

# PIAȚA PRODUSELOR COSMETICE. ASPECTE PRIVIND LEGISLAȚIA ȘI CONTRAFACEREA PRODUSELOR COSMETICE

LECT.UNIV.DRD. OANA MARIA SECARĂ

Universitatea Oradea, Str. Armatei Române nr. 5, tel. 0259- 432830

E-mail: [oana\\_secara@yahoo.com](mailto:oana_secara@yahoo.com)

*This paper is dealing with the issue of cosmetics legislation and counterfeiting. The cosmetics available on the market must not endanger the human health and cannot be tested on animals or contain ingredients or combination of ingredients tested on animals. A recurrent problem, both on the level of our country, as well as worldwide is represented by that of cosmetics counterfeiting.*

## Aspecte privind legislația produselor cosmetice

*Legea 178/2000 privind produsele cosmetice* apare în legislația autohtonă destul de târziu, dacă se are în vedere activitatea comercială deja intensă pe piața produselor cosmetice de uz uman la momentul apariției acestui act normativ. Fără nici un dubiu, era nevoie de un cadru legislativ propice pentru activitatea de producție și distribuție a produselor cosmetice pe piața din România, din cel puțin două motive:

1. apariția pe piața autohtonă a marilor companii străine cu tradiție și nevoia firească a acestora de protecție pe o piață – debușeu;
2. protecția cetățeanului român, încă neinstruit din punct de vedere al cumpărării, față de abuzul producătorilor și distribuitorilor de mâna a doua.

Ulterior adoptării, de altfel așa cum era de așteptat, legea a fost supusă mai multor modificări și completări, prin *Legea 503/2002* și mai apoi prin *Legea 264/2003*.

Produsele cosmetice puse în vânzare pe piață nu trebuie să pericliteze sănătatea umană și nici să fie testate pe animale sau să conțină ingrediente sau combinații de ingrediente testate pe animale.

Aceste principii generale sunt cuprinse în noua *Lege privind produsele cosmetice nr. 379 din 4 octombrie 2004*<sup>1</sup> și asigură libera circulație a mărfurilor, potrivit practicii internaționale comune cu cea a statelor membre ale UE. Această lege aduce o serie de reglementări destul de consistente și care prezintă un real interes atât pentru producătorii și distribuitorii de produse cosmetice, cât și pentru cumpărătorul final, el fiind subiectul căruia i se oferă de fapt protecție (știm cu toții că acesta nu dă dovadă de o vigilență minimă în a-și cunoaște propriile drepturi și în consecință, acest aspect ar putea fi speculat în defavoarea sa).

Armonizarea prevederilor legislației cu acquis-ul comunitar constă în interzicerea intrării pe piață a produselor cosmetice a căror formulă finală a fost testată pe animale, folosindu-se o altă metodă decât cea alternativă, sau care conțin ingrediente sau combinații de ingrediente testate pe animale prin alte metode decât cele alternative, validate și adoptate la nivelul Uniunii Europene, ținând seama de evoluția procesului de validare din cadrul Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> \*\*\* Revista „Capital”, 12 octombrie 2004, p. 4.

<sup>2</sup> Spre exemplu, compania de cosmetice L'OREAL, un gigant în industria cosmeticelor, a fost subiect de boicot din partea grupurilor pentru drepturile animalelor, din cauza politicii sale de testare a produselor pe acestea. După câțva timp, L'Oréal a pretins că a oprit testările pe animale, însă boicotul a continuat din partea unora dintre organizatori, care pretind că marile producători de cosmetice minte, în sensul că, deși nu mai testează produsele finite pe animale de laborator, acum testează doar materiile prime care intră în componența produselor finite.

De asemenea, legea mai prevede: interzicerea folosirii substanțelor cancerigene, mutagene și toxice pentru reproducere; menționarea pe eticheta produselor a ingredientelor alergene, precum și marcarea pe eticheta acestora a perioadei în care produsul poate fi folosit în siguranță după desigilare<sup>3</sup>. Produsele cosmetice pot fi oferite spre consum pe piață numai dacă pe recipient și pe ambalaj informațiile privind ingredientele sunt inscripționate vizibil, lizibil și cu caractere care nu se șterg ușor. De asemenea, pe ambalaj trebuie precizate: numele sau denumirea producătorului ori a persoanei responsabile cu introducerea pe piață, stabilite de UE, sau abrevierea, dacă astfel pot fi identificate persoanele respective; sediul sau adresa din statul membru UE a producătorului sau a persoanei responsabile pentru introducerea pe piață în UE a unui produs cosmetic importat sau abrevierea sa, atât timp cât acesta este posibil de identificat; țara de origine pentru produsele fabricate în afara statelor membre ale UE, data de minimă durabilitate indicată prin sintagma "A se folosi preferabil înainte de", urmată de dată sau de indicarea locului de pe ambalaj unde se afla inscripționată această dată<sup>4</sup>; precauțiile speciale la utilizare, precum și lista ingredientelor care fac parte din compoziția produsului cosmetic în ordinea descrescătoare a greutății în momentul încorporării lor.

O altă modificare<sup>5</sup> pe care o reținem, dat fiind strânsa legătură cu răspunderea producătorului pentru produsele sale, este că Ministerul Sănătății poate interzice provizoriu comercializarea unui produs cosmetic sau poate impune condiții speciale pentru comercializarea acestuia pe teritoriul României, dacă, se constată pe baza unor dovezi întemeiate, că acest produs reprezintă un pericol pentru sănătate, deși respectă cerințele prezentei legi. În acest caz va informa imediat Comisia Europeană și statele membre ale U.E. asupra acestei decizii și asupra motivelor care au fundamentat-o.

Înainte de ultima modificare a legii, articolul 5 al acesteia interzicea în mod imperativ distribuirea pe piață a produselor cosmetice în a căror compoziție se găsesc substanțele enumerate exhaustiv de legiuitor în cadrul aceluși articol. Ulterior modificării nu s-a adus vreo atingere valabilității articolului 5, în schimb se introduce un articol nou, articolul 61, în care se arată că Ministerul Sănătății poate autoriza folosirea pe teritoriul României a substanțelor care nu sunt prevăzute în lista de substanțe permise pentru anumite produse cosmetice, cu respectarea anumitor condiții<sup>6</sup>.

Prin această modificare, Ministerul Sănătății devine, din punct de vedere juridic centrul de gravitație al întregii activități de producție și comercializare a produselor cosmetice de uz uman, fiecare participant pe această piață, având posibilitatea reală de a sesiza Ministerul Sănătății pentru apărarea drepturilor recunoscute prin această lege.

O problemă majoră care afectează deopotrivă vânzătorul, dar și cumpărătorul unui produs cosmetic o reprezintă faptul că legislația în domeniu variază de la o țară la alta. Spre exemplu sistemul legislativ al produselor cosmetice din țările *Estului Îndepărtat* diferă de cel al țărilor din Europa și Statele Unite.

---

<sup>3</sup> Din 11 martie 2005, conform amendamentului 7 al Legii privind produsele cosmetice fabricate în UE, producătorilor li se cere să declare perioada de timp, după desigilare, în care produsul poate fi folosit fără a produce nici o daună consumatorului. Acest lucru se aplică doar produselor cu un termen de garanție de 30 de luni sau mai mult. Principala motivație a prezentei directive o reprezintă aceea a asigurării că produsele nu constituie un risc pentru sănătate și a sensibilizării consumatorilor, care ar trebui să fie conștienți spre exemplu că un creion dermatograf contur pentru ochi ar trebui păstrat aproximativ 6 luni după desigilare, în comparație cu o pudră, un fard, sau un ruj, care ar putea fi păstrat 60 de luni sau mai mult. Totuși, datorită diversității factorilor care concură la evaluarea durabilității calităților unui produs, actualmente nu există metode științifice de măsurare cu precizie a perenității calităților produsului după desigilare.

<sup>4</sup> Identificarea datei de durabilitate nu este obligatorie pentru produsele cosmetice a căror durabilitate minimă depășește 30 de luni. Pentru acestea, mențiunile se completează cu indicarea perioadei pentru deschiderea produsului cosmetic în care poate fi folosit în siguranță de către consumator.

<sup>5</sup> Încă o modificare prin care legiuitorul rămâne consecvent scopului legii - protecția sănătății consumatorului final - este faptul că Ministerul Sănătății "sanctionează" nu numai nerespectarea ad literam a legii, dar și nerespectarea principiului activ al acesteia - protecția în fapt a consumatorului final, limitând/condiționând comercializarea produselor nocive.

<sup>6</sup> Condițiile impuse de către Ministerul Sănătății sunt următoarele: 1) autorizarea trebuie să se limiteze la o perioadă maximă de trei ani; 2) să se efectueze o verificare oficială a produselor cosmetice care conțin substanțe sau preparatul a cărui utilizare a fost autorizată; produsul cosmetic astfel fabricat trebuie să poarte o indicație distinctă, care va fi precizată în autorizație.

În mai multe țări din Estul Îndepărtat, produsele cosmetice se află sub incidența legislației farmaceutice. Deși au fost înregistrate cazuri de BSE (Bovine Spongiforme Encephalopathy<sup>7</sup> – encefalopatia spongiformă a bovinelor – cunoscută și sub denumirea “boala vacilor nebune”) încă din 1986 în Marea Britanie și primele înregistrări despre oameni infectați de această boală datează din 1994, doar din 2002 legislația produselor cosmetice aferentă țărilor Estului Îndepărtat a prevăzut ca importurile să fie certificate pentru siguranța ingredientelor lor, chiar și pentru acelea care au ingrediente doar de origine non-animală.

De pildă, *China* a interzis importurile de produse cosmetice fabricate cu ingrediente de origine animală provenite din 18 state, în principal europene, de teama că acestea ar putea fi contaminate cu maladia vacii nebune. Interdicția privește cosmeticele fabricate pe bază de țesuturi nervoase, creier, intestine, placentă, sânge de vită sau de oaie, provenite din statele unde au fost diagnosticate cazuri de encefalopatie spongiformă bovină (BSE)<sup>8</sup>. Cu excepția Suediei și a Greciei, toate statele Uniunii Europene sunt vizate de această măsură, ca și Japonia, Omanul, Slovacia, Elveția și Liechtensteinul. Fabricanții europeni de cosmetice au oprit producția de substanțe pe bază de gelatină de vită de mai mulți ani, după descoperirea primelor cazuri de Creutzfeldt-Jakob, forma umană a maladii vacii nebune. Interdicția intervine după ce Uniunea Europeană a suspendat importurile de anumite produse alimentare chineze, printre care se află carnea și crustaceele, deoarece erau contaminate cu un produs antibiotic interzis, inclusiv în China. Statul chinez a protestat împotriva acestei măsuri și a avertizat că ar putea afecta grav relațiile comerciale cu statele respective; actualmente toate produsele de pe piața chineză trebuie înregistrate, procedură care adesea poate fi complicată, costisitoare și de durată, datorită necesității unei vaste documentații în limba chineză<sup>9</sup>.

În *Japonia* licențele de import pentru produse cosmetice nu au fost solicitate din anul 2001, dar lista cu substanțele interzise diferă de cea a țărilor membre U.E.<sup>10</sup>

În *Coreea*, una dintre cele mai importante piețe din Estul Îndepărtat, legislația este una greoaie, și dificilă datorită regulamentelor și timpului îndelungat necesar pentru înregistrarea produselor. Datorită faptului că nu există o listă oficială a ingredientelor care sunt aprobate spre utilizare în fabricarea produselor cosmetice<sup>11</sup>, produsele europene sunt puse la o grea încercare pe această piață. În iulie 2000, guvernul sud-coreean a promulgat o lege care separă produsele de tratament menționate mai sus de produsele farmaceutice, numindu-le „cosmeceutice”. Asociația coreeană pentru hrană și medicamente (SKFDA) cercetează ingredientele și efectele produselor destinate albirii, protecției solare, precum și cele împotriva îmbătrânirii. De când Legea funcționării produselor cosmetice a fost implementată în Coreea, industria și-a concentrat atenția asupra îngrijirii funcționale.

În *Tailanda*, denumirile științifice sunt acceptate pe produsele etichetate, iar de când a fost interzisă expresia “Poate conține...”, se cere o etichetare separată pentru fiecare ingredient. Toate pretențiile cum sunt “foarte bogat...”, “acționează rapid...”, “eficient împotriva...” trebuie dovedite științific. Acest lucru este mai îngreunat de faptul că în unele cazuri, evidența eficacității recunoscută în țările membre U.E. nu este acceptată în Tailanda. În schimb, în Malaezia, deși produsele de îngrijire a pielii se înregistrează doar din 2002, iar toate celelalte produse cosmetice abia din 2003, expresiile și cuvintele cum sunt: “ajută la prevenirea semnelor de îmbătrânire”, “reduce ridurile fine”

<sup>7</sup> A se vedea în [www.cnn.com](http://www.cnn.com).

<sup>8</sup> A se vedea în site-ul Ministerului chinez al Sănătății. Magazinele care la vremea respectivă ofereau produse de acest gen au avut ca termen data de 20 aprilie 2002 pentru a le retrage din comerț.

<sup>9</sup> Aceste documente sunt examinate de patru ori pe an, de către o echipă de experți, și sunt refuzate în condițiile în care unele date lipsesc sau sunt incomplete. Produsele sunt testate în conformitate cu legislația chineză, procedura de aprobare poate dura un an, iar înregistrarea este validă doar pentru o perioadă de patru ani.

<sup>10</sup> Exemple: Euxyl K400 este interzis în Japonia, dar nu și în țările membre U.E; pentru mărcile noi de detergenți sunt solicitate o cantitate mare de date detaliate, specificând procesul de fabricație, iar siguranța utilizării produsului trebuie dovedită prin teste realizate timp de trei ani; Japonia încadrează anumite produse cosmetice cum ar fi: coloranții pentru păr, soluții pentru permanent, tratamente anti-acnee și anti-mătreață în categoria stupefiantelor, și în timp ce pentru toate produsele cosmetice se solicită detalierea tuturor ingredientelor, în cazul produselor „cosmetice – stupefiante”, trebuie declarate doar ingredientele reglementate în mod special; iar în ceea ce privește ingredientele de origine animală, totuși trebuie precizat animalul de proveniență, de exemplu colagenul trebuie specificat că provine de la bovine.

<sup>11</sup> Dacă în produsele comercializate pe piața Coreei se regăsesc ingrediente precum acizi, enzime, peroxizi și retinol, acestea trebuie prevăzute.

sau "oferă luminozitate tenului" sunt acceptate în detrimentul altor expresii simple, precum: "anti-înbătrânire" sau "anti-rid".

În *Filipine*, produsele europene sunt în general acceptate, în ciuda excesului de directive, principii și standarde existente.

În ciuda faptului că aproape 30% din populația *Indiei* trăiește în sărăcie, 20% din populație are un venit considerabil și tinde spre un standard apropiat clasei mijlocii din vest. Produsele comercializate în țările membre ale U.E. sunt în general acceptate și în India.

### **Contrafacerea și falsificarea produselor cosmetice**

O problemă stringentă, atât la nivelul țării noastre, cât și la nivel global, o reprezintă aceea a contrafacerii și falsificării produselor cosmetice.

Falsificarea este operația de imitare, substituie, recondiționare, reconstituire, transformare, denaturare, alterare a caracteristicilor de calitate ale unui produs, în scopul obținerii unor produse asemănătoare cu cele originale și în vederea realizării unor venituri ilicite. Datorită sumelor considerabile obținute de pe urma acestor activități (la nivel global circa 250 miliarde de dolari la sfârșitul anului 2003) fenomenul s-a extins aproape în toate țările lumii<sup>12</sup>.

Industria contrafacerilor, mare generatoare de evaziune fiscală, a devenit mai mult decât înfloritoare, ajungând să constituie un mare pericol, deopotrivă pentru producători, distribuitori, consumatori, dar și pentru stat. Dacă vorbim despre produse de lux contrafăcute, ne gândim în special la produsele cosmetice și la parfumuri.

După schimbările din Europa de Est, România a devenit o "piață înfloritoare" pentru mărfurile contrafăcute<sup>13</sup>. Dintre acestea, 80% reprezintă produsele cosmetice falsificate.

Factorii care contribuie la dezvoltarea acestui fenomen sunt<sup>14</sup>: puterea scăzută de cumpărare a consumatorilor, dorința acestora de a achiziționa produse de marcă la prețuri scăzute, precum și gradul scăzut de informare în legătură cu modul de apreciere a calității produselor sau serviciilor. Alți factori care generează contrafacerile constau în lipsa de eficiență a autorităților angrenate în lupta împotriva falsurilor.

Amplioarea pe care a luat-o acest fenomen a determinat Comisia Europeană să decidă înființarea unei direcții pentru combaterea contrafacerilor, care urmărește apariția produselor falsificate pe piața UE. Această direcție caută să pregătească specialiști în contrafaceri, pentru că, o mare problemă în acest moment, este inexistența acestora. Este adevărat că marile firme, care au posibilități financiare, își pregătesc singure specialiștii în combaterea falsurilor, dar strict pe produsele lor, oferind informații confidențiale asupra tehnologiei produsului și a unor semne mascate care există la mărfurile respective. Așa cum am mai precizat, la nivelul anului 2003, piața mondială a contrafacerilor a reprezentat 250 de miliarde de dolari. Această sumă spune multe. Este vorba despre câștiguri imense care sunt scoase din circuitul normal al economiei, iar uneori organele statului nu pot face față acestui fenomen<sup>15</sup>.

Și în România, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului<sup>16</sup> are în atenție aspectul contrafacerilor, realizând acțiuni în vederea combaterii acestora. La nivelul Poliției există o structură care se ocupă de această problemă. Principalul obiectiv constă în prevenirea anumitor situații, dar în acest domeniu al contrafacerilor de marcă, unde legislația prevede să existe o plângere prealabilă a

<sup>12</sup> Cel mai frecvent se falsifică produsele cu valoare adăugată mare și o rată ridicată a vânzarilor (produse cosmetice, piese de schimb auto, produse petroliere, pietre pretioase, produse din sticlă, produse ceramice, produse textile, încălțăminte sport, ceasuri, software, telefoane mobile, moneda).

<sup>13</sup> Apropierea geografică de Turcia este un element edificator. Această țară execută foarte multe produse contrafăcute și este folosită ca rută pentru mărfurile falsificate din Asia.

<sup>14</sup> Dezvoltarea industriei contrafacerilor e facilitată și de alți factori precum perfecționarea metodelor și tehnicilor de imitare a produselor autentice; astfel, printr-o investiție minimă, falsificatorii reușesc să obțină profituri rapide și substanțiale, asigurându-și, grație unor prețuri de dumping, o mare piață de desfacere.

<sup>15</sup> Uniunea Europeană a luat măsuri deosebite în privința controlului vamal, dar punctele cele mai sensibile pe unde se introduc în Uniunea Europeană produsele contrafăcute sunt zona de nord a Franței și zona de sud a Italiei. Pentru un mai bun control, punctele vamale au fost dotate cu scannere care pot vizualiza interiorul tirurilor, astfel ca se pot depista mai ușor astfel de produse. De exemplu, Franța este interesată în mod deosebit să combată contrafacerile în domeniul cosmeticelor și a parfumurilor de marcă. Mărci cunoscute sunt amenințate de contrafacerile care se realizează în Asia și, surprinzător, chiar și într-o țară a Uniunii Europene, Italia. Au existat încercări ale comisarilor UE de identificare a unor agenți care fabricau produse false, în mod deosebit în Thailanda. De asemenea, China rămâne în continuare o mare problemă în acest domeniu.

<sup>16</sup> A se vedea și în [www.apc-romania.ro](http://www.apc-romania.ro).

titularului de drepturi care apreciază că a fost prejudiciat, Poliția nu poate să acționeze preventiv, ci numai în urma unei reclamații. În străinătate, dacă cineva semnalează că i-a fost încălcat un drept, un judecător de instrucție se deplasează imediat la fața locului, se face o constatare, și dacă reclamația se confirmă, se întrerupe activitatea, fie de comerț, fie de producție până la clarificarea situației.

Vama poate interveni doar în situația în care titularul de drept este interesat să-i fie protejat acest drept. Poate acționa, fie în baza unei cereri de intervenție depusă la Direcția Generală a Vămilelor<sup>17</sup>, fie în baza unei acțiuni din oficiu a autorității vamale, ambele modalități având la bază suspiciunea lucrătorului vamal. Vama nu poate reține o marfă decât în baza suspiciunii de contrafacere. Cel mai des Biroul de combatere a traficului de marfuri contrafacute și pirate are de-a face cu contrafaceri de marcă. România nu este o țară care produce mărfuri contrafacute, ci o foarte bună consumatoare. Delictelor care pot fi legate de comerțul cu mărfuri contrafăcute se leagă de fraudă fiscală, crima organizată, pentru că din acest trafic ies foarte mulți bani. Dacă titularul de drept nu este interesat în protejarea drepturilor sale, Direcția Generală a Vămilelor nu poate acționa.

Pentru a proteja consumatorii, în opinia mea, cred că ar fi ideal să se realizeze o campanie națională de informare a cumpărătorilor, la care să participe factorii direct interesați. Și anume: producătorii și distribuitorii de parfumuri și cosmetice, instituțiile statului abilitate în domeniul supravegherii pieței, reprezentanții consumatorilor și, bineînțeles, presa. Această campanie ar putea fi dusă prin realizarea unor pliante și broșuri, a unor articole în mass-media, prin care să se încerce prezentarea unor elemente-cheie de recunoaștere a unor produse cosmetice originale, de altele falsificate.

---

<sup>17</sup> A se vedea și în [www.customs.ro](http://www.customs.ro).