απίθανο να καταναλωθούν στοματικά σε σημαντικές ποσότητες, γενικά δε χρειάζεται να δοκιμαστούν για αναπαραγωγική τοξικότητα – σύμφωνα με την Scientific Committee on Cosmetology. Ένα θετικό αποτέλεσμα στην τερατογένεση ή στην εμβυτοτοξικότητα θα οδηγούσε στην απόρριψη ενός πιθανού καλλυντικού συστατικού, σε περίπτωση που η δοκιμή για την αναπαραγωγική τοξικότητα δε θα απαιτείται.

Τερατογένεση

Αυτές οι δοκιμές είναι ακριβές, απαιτούν εντατική δουλειά και κατανάλωση χρόνου, και δεν είναι πάντα αξιόπιστες όσον αφορά στην πρόβλεψη ανθρωπίνων αποτελεσμάτων. Για παράδειγμα, η θαλιδομίδη προκαλεί γενετικές ατέλειες στους ανθρώπους σε μια δόση των 0,5 mg/kg του σωματικού βάρους, και στα κουνέλια σε 30 mg/kg. Η ασπιρίνη προκαλεί δυσμορφία σε αρουραίους, ποντίκια, ινδικά χοιρίδια, γάτες, σκύλους και μαϊμούδες – και όμως, παρόλη τη χρήση από εγκύους γυναίκες για πολλά χρόνια, δεν είναι γνωστό αν προκαλεί γενετικές ατέλειες στους ανθρώπους.

Αξιολόγηση και ασφάλεια του τελικού προϊόντος

Ένας αριθμός εταιριών έχει υιοθετήσει μια πολιτική κατά των δοκιμών στα ζώα για τα ολοκληρωμένα προϊόντα εδώ και πολλά χρόνια. Ακόμη και η συντηρητική Scientific Committee on Cosmetology (SCC) συμβουλεύει ότι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων η ασφάλεια ενός προϊόντος μπορεί να κριθεί σύμφωνα με τα αποτελέσματα των δοκιμών σε μεμονωμένα συστατικά, λαμβάνοντας υπόψη την πιθανότερη λύση. Ακόμα και η Ευρωπαϊκή Ένωση παραδέχθηκε ότι δεν θα είναι απαραίτητο τα ολοκληρωμένα προϊόντα να δοκιμάζονται σε ζώα. Τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες (Γερμανία, Ελβετία, Ολλανδία, και Ηνωμένο Βασίλειο) τις έχουν ήδη απαγορεύσει. Οι δοκιμές των ολοκληρωμένων προϊόντων στα ζώα πρέπει να απαγορευτούν σύμφωνα με την τρέχουσα πρακτική και επιστημονική άποψη.

Οι εναλλακτικές

Για καθέναν από τους παραπάνω τρόπους έχει ήδη σημειωθεί σημαντική πρόοδος στην ανάπτυξη εναλλακτικών μεθόδων. Βέβαια, υπάρχουν πάντα αρκετά περιθώρια βελτίωσης. Παρακάτω αναφέρεται αναλυτικότερα η πρόοδος που έχει επιτευχθεί σε κάθε τομέα δοκιμών για^{10,11}:

Φωτοευαισθησία

Η δεύτερη φάση της διεθνούς μελέτης αξιολόγησης της COLIPA (βιομηχανία της Ε.Ε.) για την φωτοευαισθησία σε εργαστηριακά τεστ έχει ολοκληρωθεί με επιτυχία. Η

¹⁰ www.WorldAnimalNetCosmeticsTesting-Alternatives

¹¹ Harry Ralph G., 1982, σελ. 38-40

αξιοπιστία του τεστ 3T3 NRU PT έχει ελεγχθεί επιστημονικά σε ευρωπαϊκό επίπεδο και θεωρείται έτοιμο για ρυθμιστική αποδοχή. Μια κατευθυντήρια οδηγία του στυλ – OECD έχει κατατεθεί προς εφαρμογή. Η ευρωπαϊκή ένωση έχει αποδεχτεί την ανεπάρκεια των δοκιμών σε ζώα για την φωτοευαισθησία και την επικύρωση των εργαστηριακών τεστ NRU. Επομένως, αυτό το πεδίο των τεστ τοξικότητας μπορεί να είναι το πρώτο όπου μια μέθοδος μη δοκιμασμένη σε ζώα είναι αποδεκτή από τον OECD από την αρχή σαν το "χρυσό πρότυπο" και οι δοκιμές σε ζώα θα παρακαμφθούν εντελώς.

Απορροφητικότητα από το δέρμα

Οι βιομηχανικοί αντιπρόσωποι παρουσίασαν στον OECD μια προκαταρκτική κατευθυντήρια οδηγία για ένα εργαστηριακό τεστ απορροφητικότητας από το δέρμα (χρησιμοποιώντας νεκρό ή ζωντανό δέρμα, ανθρώπινο ή ζώου) το Μάιο του 1996. Αυτό βασίστηκε σε εργαστηριακή πείρα πολλών χρόνων και σε δεδομένα της επιχείρησης που προστέθηκαν για να ενισχύσουν το φάκελο. Ωστόσο ο ρυθμός προόδου, όσον αφορά την αποδοχή του από τον OECD, είναι αρκετά αργός εξαιτίας την προσπάθειας να διασφαλιστεί η πλειοψηφία. Μόνο οι Η.Π.Α. και ο Καναδάς παραμένουν αντίθετοι, παρά το γεγονός ότι εμφανίστηκε ένα πρωτόκολλο για τις δοκιμές σε ζώα που θεωρείτε αποδεκτό, του οποίου όμως η αξιοπιστία δεν έχει ελεγχθεί, και καλά πληροφορημένες πηγές αναφέρουν ότι είναι λιγότερο αξιόπιστο από την εργαστηριακή μέθοδο.

Ερεθισμό των ματιών.

Οι προσπάθειες για να επικυρωθούν τα εργαστηριακά τεστ για τον ερεθισμό των ματιών είναι ως τώρα απογοητευτικές. Ωστόσο αυτό οφείλεται πιθανότατα στην ανικανότητα του τεστ Draize, για τον ερεθισμό στα μάτια, να παρέχει ποσοτικές πληροφορίες που μπορούν να αναπαραχθούν, παρά την ανεπάρκεια μερικών ή όλων των κύριων εργαστηριακών μεθόδων που λαμβάνονται υπόψη. Απαιτείται ελαστικότητα στην αποδοχή εναλλακτικών για τα υποσύνολα των ερεθισμών στα μάτια, ακόμα και αν μια μέθοδος δεν είναι κατάλληλη για όλες τις κατηγορίες των χημικών ή όλες τις κατηγορίες των ερεθισμών.

Μετάλλαξη

Ο συνδυασμός τριών βασικών εργαστηριακών τεστ (αποδεκτά από τον οδηγό δοκιμών του OECD) ήδη καθιστά πιθανή την απόδειξη της πιθανότητας μετάλλαξης. Αντιστρόφως τα τεστ μετάλλαξης που έγιναν σε ζωντανούς οργανισμούς είναι περιορισμένης συσχέτισης με τα καλλυντικά.

Ερεθισμό του δέρματος.

Αποδείξεις για την μη διαβρωτικότητα από εργαστηριακά τεστ, μαζί με αρνητικά στοιχεία που αφορούν στην απορροφητικότητα, την ευαισθησία και τη μετάλλαξη στο δέρμα, επιτρέπει ένα νέο συστατικό να δοκιμαστεί ως είθισται σε εθελοντές όπως αναφέρεται στην αναφορά "New Perspectives in Cosmetics Toxicology" από τους Langley & Fisher. Άλλοι συγγραφείς έχουν επίσης δημοσιεύσει στρατηγικές κλιμακωμένων τεστ για τους ερεθισμούς στο δέρμα που δεν απαιτούν δοκιμές σε ζώα. Ένα πρωτόκολλο για ένα τετράωρο τεστ με ένα δερματικό κάλυμμα για έντονες δερματικές παθήσεις συζητείται σε επίπεδο OECD.

Φωτομετάλλαξη

Υπάρχουν λίγα in vivo δεδομένα (σε ανθρώπους ή ζώα) για τη φωτομετάλλαξη, και μάλιστα χωρίς θεμελίωση. Συνεπώς, οι προτεινόμενες, βασισμένες σε σχετικούς μηχανισμούς, εργαστηριακές μέθοδοι θα πρέπει να αξιολογηθούν στο έπακρο σημείο. Ταυτόχρονα έρευνα σε βελτιωμένα ή συμπληρωματικά τεστ, ίσως χρησιμοποιώντας ανθρώπινα κύτταρα, μπορεί να συνεχιστεί. Οι προσπάθειες δεν πρέπει να σπαταλούνται στην ανάπτυξη των δοκιμών σε ζώα.

Τελικά προϊόντα

Τελικά προϊόντα ή συνδυασμοί συστατικών δεν δοκιμάζονται πια σε ζώα από τις βιομηχανίες. Η αντοχή των ματιών και του δέρματος μπορεί να δοκιμαστεί με ασφάλεια σε εργαστήρια ή/και σε εθελοντές.

Εδώ παρατίθενται οι τομείς των δοκιμών, στους οποίους είναι αναγκαία η πρόοδος,¹²:

**Τομείς όπου
είναι αναγκαία η
πρόοδος**

¹² www.WorldAnimalNetCosmeticsTesting-Alternatives

Η ευαισθησία του δέρματος.

Η ανάπτυξη των εργαστηριακών τεστ για την ευαισθησία του δέρματος δεν έχει αναπτυχθεί ακόμα μέχρι εκείνο το σημείο που θα μπορέσει να αντικαταστήσει τις δοκιμές σε ζώα -που και τα ίδια είναι αμφίβολης εφαρμογής στους ανθρώπους. Αυτά τα τεστ πρέπει να λογοδοτήσουν για τη μεγάλη διάσταση που έχει λάβει η χρήση των ζώων στο πεδίο των καλλυντικών και μπορεί να προκαλέσει αξιοσημείωτο πόνο και δυστυχία. Οι ουσίες που έδωσαν θετικά αποτελέσματα στην οργανική προειδοποίηση και στην δερματική διείσδυση πρέπει να ταξινομηθούν ως «ερεθιστικά» χωρίς παραπέρα δοκιμή στα ζώα. Η επιπλέον έρευνα είναι απαραίτητη για να επιταχύνει την ανάπτυξη των εναλλακτικών εργαστηριακών λύσεων σε αυτό το πεδίο.

Οξεία και χρόνια τοξικότητα

Τα τεστ οργανικής τοξικότητας διαμορφώνουν ένα μεγάλο μέρος των τεστ για τα καλλυντικά. Είναι απαραίτητο οι ερευνητικές προσπάθειες να επικεντρωθούν επειγόντως και στην οξεία και στη χρόνια δόση τοξικότητας, με ιδιαίτερη έμφαση στα τοξικά αποτελέσματα πάνω σε όργανα κλειδιά και σε εξειδικευμένες κυτταρικές λειτουργίες. Περαιτέρω μελέτη στη διάπλαση της τοξικοκινηματικής χωρίς τη χρήση ζώων είναι αναγκαία.

Καρκινογένεση

Υπάρχει ένας υποσχόμενος αριθμός εργαστηριακών μεθόδων για την δοκιμή της καρκινογένεσης, ο οποίος με παραπέρα μελέτη θα μπορέσει να αποπληρώσει βραχυπρόθεσμα ή μεσοπρόθεσμα. Η ταυτότητα τέτοιων μεθόδων καθορίζεται στην αναφορά 'New Perspectives in Cosmetics Toxicology' των Langley & Fisher. Τα τεστ της καρκινογένεσης κανονικά δεν είναι απαραίτητα να γίνουν εάν το συστατικό δεν διεισδύει στο δέρμα και δεν καταπίνεται ή εισπνέεται σε συγκεκριμένες ποσότητες.

Τερατογένεση και αναπαραγωγική τοξικότητα

Αρκετές εργαστηριακές μέθοδοι για αξιολόγηση της τερατογένεσης έχουν καλά αναπτυχθεί αλλά χρειάζονται παραπέρα μελέτη για να την αξιοπιστία τους. Επιπλέον πρέπει να ερευνηθούν πτυχές, όπως η μετάθεση και ο

**Ποιοί και πού
διεξάγουν τις
έρευνες**

μεταβολισμός του πλακούντα, οι οποίες μπορούν να διεξαχθούν εργαστηριακά χρησιμοποιώντας ανθρώπινους ιστούς. Τα τεστ κανονικά δεν είναι απαραίτητα να γίνουν εάν το συστατικό δεν διεισδύει στο δέρμα και δεν καταπίνεται ή εισπνέεται σε συγκεκριμένες ποσότητες.

Οι δοκιμές στα ζώα διεξάγονται κυρίως από τις μεγάλες εταιρίες καλλυντικών, που έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν τέτοιου είδους πρωτογενείς, επιστημονικές έρευνες.

Τέτοιες εταιρίες εδρεύουν κατά κύριο λόγο και διεξάγουν τις έρευνες τους σε Η.Π.Α., Ευρώπη και Ιαπωνία. Βέβαια, σε Η.Π.Α. και Ευρώπη δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη εναλλακτικών μεθόδων, λόγω της αυξημένης ευαισθησίας που δείχνουν οι πολίτες – καταναλωτές.

Στην Ελλάδα δε διεξάγονται καθόλου έρευνες με πειραματόζωα. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί δεν υπάρχει η απαραίτητη υποδομή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Η ευρωπαϊκή νομοθεσία

Η Ευρωπαϊκή Ένωση παραδέχεται ότι δεν είναι απαραίτητες οι δοκιμές στα ζώα για τα τελικά προϊόντα καλλυντικών¹³ και εδώ και χρόνια προσπαθεί να απαγορεύσει τις δοκιμές στα ζώα, αλλά αναγνωρίζει την αναγκαιότητα ύπαρξης ικανοποιητικών εναλλακτικών. Για την ακρίβεια, ο νόμος τίθεται σε εφαρμογή με το άρθρο 4(1)(1) της οδηγίας 76/768/E.O.K. για τα καλλυντικά, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 93/35/E.E. στις 14 Ιουλίου 1993 (που αναφέρεται ως η έκτη τροποποίηση). Ο νόμος λέει ότι τα Κράτη – Μέλη «πρέπει να απαγορεύσουν τη διάθεση καλλυντικών προϊόντων που περιέχουν συστατικά ή συνδυασμούς συστατικών δοκιμασμένα σε ζώα μετά την 1^η Ιανουαρίου 1998 ώστε να ανταποκρίνονται σε αυτήν την οδηγία». Το άρθρο επίσης διευκρινίζει ότι αν δε σημειωθεί πρόοδος στην ανάπτυξη ικανοποιητικών μεθόδων που θα αντικαταστήσουν τις δοκιμές στα ζώα, θα αναβληθεί η ισχύς του νόμου.

Κύριο αντικείμενο της οδηγίας 76/768/E.O.K., για τα καλλυντικά, είναι η προστασία της δημόσιας υγείας. Γι' αυτό και η Commission, με τη σύμφωνη γνώμη του Συμβουλίου των Υπουργών, ανέβαλε την ισχύ του νόμου στις 17 Απριλίου 1997 μέχρι τις 30 Ιουνίου 2000, ώστε να μπορέσει να πραγματοποιηθεί η απαιτούμενη έρευνα σε λογικά πλαίσια¹⁴. Παρόλα αυτά είναι ήταν ανέφικτο να πραγματοποιηθεί κάτι τέτοιο και το θέμα έχει μείνει στον αέρα.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί ότι τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες, Γερμανία, Ελβετία, Κάτω Χώρες και Ηνωμένο Βασίλειο, έχουν απαγορεύσει ήδη τις δοκιμές στα ζώα στην επικράτειά τους¹⁵.

¹³ www.yomag.net/db/1372

¹⁴ Colipa, 1999, (1)

¹⁵ www.yomag.net/db/1372

Η αμερικανική πραγματικότητα

Στην Αμερική, ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων δεν έχει την εξουσιοδότηση να απαιτήσει κάποιο συγκεκριμένο τεστ στα προϊόντα. Το ίδιο όμως κάνουν και η Επιτροπή Ασφάλειας Καταναλωτικών Προϊόντων (Consumer Product Safety Commission) και η Ομοσπονδιακή Δράση Επικίνδυνων Συστατικών (Federal Hazardous Substances Act), οι οποίες πρέπει να σημειωθεί ότι δεν απαιτούν από καμία επιχείρηση να εφαρμόζει δοκιμές σε ζώα. «Το θέσπισμα και οι υλοποιήσιμοι κανονισμοί του απαιτούν μόνο το προϊόν να φέρει ετικέτα που να δείχνει τους κινδύνους που το συνοδεύουν»¹⁶.

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Ανεξάρτητα από την ευαισθητοποίηση και την κινητοποίηση του κοινού όσον αφορά τις δοκιμές στα ζώα για τη βιομηχανία των καλλυντικών, που θα εξετάσουμε σε επόμενο κεφάλαιο (βλ. Κεφ.3 §3), παρατηρείται μία υψηλή ανάπτυξη του κλάδου, τόσο σε παγκόσμιο, όσο σε ευρωπαϊκό και ελλαδικό επίπεδο.

Κόσμος

Συγκρίνοντας τα διεθνή στοιχεία, φαίνεται ότι τόσο στην Ε.Ε., όσο στις Η.Π.Α. και στην Ιαπωνία, το μέγεθος της αγοράς καλλυντικών το 1997 ήταν σε λιανικές τιμές, μεγαλύτερο έναντι του 1996.

Υπολογίζεται ότι η αγορά καλλυντικών την περίοδο 1997/1996, στις Η.Π.Α. (σε τιμές ex-factory σε ECU) αυξήθηκε κατά 16,4%, στην Ιαπωνία η αύξηση που σημειώθηκε ήταν της τάξης του 4,6% και στην Ε.Ε. 3,8%.

Η αγορά καλλυντικών σε τιμές βιομηχανίας/ex-factory ήταν 24,6 δις ECU για την Ε.Ε. και βρίσκεται στην πρώτη θέση σε σχέση με τις Η.Π.Α. των οποίων το αντίστοιχο μέγεθος ανήλθε σε 21,1 δις ECU και την Ιαπωνία με 1,1 δις ECU¹⁷.

Ευρώπη

Η αγορά καλλυντικών στην Ε.Ε. είναι η μεγαλύτερη στον κόσμο, αφού ο πληθυσμός της είναι μεγαλύτερος από τον πληθυσμό των Η.Π.Α. και της Ιαπωνίας. Συγκεκριμένα οι καταναλωτές καλλυντικών της Ε.Ε. ανέρχονται σε 373,7 εκατομμύρια διαθέτοντας 24,6 δις ECU σε τιμές ex-factory

¹⁶ www.yomag.net/db/1392

¹⁷ ICAP, 1999, σελ. 201

(MSP). Στις Η.Π.Α. ο αντίστοιχος πληθυσμός υπολογίζεται σε 258 εκατομμύρια και στην Ιαπωνία σε 125 εκατομμύρια¹⁸.

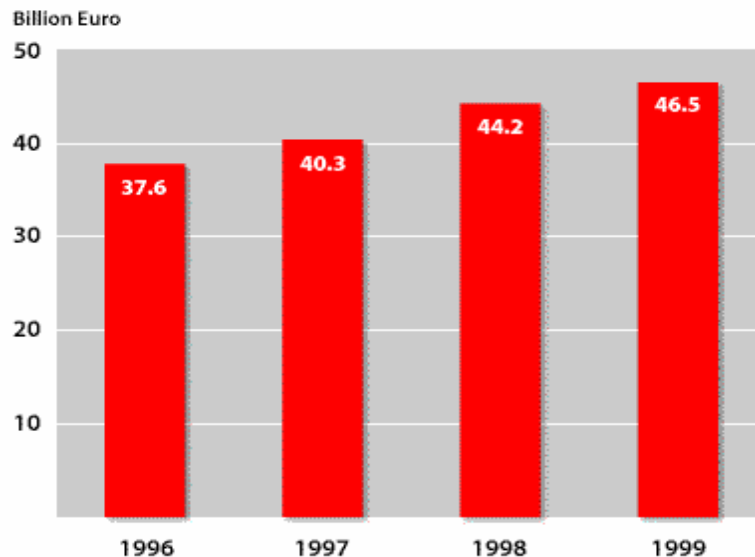
Η συνολική ευρωπαϊκή αγορά καλλυντικών το 1995 έναντι του 1994, παρουσίασε μείωση κατά 0,3% σε πώλησης, φτάνοντας σε 35,7 περίπου δις ECU, ενώ αντίθετα αύξηση κατά 4,7% σημείωσε την περίοδο 1996/1995. Μεγαλύτερη ήταν η αύξηση και συγκεκριμένα, της τάξεως του 5,7% το 1997 σε σχέση με το 1996, με αποτέλεσμα η συνολική αξία του κλάδου των καλλυντικών να ανέλθει σε 40,3 δις ECU περίπου (βλ. παράρτημα 1, 1). Η συνολική αγορά σε τιμές ex-factory (MSP) διαμορφώθηκε σε 21,6 δις ECU το 1995 ενώ εκτιμάται σε 24,6 δις ECU το 1997¹⁹ (βλ. παράρτημα 1, 2).

Το 1999 η αγορά καλλυντικών στα δεκαπέντε Κράτη – Μέλη της Ε.Ε. υπολογίζεται, σε τιμές λιανικής πώλησης, ότι είχε αυξηθεί κατά 5,2% σε 46.5 δις ευρώ.

Συμπεριλαμβανομένων της Νορβηγίας και Ελβετίας, που είναι εκτός Ε.Ε. η αγορά καλλυντικών της δυτικής Ευρώπης παρουσίασε αύξηση 5,3% και ανήλθε στα 48,5 δις ευρώ.

Αυτό το μέγεθος αγοράς περιλαμβάνει τις πωλήσεις

European C&T Market (EU15) 1996-1999
Market Volume at Retail Sales Prices



Source: Colipa Statistics Working Group

όλων των καναλιών διανομής πλην των duty free. Αν συμπεριληφθούν και τα duty free, τότε η δυτική

¹⁸ ICAP, 1999, σελ.201

¹⁹ ICAP, 1999, σελ. 189

Ευρωπαϊκή αγορά ανήλθε το 1999 για πρώτη φορά άνω των 50 δις ευρώ²⁰.

Ελλάδα

Η ελληνική αγορά καλλυντικών κυριαρχείται από λίγες, μεγάλου κυρίως μεγέθους, επιχειρήσεις, εκ των οποίων αρκετές είναι θυγατρικές πολυεθνικών εταιριών. Η εγχώρια ζήτηση σε καλλυντικά καλύπτεται κατά κύριο λόγο από εισαγόμενα προϊόντα και σε μικρότερη κλίμακα από τα εγχωρίως παραγόμενα.

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία, αποτελεί μία ταχέως και υψηλώς αναπτυσσόμενη αγορά.

ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ (σε εκατ. δρχ.)
1993	85.000
1994	102.000
1995	115.000
1996	133.000
1997	148.000
1998	174.000

Η παραγωγή καλλυντικών ανήλθε συνολικά σε 63 δις δραχμές το 1998 από 55,7 δις δραχμές το 1997, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 13,1%. Το μέγεθος της εγχώριας αγοράς καλλυντικών (φαινομενική κατανάλωση) εκτιμάται σε 177 δις δραχμές το 1998 έναντι των 151,7 δις δραχμές το 1997 σημειώνοντας αύξηση κατά 16,67%. Οι συνολικές εξαγωγές το 1998 κυμάνθηκαν στο επίπεδο των 11 δις δραχμών από 9,6 δις δραχμές το 1997 (αύξηση κατά 14,58%), ενώ οι εισαγωγές διαμορφώθηκαν στο επίπεδο των 125 δις δραχμών το 1998 έναντι 105,6 δις δραχμές το 1997.

Η φαινομενική κατανάλωση το 1999 προβλεπόταν να ανέλθει σε 190 δις δραχμές²¹. Τελικά η Ελλάδα σημείωσε αύξηση του μεγέθους της αγοράς της κατά 8,4%²².

Για τα επόμενα δύο έτη 2000 – 2001 προβλέπεται αύξηση της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης μεταξύ του 8% - 10% (σε αξία)²³.

²⁰ www.colipa.com/figures.html

²¹ ICAP, 1999, σελ. 204-205, 207

²² www.colipa.com/figures.html

²³ ICAP, 1999, σελ. 207

ΤΙ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ

Οι παράγοντες οι επηρεάζουν τη ζήτηση των καλλυντικών είναι ως επί το πλείστον οι εξής:

- ⇒ Το **διαθέσιμο εισόδημα** των καταναλωτών.
- ⇒ Το **βιοτικό επίπεδο** των καταναλωτών.
- ⇒ Η **διαφήμιση**.
- ⇒ Η **τιμή** των καλλυντικών.
- ⇒ Η **διάθεση και προώθηση** των καλλυντικών.
- ⇒ Ο **πωλητής – αισθητικός**.
- ⇒ Οι **εκπτώσεις και οι διευκολύνσεις** στον τρόπο πληρωμής.
- ⇒ Η **ποιότητα** των προϊόντων.
- ⇒ Το **life – style** των καταναλωτών.
- ⇒ Η **έρευνα** που διενεργείται από τις εταιρίες του κλάδου και έχει ως αποτέλεσμα την **εμφάνιση νέων προϊόντων**.
- ⇒ Ο **πληθυσμός των γυναικών** που χρησιμοποιούν καλλυντικά.
- ⇒ Οι **τάσεις της μόδας**.
- ⇒ **Και περιβαλλοντικοί – οικολογικοί παράγοντες**²⁴.

Από τους τελευταίους παράγοντες προκύπτει και ο προβληματισμός των επιχειρήσεων καλλυντικών όσον αφορά στις δοκιμές σε ζώα. Κι αυτό γιατί εξαιτίας αυτών των παραγόντων υπάρχουν ορισμένοι καταναλωτές που προσανατολίζονται στην αγορά «οικολογικών» προϊόντων, με φυσικές πρώτες ύλες, με συστατικά που δεν εφαρμόζονται στα ζώα και με ανακυκλώσιμες συσκευασίες²⁵.

Μάλιστα έρευνες, που έχουν διεξαχθεί στην Αμερική, έχουν δείξει ότι το 80% περίπου των καταναλωτών έχουν περιβαλλοντική συνείδηση και θα ήταν πρόθυμοι να αγοράσουν καλλυντικά προϊόντα «φιλικά» με το περιβάλλον, σε ανακυκλώσιμη συσκευασία²⁶. Αλλά και στην Ελλάδα φαίνεται να υπάρχει ανάλογο ενδιαφέρον, αν και μικρότερο βαθμό, τουλάχιστον κατά τον κύριο Αναγνώστη Βέγγο. Σύμφωνα όμως με τον κ. Στέλιο

²⁴ ICAP, 1999, σελ. 125-129

²⁵ ICAP, 1999, σελ. 129

²⁶ ICAP, 1999, σελ. 207

Σκαρλάτο, γραμματέα παρά τη διαχειρίστρια “The Body Shop” Θεσσαλονίκης, «οι καταναλωτές με ενδιαφέρον και θέρμη ανταποκρίθηκαν ως προς την ενημέρωσή μας (The Body Shop) κατά τη διάρκεια της εκστρατείας μας “against animal testing”», κάτι που αποτελεί ένδειξη της οικολογικής ευαισθησίας των Ελλήνων.

Όμως, οι οικολογικοί παράγοντες αποτελούν μόνο ένα μικρό κομμάτι του συνολικού όγκου των παραγόντων, και έτσι εξηγείται η μεγάλη ανάπτυξη, σχεδόν ανεξάρτητη, του κλάδου των καλλυντικών, παρόλο το ενδιαφέρον και τη δραστηριότητα (βλ. Κεφ.3 §1) του κοινού κατά των δοκιμών στα ζώα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΟΙΟΙ ΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΩΝ ΔΟΚΙΜΩΝ ΣΤΑ ΖΩΑ – Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Με το θέμα των δοκιμών στα ζώα ασχολούνται κυρίως τρεις τύποι φορέων: *επιχειρήσεις του κλάδου*, μεμονωμένα ή σε ενώσεις/ομοσπονδίες, *διεθνείς και εθνικοί οργανισμοί* και τέλος το κοινό (καταναλωτές) με τις διάφορες *οικολογικές οργανώσεις και οργανισμούς*.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου

Οι επιχειρήσεις του κλάδου ασχολούνται με δύο κυρίως τρόπους είτε διεξάγουν έρευνες για την εύρεση εναλλακτικών τρόπων ελέγχου των καλλυντικών, αλλά και των πρώτων υλών, είτε εφαρμόζοντας μια γενικότερη πολιτική ενάντια στις δοκιμές στα ζώα, την οποία και προωθούν τόσο στο καταναλωτικό κοινό, βοηθώντας στην ανάπτυξη οικολογικής συνείδησης, όσο και προς τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους, π.χ. άλλες επιχειρήσεις, διεθνείς και εθνικούς οργανισμούς, δίνοντας έτσι ώθηση στην ανάπτυξη εναλλακτικών τρόπων ελέγχου, αλλά και πιέζοντας για την εφαρμογή της απαγόρευσης αυτών των δοκιμών.

Τέτοιο παράδειγμα επιχειρήσεων αποτελούν τα The Body Shop, η Yves Rocher και άλλες (βλ. επόμενη παράγραφο). Όπως, επίσης, υπάρχουν και ενώσεις επιχειρήσεων, όπως ο Colipa (The European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association).

Οι διεθνείς και εθνικοί οργανισμοί

Διεθνείς και εθνικοί οργανισμοί που ασχολούνται με το θέμα είναι όλοι εκείνοι οι οργανισμοί που πρέπει να φροντίσουν για την προστασία του καταναλωτή και των ζώων ή πρέπει να προβούν σε νομοθετικές ρυθμίσεις για τη λειτουργία του κλάδου των καλλυντικών. Τέτοιοι οργανισμοί είναι οι εθνικοί οργανισμοί φαρμάκων, όπως π.χ. ο FDA της Αμερικής και ο Federal Ministry for Consumer Protection, Nutrition and Agriculture της

Γερμανίας, αλλά και διεθνείς οργανισμοί, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση με τα European Commission's Scientific Committee on the Cosmetic & Non-Food Products (SCCNFP), Scientific Committee on Cosmetology (SCC) και European Centre for the Validation of Alternative Methods (ECVAM), αλλά και με τις νομοθετικές της ρυθμίσεις.

Οι οικολογικές οργανώσεις

Τέλος υπάρχουν και οι οικολογικές οργανώσεις όπως η PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) και η Coalition for Consumer Information on Cosmetics (CCIC), μία ένωση έξι οργανισμών για την προστασία των ζώων. Αυτές κυρίως φροντίζουν για την ενημέρωση του κοινού, διοργανώνουν διάφορες εκστρατείες κατά των δοκιμών στα ζώα με τις οποίες προσπαθούν να πιέσουν για την επιβολή της απαγόρευσης των δοκιμών στα ζώα και την ανάπτυξη εναλλακτικών μεθόδων δοκιμών.

ΛΕΥΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΥΡΕΣ ΛΙΣΤΕΣ

Κάποιοι από τους παραπάνω έχουν προβεί στην κατάρτιση κάποιων καταλόγων οι οποίοι περιέχουν τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν δοκιμές στα ζώα («μαύρη λίστα») και αυτές που δεν εφαρμόζουν («λευκή λίστα»), τουλάχιστον οι ίδιες (όχι όμως – συνήθως – και οι προμηθευτές τους σε πρώτες ύλες).

Η Μαύρη Λίστα

Εδώ παρατίθεται η μαύρη λίστα που έχει καταρτίσει η PETA²⁷. Σ' αυτήν περιέχονται οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν δοκιμές στα ζώα. Αυτές είναι κατά κύριο λόγο επιχειρήσεις παρασκευής και επεξεργασίας φαρμακευτικών και χημικών προϊόντων, οι οποίες όμως προμηθεύουν με πρώτες ύλες τις εταιρίες καλλυντικών, καθώς και κάποιες από τη βιομηχανία καλλυντικών. Με αστερίσκο σημειώνονται οι επιχειρήσεις που τελευταία τηρούν αναστολή των δοκιμών που εφαρμόζουν στα ζώα.

- 1. Alberto-Culver (Alberto VO5, Tresemmé, Sally Beauty Supply, TCB Naturals, Pro-line)** 2525 Armitage Ave., Melrose Park, IL 60160-1163; 708-450-3000; www.alberto.com

²⁷ www.peta.com

2. **Arm & Hammer (Church & Dwight)** P.O. Box 1625, Horsham, PA 19044-6625; 609-683-5900; 800-524-1328; www.armhammer.com
3. ***Bic Corporation** 500 Bic Dr., Milford, CT 06460; 203-783-2000; www.bicworld.com
4. **Block Drug Co. (Polident, Sensodyne, Tegrin, Lava, Carpet Fresh)** 257 Cornelison Ave., Jersey City, NJ 07302; 201-434-3000; 800-365-6500; www.blockdrug.com
5. **Boyle-Midway (Reckitt Benckiser)** 2 Wickman Rd., Toronto, ON M8Z 5M5 Canada; 416-255-2300
6. ***Braun (Gillette Company)** 400 Unicorn Park Dr., Woburn, MA 01801; 800-272-8611; www.braun.com
7. **Bristol-Myers Squibb Co. (Clairol, Infusium 23, Keri, Sea Breeze)** 345 Park Ave., New York, NY 10154-0037; 212-546-4000; 800-332-2056 www.bms.com
8. **Carter-Wallace (Arrid, Lady's Choice, Nair, Pearl Drops)** 1345 Ave. of the Americas, New York, NY 10105-0021; 212-339-5000; www.carterwallace.com
9. **Chesebrough-Ponds (Fabergé, Vaseline)** 800 Sylvan Ave., Englewood Cliffs, NJ 07632; 800-243-5804
10. **Church & Dwight (Arm & Hammer)** P.O. Box 1625, Horsham, PA 19044-6625; 609-683-5900; 800-524-1328; www.churchdwight.com
11. **Clairol (Bristol-Myers Squibb)** 40 W. 57th St., 23rd Fl., New York, NY 10019; 212-541-2740; 800-223-5800; www.clairol.com
12. **Clorox (Pine-Sol, S.O.S., Tilex, ArmorAll, SoftScrub, Formula 409, Glad, FreshStep)** 1221 Broadway, Oakland, CA 94612; 510-271-7000; 800-227-1860; www.clorox.com
13. **Colgate-Palmolive Co. (Ajax, Fab, Hills Pet Nutrition, Mennen, Palmolive, SoftSoap, Speed Stick)** 300 Park Ave., New York, NY 10022; 212-310-2000; 800-221-4607; www.colgate.com
14. **Coty (Adidas, Davidoff, JOOP!, Jovan, Lancaster, Rimmel, Stetson)** 1325 Ave. of the Americas, 324th Fl., New York, NY 10019; 212-479-4300 www.coty.com
15. **Cover Girl (Procter & Gamble)** One Procter & Gamble Plz., Cincinnati, OH 45202; 513-983-1100; 800-543-1745; www.covergirl.com
16. **Del Laboratories (Commerce Drug, Flame Glow, New York Color, Propa PH, Sally Hansen)** 178 EAB Plz., Uniondale, NY 115566; 516-844-2020; 800-952-5080; www.dellabs.com
17. **Dial Corporation (Purex, Renuzit)** www.dialc.p.com
18. **Drackett Products Co. (S.C. Johnson & Son)** 1525 Howe St., Racine, WI 53403; 414-631-2000; 800-558-5252; www.scjohnsonwax.com
19. **Elizabeth Arden (Unilever)** 1345 Ave. of the Americas, New York, NY 10105-3598; 800-745-9696; www.elizabetharden.com
20. **Erno Laszlo** 3202 Queens Blvd., Long Island City, NY 11101; 718-279-4480; www.ernolaszlo.com

21. ***Gillette Co. (Braun, Duracell, Flair, Liquid Paper)**
Prudential Tower Bldg., Boston, MA 02199; 617-421-7000; 800-872-7202;
www.gillette.com
22. **Givaudan-Roure** 1775 Windsor Rd., Teaneck, NJ 07666; 201-833-2300
23. **Helene Curtis Industries (Finesse, Suave, Salon Selectives, Thermasilk)** 800 Sylvan Ave., Englewood Cliffs, NJ 07632; 800-621-2013;
www.helenecurtis.com
24. **Henkel (Schwarzkopf & Dep)** The Triad, Ste., 200, 220 Renaissance Blvd., Gulph Mills, PA 19406; 610-270-8100; www.henkel.com
25. **Johnson & Johnson (Neutrogena)** 1 Johnson & Johnson Plz., New Brunswick, NJ 08933; 908-524-0400; www.jnj.com
26. **Kimberly-Clark Corp. (Kleenex, Scott Paper, Huggies)**
P.O. Box 619100, Dallas, TX 75261-9100; 800-544-1847; www.kimberly-clark.com
27. **Lamaur (ColorSoft, PermaSoft Willowlake)** 5601 E. River Rd., Fridley, MN 55432-6198; 612-571-1234; www.lamaur.com
28. **Lever Bros. (Unilever)** 800 Sylvan Ave., Englewood Cliffs, NJ 07632; 212-888-1260; 800-598-1223; www.unilever.com
29. **Max Factor (Procter & Gamble)** One Procter & Gamble Plz., Cincinnati, OH 45202; 513-983-1100; 800-543-1745; www.maxfactor.com
30. **Mead** Courthouse Plaza N.E., Dayton, OH 45463; 937-495-3312;
www.mead.com
31. **Melaleuca** 910 S. Yellowstone Hwy., Idaho Falls, ID 83402-6003; 208-522-0700; www.melaleuca.com
32. **Mennen Co. (Colgate-Palmolive)** . Hanover Ave., Morristown, NJ 07962; 201-631-9000; www.colgate.com
33. **Neoteric Cosmetics** 4880 Havana St., Denver, CO 80239-0019; 303-373-4860
34. **Noxell (Procter & Gamble)** 1050 York Rd., Hunt Valley, MD 21030-2098; 410-785-7300; 800-572-3232; www.pg.com
35. **Olay Co./Oil of Olay (Procter & Gamble)** P.O. Box 599, Cincinnati, OH 45201; 800-543-1745; www.oilofolay.com
36. ***Oral-B (Gillette Company)** 600 Clipper Dr., Belmont, CA 94002-4119; 415-598-5000; www.oralb.com
37. **Pantene (Procter & Gamble)** Procter & Gamble Plz., Cincinnati, OH 45202; 800-945-7768; www.pantene.com
38. **Parfums International (White Shoulders)** 1345 Ave. of the Americas, New York, NY 10105; 212-261-1000
39. ***Parker Pens (Gillette Company)** P.O. Box 5100, Janesville, WI 53547-5100; 608-755-7000;
40. **Pfizer (BenGay, Desitin, Plax, Visine)** 235 E. 42nd St., New York, NY 10017-5755; 212-573-2323; www.pfizer.com
41. **Physique (Procter & Gamble)** One Procter & Gamble Plz., Cincinnati, OH 45202; 800-214-8957; www.physique.com
42. **Playtex Products (Banana Boat, Jhirmack)** 300 Nyala Farms Rd., Westport, CT 06880; 203-341-4000; www.playtex.com

43. **Procter & Gamble Co. (Cover Girl, Crest, Giorgio, Iams, Max Factor, Physique, Tide)** One Procter & Gamble Plaza, Cincinnati, OH 45202; 513-983-1100; 800-543-1745; www.pg.com
44. **Reckitt Benckiser (Coty, Lysol, Mop & Glo, Resolve, Spray 'N Wash, Woolite)** 1655 Valley Rd., Wayne, NJ 07474-0943; 973-633-3600; 800-232-9665; www.reckittbenckiser.com
45. **Richardson-Vicks (Procter & Gamble)** One Procter & Gamble Plaza, Cincinnati, OH 45202; 513-983-1100; 800-543-1745; www.pg.com
46. **Sally Hansen (Del Laboratories)** 65 Broad Hollow Rd., Farmingdale, NY 11735; 516-293-7070; 800-645-9888; www.sallyhansen.com
47. **Sanofi (Oscar de la Renta, Yves Saint Laurent)** 90 Park Ave., 24th Fl., New York, NY 10016; 212-551-4757
48. **Schering-Plough (Bain de Soleil, Coppertone)** 1 Giralda Farms, Madison, NJ 07940-1000; 201-822-7000; 800-842-4090; www.sch-plough.com
49. **Schick (Warner-Lambert)** 201 Tabor Rd., Morris Plains, NJ 07950; 201-540-2000; 800-492-1555; www.warner-lambert.com
50. **S.C. Johnson Wax (Drano, Fantastik, Glade, Pledge, Shout, Windex, Ziploc)** 1525 Howe St., Racine, WI 53403; 414-260-2000; 800-558-5252; www.scjohnsonwax.com
51. **SmithKline Beecham (Aquafresh, Contac, Tums)** 100 Beecham Dr., Pittsburgh, PA 15205; 412-928-1000; 800-456-6670; www.sb.com
52. **SoftSoap Enterprises (Colgate-Palmolive)** 300 Park Ave., New York, NY 10022; 800-221-4607; www.colgate.com
53. **Suave** 800 Sylvan Ave., Englewood Cliffs, NJ 07632; 212-888-1260; 800-782-8301; www.suave.com
54. **3M (Scotch, Post-It)** Center Bldg., 220-2E-02, St. Paul, MN 55144-1000; 612-733-1110; 800-364-3577; www.3m.com
55. **Unilever (Calvin Klein, Diversey, Helene Curtis, Lever Bros., Suave)** 800 Sylvan Ave., Englewood Cliffs, NJ 07632; 212-888-1260; 800-598-1223; www.unilever.com
56. **Vidal Sassoon (Procter & Gamble)** P.O. Box 599, Cincinnati, OH 45201; 800-543-7270; www.pg.com
57. **Warner-Lambert (Lubriderm, Listerine, Schick)** 201 Tabor Rd., Morris Plains, NJ 07950-2693; 201-540-2000; 800-323-5379; www.warner-lambert.com

Η Λευκή Λίστα

Στη «λευκή» λίστα περιλαμβάνονται δύο ειδών επιχειρήσεις: οι επιχειρήσεις που δεν εφαρμόζουν οι ίδιες δοκιμές στα ζώα, αλλά προμηθεύονται από άλλους πρώτες ύλες δοκιμασμένες έτσι, και οι επιχειρήσεις που εξασφαλίζουν ότι ούτε τα καλλυντικά τους αλλά ούτε και τα συστατικά αυτών έχουν δοκιμαστεί σε ζώα.

Εδώ παρατίθεται μια ονοματική λίστα των εταιριών που αποκλείουν από τα προϊόντα τους και τα συστατικά τους τις δοκιμές σε ζώα. Η λίστα έχει προκύψει από έρευνα

αγοράς που διεξήγη τα Germany's Central Consumer Bureaus το 1997²⁸.

1. **Avon**
2. **Block Drug**
3. **Bóbchen**
4. **Dental-Kosmetik**
5. **Dressin. Dr. Scheller**
6. **Ecover**
7. **Florena**
8. **Haka Kunz**
9. **The Body Shop**
10. **Sara Lee**
11. **Scholl**
12. **Weleda**
13. **Yves Rocher**

²⁸ www.yomag_net/info/Cosmeticswithoutanimaltesting.htm

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τη διεξαγωγή της έρευνας προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα:

- ⇒ Την τελευταία δεκαετία έχει αρχίσει να αναπτύσσεται μία ιδιαίτερη οικολογική ευαισθησία από πλευράς των καταναλωτών, η οποία όλο και εντείνεται στο πέρασμα του χρόνου, με τις τρέχουσες συγκυρίες. Αυτό έχει δώσει ώθηση στη δημιουργία διαφόρων οργανώσεων που δραστηριοποιούνται ενάντια στις δοκιμές στα ζώα.
- ⇒ Τα παραπάνω έχουν αναγκάσει τις επιχειρήσεις καλλυντικών να αναπτύξουν νέες μεθόδους ελέγχου, φιλικές στο περιβάλλον, παρόλο το κόστος.
- ⇒ Ταυτόχρονα όμως το σύνολο του κλάδου της βιομηχανίας καλλυντικών δείχνει μια σημαντική ανάπτυξη, σχεδόν ανεπηρέαστη από τα τεκταινόμενα που αφορούν στις δοκιμές στα ζώα.
- ⇒ Συγχρόνως, έχει αναπτυχθεί μία ιδιαίτερη κατηγορία επιχειρήσεων καλλυντικών που εφαρμόζουν πολιτική κατά των δοκιμών στα ζώα, αλλά και μία γενικότερη «οικολογική» πολιτική την οποία και προβάλλουν.
- ⇒ Οι τελευταίες επιχειρήσεις, μαζί με τις οικολογικές οργανώσεις έχουν κατορθώσει να επηρεάσουν τη νομοθεσία, η οποία στο εγγύς μέλλον θα απαγορεύει τέτοιου είδους δοκιμές σε Ευρώπη και Αμερική.

Σε γενικές γραμμές, όμως ο σκοπός της έρευνας δεν εκπληρώθηκε πλήρως. Δηλαδή, δεν στάθηκε δυνατό να εξαχθούν ολοκληρωμένα συμπεράσματα για το κατά πόσο επηρεάζεται η συμπεριφορά των καταναλωτών από τη διεξαγωγή δοκιμών στα ζώα από και για τη βιομηχανία καλλυντικών.

Αυτό συνέβη, διότι υπάρχουν ελάχιστα πρωτογενή και δευτερογενή στοιχεία. Οι σχετικές έρευνες που υπάρχουν περιορίζονται:

- ⇒ Στην καταγραφή των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν ή όχι δοκιμές στα ζώα.

- ⇒ Στην έρευνα για την αναγκαιότητα αυτών των δοκιμών και τις εναλλακτικές μεθόδους.
- ⇒ Στα δεδομένα που φανερώνουν την ανάπτυξη του κλάδου (π.χ. κλαδικές μελέτες), όμως, σχεδόν χωρίς καμία μνεία στο θέμα των δοκιμών στα ζώα και την επίδραση τους στους καταναλωτές.

Ακόμη,

- ⇒ Οι σχετικές για τις δοκιμές στα ζώα έρευνες γίνονται κυρίως από οικολογικές οργανώσεις.
- ⇒ Από επίσημους φορείς διεξάγονται σχεδόν αποκλειστικά έρευνες, σε επιστημονικό επίπεδο, για την εύρεση εναλλακτικών μεθόδων.

Δεν υπάρχουν:

- ⇒ Σχεδόν καθόλου στατιστικά στοιχεία για την αντιμετώπιση των «πράσινων» προϊόντων από τους καταναλωτές.
- ⇒ Ποσοτικά και στατιστικά στοιχεία για την ανταπόκριση του κοινού στις εκστρατείες των οικολογικών οργανώσεων, αλλά και των επιχειρήσεων.
- ⇒ Στοιχεία για το πώς και πόσο η πολιτική των επιμέρους επιχειρήσεων επηρεάζει τις πωλήσεις τους.
- ⇒ Στατιστικά στοιχεία για το κατά πόσο επηρεάζεται από το όλο φαινόμενο η ανάπτυξη του κλάδου.
- ⇒ Στοιχεία για το πώς και πόσο επηρεάζει η βιομηχανία καλλυντικών τη σχετική νομοθεσία και αντιστρόφως.
- ⇒ Βιβλιογραφία και επαρκής αρθρογραφία.

Εξαιτίας αυτής της έλλειψης σε πρωτογενή στοιχεία είναι περιορισμένη και η έρευνα σε δευτερογενές επίπεδο. Γενικά, υπάρχει ένα ευρύ φάσμα ερωτημάτων που πρέπει να ερευνηθούν από πλευράς μάρκετινγκ. Και όχι μόνο όσον αφορά στις δοκιμές στα ζώα. Φαίνεται πως οι οικολογική ευαισθητοποίηση του κοινού (καταναλωτές) θα απασχολήσει πολύ τις επιχειρήσεις στο άμεσο αλλά κυρίως στο απώτερο μέλλον. Ήδη έχει αρχίσει να δημιουργείται μία ιδιαίτερη αγορά με αντικείμενο τα «πράσινα» προϊόντα, η οποία εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Ειδικότερα, όμως, για τη βιομηχανία καλλυντικών, θα

ήταν χρήσιμο να υπάρχουν τα σχετικά στοιχεία – δεδομένα, απ' τη στιγμή μάλιστα που αναγνωρίζεται η σπουδαιότητα του θέματος, κάτι που φαίνεται από την αλλαγή πολιτικής των επιχειρήσεων του κλάδου.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΠΙΝΑΚΑΣ 1²⁹

Η ΑΓΟΡΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ, ΣΕ ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ (1994 - 1997)

ΧΩΡΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΑΣ (σε δις ECU)				Μερίδιο Συμμετοχής 1997 (%)	Μεταβολή 97/96 (%)
	1994	1995	1996	1997		
Γερμανία	9,028	9,295	9,157	9,076	22,5	-0,9
Γαλλία	7,095	7,141	7,443	7,665	19,0	3,0
Ηνωμένο Βασίλειο	5,044	4,890	5,198	6,510	16,2	25,2
Ιταλία	5,256	4,779	5,619	6,032	15,0	7,4
Ισπανία	3,000	3,606	3,774	3,815	9,5	1,9
Ολλανδία	1,539	1,624	1,624	1,651	4,1	1,7
Βέλγιο / Λουξεμβούργο	1,123	1,128	1,173	1,197	3,0	2,0
Αυστρία	0,812	0,794	0,832	0,851	2,1	2,3
Ελλάδα	0,670	0,739	0,821	0,866	2,1	5,5
Σουηδία	0,590	0,686	0,849	0,880	2,2	3,7
Πορτογαλία	0,576	0,683	0,597	0,617	1,5	3,3
Φιλανδία	0,407	0,443	0,443	0,465	1,2	5,1
Δανία	0,353	0,307	0,307	0,325	0,8	6,0
Ιρλανδία	0,304	0,309	0,315	0,345	0,9	9,5
Σύνολο	35,798	36,301	38,122	40,296	100	5,7

Πηγή :COLIPA Statistics, Task Force

²⁹ ICAP, 1999, σελ. 192

ΠΙΝΑΚΑΣ 2³⁰

Η ΑΓΟΡΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ, ΣΕ ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ / EX - FACTORY (1994 - 1997)

ΧΩΡΑ	Σύνολο Αγορας (σε δις ECU)				Μερίδιο συμμετοχής 1997 (%)	Μεταβολή 97/96 (%)
	1994	1995	1996	1997		
Γερμανία	5,825	5,997	5,908	5,856	23,8	-0,9
Γαλλία	4,435	4,463	4,652	4,791	19,4	3,0
Ηνωμένο Βασίλειο	2,802	2,717	2,888	3,617	14,7	25,2
Ιταλία	3,092	2,995	3,552	3,814	15,5	7,4
Ισπανία	1,875	2,254	2,340	2,384	9,7	1,9
Ολλανδία	0,855	0,902	0,902	0,917	3,7	1,7
Βέλγιο / Λουξεμβούργο	0,641	0,648	0,657	0,683	2,8	4,0
Αυστρία	0,478	0,467	0,489	0,501	2,0	2,5
Ελλάδα	0,434	0,479	0,530	0,559	2,3	5,5
Σουηδία	0,295	0,330	0,409	0,424	1,7	3,7
Πορτογαλία	0,377	0,384	0,393	0,405	1,6	3,1
Φιλανδία	0,204	0,236	0,246	0,258	1,0	4,7
Δανία	0,186	0,159	0,162	0,171	0,7	6,0
Ιρλανδία	0,179	0,182	0,185	0,203	0,8	9,6
Σύνολο	21,676	22,213	23,314	24,584	100	5,4

Πηγή : COLIPA Statistics, Task Force

³⁰ ICAP, 1999, σελ., 193

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ YVES ROCHER

από τον κ. Ζέρβα

Ερευνητική Ομάδα: Ποιο είναι το ακριβές αντικείμενο της εταιρίας σας; (Παραγωγή, εμπορία καλλυντικών κλπ. Τόσο ως πολυεθνική Yves Rocher, όσο και ως ΤΕΟΡΟΣ Α.Ε.)

κ. Ζέρβας: *Εισαγωγή και εμπορεία κατ' αποκλειστικότητα των γαλλικών φυτικών καλλυντικών Yves Rocher.*

Ε.Ο.: Ποια είναι η δική σας θέση στην εταιρία;

κ. Ζέρβας: *Γενικός Διευθυντής.*

Ε.Ο.: Ποιες οι γνώσεις σας και η σχέση σας όσον αφορά τις δοκιμές στα ζώα για την παραγωγή καλλυντικών; (Απλά γνωρίζετε την πολιτική της επιχείρησης ή έχετε ασχοληθεί και προσωπικά;)

κ. Ζέρβας: *Η πολιτική της εταιρίας Yves Rocher είναι να σέβεται κάθε μορφή ζωής στον πλανήτη μας, είτε στο φυτικό είτε στο ζωικό βασίλειο όπως και γενικότερα ο σεβασμός προς το περιβάλλον.*

Η εταιρία Yves Rocher υπήρξε από τις πρώτες ευρωπαϊκές εταιρίες που εγκατέλειψε τις δοκιμές των προϊόντων της πάνω στα ζώα (από το 1989). Για τον έλεγχο των προϊόντων χρησιμοποιούνται in vitro φυτικές πρωτεΐνες, που προσομοιάζουν με μορφή in vivo, μία μέθοδος πολύ κοστοβόρα αλλά αξίζει προκειμένου να εξασφαλιστεί ο τελικός καταναλωτής όσον αφορά στις αλλεργίες, ιατρικούς, δερματολογικούς και οφθαλμολογικούς ελέγχους.

Συγχρόνως έχει ξεκινήσει έναν αγώνα να πεισθούν και άλλες εταιρίες να μην κάνουν πειράματα στα ζώα.

Η εταιρία Yves Rocher έλαβε το 1992 το ειδικό βραβείο «Medaille d'Or de la Spa» -ανώτατη διάκριση του Γαλλικού Υπουργείου Περιβάλλοντος- για την προστασία του περιβάλλοντος και του ζωικού βασιλείου.

Η εταιρία χρηματοδοτεί προγράμματα προστασίας των δασών του Αμαζονίου (που είναι ο κυριότερος πνεύμονας του πλανήτη μας), όπως επίσης και προγράμματα προστασίας δένδρων και φυτών που τελούν υπό εξαφάνιση (π.χ. ο ιερός κέδρος του Λιβάνου).

Ε.Ο.: Ποια η θέση της εταιρίας πάνω στο θέμα;

κ. Ζέρβας: *Η ελληνική εταιρία ΤΕΟΡΟΣ Α.Ε. υιοθετεί πλήρως τις απόψεις της παρασκευάστριας εταιρίας Yves Rocher και προσπαθεί να τις προωθήσει στον τύπο –ηλεκτρονικό και έντυπο- καθώς και σε συζητήσεις που αφορούν ευαισθητοποιημένους πολίτες σε θέματα περιβάλλοντος.*

Ε.Ο.: Γιατί έχει επιλεγεί η συγκεκριμένη πολιτική;

κ. Ζέρβας: *Ο Yves Rocher θεωρεί ότι ο πλανήτης Γη δε μας ανήκει αλλά τον δανειστήκαμε από τα παιδιά μας. Στα πλαίσια αυτά πρέπει να κάνουμε το καλύτερο δυνατό για τη βελτίωση του περιβάλλοντος στο πλανήτη μας ώστε να τον κληροδοτήσουμε στα παιδιά μας καλύτερο από ότι τον βρήκαμε.*

Ε.Ο.: Έχετε αναπτύξει κάποια δραστηριότητα ενάντια των δοκιμών στα ζώα (όπως π.χ. τα The Body Shop); Αν ναι, τι ανταπόκριση είχε;

κ. Ζέρβας: *Βλέπε απάντηση Νο 3 Η προσπάθεια της ΤΕΟΡΟΣ- Yves Rocher έχει μικρή ανταπόκριση, δυστυχώς και μόνο στους φιλόζωους συμπολίτες μας. Ενώ κατά την άποψή μας θα έπρεπε να έχει ανταπόκριση σε όλο τον κόσμο και κυρίως στους νέους.*

Ε.Ο.: Γνωρίζετε κάποιους λόγους για τους οποίους μια εταιρία θα επέλεγε την αντίθετη πολιτική πάνω στο θέμα της παραγωγής και εμπορίας δοκιμασμένων σε ζώα καλλυντικών όσο και της δραστηριοποίησης;

κ. Ζέρβας: *Κάποιοι από αυτούς τους λόγους είναι οι εξής χωρίς να ισχύουν όλοι για όλες τις εταιρίες. Για παράδειγμα: α) έλλειψη τεχνογνωσίας, β) έλλειψη ελέγχου τεχνογνωσίας, γ) ελλιπής αποτελεσματικότητα του τελικού προϊόντος, δ) μεγάλο κόστος εναλλακτικών μέσων ελέγχου των προϊόντων, κλπ, κλπ*

Ε.Ο.: Γνωρίζετε αν και πώς η θέση και η πρακτική σας, επί του θέματος, επηρεάζει τις πωλήσεις σας; (Υπάρχουν στατιστικά στοιχεία;)

κ. Ζέρβας: *Δυστυχώς δεν υπάρχουν εταιρίες ερευνών στην Ελλάδα που να εμβαθύνουν σε τόσο λεπτομερειακά στοιχεία πωλήσεων. Συνήθως παίρνουμε ποσοτικά στοιχεία στατιστικών και πολύ λίγα ποιοτικά τα οποία και αφορούν σε target groups, financial status, Κλπ.*

Ε.Ο.: Γνωρίζετε τι γίνεται σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο όσον αφορά τις δοκιμές καλλυντικών και των συστατικών τους σε ζώα; Αν ναι, τι;

κ. Ζέρβας: *α) Εξ' όσων γνωρίζουμε μόνον ο Yves Rocher ΔΕΝ ΚΑΝΕΙ δοκιμές πάνω σε ζώα. Για τις υπόλοιπες μια-δυο εταιρίες που ευαγγελίζονται ότι δεν κάνουν δοκιμές πάνω σε ζώα εκκρεμούν καταγγελίες στα Βρετανικά Δικαστήρια.
β) Σε ό,τι αφορά τα ζωικά συστατικά στα καλλυντικά προϊόντα, η τάση διεθνώς είναι η έρευνα να απευθύνεται σε φυτικά παράγωγα. Μεγάλο παράδειγμα η Estée Lauder και άλλες εταιρίες χημικών προϊόντων που την περασμένη δεκαετία μετά από 50 χρόνια πωλήσεων κατέφυγαν σε 2 ή 3 προϊόντα φυτικής προέλευσης. Άλλωστε το παράδειγμα του ζωικού κολλαγόνου, με το πρόβλημα των «τρελών αγελάδων»*

και όχι μόνον, καταρρίπτει κάθε σκέψη περί χρησιμοποίησης ζωικών πρώτων υλών.

Ε.Ο.: Γνωρίζετε ποια είναι η κατάσταση στην Ελλάδα επί του ίδιου θέματος;

κ. Ζέρβας: *Η Ελλάδα είναι μία χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και οφείλει να εναρμονίζεται με τις διεθνής τάσεις που επικρατούν όπως περιγράφονται στην 9^η απάντηση.*

Ε.Ο.: Γνωρίζετε αν υπάρχει κάποια νομική ρύθμιση που να υπαγορεύει ή να απαγορεύει τις δοκιμές αυτές;

κ. Ζέρβας: *Δεν υπάρχει καμία νομική ρύθμιση είτε σε Ελληνικό, είτε σε Ευρωπαϊκό επίπεδο που να αφορά σε δοκιμές τελικού προϊόντος πάνω σε ζώα. Εδώ λειτουργεί απόλυτα ο νόμος της αγοράς περί προσφοράς-ζήτησης και αποτελέσματος.*

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΦΑΡΚΟΜ Α.Ε.

από την κ. Γουναρίδου Ξανθίππη

Ερευνητική Ομάδα: Ποιο είναι το ακριβές αντικείμενο της εταιρείας σας;

Γουναρίδου Ξανθίππη: Παραγωγή καλλυντικών, κυρίως προϊόντων για τα μαλλιά, αφρόλουτρα και κρεμοσάπωνα.

Ε.Ο.: Ποια είναι η θέση σας στην εταιρία;

Γ.Ξ.: Χημικός, υπεύθυνη για την παραγωγή και το βιοτικό έλεγχο.

Ε.Ο.: Ποιες οι γνώσεις σας και η σχέση σας όσον αφορά τις δοκιμές στα ζώα για την παραγωγή καλλυντικών;

Γ.Ξ.: Αυτό που ξέρω είναι ότι τείνει να καταργηθούν από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά επειδή δεν είναι εύκολο έχουν δοθεί περιθώρια μέχρι να βρεθούν εναλλακτικοί τρόποι. Όταν βρεθούν θα καταργηθούν.

Ε.Ο.: Ποια η θέση της εταιρίας πάνω στο θέμα; Χρησιμοποιεί τέτοια πειράματα;

Γ.Ξ.: Όχι, δεν κάνουμε τέτοιες δοκιμές για να χρησιμοποιήσουμε τέτοια πειράματα.

Ε.Ο.: Εφόσον όχι, γιατί;

Γ.Ξ.: Συνήθως βασίζουμε την ασφάλεια των προϊόντων μας στις πρώτες ύλες οι οποίες έχουν ήδη κάποια τοξικολογικά δεδομένα, αλλά σ' αυτές μπορεί να έχουν γίνει τέτοια πειράματα. Κατά κύριο λόγο αυτά τα πειράματα χρειάζονται για την τοξικολογική ασφάλεια.

Ε.Ο.: Τα συστατικά των καλλυντικών σας, λοιπόν, έχουν δοκιμαστεί σε ζώα;

Γ.Ξ.: Τα περισσότερα πιθανώς, αλλά δε γνωρίζω ποια ακριβώς.

Ε.Ο.: Πόσο απαραίτητες θεωρείτε αυτές τις δοκιμές και γιατί;

Γ.Ξ.: Χρειάζονται για τον έλεγχο της τοξικολογικής ασφάλειας. Νομίζω πως προς το παρόν είναι η μόνη μέθοδος. Τις θεωρώ όμως απαραίτητες μόνο για τις πρώτες ύλες, όχι για τα τελικά προϊόντα.

Ε.Ο.: Χρησιμοποιείτε εναλλακτικές μεθόδους δοκιμών και ποιες;

Γ.Ξ.: Βασιζόμαστε στα δεδομένα των πρώτων υλών.

Ε.Ο.: Γιατί μια εταιρία να χρησιμοποιήσει πειράματα σε ζώα για τα καλλυντικά της;

Γ.Ξ.: Τα πειράματα αυτά μάλλον πιστοποιούν αυτό που λέει η ένδειξη «δερματολογικά ελεγμένο».

Ε.Ο.: Γνωρίζετε αν η θέση και η πρακτική σας, επί του θέματος, επηρεάζει τις πωλήσεις σας; (Υπάρχουν στατιστικά στοιχεία;)

Γ.Ξ.: Όχι, δε νομίζω. Εξάλλου δε το προβάλλουμε.

Ε.Ο.: Γνωρίζετε τι γίνεται σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο όσον αφορά τις δοκιμές καλλυντικών και συστατικών τους σε ζώα; Αν ναι, τι;

Γ.Ξ.: Η Ευρωπαϊκή Ένωση θέλει να το καταργήσει. Τα επιτρέπει μόνο όπου δεν υπάρχει άλλος τρόπος.

Ε.Ο.: Γνωρίζετε αν υπάρχει νομική απαγόρευση αυτών των δοκιμών;

Γ.Ξ.: Γνωρίζω για την οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όχι κάτι άλλο.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ κ. ΒΕΓΓΟΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΗ

Ερευνητική Ομάδα.: Καταρχήν θέλω να μου πείτε ποια είναι η ακριβής ειδικότητά σας;

Βέγγος Αναγνώστης: *Είμαι χημικός, εξειδικευμένος πάνω στα καλλυντικά.*

Ε.Ο.: Και καθηγητής κοσμετολογίας;

Β.Α.: *Είμαι επιστημονικός συνεργάτης κοσμετολογίας.*

Ε.Ο.: Θα μπορούσατε να μας δώσετε έναν ορισμό για το τι είναι "καλλυντικό";

Β.Α.: *Καλλυντικά ονομάζονται ουσίες ή παρασκευάσματα που προορίζονται να έρθουν σε επαφή με διάφορα μέρη του ανθρωπίνου σώματος ή με τα δόντια και το βλεννογόνο της στοματικής κοιλότητας με αποκλειστικό και κύριο σκοπό τον καθαρισμό τους, τον αρωματισμό τους ή την προστασία τους, για να τα διατηρήσουν σε καλή κατάσταση, να μεταβληθεί η εμφάνισή τους ή να διορθωθούν οι οσμές του σώματος. Αυτός είναι ένας γενικός όρος.*

Ε.Ο.: Μπορείτε να μας περιγράψετε με λίγα λόγια τη διαδικασία παραγωγής ενός καλλυντικού;

Β.Α.: *Όταν λέμε «καλλυντικό» και «διαδικασία παραγωγής ενός καλλυντικού» πρέπει να το εξειδικεύσουμε, άλλη διαδικασία ακολουθείται για τα γαλακτώματα, άλλη για τα κραγιόν, άλλη για τις πούδρες και άλλη για τις σκιές. Δεν μπορούμε, δηλαδή, να ακολουθήσουμε την ίδια διαδικασία για όλα τα καλλυντικά.*

Ε.Ο.: Ας πούμε ότι θέλουμε να φτιάξουμε ένα κραγιόν, υπάρχει κάποια διαδικασία για να γίνει αυτό; Δηλαδή, για να φτάσει αυτό το κραγιόν να βγει, τελικά, στην αγορά και να το προμηθευτούν οι καταναλωτές, πόσο απαραίτητες είναι οι δοκιμές στα ζώα;

Β.Α.: *Οι δοκιμές στα ζώα δεν γίνονται για τα κραγιόν.*

Ε.Ο.: Σε οποιοδήποτε καλλυντικό;

Β.Α.: *Αυτά που δοκιμάζονταν ήταν οι κρέμες, και λέμε δοκιμάζονταν, γιατί τώρα τελευταία οι οργανώσεις προστασίας ζώων κνηγάνε αυτές τις έρευνες. Στην Ελλάδα μπορεί να μην μας απασχολεί τόσο το θέμα των ζώων, αλλά στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α. υπάρχει μεγάλη ευαισθητοποίηση στον τρόπο που μεταχειρίζονται τα ζώα κι οι εταιρίες αποφεύγουν να κάνουν ή να δηλώνουν ότι κάνουν έρευνες τέτοιου είδους. Μάλιστα, μερικές το διαφημίζουν λέγοντας ότι δεν χρησιμοποιούνται τα ζώα στην ερευνά τους. Όσον αφορά στην προηγούμενη ερώτηση για το πώς*

φτιάχνουμε ένα προϊόν, η διαδικασία είναι τεράστια. Για παράδειγμα, για την διαδικασία παραγωγής ενός απλού γαλακτώματος πρώτα συγκεντρώνουμε τα όργανα και τις πρώτες ύλες.

E.O.: Δεν υπάρχουν κάποια βασικά βήματα στη διαδικασία παραγωγής, σε κάποιο από τα οποία να εντάσσονται ή να είναι απαραίτητες οι δοκιμές στα ζώα;

B.A.: Όχι, δεν υπάρχουν συγκεκριμένα στάδια. Όσο για τις δοκιμές στα ζώα, αυτές είναι απαραίτητες στα τελικά στάδια ή για την τοξικότητα, πιθανότητα, κάποιων πρώτων υλών στα αρχικά στάδια.

E.O.: Υπάρχει κάποιο συστατικό, το οποίο είναι απαραίτητο να δοκιμαστεί στα ζώα;

B.A.: Σήμερα οι τοξικές πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται, και αυτές σε πολύ μικρές ποσότητες, γιατί είναι συγκεκριμένες και αναφέρονται σε πίνακες οπότε δεν υπάρχει λόγος αν δεν είναι κάτι καινούριο να ξαναγίνει έρευνα, επίσης υπάρχουν ποσότητες που επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν άρα δεν υπάρχει λόγος να ξαναμπούν σε τέτοια διαδικασία. Βέβαια σίγουρα κάπου γίνονται δοκιμές, η Ευρώπη και οι Η.Π.Α. είναι οι χώρες στις οποίες γίνονται λιγότερο ή καθόλου. Όσο αναφορά τις ασιατικές και τριτοκοσμικές χώρες γνωρίζω ότι δεν παρασκευάζονται καλλυντικά.

E.O.: Έχετε υπόψη σας κάποια σχετική νομοθεσία που να υπαγορεύει τις δοκιμές στα ζώα;

B.A.: Όχι, δεν έχω υπόψη μου. Πάντως, τελικά, στην Ελλάδα δεν υπάρχει σοβαρή έρευνα πάνω στα καλλυντικά ως εκ τούτου δε γίνονται δοκιμές στα ζώα.

E.O.: Γι' αυτό και δεν υπάρχει σχετική βιβλιογραφία;

B.A.: Δεν υπάρχει βιβλιογραφία, δεν υπάρχει κάποιος να 'χει που ασχοληθεί με αυτό το σκοπό. Οι βιομηχανίες εδώ είναι, συνήθως, «φασόν». Δηλαδή, παίρνουν μία συνταγή, την αντιγράφουν και προσπαθούν να παράγουν το προϊόν. Στην Ελλάδα παρασκευάζεται πολύ μικρή ποσότητα καλλυντικών. Μέσα στο γενικό όρο "καλλυντικά", περιλαμβάνονται λακ, βερνίκια, κραγιόν, αλλά είναι πολύ πίσω όσον αναφορά την έρευνα.

E.O.: Ευχαριστούμε πολύ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΠΗΓΕΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Harry Ralph G., 1982, *Harry's Cosmetology*, George Godwin, London

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

Αγορά, *Ιούνιος 1998*, Τα οικολογικά προϊόντα κλέβουν την παράσταση, σελίδες 84-85

ΜΕΛΕΤΕΣ – ΕΡΕΥΝΕΣ

«ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ», *ICAP*, 1999, Αθήνα

«ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ», *ICAP*, 2000 Αθήνα

Colipa, 1999, *The Facts: Alternatives to animal testing*

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

www.colipa.com/figures.html

www.peta.com

www.thebodyshop.com

www.WorldAnimalNetCosmeticsTesting-Background

www.WorldAnimalNetCosmeticsTesting-Alternatives

www.yomag.net/db/1372

www.yomag.net/db/1392

www.yomag_net/info/Cosmeticswithoutanimaltesting.htm

ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών κοινοτήτων,
27/9/1976