



Miljø- og Fødevareministeriet
Miljøstyrelsen

Undersøgelse af anprisninger af kosmetiske produkter på emballage og beholdere

Miljøprojekt nr. 1808, 2015

Titel:

Undersøgelse af anprisninger af kosmetiske produkter på emballage og beholdere

Forfattere:

Rie Schmidt Knudsen, EPINION
Helena Linde Pedersen, EPINION

Udgiver:

Miljøstyrelsen
Strandgade 29
1401 København K
www.mst.dk

År:

2015

ISBN nr.

978-87-93435-02-5

Ansvarsfraskrivelse:

Miljøstyrelsen offentliggør rapporter og indlæg vedrørende forsknings- og udviklingsprojekter inden for miljøsektoren, som er finansieret af Miljøstyrelsen. Det skal bemærkes, at en sådan offentliggørelse ikke nødvendigvis betyder, at det pågældende indlæg giver udtryk for Miljøstyrelsens synspunkter. Offentliggørelsen betyder imidlertid, at Miljøstyrelsen finder, at indholdet udgør et væsentligt indlæg i debatten omkring den danske miljøpolitik.

Må citeres med kildeangivelse.

Indhold

| | |
|---|-----------|
| Indhold | 3 |
| Forord..... | 4 |
| Sammenfatning og konklusion | 6 |
| Summary and conclusion | 8 |
| 1. Forekomst af sundhedsanprisninger | 10 |
| 1.1 Forekomst af sundhedsanprisninger | 10 |
| 1.2 Forekomst af anprisninger per produkttype | 10 |
| 2. Anprisningstyper | 12 |
| 2.1 Bodylotion/-creme..... | 13 |
| 2.2 Læbepomade | 14 |
| 2.3 Solcreme | 15 |
| 2.4 Hårfarve | 16 |
| 2.5 Øjenmakeup | 17 |
| 2.6 Ansigtscreme | 18 |
| 3. Format og placering af anprisninger..... | 19 |
| 4. Metode..... | 21 |
| 4.1 Fysisk registrering af brugen af sundhedsanprisninger | 21 |
| 4.2 Afgrænsning af produkter | 21 |
| 4.3 Afgrænsning af anprisningstyper | 22 |
| 4.4 Afgrænsning af indsamlingsperioden | 22 |
| | |
| Bilag 1 Produktliste | 23 |
| Bilag 2 Eksempel på kodning | 24 |

Forord

Denne rapport har til formål at undersøge forekomsten af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for kosmetiske produkter fra danske forhandlere. Baggrunden for undersøgelsen er, at Europa-Kommissionen den 4. august 2014 har rettet henvendelse til medlemslandene med anmodning om en redegørelse for forekomsten og kontrollen af anvendelsen af sundhedsanprisninger på de nationale markeder. Miljøstyrelsen har på baggrund af Europa-Kommissionens henvendelse initieret, at Epinion har undersøgt forekomsten af sundhedsanprisninger af kosmetiske produkter. Undersøgelsens første runde, gennemført april-juni 2015, centrerede sig om forekomsten af sundhedsanprisninger af kosmetiske produkter i danske medier, mens denne, undersøgelsens anden runde, omhandler sundhedsanprisninger henholdsvis på websites for forhandlere og på emballage og beholdere for kosmetiske produkter (nærværende rapport).

Epinion har i perioden 27. august til 9. september 2015 indsamlet og analyseret relevant data på emballage og beholdere for 30 forskellige kosmetiske produkter. De kosmetiske produkter fordeler sig på seks produkttyper: bodylotion/creme, øjenmakeup, hårfarve, ansigtscreme, læbepomade og solcreme. Disse produkttyper er udvalgt på grundlag af en forventning om, at produkterne dagligt/hyppigt bruges af forbrugerne, og at følsomme kropsdele, herunder slimhinder, eksponeres ved brug af produkterne. De specifikke kosmetiske produkter i denne undersøgelse er primært udvalgt på baggrund af resultaterne af undersøgelsens første runde (forekomsten af sundhedsanprisninger af kosmetiske produkter i danske medier), idet der fokuseres på produktmærker og specifikke produkttyper, hvor der enten er registreret brug af sundhedsanprisninger i eller er en forventning herom efter den første undersøgelse.

Sundhedsanprisninger skal forstås bredt og defineres overordnet som en fremhævelse af de sundhedsrelaterede egenskaber, et produkt besidder. Det betyder, at der kan opstå særlige risici for brugere af produktet, hvis anprisningerne ikke er korrekte, og produktet bliver valgt på grund af disse anprisninger, som f.eks. at produktet er skånsomt. Det understreges i den forbindelse, at denne undersøgelse udelukkende afdækker brugen af sundhedsanprisninger og ikke, hvorvidt det enkelte produkt lever op til de krav, der følger af brugen af en sundhedsanprisning.

Denne rapport undersøger tilstedeværelsen af otte udvalgte sundhedsanprisninger, nemlig anprisninger om, at pågældende produkt er fri for allergifremkaldende, hormonforstyrrende kræftfremkaldende/mutagene/reproduktionstoksiske stoffer (herefter benævnt "CMR-stoffer") samt beskrivelse af produkterne som hypoallergene, parfumefrie, milde/skånsomme, naturlige eller økologiske.

I afsnittet om metode og i kodebogen, der findes som tillæg til denne rapport, er undersøgelsens forudsætninger og metodiske valg beskrevet yderligere. Ud over præsentationen af resultaterne i denne rapport og rapporten "Undersøgelse af anprisninger på websites for forhandlere af kosmetiske produkter", er der udarbejdet to tabelrapporter, som viser fordelingerne på samtlige undersøgte elementer, samt disse fordelinger opdelt på produkttyper og anprisningstyper. Tabelrapporten findes også som tillæg til denne rapport.

Først præsenteres en sammenfatning af rapportens mest centrale konklusioner, hvorefter forekomsten af anprisninger generelt præsenteres. Dernæst gennemgås forekomsten af de enkelte anprisningstyper både samlet, i forbindelse med hver produktkategori samt i forbindelse med de 30

udvalgte produkter. Derefter afdækkes anprisningernes format og placering og slutteligt gennemgås undersøgelsens metodiske design.

Sammenfatning og konklusion

Denne undersøgelse, som er gennemført fra 27. august til 1. oktober 2015, dækker over en fysisk registrering af brugen af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for i alt 30 udvalgte kosmetiske produkter fordelt på seks produktkategorier: ansigtscreme, hårfarve, øjenmakeup, solcreme, læbepomade og bodylotion/-creme. Produkterne er udvalgt på baggrund af en tidligere gennemført undersøgelse af brugen af sundhedsanprisninger i markedsføring af kosmetiske produkter.

Rapporten beskæftiger sig med otte udvalgte sundhedsanprisninger, nemlig anprisninger om, at pågældende produkt er fri for parfume, allergifremkaldende, hormonforstyrrende eller kræftfremkaldende/mutagene/reproduktionstoksiske stoffer (CMR-stoffer) samt beskrivelse af produkterne som hypoallergene, milde/skånsomme, naturlige eller økologiske.

Blandt de 30 udvalgte kosmetiske produkter forekommer én eller flere af de udvalgte sundhedsanprisninger på emballage eller beholder i 83 % af tilfældene. Anprisningerne er oftest forekommende for bodylotion/-creme og ansigtscreme – her forekommer de udvalgte sundhedsanprisninger på 100 % af de udvalgte produkter.

”Parfumefri” er den type sundhedsanprisning, der forekommer hyppigst (forekommer på 53 % af produkterne). Anprisninger af typen ”Fri for hormonforstyrrende stoffer” er ikke registreret i undersøgelsen.

Sundhedsanprisninger forekommer samlet set oftest som tekst (68 % af de registrerede anprisninger). Der er intet klart mønster for placeringen af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for de seks produktkategorier, når de betragtes samlet.

Inden for de enkelte produkttyper viser undersøgelsen følgende:

- **Bodylotion/-creme:** Den hyppigst forekommende anprisning er ”Fri for parfume” (67 % af de udvalgte bodylotions). Anprisningerne forekommer både som symbol/mærkning (50 % af de registrerede anprisninger) og som tekst (50 % af de registrerede anprisninger). Alle de registrerede anprisninger forekommer på etiketter.
- **Læbepomade:** For de fire udvalgte læbepomader forekommer de følgende anprisninger hver en enkelt gang (på 25 % af de udvalgte læbepomader): ”Naturlig”, ”Økologisk”, ”Fri for allergifremkaldende stoffer” og ”Fri for parfume”. Anprisningerne har både form af symbol/mærkning (50 % af de registrerede anprisninger) og af tekst (50 % af de registrerede anprisninger) og er lige ofte placeret på beholdere (50 % af de registrerede anprisninger) og salgspakning (50 % af de registrerede anprisninger).
- **Solcreme:** ”Fri for allergifremkaldende stoffer” (67 % af udvalgte solcremer) og ”Fri for parfume” (67 % af udvalgte solcremer) er de sundhedsanprisninger, der er fundet hyppigst på solcremeprodukter. Anprisningerne forekommer oftest som symbol/mærkning (60 % af de registrerede anprisninger) og er oftest placeret på solcremens beholder (40 % af de registrerede anprisninger).

- **Ansigtscreme:** Sundhedsanprisninger for ansigtscreme fordeler sig ligeligt mellem typerne ”Naturlig”, ”Fri for allergifremkaldende stoffer”, ”Mild/skånsom” og ”Fri for parfume” (50 % af udvalgte ansigtscremer). 83 % af anprisningerne for ansigtscremer forekommer som tekst og er oftest placeret på salgspakningen (50 % af de registrerede anprisninger).
- **Øjenmakeup:** For øjenmakeup forekommer anprisningen ”Fri for parfume” på 75 % af de udvalgte produkter. Der er udelukkende registreret anprisninger i form af tekst, og denne tekst er fordelt på etikette (33 % af de registrerede anprisninger), beholder (33 % af de registrerede anprisninger) og salgspakning (33 % af de registrerede anprisninger).
- **Hårfarve:** 75 % af de udvalgte hårfarver indeholder anprisninger af typen ”Naturlig”. Alle anprisningerne har form af tekst, og de er alle at finde på indlægssedlerne.

Summary and conclusion

This study, carried out from 27 August to 1 October 2015, consists of a registration of the use of health claims on packaging and containers for a total of 30 selected cosmetic products from six selected product categories: face cream, hair colour, eye makeup, sunscreen, lip balm and body lotion. The product categories were selected based on an expected frequent use by consumers including exposure of the products to sensitive body parts such as the mucous membranes.

Furthermore, the 30 specific products were selected based on the results of the previously conducted study of the use of health claims in the advertisement of cosmetic products. This study thus specifically targets the packaging and containers of 30 products where health claims can be expected to occur. This ensures a deeper and more detailed insight into the use of such claims than might otherwise have been obtained, if the products had been selected at random. See appendix (Bilag 1) for a complete list of the selected products.

The report covers the occurrence of eight selected health claims: claims that the product contains no perfume, no allergenic substances, no endocrine disruptive substances, no CMR substances (carcinogenic, mutagenic and reprotoxic substances) and claims that the product is mild/gentle, natural, or organic.

Among the 30 selected cosmetic products one or more of the selected health claims occur on packaging or containers in 83 % of the cases. Health claims are most common for body lotion and face cream (occurring on 100 % of the packaging or containers). "No perfume" is the health claim that occurs most frequently (occurs on 53 % of the products). Health claims of the type "Contains no endocrine disruptors" were not recorded in the study.

Health claims occur most frequently as text (68 % of registered claims take this form). There is no clear pattern for the placement of health claims on packaging and containers for the six product categories collectively.

With regards to the use of health claims on packaging and containers for the individual product types the study shows the following:

- **Body lotion:** For body lotion the most frequent claim is "No perfume" (occurring on 67 % of packaging/containers). Health claims appear both as a symbol/label (50 % of claims) and text (50 % of claims). All registered health claims for body lotions appear on the product labels.
- **Lip balm:** For the four selected lip balms the following claims each occur once (corresponding to 25 % of the selected lip balm products): "Natural", "Organic", "No allergenic substances" and "No perfume". The claims take the form of symbol/label (50 % of claims) as well as text (50 % of claims) and are equally often placed on containers (50 % of claims) and on sales packaging (50 % of claims).
- **Sunscreen:** "No allergenic substances" (67 % of products) and "No perfume" (67 % of products) are the health claims that are most frequently found on sunscreen products. The

claims occur most frequently as symbol/label (60 % of claims) and are often located on the product container (40 % of claims).

- **Face cream:** Health claims for face cream are equally divided between “Natural”, “No allergenic substances”, “Mild/gentle” and “No perfume” (each occurring on 50% of the products). 83 % of the claims for the face creams occur as text and are most often located on the sales packaging (50 % of claims).
- **Eye makeup:** For eye makeup 75 % of the products have claim that the product contains “No perfume”. The health claims all take the form of text and this text is placed on the product label (33 % of claims), container (33 % of claims), and the sales packaging (33 % of claims).
- **Hair colouring:** 75 % of the selected hair colouring products have claims that describe the product as “Natural”. All the claims take the form of text, and they were all found on the package information leaflet.

1. Forekomst af sundhedsanprisninger

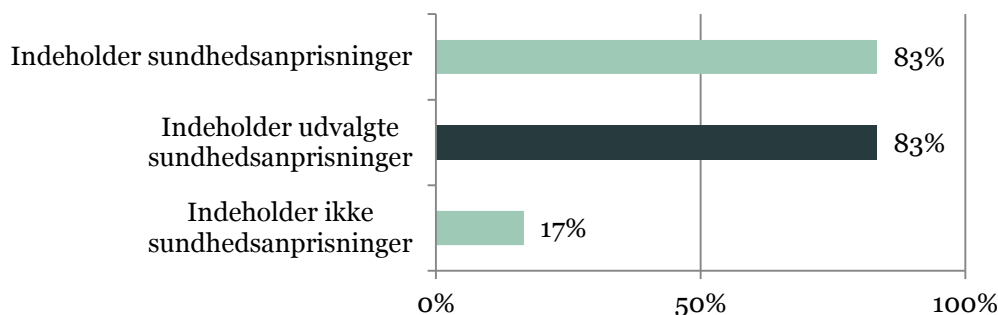
Nærværende undersøgelsen dækker over en fysisk registrering af brugen af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for i alt 30 udvalgte kosmetiske produkter fordelt på seks produktkategorier: ansigtscreme, hårfarve, øjenmakeup, solcreme, læbepomade og bodylotion/-creme.

Gennem en analyse af forekomsten af udvalgte sundhedsanprisninger på emballage og beholdere registreres det, hvilken markedsføring af kosmetiske produkters sundhed forbrugeren mødes af i købsituationen i en fysisk butik. Markedsføring af kosmetiske produkter er ofte målrettet specifikke segmenter af forbrugere, og den enkelte forbruger er derfor ofte særligt eksponeret for netop de produkttyper, der er relevante for forbrugeren.

1.1 Forekomst af sundhedsanprisninger

Blandt de 30 udvalgte kosmetiske produkter forekommer én eller flere sundhedsanprisninger på 83 % af produktemballagerne eller -beholdere, se Figur 1 herunder. Ser man specifikt på de otte udvalgte sundhedsanprisninger er andelen ligeledes 83 %. Sundhedsanprisninger, som falder uden for de otte udvalgte typer er altså ikke registreret på produkter, hvor én eller flere af de udvalgte anprisninger ikke også var til stede.

FIGUR 1. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER



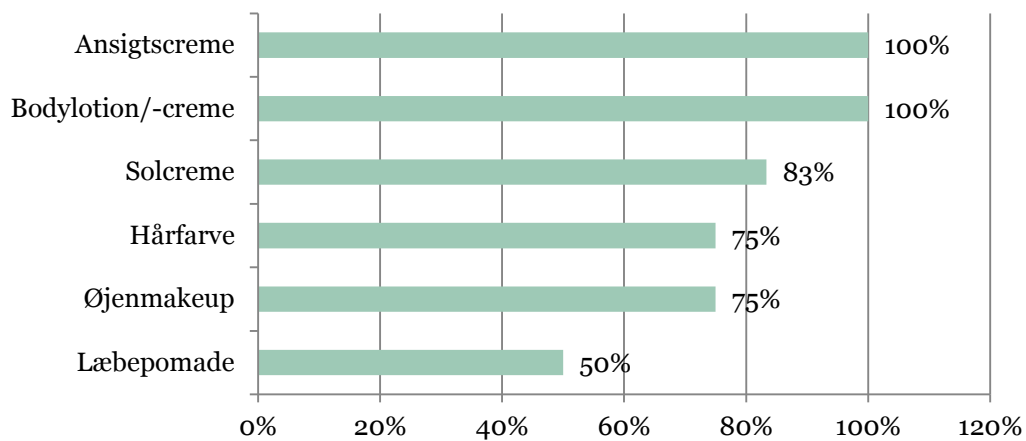
Note: n=30

Et eksempel på typer af sundhedsanprisninger, som falder uden for de otte udvalgte typer, kunne være "Uden ftalater og farve". Den resterende del af rapporten vil dog udelukkende beskæftige sig med sundhedsanprisninger, der falder inden for de otte udvalgte typer. Anprisninger i "anden"-kategorien fremgår således ikke i restende figurer og statistik i denne rapport.

1.2 Forekomst af anprisninger per produkttype

Inden for hver af produktkategorierne fordeler forekomsten af de udvalgte sundhedsanprisninger sig således: Anprisningstyperne er hyppigst forekommende på emballager til ansigtscremer og bodylotion/-creme – for hver af disse produktkategorier er én eller flere sundhedsanprisninger registreret på 100 % af de udvalgte produkter. 83 % af emballagerne for produkterne i solcremekategorien indeholder udvalgte sundhedsanprisninger, mens 75 % af emballagerne for henholdsvis hårfarve- og øjenmakeupprodukter indeholder anprisninger. Endelig indeholder 50 % af emballagerne for de udvalgte læbepomader én eller flere af de otte anprisningstyper, se Figur 2 Forekomst af udvalgte sundhedsanprisninger inden for hver produkttype.

FIGUR 2 FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER INDEN FOR HVER PRODUKTTYPE



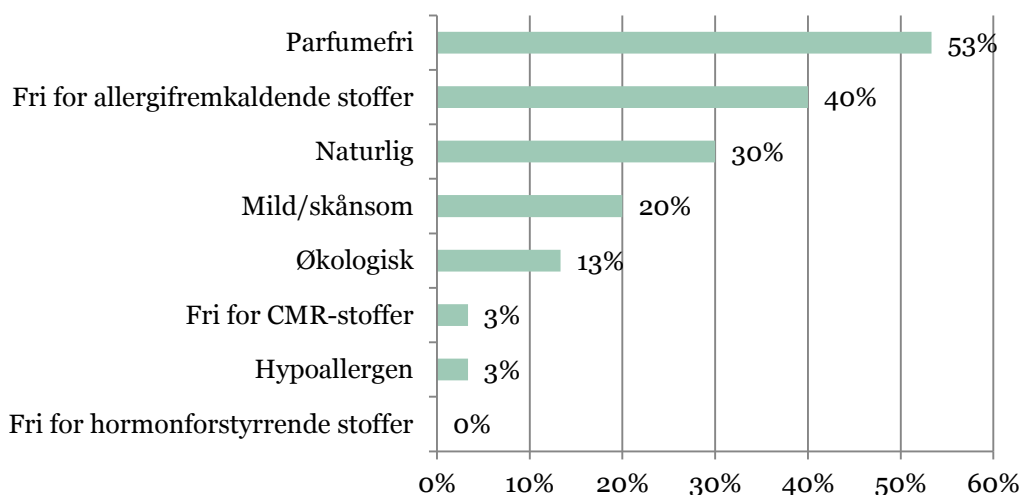
Note: n(ansigtscreme)=6, n(bodylotion/-creme)=6, n(solcreme)=6, n(hårfarve)=4, n(øjenmakeup)=4, n(læbepomade)=4

2. Anprisningstyper

I dette afsnit præsenteres, hvilke typer af anprisninger der hyppigst forekommer på emballage og beholdere for de 30 udvalgte kosmetiske produkter. Derudover gennemgås de seks overordnede produkttyper, som de 30 produkter falder indenfor (bodylotion/-creme, læbepomade, solcreme, hårdfarve, øjenmakeup, ansigtscreme), enkeltvis med henblik på at afdække, om nogle sundhedsanprisninger særligt forekommer i relation til bestemte produkttyper. Det skal dog fremhæves, at hver af de seks produkttyper maksimalt indeholder seks forskellige produkter. Der er derfor tale om en meget lille base, der ikke bør generaliseres på baggrund af. Under hver produkttype præsenteres også forekomsten af de udvalgte typer af sundhedsanprisninger for hver de 30 udvalgte kosmetiske produkter.

Af Figur 3 herunder ses det, at "Parfumefri" er den sundhedsanprisning, der samlet set er hyppigst forekommende (53 %) blandt alle de 30 undersøgte produkter. Anprisningen "Fri for allergifremkaldende stoffer" er registreret på 40 % af produkterne, mens anprisningen "Naturlig" forekommer på 30 % af produkterne. Anprisningen "Mild/skånsom" og anprisningen "Økologisk" forekommer samlet på henholdsvis 20 % og 13 % af produkterne. Endelig forekommer både "Fri for CMR-stoffer" og "Hypoallergen" på 3 % af de udvalgte produkter, mens anprisningen "Fri for hormonforstyrrende stoffer" ikke er registreret i undersøgelsen.

FIGUR 3. SAMLET FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER PÅ EMBALLAGER FOR DE UDVALGTE PRODUKTER

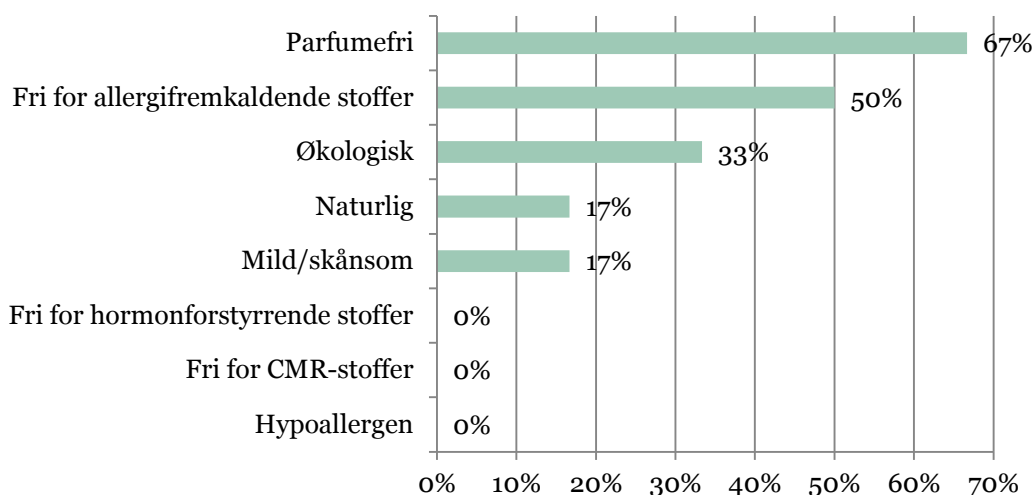


Note: n=30

2.1 Bodylotion/-creme

For emballage på bodylotion/-creme er anprisningen "Parfumefri" hyppigst forekommende, nemlig for 67 % af produkterne i kategorien, se Figur 4 herunder. Dernæst forekommer anprisninger af typen "Fri for allergifremkaldende stoffer" oftest (50 %). På emballager til 33 % af de udvalgte bodylotions/-cremer er der registreret anprisninger af typen "Økologisk" og på 17 % anprisninger af typen "Naturlig". Der er ligeledes registreret 17 % forekomster af anprisningen "Mild/skånsom". Hverken anprisningen "Fri for hormonforstyrrende stoffer" eller "Fri for CMR-stoffer" er registreret i forbindelse med de udvalgte produkter for bodylotion/-creme.

FIGUR 4. FOREKOMST AF SUNDHEDSANPRISNINGSTYPER FOR BODYLOTION/-CREME



Note: n=6

I Tabel 1 herunder ses forekomsten af de otte typer af sundhedsanprisninger fordelt på hvert af de seks udvalgte produkter i kategorien bodylotion/-creme.

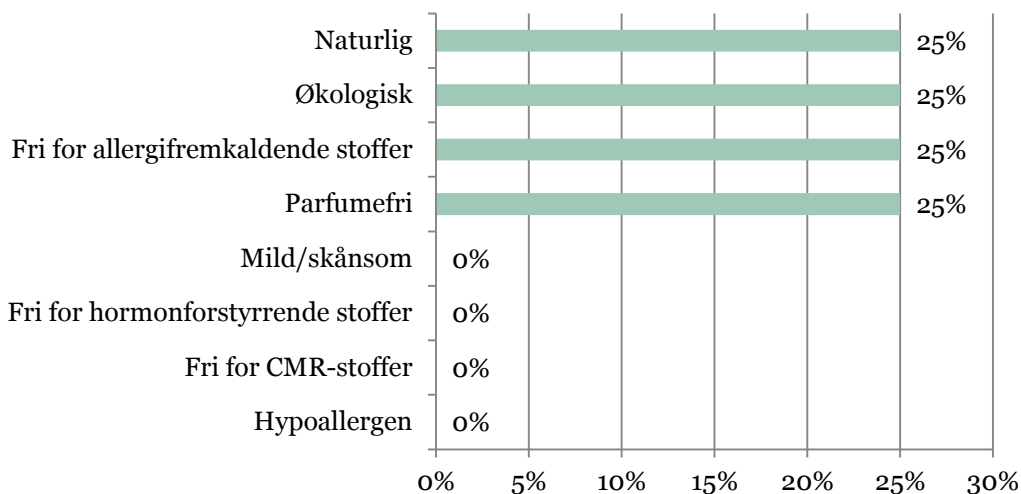
TABEL 1. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER FOR UDVALGTE PRODUKTER I KATEGORIEN BODYLOTION/-CREME

| | Fri for allergi- fremkaldende stoffer | Hypoallergen | Fri for hormon- forstyrrende stoffer | Fri for CMR-stoffer | Parfumefri | Mild/skånsom | Naturlig | Økologisk |
|--------------------------------------|---|--------------|---|---------------------|------------|--------------|----------|-----------|
| Avivir Aloe Vera lotion | x | | | | x | x | | |
| Apotekets Bodylotion | x | | | | x | | | |
| Matas Natur Bodylotion | | | | | x | | | x |
| Levevis Bodylotion | x | | | | | | | |
| Ânglamark Bodylotion | x | | | | x | | | |
| Tromborg Aroma Therapy Bodylotion | | | | | | x | x | |

2.2 Læbepomade

For produktkategorien læbepomade forekommer anprisningerne "Naturlig", "Økologisk", "Fri for allergifremkaldende stoffer" og "Parfumefri" hver på emballager til 25 % af de udvalgte produkter, se også Figur 5. Der er ikke registreret forekomster af anprisningstyperne "Mild/skånsom", "Hypoallergen", "Fri for hormonforstyrrende stoffer" eller "Fri for CMR-stoffer" på emballagerne til de udvalgte læbepomader.

FIGUR 5. FOREKOMST AF SUNDHEDSANPRISNINGSTYPER FOR LÆBEPOMADE



Note: n=4

I Tabel 2 herunder ses forekomsten af de otte typer af sundhedsanprisninger fordelt på hvert af de fire udvalgte produkter i kategorien læbepomade.

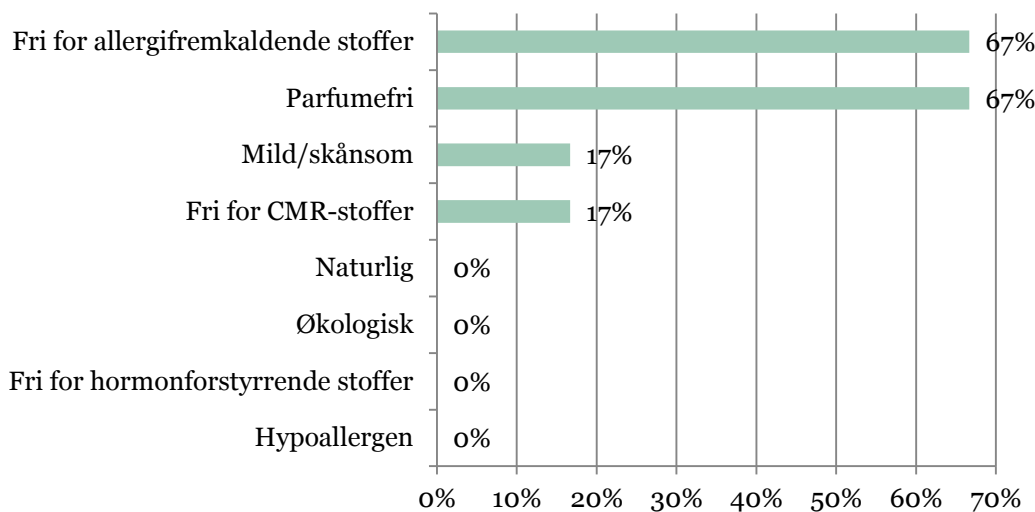
TABEL 2. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER FOR UDVALGTE PRODUKTER I KATEGORIEN LÆBEPOMADE

| | Fri for allergifremkaldende stoffer | Hypoallergen | Fri for hormonforstyrrende stoffer | Fri for CMR-stoffer | Parfumefri | Mild/skånsom | Naturlig | Økologisk |
|---|-------------------------------------|--------------|------------------------------------|---------------------|------------|--------------|----------|-----------|
| Eos Lipbalm | | | | | | | X | X |
| Vilact Lip Balm | | | | | | | | |
| Elisabeth Arden Eight hour cream lip protection | | | | | | | | |
| Clinique Superbalm lip treatment | X | | | | X | | | |

2.3 Solcreme

”Fri for allergifremkaldende stoffer” og ”Parfumefri” er de typer af sundhedsanprisninger, som forekommer oftest på emballagerne til solcremeprodukterne i undersøgelsen (67 %), hvilket ses i Figur 6 herunder. ”Mild/skånsom” og ”Fri for CMR-stoffer” er begge registreret på emballager til 17 % af produkterne. Hverken ”Naturlig”, ”Økologisk”, ”Fri for hormonforstyrrende stoffer” eller ”Hypoallergen” er registreret på emballager til de udvalgte produkter i solcremekategorien.

FIGUR 6. FOREKOMST AF SUNDHEDSANPRISNINGSTYPER FOR SOLCREME



Note: n=6

I Tabel 3 herunder ses forekomsten af de otte typer af sundhedsanprisninger fordelt på hvert af de seks udvalgte produkter i kategorien solcreme.

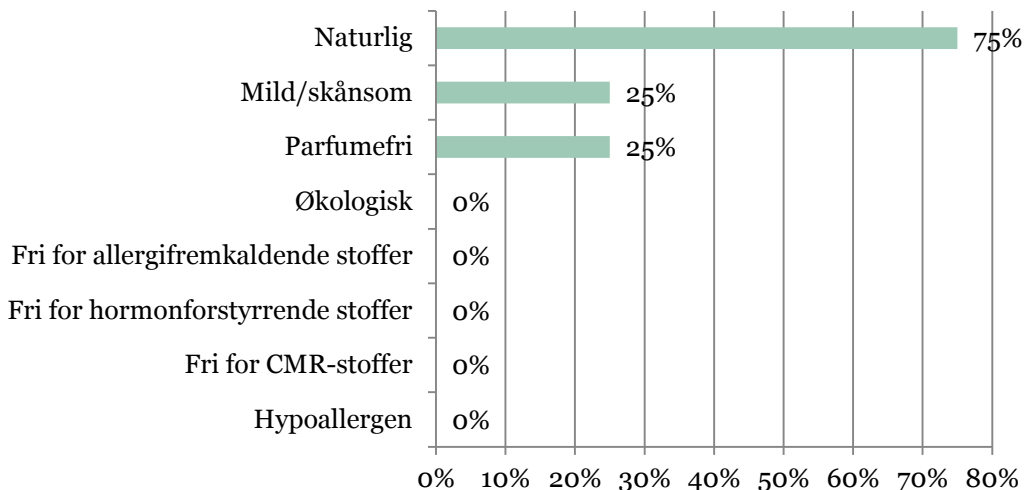
TABEL 3. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER FOR UDVALGTE PRODUKTER I KATEGORIEN SOLCREME

| | Fri for allergi- fremkaldende stoffer | Hypoallergen | Fri for hormon- forstyrrende stoffer | Fri for CMR- stoffer | Parfumefri | Mild/skånsom | Naturlig | Økologisk |
|---|---|--------------|--|-------------------------|------------|--------------|----------|-----------|
| Matas sollotion, factor 15 | X | | | X | X | | | |
| Piz Buin Instant Gloz 30 SPF | | | | | | | | |
| Derma sollotion mellem SPF 15 | X | | | | X | | | |
| Apotekets sollotion SPF 15 | | | | | X | | | |
| Levevis SPF 30 Kids Sun protection Spray | X | | | | | | | |
| Clinique SPF 15 | X | | | | X | X | | |

2.4 Hårfarve

Der er kun registreret tre af de udvalgte anprisningstyper i emballager til hårfarve; nemlig "Naturlig" (75 %), "Mild/skånsom" (25 %) og "Parfumefri/uparfumeret" (25 %). De resterende sundhedsanprisninger, "Økologisk", "Fri for allergifremkaldende stoffer", "Fri for hormonforstyrrende stoffer", "Fri for CMR-stoffer" samt "Hypoallergen", er ikke registreret.

FIGUR 7. FOREKOMST AF SUNDHEDSANPRISNINGSTYPER FOR HÅRFARVE



Note: n=4

I Tabel 4 herunder ses forekomsten af de otte typer af sundhedsanprisninger fordelt på hvert af de fire udvalgte produkter i kategorien hårfarve.

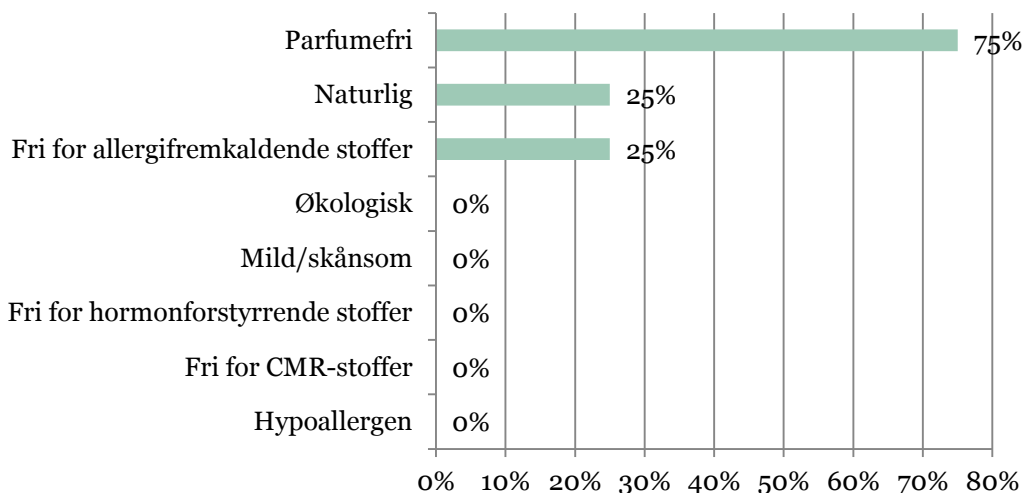
TABEL 4. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER FOR UDVALGTE PRODUKTER I KATEGORIEN HÅRFARVE

| | Fri for allergifremkaldende stoffer | Hypoallergen | Fri for hormonforstyrrende stoffer | Fri for CMR-stoffer | Parfumefri | Mild/skånsom | Naturlig | Økologisk |
|------------------------------------|-------------------------------------|--------------|------------------------------------|---------------------|------------|--------------|----------|-----------|
| Schwarzkopf Natural & Easy | | | | | | | X | |
| Garnier Olia Permanent Hair Colour | | | | | | | X | |
| Herbatint Permanent Haircolour | | | | | X | X | X | |
| L'Oreal Excellence | | | | | | | | |

2.5 Øjenmakeup

Som det fremgår af Figur 8, er anprisningen ”Parfumefri” den oftest forekommende sundhedsanprisning blandt emballager til øjenmakeupprodukter (75 %). Derudover forekommer også anprisningerne ”Naturlig” (25 %) samt ”Fri for allergifremkaldende stoffer” (25 %). Sundhedsanprisningerne ”Økologisk”, ”Mild/Skånsom”, ”Fri for hormonforstyrrende stoffer”, ”Fri for CMR-stoffer” samt ”Hypoallergen” er ikke registreret på emballager til de udvalgte øjenmakeupprodukter i undersøgelsen.

FIGUR 8. FOREKOMST AF SUNDHEDSANPRISNINGSTYPER FOR ØJENMAKEUP



Note: n=4

I Tabel 5 herunder ses forekomsten af de otte typer af sundhedsanprisninger fordelt på hvert af de fire udvalgte produkter i kategorien øjenmakeup.

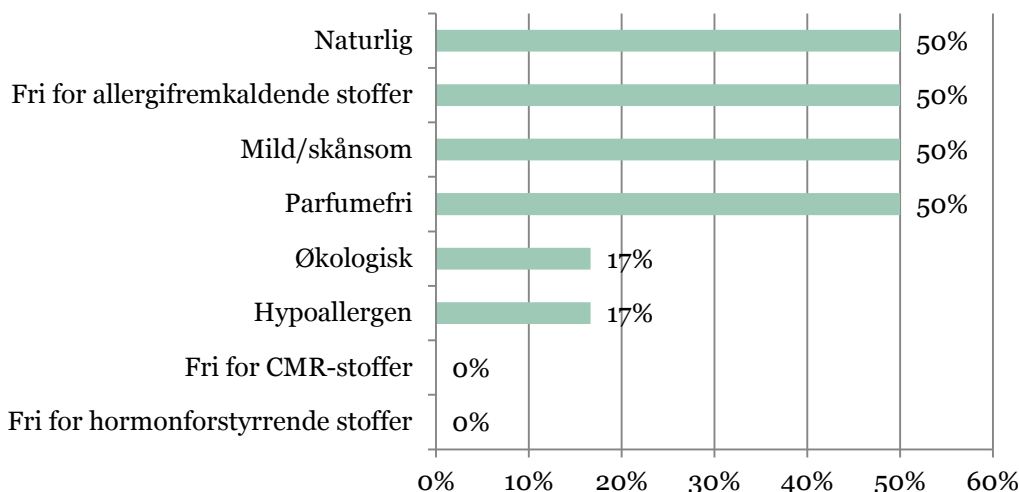
TABEL 5. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER FOR UDVALGTE PRODUKTER I KATEGORIEN ØJENMAKEUP

| | Fri for allergifremkaldende stoffer | Hypoallergen | Fri for hormonforstyrrende stoffer | Fri for CMR-stoffer | Parfumefri | Mild/skånsom | Naturlig | Økologisk |
|---|-------------------------------------|--------------|------------------------------------|---------------------|------------|--------------|----------|-----------|
| Nilens Jord Eyeshadow | | | | | X | | | |
| Clinique High Impact Mascara | X | | | | X | | | |
| Tromborg Natural Active Eye Power Mauve | | | | | X | | X | |
| MAC False Lashes Waterproof | | | | | | | | |

2.6 Ansigtscreme

Sundhedsanprisningerne "Naturlig", "Fri for allergifremkaldende stoffer", "Mild/skånsom" og "Parfumefri" er hver registreret på 50 % af emballagerne til de udvalgte produkter i kategorien ansigtscreme. Anprisningerne "Økologisk" og "Hypoallergen" er begge forekommet på 17 % af emballagerne eller beholderne for ansigtscremerne i undersøgelsen. Hverken anprisningen "Fri for CMR-stoffer" eller "Fri for hormonforstyrrende stoffer" er registreret, hvilket fremgår af Figur 9.

FIGUR 9. FOREKOMST AF SUNDHEDSANPRISNINGSTYPER FOR ANSIGTSCREME



Note: n=6

I Tabel 6 herunder ses forekomsten af de otte typer af sundhedsanprisninger fordelt på hvert af de seks udvalgte produkter i kategorien ansigtscreme.

TABEL 6. FOREKOMST AF UDVALGTE SUNDHEDSANPRISNINGER FOR UDVALGTE PRODUKTER I KATEGORIEN ANSIGTSCREME

| | Fri for allergi- fremkaldende stoffer | Hypoallergen | Fri for hormon- forstyrrende stoffer | Fri for CMR- stoffer | Parfumefri | Mild/skånsom | Naturlig | Økologisk |
|---|---|--------------|--|-------------------------|------------|--------------|----------|-----------|
| Eau Thermale Avène Creme peaux intolérantes | X | X | | | X | X | | |
| Vichy Laboratories – LIFTACTIV SUPREME | X | | | | | X | | |
| NIVEA Sensitive day creme | | | | | X | | X | |
| BIDRO creme | | | | | | X | X | X |
| Clinique Superdefense SPF 20 Daily Defense Moisturizer | X | | | | X | | | |
| TROMBORG Pure Control Cream | | | | | | | X | |

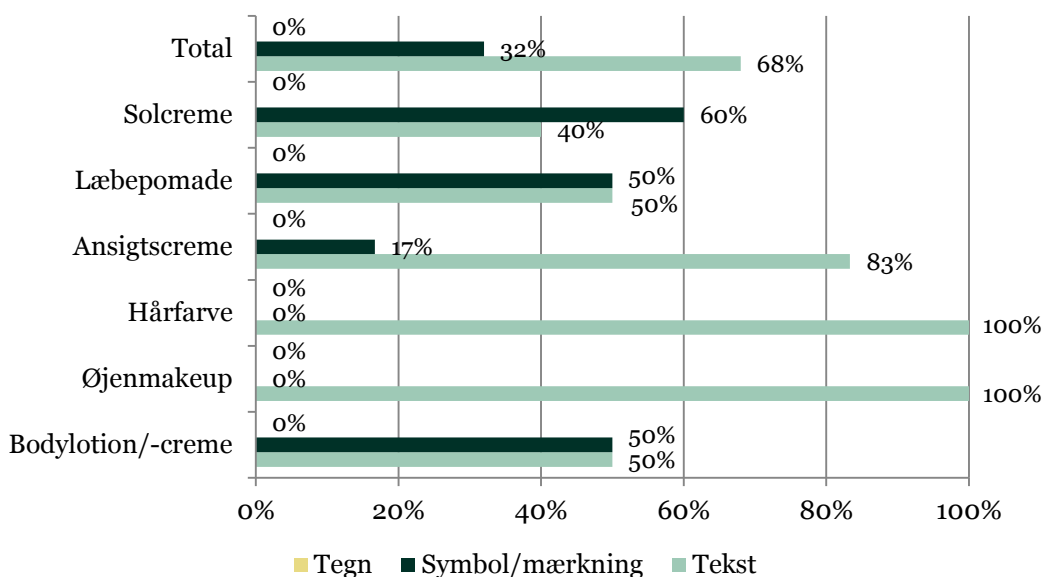
3. Format og placering af anprisninger

I dette afsnit gennemgås format og placering for de otte udvalgte sundhedsanprisninger. Det præsenteres både, hvordan format og placering af anprisningerne fordeler sig for alle anprisningerne på de 30 kosmetiske produkter, samt hvilke formater og placeringer sundhedsanprisningerne for hver af de seks produkttyper har.

For de seks produkttyper samlet forekommer i alt 68 % af de registrerede sundhedsanprisninger som tekst, mens 32 % forekommer i form af symbol eller mærkning. Astma-Allergi Danmarks mærke er et eksempel på en ofte forekommende sundhedsanprisning som symbol/mærkning. I ingen af de registrerede tilfælde forekommer sundhedsanprisninger som tegn.

For de enkelte produkttyper er solcreme den eneste type, hvor anprisninger forekommer oftere som symbol/mærkning (60 %) end som tekst (40 %). For bodylotion/-creme samt for læbepomade forekommer anprisningerne i lige stor grad som symbol/mærkning og som tekst (50 %). For produkterne af typen ansigtscreme forekommer de udvalgte sundhedsanprisninger i 17 % af tilfældene som symbol/mærkning og i de resterende 83 % som tekst. Endelig er der i undersøgelsen udelukkende registreret sundhedsanprisninger i tekst-format for både hårfarve og øjenmakeup.

FIGUR 10. FORMAT AF SUNDHEDSANPRISNINGER

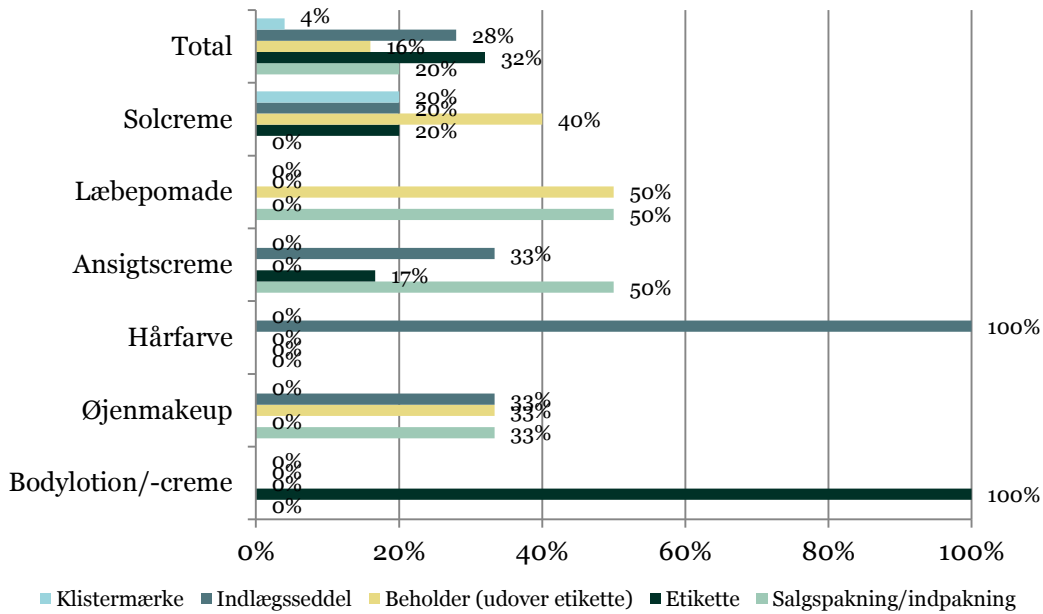


Note: n=25

Der er umiddelbart intet klart mønster for placeringen af sundhedsanprisninger på tværs af de seks udvalgte produkttyper. For de seks produkttyper samlet forekommer 32 % af de registrerede sundhedsanprisninger på produktetiketter. I alt 28 % af anprisningerne er fundet på indlægssedler, 20 % på salgspakninger/indpakninger, 16 % på produktbeholdere (etiketter ekskluderet) og 4 % som klistermærke på produktet.

For produkter af typerne bodylotion/-creme og hårfarve forekommer alle anprisningerne henholdsvis på etiketter og på indlægssedler (100 %). For de udvalgte læbepomader fordeler anprisningerne sig ligeligt mellem beholdere (50 %) og salgspakning (50 %). For øjenmakeup fordeler anprisningerne sig mellem tre placeringer, nemlig etikette (33 %), beholder (33 %) og salgspakning (33 %). For de udvalgte ansigtscremer er sundhedsanprisninger oftest placeret på produktets salgspakning (50 %), mens det for solcreme er på selve beholderen (40 %).

FIGUR 11. PLACERING AF SUNDHEDSANPRISNINGER



Note: n=25

4. Metode

I de følgende afsnit redegøres der for metodiske valg og overvejelser, der ligger til grund for undersøgelsens metodiske design.

4.1 Fysisk registrering af brugen af sundhedsanprisninger

I undersøgelsen af brugen af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for kosmetiske produkter er der anvendt en metode, der baserer sig på systematik og en evidensbaseret afgrænsning af genstandsfeltet for undersøgelsen (læs mere om afgrænsning nedenfor).

Et bagvedliggende metodisk princip har desuden været en triangulering af datakilder, idet den tidligere gennemførte undersøgelse af anprisninger i markedsføring i danske medier er blevet suppleret af en fokuseret, *produkt*nær registrering af anprisninger på emballage og beholdere. Denne triangulering af datakilder sikrer, at man kommer ”hele vejen rundt” i afdækningen af brugen af anprisninger og giver dermed Miljøstyrelsen den mest præcise måling af fænomenet.

Konkret består undersøgelsen en systematisk registrering af produktbeskrivelser af kosmetiske produkter direkte på produkternes emballage og beholdere. Denne systematiske registrering baserer sig på en ”kodebog”. Kodebogen er omdrejningspunktet for at kunne arbejde systematiseret med det indsamlede datamateriale og er altafgørende for kvaliteten og validiteten i undersøgelsen. Kodebogen afgør således, hvordan det indsamlede datamateriale omsættes til håndterbare og analyserbare resultater.

4.2 Afgrænsning af produkter

De produkttyper, der indgår i undersøgelsen, er på forhånd udvalgt af Miljøstyrelsen og omfatter:

- Body lotion/creme
- Øjenmakeup
- Hårfarve
- Ansigtscreme
- Læbepomade
- Solcreme

Produkttyperne er defineret af Miljøstyrelsen på grundlag af en forventning om, at produkterne dagligt/hyppigt bruges af forbrugerne, og at følsomme kropsdele, herunder slimhinder, eksponeres ved brug af produkterne.

I udvælgelsen af de 30 kosmetiske produkter er der foretaget en evidensbaseret afgrænsning af produkter, idet udvælgelsen af de i alt 30 kosmetiske produkter bygger på resultater fra undersøgelsens første runde. Undersøgelsen af emballage og beholdere er således målrettet specifikke produktmærker og produkter, hvor der i særlig grad forventes at blive gjort brug af sundhedsanprisninger, hvilket sikrer en dybere og mere detaljeret indsigt, end man ellers kunne have fået ved f.eks. en tilfældig udvælgelse af produkter. Se Bilag 1 Produktliste for en samlet oversigt over de udvalgte produkter.

4.3 Afgrænsning af anprisningstyper

Undersøgelsens anden runde er ligesom den første centreret omkring anprisninger af kosmetiske produkter med fokus på sundhed. Det er forekomsten af disse otte typer af sundhedsanprisninger, som udgør det primære genstandsfelt for Epiinions undersøgelse:

- "Indeholder ikke allergifremkaldende stoffer" og lignende
- "Hypoallergen" og lignende
- "Indeholder ikke hormonforstyrrende stoffer" og lignende
- "Fravær af kræftfremkaldende, mutagene eller reproduktionstoksiske stoffer" og lignende
- "Parfumefri", "uparfumeret", "ikke tilsat parfume" og lignende
- "Mild", "skånsom" og lignende
- "Naturligt", "naturligt forekommende", "naturlig oprindelse" og lignende
- "Økologisk"

De nævnte typer af anprisninger på emballage og beholdere for kosmetiske produkter forekommer naturligvis i en lang række af uensartede udgaver, altså både i forskellige formater og med forskellig ordlyd. I undersøgelsen er alle forekomster, som falder inden for hver af de otte anprisningstyper dog for overbliksskyld registreret under én samlet betegnelse. Ligeledes benævnes hver type af anprisning i nærværende rapport konsekvent med én betegnelse, uanset den egentlig ordlyd eller form. Der er tale om følgende betegnelser:

- Fri for allergifremkaldende stoffer
- Hypoallergen
- Fri for hormonforstyrrende stoffer
- Fri for CMR-stoffer
- Parfumefri
- Mild/skånsom
- Naturlig
- Økologisk

Foruden de udvalgte sundhedsanprisninger er der også defineret en "anden" kategori, hvor andre relevante sundhedsanprisninger er blevet registreret. Sundhedsanprisninger som ofte forekommer i denne kategori omhandler eksempelvis fravær af parabener, ftalater og farvestoffer. Anprisninger i "anden"-kategorien fremgår ikke i figurer og statistik i denne rapport, idet der udelukkende fokuseres på de otte udvalgte sundhedsanprisninger.

4.4 Afgrænsning af indsamlingsperioden

Dataindsamlingen for undersøgelsen af anprisninger på emballage og beholdere for kosmetiske produkter er gennemført i perioden 27. august til 9. september 2015. Det vurderes, at tidspunktet for dataindsamlingen er repræsentativt for, hvorledes forbrugeren vil opleve udvalg og udseende af kosmetiske produkter i forbindelse med køb. Blandt de udvalgte produkttyper er kun solcreme et sæsonbegrænset produkt. Da dataindsamlingen er gennemført i sensommeren, vurderes udvalg og udseende af produktsortimentet inden for solcreme at være repræsentativt.

Bilag 1 Produktliste

| Produkttype | Produktmærke | Specifikt kosmetisk produkt |
|--------------------------|-----------------|---|
| Solcreme | Matas | Matas sollotion, factor 15 |
| | Piz Buin | Piz Buin Instant Gloz 30 SPF |
| | Derma | Derma sollotion mellem SPF 15 |
| | Apotekets | Apotekets sollotion SPF 15 |
| | Levevis | Levevis SPF 30 Kids Sun protection Spray |
| | Clinique | Clinique SPF 15 |
| Bodylotion/-creme | Avivir | Avivir Aloe Vera lotion |
| | Apotekets | Apotekets Bodylotion |
| | Matas Natur | Matas Natur Bodylotion |
| | Levevis | Levevis Bodylotion |
| | Ånglamark | Ånglamark Bodylotion |
| | Tromborg | Tromborg Aroma Therapy Bodylotion |
| Ansigtscreme | Avene | Eur Thermale Avène Creme peaux intolérantes |
| | Vichy | Vichy Laboratories – LIFTACTIV SUPREME |
| | Nivea | NIVEA Sensitive day creme |
| | Bidro | BIDRO creme |
| | Clinique | Superdefense SPF 20 Daily Defense Moisturizer |
| | Tromborg | TROMBORG Pure Control Cream |
| Øjenmakeup | Nilens Jord | Nilens Jord Eyeshadow (farve/variant underordnet) |
| | Clinique | Clinique High Impact Mascara |
| | Tromborg | Tromborg Natural Active Eye Power Mauve) |
| | M·A·C | MAC False Lashes Waterproof |
| Hårfarve | Schwarzkopf | Schwarzkopf Natural & Easy 565 Mandel Lys Gyldenbrun |
| | Garnier | Garnier Olia Permanent Hair Colour 4.0 Dark Brown |
| | Herbatint | Herbatin Permanent Haircolour Gel 4R Copper Chestnut |
| | L'oreal | L'Oreal Excellence 4.54 Mørk kobbermaghoni |
| Læbepomade | Eos | Eos Lipbalm (farve/variant underordnet) |
| | Vilact | Vilact Lip Balm |
| | Elizabeth Arden | Elizabeth Arden Eight hour cream lip protection (stift) |
| | Clinique | Clinique Superbalm lip treatment |

Bilag 2 Eksempel på kodning

Nedenstående er et eksempel på kodning af et kosmetisk produkt. I dette tilfælde er der tale om ansigtscremen *Eau Thermale Avène Crème peaux intolérantes*. I Tabel 7 ses det, hvordan produktets emballage og beholder er kodet.



TABEL 7. EKSEMPEL PÅ KODNING - EMBALLAGE OG BEHOLDER FOR ANSIGTSCREME

| Variabel | Værdi/type af variabel | Tildelt på variabelen |
|---------------------------------------|------------------------|---|
| Dato | Åben | 08/27/2015 |
| Klokkeslæt | Åben | 15.00 |
| Butik | 1 | Apoteket |
| Produkttype | 4 | Ansigtscreme |
| Produktmærke | 3 | Avène |
| Ansigtscreme produkt | 1 | Eau Thermale Avène Crème peaux intolérantes |
| Forekomst af sundhedsanprisning | 1 | Indeholder sundhedsanprisning |
| "Fri for allergifremkaldende stoffer" | 1 | Yes |
| "Hypoallergen" | 1 | Yes |
| "Fri for hormonforstyrrende stoffer" | 0 | No |
| "Fri for CMR-stoffer" | 0 | No |
| "Parfumefri" | 1 | Yes |
| "Mild/skånsom" | 1 | Yes |
| "Naturlig" | 0 | No |
| "Økologisk" | 0 | No |
| Anden sundhedsanprisning | 1 | Yes |

| | | |
|---|------|---|
| Ingen sundhedsanprisning | 0 | No |
| Anden sundhedsanprisning, notér: | Åben | 0 % paraben, fragrance, preservative. Sterile cosmetics. 0 % alcohol. |
| Allergi - Tekst | 1 | Yes |
| Allergi - Tegn | 0 | No |
| Allergi - Symbol/mærkning | 0 | No |
| Allergi - Salgspakning/indpakning | 1 | Yes |
| Allergi - Etiket | 0 | No |
| Allergi - Beholder (udover etikette) | 0 | No |
| Allergi - Indlægsseddel | 1 | Yes |
| Allergi - Klistermærke | 0 | No |
| Hypoallergen - Tekst | 1 | Yes |
| Hypoallergen - Tegn | 0 | No |
| Hypoallergen - Symbol/mærkning | 0 | No |
| Hypoallergen - Salgspakning/indpakning | 1 | Yes |
| Hypoallergen - Etiket | 0 | No |
| Hypoallergen - Beholder (udover etikette) | 1 | Yes |
| Hypoallergen - Indlægsseddel | 0 | No |
| Hypoallergen - Klistermærke | 0 | No |
| Hormonforstyrrende - Tekst | | |
| Hormonforstyrrende - Tegn | | |
| Hormonforstyrrende - Symbol/mærkning | | |
| Hormonforstyrrende - Salgspakning/indpakning | | |
| Hormonforstyrrende - Etiket | | |
| Hormonforstyrrende - Beholder (udover etikette) | | |
| Hormonforstyrrende - Indlægsseddel | | |
| Hormonforstyrrende - Klistermærke | | |
| CMR - Tekst | | |
| CMR - Tegn | | |
| CMR - Symbol/mærkning | | |
| CMR - Salgspakning/indpakning | | |
| CMR - Etiket | | |
| CMR - Beholder (udover etikette) | | |
| CMR - Indlægsseddel | | |
| CMR - Klistermærke | | |
| Parfumefri - Tekst | 1 | Yes |
| Parfumefri - Tegn | 0 | No |
| Parfumefri - Symbol/mærkning | 1 | Yes |
| Parfumefri - Salgspakning/indpakning | 1 | Yes |
| Parfumefri - Etiket | 0 | No |
| Parfumefri - Beholder (udover etikette) | 1 | Yes |

| | | |
|--|---|-----|
| Parfumefri - Indlægsseddel | 1 | Yes |
| Parfumefri - Klistermærke | 0 | No |
| Mild - Tekst | 1 | Yes |
| Mild - Tegn | 0 | No |
| Mild - Symbol/mærkning | 0 | No |
| Mild - Salgspakning/indpakning | 1 | Yes |
| Mild - Etiket | 0 | No |
| Mild - Beholder (udover etikette) | 1 | Yes |
| Mild - Indlægsseddel | 1 | Yes |
| Mild - Klistermærke | 0 | No |
| Naturlig - Tekst | | |
| Naturlig - Tegn | | |
| Naturlig - Symbol/mærkning | | |
| Naturlig - Salgspakning/indpakning | | |
| Naturlig - Etiket | | |
| Naturlig - Beholder (udover etikette) | | |
| Naturlig - Indlægsseddel | | |
| Naturlig - Klistermærke | | |
| Økologisk - Tekst | | |
| Økologisk - Tegn | | |
| Økologisk - Symbol/mærkning | | |
| Økologisk - Salgspakning/indpakning | | |
| Økologisk - Etiket | | |
| Økologisk - Beholder (udover etikette) | | |
| Økologisk - Indlægsseddel | | |
| Økologisk - Klistermærke | | |
| Andet - Tekst | 1 | Yes |
| Andet - Tegn | 0 | No |
| Andet - Symbol/mærkning | 0 | No |
| Andet - Salgspakning/indpakning | 1 | Yes |
| Andet - Etiket | 0 | No |
| Andet - Beholder (udover etikette) | 1 | Yes |
| Andet - Indlægsseddel | 0 | No |
| Andet - Klistermærke | 0 | No |

Undersøgelse af anprisninger af kosmetiske produkter på emballage og beholdere

Rapporten undersøger forekomsten af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for kosmetiske produkter fra danske forhandlere. Den blev gennemført fra 27. august til 1. oktober 2015, dækker over en fysisk registrering af brugen af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for i alt 30 udvalgte kosmetiske produkter fordelt på seks produktkategorier: ansigtscreme, hårfarve, øjenmakeup, solcreme, læbepomade og bodylotion/-creme. Produkterne blev udvalgt på baggrund af en tidligere gennemført undersøgelse af brugen af sundhedsanprisninger i markedsføring af kosmetiske produkter i medier.

Rapporten beskæftiger sig med otte udvalgte sundhedsanprisninger, nemlig anprisninger om, at pågældende produkt er fri for parfume, allergifremkaldende, hormonforstyrrende eller kræftfremkaldende/mutagene/reproduktionstoksiske stoffer (CMR-stoffer) samt beskrivelse af produkterne som hypoallergene, milde/skånsomme, naturlige eller økologiske.

Blandt de 30 udvalgte kosmetiske produkter forekommer én eller flere af de udvalgte sundhedsanprisninger på emballage eller beholder i 83 % af tilfældene. Anprisningerne er oftest forekommende for bodylotion/-creme og ansigtscreme – her forekommer de udvalgte sundhedsanprisninger på 100 % af de udvalgte produkter. ”Parfumefri” er den type sundhedsanprisning, der forekommer hyppigst (forekommer på 53 % af produkterne). Anprisninger af typen ”Fri for hormonforstyrrende stoffer” er ikke registreret i undersøgelsen.

Sundhedsanprisninger forekommer samlet set oftest som tekst (68 % af de registrerede anprisninger).

Der er intet klart mønster for placeringen af sundhedsanprisninger på emballage og beholdere for de seks produktkategorier, når de betragtes samlet.



**Miljø- og
Fødevareministeriet**
Miljøstyrelsen

Strandgade 29
1401 København K
Tlf.: (+45) 72 54 40 00

www.mst.dk