

Spis treści

- 1 WSTĘP**
- 2 OBSZARY DZIAŁANIA**
- 4 Kształtowanie prawodawstwa**
 - 5 Komisja Europejska – DG GROWTH
 - 7 Transatlantic Trade and Investment Partnership – TTIP
 - 9 Claims / deklaracje marketingowe
 - 10 PHMB
 - 11 Obrona skaźników etanolu dla sektora kosmetycznego na poziomie PL i UE
 - 11 Pozostałe działania legislacyjne
- 12 Edukacja**
 - 13 Szkolenia i seminaria
 - 14 Doradztwo indywidualne
 - 14 Bieżące informacje techniczno-legislacyjne
 - 14 Newsletter
 - 15 Działalność GRUP ROBOCZYCH ZWIĄZKU
- 16 Wspieranie działań eksportowych**
 - 17 Koordynacja drugiej edycji programu Cosmetics Polska
 - 19 Cosmoprof Bologna 2016 (17-19 marca 2016)
 - 19 Certyfikaty Eksportowe
- 20 Budowanie świadomości i wizerunku branży**
 - 21 Związek ekspertem prawa kosmetycznego wobec przedstawicieli Inspekcji Sanitarnej oraz Handlowej w kraju
 - 21 Udział reprezentacji Związku w zewnętrznych konferencjach branżowych
 - 21 Obecność w mediach
 - 22 Nagroda Qltowych Kosmetyków dla Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego
 - 22 Regaty Konfederacji Lewiatan
 - 22 Gwiazdka Kosmetycznych
 - 23 Zrównoważony Rozwój
- 24 PLANY NA 2016**

Szanowni Państwo, Drodzy Przyjaciele,

Mija właśnie 12 miesięcy pracy od ostatniego Walnego Zgromadzenia Sprawozdawczo-Wyborczego Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego. Tym raportem podsumowujemy wydarzenia 2015 roku oraz czternasty rok wspólnej pracy w ramach platformy jaką tworzy Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego. Pamiętając początki organizacji, jaką garstka przedsiębiorców zawiązywała ponad 14 lat temu należy przyznać, że rozwój liczebny Związku – szczególnie silny w mijającym właśnie 2015 roku – jest najlepszą oceną skuteczności organizacji jaką dają nam nowi, dołączający do nas członkowie. W tym roku jest ich aż 16! W nowy, 2016 rok, wchodzimy silną reprezentacją 125-ciu firm. Te liczby potwierdzają fakt, że nie jesteśmy organizacją jednej firmy.

Widząc liczebny rozwój Związku, trudno nie zadać sobie pytania: czemu zawdzięczamy ten sukces?

Rynek ocenia nas przez cały rok. To jakość i skuteczność Związku przynosi nam nowych członków, co nobilituje, ale jednocześnie obciąża odpowiedzialnością za sektor. W 2015 roku nie brakowało trudnych wyzwań.

Od lat naszym pierwszym i fundamentalnym zadaniem jest kształtowanie prawa, otoczenia legislacyjnego w jakim działają firmy sektora kosmetycznego w Polsce. Coraz bardziej angażują nas wyzwania prawne generowane przez instytucje Unii Europejskiej. Drugim, bardzo dla nas istotnym obszarem działań, jest edukacja członków ale także szeroko rozumianej branży kosmetycznej. Ponadto, wspieramy działania eksportowe naszych firm członkowskich, wspieramy inicjatywy rządowe zmierzające do rozwoju eksportu kosmetyków produkowanych w Polsce. Dbamy o pozycję i dobry wizerunek sektora vis a vis polski rząd. Rozmawiamy z każdą instytucją, która ma wpływ na jakość i warunki produkcji kosmetyków w Polsce. Coraz częściej oraz skuteczniej mówimy o tym, co nas boli bezpośrednio Komisji Europejskiej. W mijającym roku najczęściej powtarzanymi przez Związek słowami były: deklaracje marketingowe, jakość przekazów reklamowych, składniki kosmetyków, kurczące się portfolio konserwantów, skażalniki alkoholu etylowego, TTIP – umowa o wolnym handlu Europa – Stany Zjednoczone. Wiele z tych haseł będzie miało swoją kontynuację w roku 2016. W mijającym roku wielokrotnie szkoliliśmy – tym razem po raz pierwszy tak intensywnie – nadzór sanitarny i handlowy rynku. Broniliśmy dotychczasowej swobody produkcji i stabilnego portfolio konserwantów.

Jesteśmy oceniani jako rzetelna, profesjonalna i dobrze zorganizowana reprezentacja sektora. Tę pozycję zawdzięczamy poparciu i ciężkiej pracy firm członkowskich Związku. Ma to swój wyraz w dużej liczbie ekspertów pracujących w grupach roboczych Związku – to ponad 100 osób! I szczególnie tym pracownikom naszych firm członkowskich należą się wielkie słowa podziękowania za ten odchodzący rok. Mając świetne zaplecze eksperckie wiemy, co w imieniu sektora Związek powinien prezentować, jakich postulatów bronić. Ale dzięki politycznemu poparciu Konfederacji Lewiatan wiemy, też kiedy i komu, w wiarygodny sposób, te stanowiska przekazać. Wsparcie Konfederacji Lewiatan gwarantuje, że nie mówimy do siebie, a bezpośrednio do instytucji i polityków merytorycznie oraz politycznie odpowiedzialnych za kształt wymagań i regulacji prawnych sektora kosmetycznego.

Wiemy już z doświadczenia, że w trudnych politycznie czasach organizacje reprezentujące przemysł przeżywają boom. I dziś też nie obawiamy się nadchodzących zmian.

**Dziękujemy za współpracę oraz wsparcie w mijającym roku.
Związek jest tak silny jak aktywni są jego członkowie.**



Blanka Chmurzyńska-Brown

Dyrektor Generalny Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego

OBSZARY DZIAŁANIA

The background features a complex arrangement of overlapping circles and organic, fluid shapes in various shades of blue, from light sky blue to deep navy blue. A large white circle is prominent in the lower half, overlapping with several other shapes. The overall aesthetic is clean, modern, and minimalist.

Podczas wyjazdowego posiedzenia Władz Związku określono **4 główne, priorytetowe obszary**, które w formie ciągłej ma wypełniać działalność Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.

Są to:



**Edukacja
i wspieranie działań
firm funkcjonujących
na rynku**



**Kształtowanie
ustawodawstwa**



**Wspieranie działań
eksportowych**



**Budowanie świadomości
i wizerunku branży**

To właśnie te główne obszary stanowią kolejne rozdziały tego krótkiego sprawozdania, do lektury którego, zapraszamy.



Kształtowanie prawodawstwa



**DZIENNIK
RZECZYPOSP**

Warszawa, dnia 5

Pos

1000 000 00

1 000 00

• WYKAZ PRACOWNIKÓW PRACUJĄCYCH W URZĘDZIE
WYKAZ PRACOWNIKÓW PRACUJĄCYCH W URZĘDZIE
WYKAZ PRACOWNIKÓW PRACUJĄCYCH W URZĘDZIE

WYKAZ PRACOWNIKÓW PRACUJĄCYCH W URZĘDZIE
WYKAZ PRACOWNIKÓW PRACUJĄCYCH W URZĘDZIE
WYKAZ PRACOWNIKÓW PRACUJĄCYCH W URZĘDZIE

Komisja Europejska – DG GROWTH

Komisja Europejska jest naszym niezwykle ważnym partnerem w procesie lobbingsowym – to tu tworzy się europejskie prawo, które ma bezpośrednie przełożenie na te, w krajach członkowskich.

Jako członek Cosmetics Europe politykę na poziomie europejskim prowadzimy głównie poprzez działania tej organizacji. Jednak są również sytuacje i sprawy, które wymagają naszego zaangażowania.

Jednym z takich tematów, była:

| Zmiana DG – Polka na stanowisku Komisarza

W ramach zmian struktury Dyrektoriatów Generalnych branża kosmetyczna w roku 2015 „przeszła” spod jurysdykcji DG SANCO (Dyrektoriat ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów) pod nowopowstałe DG GROW – Dyrekcja Generalna ds. Rynku Wewnętrznego, Przemysłu, Przedsiębiorczości i MŚP, której Komisarzem została Polka, Pani Elżbieta Bieńkowska. Dobrze wykorzystanie tej szansy stało się dla nas priorytetem na 2015 rok. Ta zmiana instytucjonalna otworzyła nowe możliwości. Sektor kosmetyczny przestał być li tylko producentem dóbr konsumenckich nadzorowanych pod kątem bezpieczeństwa konsumenta, ale także ważnym gospodarczo sektorem gospodarki Unii Europejskiej.

Działania Strategiczne

prezentacja wyzwań sektora kluczowym instytucjom UE wpływającym na branżę:

- Wykorzystanie zmiany instytucjonalnej z DG SANCO na DG GROWTH

SZANSA:

Elżbieta Bieńkowska – Komisarz DG GROWTH – Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs

WYKONANE DZIAŁANIA:

Seria spotkań z urzędnikami DG GROWTH, Komisja Europejska

- 24.01.2015 – **Elżbieta Bieńkowska**, Komisarz DG GROWTH. Rynek wewnętrzny, przemysł, przedsiębiorczość i MŚP
- 24.09.2015 – **Justyna Morek**, Członek Gabinetu Komisarz Bieńkowskiej odpowiedzialny za kosmetyki oraz zespół techniczny unitu ds. sektora kosmetycznego
- 1.10.2015 – **dr Tomasz Husak**, Szef Gabinetu Komisarz Bieńkowskiej

REZULTATY:

Prezentacja wyzwań stojących przed sektorem kosmetycznym w 2015, uwrażliwienie na problemy sektorowe.

- Instytucjonalny system regulacji składników – źle funkcjonujący SCCS
- Regulacje szczegółowe składników kosmetyków
 - Konserwanty, w tym PHMB
 - Substancje CMR (rakotwórcze, mutagenne, działające szkodliwie na rozrodczość)
 - Nanomateriały
 - Składniki zaburzające gospodarkę hormonalną – EDC
- Szereg obszarów okotosektorowych, w tym TTIP

STWORZENIE oraz WYKORZYSTANIE NARZĘDZI:

Czarna lista barier legislacyjnych

- Identyfikacja ponad 100 aktów prawnych – podlegają nim producenci kosmetyków w Polsce. Zaznaczono obszary wymagające zmiany, uproszczenia lub harmonizacji z innymi przepisami. Narzędzie w debacie z instytucjami administracji PL i UE.

Dossier kosmetyczne („fiszki”)

Opis newralgicznych wyzwań oraz zagrożeń dla sektora kosmetycznego oraz rekomendacje rozwiązań.

1. System regulacji składników kosmetyków w UE:
 - Konserwanty, Substancje CMR, Składniki zapachowe, Nanomateriały, Składniki zaburzające gospodarkę hormonalną (endocrine disruptors).
2. Wyzwania okotosektorowe:
 - TTIP, Legislacja kosmetyczna w Chinach, Euroskażalniki i skażalniki etanolu, Oznakowanie „Made in” (ogólne bezpieczeństwo produktów).

CEL:

Zwrócić uwagę władz w Polsce oraz urzędnikom KE na nadmiar legislacji w sektorze kosmetycznym sprzeczny z zasadami Better Regulation oraz Regulate when necessary.

Transatlantic Trade and Investment Partnership – TTIP

Wiele uwagi i czasu poświęciliśmy na reprezentację interesów polskiego przemysłu kosmetycznego w procesie negocjacji umowy między Unią Europejską a Stanami Zjednoczonymi: „Transatlantic Trade and Investment Partnership” – TTIP.

Zadanie postawione przed nami było bardzo trudne i bardzo ambitne. Przede wszystkim dlatego, że negocjacje te obłożone były wysoką klauzulą tajności, ale również dlatego, że ustalenie wspólnego stanowiska oraz sposobu jego prezentowania na forum krajów unijnych było bardzo trudne. Mimo wszystko wykonaliśmy szereg działań, aby być pewnym, że głos polskiego przedsiębiorcy w tym temacie zostanie wysłuchany.

ZADANIE ZWIĄZKU:

Włączyć postulaty polskiego sektora w tym MŚP do stanowiska negocjacyjnego KE.

WYKONANE DZIAŁANIA:

- Związek opracował stanowisko PL w oparciu o szerokie konsultacje społeczne wśród członków Związku
- Powstała broszura przedstawiająca jasno argumenty polskiej branży kosmetycznej
- Związek zorganizował 2-dniową wizytę studyjną negocjatorów umowy TTIP ze strony Komisji Europejskiej oraz wiodących resortów polskiego rządu (luty 2015)
- Udział w debacie organizowanej przez Panią Poset Danutę Hübner z udziałem Dyrektora Generalnego ds. Handlu Komisji Europejskiej – Jean-Luc Demarty (czerwiec 2015)
- Udział w licznych spotkaniach z urzędnikami UE wysokiego szczebla zaangażowanymi w proces:
 - Ignacio Garcia Bercero, EU Chief Negotiator TTIP (maj 2015)
 - Fernando Perreau de Pennick, Koordynator negocjacji TTIP ze strony UE (czerwiec 2015)
 - Komisarz ds. Handlu Cecilia Malmström, Koordynatorką negocjacji TTIP ze strony DG TRADE (wrzesień 2015)
 - Szereg spotkań Dyrektora Generalnej Blanki Chmurzyńskiej-Brown z polskimi Eurodeputowanymi – prezentacja aktualnych wyzwań przemysłu kosmetycznego (fiszki, czarna lista barier), w tym głównie tematyka TTIP:
 - Cykl spotkań z polskimi Eurodeputowanymi w Brukseli: Jarostaw Wałęsa, Elżbieta Łukacijewska, Danuta Hübner, Adam Szejnfeld. Komisja Europejska DG Trade, Patrycja Malinowska (KE) oraz Bartosz Czyczerski, Karol Tofil – Wydział Ekonomiczno-Handlowy, Stałe Przedstawicielstwo RP przy UE (11-13 maja 2015)

REZULTATY:

Zgłoszenie proponowanych przez Związek poprawek do głosowanej w Parlamencie umowy TTIP oraz przedstawienie zapytania do Ambasadora USA przy UE przez Połta Jarostawa Watęśę. Poprawkę tę poparli wszyscy polscy eurodeputowani.

- Uświadomienie potrzeb polskich producentów kosmetyków w kontekście eksportu kosmetyków do USA instytucjom i osobom zaangażowanym w Polsce i UE w proces decyzyjny.
- Wzrost pozytywnego wizerunku Związku – profesjonalnej organizacji o szerokich możliwościach lobbingowych – wzrost kompetencji organizacji.
- Zaangażowanie Związku i FEBEA (francuska organizacja sektorowa) zaowocowały powrotem Cosmetics Europe do prac nad projektem, w tym do roboczych kontaktów w sprawie TTIP z PCPC (amerykańską organizacją kosmetyczną).
- Trwają negocjacje głównych elementów umowy, z którymi zgodne są obie organizacje sektorowe.

Mimo starań strona amerykańska dyktuje warunki i nie dopuszcza w obszar negocjacji tematów istotnych dla MŚP w Unii Europejskiej.

The Polish cosmetic industry on TTIP

The analysis of the current condition of the Polish cosmetics exports

The Polish cosmetic industry is the 6th market in Europe both in terms of local production and the value of exports. Only major European markets of the so-called Big Five are ahead of it such as Germany, France, Great Britain, Italy and Spain.

The global value of the exports of Polish cosmetics totals EUR 2.8 billion (2014) data by Cosmetics Europe. Polish cosmetics sell very well on the demanding markets of Germany and Great Britain, traditionally in Russia and other former Soviet bloc countries as well as on various and specific markets such as an example Indonesia. Despite the American market's greater absorptive power, the exports of Polish cosmetics to that market are incomparably lower than they are on other similar markets – EUR 1.1 bn vs EUR 2.05 bn. Commercial distance is not the reason for such difference. Our exports to equally remote markets such as the USA, Kazakhstan, India or Mexico are higher compared to the exports to the EU.

USA occupies a distant, 34th position among the customers of Polish cosmetics EUR 11.8m in 2014.

The value of the exports of cosmetic products from Poland to selected countries in 6m

Polish cosmetic companies export to over 130 countries in the world

Only 10 out of 120 members of the Union export their products to the USA

The Polish cosmetic industry on TTIP

The diagnosis of the condition – What is the reason for the status quo?

The difference between the American and European definition of the word "cosmetic" is the prime reason for such status quo.

- Over 50% of cosmetic products in the EU are OTC drugs in the US market.
- The definition of the cosmetic in the USA is narrower and less defined than the one in the EU and the market.
- The majority of modern cosmetic products, which European customers are accustomed to use the OTC drugs in the USA (including antiwrinkles, anti-sunburn products, anti-cellulite therapies, bodycare, etc.) with BUSTINE.
- The majority of global cosmetic makers model their definition of cosmetics after the European broad definition.
- Sale of products labelled as OTC require European manufacturers to register their cosmetics as pharmaceutical ones - It is a lengthy and costly hence unprofitable procedure in the case of sales on a small scale.
- Differences in GDP requirements in regard of cosmetic products and pharmaceutical products.
- If a manufacturer decides to launch a product as a cosmetic on the US market, then they must assign from declining revenues value of the product - valuable ingredients in special ingredients.
- Anti-age or sun-protection qualities inevitably result in the product's classification as OTC.

cosmetic OTC drug

Other differences between legal regimes that result in the increase of the costs of the production of cosmetics in the EU?

The European cosmetic law is the most demanding legal regime protecting the safety of consumers, animals and the environment via REACH. This phenomenon is illustrated by the fact that the American cosmetics law bans the use of only one substance in cosmetics whereas in the EU over 1200 substances are banned.

The majority of cosmetic legislations in many countries of the world model their solutions after the EU solutions. Contrary to the American counterpart the European manufacturer of cosmetics must:

- Assess the safety of ingredients using methods alternative to animal testing.
- Establish a responsible - European law has been setting cosmetics on animals since 2009, and ready-made products - since 2004.
- Meet reacting standards for product manufacturing and quality contained in EU Cosmetic Regulation no. 1223/2009.
- Prepare a demanding and expensive safety evaluation for each cosmetic product launched on the market.

Those constraints make the costs of the manufacturing of cosmetics in the EU go up right at the beginning, preventing equal competition with US manufacturers.

Claims / deklaracje marketingowe

Kolejnym ważnym obszarem działalności Związku w roku 2015 było zagadnienie deklaracji marketingowych. Obszar ten był „gorący” ze względu na przeprowadzany przez Komisję Europejską przegląd jakości deklaracji marketingowych na rynkach UE. Ponadto, Cosmetics Europe zleciło EASA (European Advertising Standards Alliance) wykonanie raportu z jakości deklaracji marketingowych w 6 wybranych rynkach UE, w tym w Polsce.

ZADANIE ZWIĄZKU:

- Przygotować sektor kosmetyczny w Polsce do raportu Komisji – lipiec 2016.
- Związek pośrednikiem w opracowaniu polskiej części raportu EASA realizowanym przez Radę Reklamy. Pomoc firmom członkowskim oraz innym niezrzeszonym w żadnej organizacji biznesowej w przygotowaniu uzasadnienia dla oflagowanych deklaracji marketingowych budzących wątpliwości Rady Reklamy.

WYKONANE DZIAŁANIA:

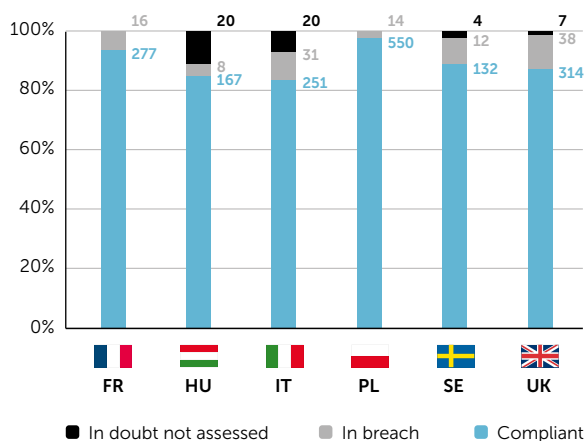
- Edukacja: dwie edycje seminariów „Dobre Praktyki Reklamy Kosmetyków” z udziałem nadzoru z całej Polski oraz Rady Reklamy. 270 przeszkolonych uczestników, z czego niemal 70 osób to reprezentanci Państwowej Inspekcji Sanitarnej oraz Inspekcji Handlowej.
- Kształt audytu EASA – polska część skoordynowana przez Związek.
 - Z 42 oflagowanych reklam Związek obsłużył 38 w tym również te nienależące do żadnej organizacji branżowej.
- Raport Cosmetics Europe – ocena przebiegu kontroli deklaracji przez inspekcję – Związek przekazuje polski wkład.
- Bieżące kontakty z nadzorem (Inspekcja Sanitarna i Handlowa) – doradztwo i wyjaśnianie wątpliwości interpretacji prawa dotyczącego deklaracji.
- Ciągłe doradztwo dla firm członkowskich szczególnie w tym obszarze (Claimy w 10 najbardziej gorących pytań).

REZULTATY:

Najważniejszym sukcesem Związku jest wynik raportu EASA. Polska w tym audycie wypadła najlepiej z 6 przebadanych europejskich rynków kosmetyków.

Dobra współpraca Związku z Radą Reklamy oraz dobra komunikacja z firmami członkowskimi i niezrzeszonymi, pozwoliła osiągnąć takie wyniki. Tylko 14 reklam na 550 przebadanych i 42 oflagowanych jako budzące wątpliwości, zostało uznanych za niezgodne. Jako jedyny kraj z 6, Polska oceniła wszystkie wątpliwe deklaracje, nie pozostawiając żadnej bez odpowiedzi.

Overall compliance results reported per country (N=1,861)



PHMB

W ostatnim roku Związek zaangażował się w obronę konserwantu PHMB (Poliaminopropylobiguanid oraz poliheksametylenobiguanid). Zagrożenie wykreślenia tego składnika z załącznika V do rozporządzenia kosmetycznego 1223/2009 wynika z klasyfikacji tej substancji jako CMR w regulacji CLP. Oznacza to automatyczny zakaz stosowania PHMB wynikający z prawa chemicznego. Jest to kolejny konserwant, który sektor może utracić, nie z racji potencjalnego zagrożenia dla zdrowia konsumenta, ale z powodów formalno-prawnych i konfliktu legislacji kosmetycznej z chemiczną. Jest to szczególnie ważne w obliczu kurczącego się portfolio dostępnych konserwantów, z jakim branża boryka się od ponad roku.

ZADANIE ZWIĄZKU:

- Obrona konserwantu PHMB.
 - Konserwant PHMB jest formalnie zakazany do stosowania od 1 stycznia 2015 z uwagi na klasyfikację CMR. Formalnie występuje on w załączniku V do rozporządzenia kosmetycznego. Komisja delegowała egzekwowanie zakazu Państwom Członkowskim.

WYKONANE DZIAŁANIA:

- List do Komisarzy Bieńkowskiej – postulaty wstrzymania zakazu stosowania PHMB i uporządkowania egzekwowania przepisów dotyczących substancji sklasyfikowanych jako CMR (styczeń 2015).
- Analiza opinii SCCS (Grupa Ocena Bezpieczeństwa – styczeń 2015).
- Wkład do instrukcji dla przedstawicieli Polski na posiedzenia w Komisji Europejskiej (luty, czerwiec, październik 2015).
- List do dr Tomasza Husaka, Szefa Gabinetu Komisarzy Bieńkowskiej, w sprawie tymczasowego wstrzymania prac Komisji i konieczności podjęcia działań w celu reinterpretacji Art. 15 rozporządzenia 1223/2009/WE (dotyczący substancji sklasyfikowanych jako CMR – substancje rakotwórcze, mutagenne i działające szkodliwie na rozrodczość). Artykuł ten przewiduje, że stosowanie w produktach kosmetycznych substancji sklasyfikowanych jako substancje CMR, należących do kategorii 2, w rozumieniu części 3 załącznika VI do rozporządzenia (WE) nr 1272/2008, jest zakazane (listopad 2015).
- Aktywne lobbowanie w resortach odpowiedzialnych (Ministerstwo Gospodarki i GIS) za podjęciem działań na poziomie KE – proces ciągły.
- Ocena wpływu wycofania PHMB – ankieta wśród członków Związku (proces trwa).
- List wspólny Lewiatana i Związku do Komisji Europejskiej – postulat opóźnienia głosowania PHMB do maja 2015.
- Spotkanie z Premierem Mateuszem Morawieckim z apelem wsparcia postulatów przemysłu przez nowopowstały resort Ministerstwa Rozwoju (grudzień 2015).

REZULTATY:

Skuteczność działań Związku będzie można ocenić w pierwszym kwartale 2016 roku. Miara sukcesu będzie oddalenie w czasie (maj 2016) planowanego przez Komisję Europejską na luty głosowania nad wykreśleniem PHMB z listy konserwantów.

Obrona skaźników etanolu dla sektora kosmetycznego na poziomie PL i UE

PROBLEM:

Coraz mniejsza i niewystarczająca liczba skaźników etanolu dla sektora kosmetycznego na poziomie PL i UE.

WYKONANE DZIAŁANIA:

Polska

- Obrona ftalanu dietylu w rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi (czerwiec 2015)
- Wprowadzenie korzystnej poprawki – rozliczanie ponadnormatywne zużycia etanolu w ustawie o podatku akcyzowym (lipiec 2015)
- Udział w konsultacjach rozporządzenia ws. listy skaźników, zablokowanie projektu do stycznia, obietnica MF szerszych konsultacji z sektorem (listopad 2015)
- Zorganizowano dwie edycje warsztatów dedykowanych skaźnikom (14 października, 8 grudnia)

Unia Europejska

- Indywidualny udział Związku w konsultacjach Komisji dotyczących funkcjonowania dyrektywy akcyzowej (listopad 2015)
- Udział w pracach grupy skaźnikowej Cosmetics Europe (od września 2015)

REZULTATY:

- Utrzymanie ftalanu dietylu jako skaźnika w Polsce.
- Tymczasowe utrzymanie dotychczasowej liczby skaźników w Polsce.

Pozostałe działania legislacyjne

Legislacja okotosektorowa (priorytetyzacja tematów w zależności od potrzeb członków):

- „Made in”: bezpośredni udział w celowanych konsultacjach Komisji dzięki Konfederacji Lewiatan. Postulaty Związku w raporcie końcowym. Wspólny list Konfederacji Lewiatan i Confindustria.
- Aerozole, CLP i REACH (REFIT), towary paczkowane, legislacja środowiskowa – oznakowanie materiału opakowaniowego, gospodarka opakowaniami wielomateriałowymi, Digital Single market, RAPEX, status centrów naukowo-badawczych, kosmetyki w aptekach.
- Legislacja kosmetyczna innych rynków: Chiny, bariery legislacyjne.



Edukacja



Edukacja w harmonogramie prac Związku, zajmuje znaczące miejsce. Jest to odpowiedź na potrzeby naszych firm członkowskich. Warto podkreślić, że Związek będąc ogniwem procesu tworzenia nowych regulacji prawnych, ma do tej roli najlepszy mandat.

W 2015 zorganizowaliśmy następujące działania edukacyjne:

Szkolenia i seminaria

- **Dobre Praktyki Reklamy Kosmetyków** – 2 edycje (31 marca / 10 czerwca) |
 - Łącznie 270 osób w tym 70 reprezentantów Powiatowych i Wojewódzkich Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej oraz Powiatowych i Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej
- **Warsztaty Opakowaniowe „Pawie, Kury, Kreatury!”** (21 kwietnia)
- **Składniki kosmetyków na agendzie UE** (29 października) |
 - Ponad 100 uczestników reprezentujących 80 firm członkowskich
- **Warsztaty poświęcone skażnikom alkoholu etylowego** (14 października / 8 grudnia)
 - Łącznie 70 uczestników



relacja video



relacja video

Seminarium pt.
Składniki kosmetyków na agendzie UE
29.10.2015



Doradztwo indywidualne

- Łącznie biuro Związku odebrało ponad 350 pytań od 78 różnych firm
 - Najczęściej zadawane pytania:
 - Oznakowanie produktów kosmetycznych
 - Notyfikacja produktów w systemie CPNP
 - Wymagania krajów trzecich
 - Składniki: status konserwantów, w tym PHMB, MIT, mikroplastiki
 - Ustalanie pochodzenia produktu („Made in”)
 - Deklaracje marketingowe i ich potwierdzanie (borderline claims, grupy panelowe, metodologia badań, hipoalergiczność)
 - Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw, obowiązku RP, dokumentacja
 - Mikrobiologia: limity mikrobiologiczne, produkty niskiego ryzyka
 - Kosmetyki w aptekach
 - Wymagania dla produktów nie-kosmetycznych (produkty higieniczne, detergenty, zabawki)

Bieżące informacje techniczno-legislacyjne

- claims (przygotowanie do raportu Komisji 2016), lista barier, prace Komisji Europejskiej (Grupa Robocza i Stały Komitet), TTIP, skażalniki etanolu, dyrektywa akcyzowa, konserwanty (MIT, PHMB – ocena wpływu), weryfikacja tłumaczeń ATP, REFIT CLP, kosmetyki w aptekach, kontrole rynkowe deklaracji marketingowych, korekta załącznika III, mikroplastiki, wymagania w zakresie GMP, dyrektywa aerozolowa, stan prac legislacyjnych nt. składników kosmetyków, „Made in” (ocena wpływu), Protokół z Nagoi, prekursorzy materiałów wybuchowych, RAPEX, zrównoważony rozwój, konsultacje projektów przewodników technicznych i stanowisk Związku oraz Cosmetics Europe

Newsletter

- 2 edycje w roku 2015

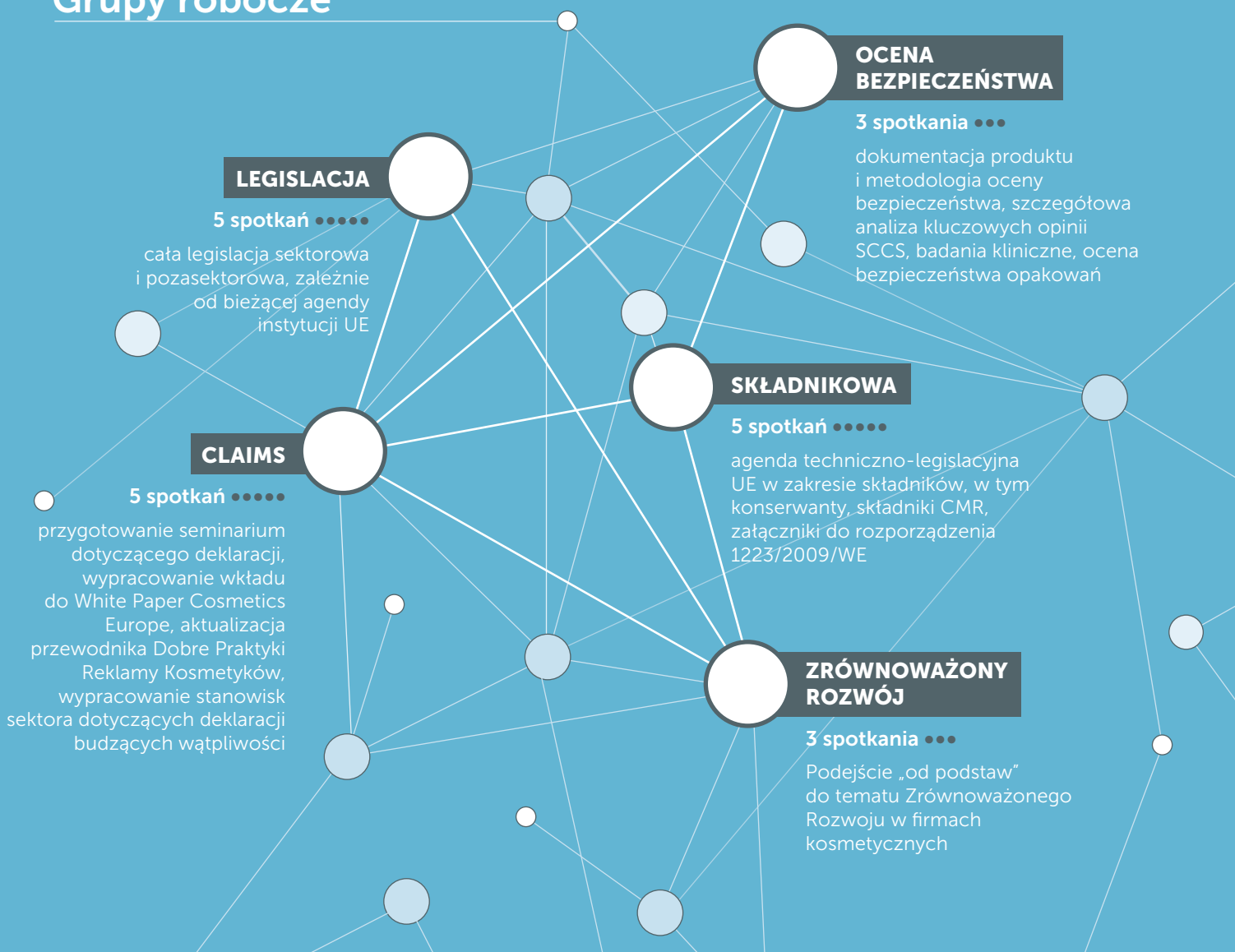
Działalność GRUP ROBOCZYCH ZWIĄZKU:

Grupy Robocze są fundamentalnym elementem pracy Związku. Pozwalają budować rzetelną i silną merytorycznie ekspertyzę. W tym raporcie Grupy Robocze znalazły się w rozdziale „Edukacja” choć to właśnie biuro Związku czerpie wiedzę i informacje od ekspertów Grup Roboczych.

Uczestnicy Grup Roboczych:

- przedstawiciele firm zarówno międzynarodowych koncernów jak i polskich przedsiębiorców – grupa około 100 osób
- pracownicy działów: R&D, regulatory, marketing, kontrola jakości, technologia, doradztwo (laboratoria i firmy doradcze)
- w każdym spotkaniu uczestniczy od 15 do 30 osób

Grupy robocze





Wspieranie działań eksportowych



Od kilku lat Związek wystawia dla firm członkowskich miękkie Certyfikaty Eksportowe. Są to dokumenty, które ułatwiają eksport do krajów trzecich. Ta część działalności Związku z roku na rok zajmuje większą część w harmonogramie prac. W tej chwili rocznie Związek przygotowuje ponad 300 takich dokumentów.

Polski przemysł kosmetyczny został 3 lata temu wybrany przez Ministerstwo Gospodarki Championem Polskiej Gospodarki. Otwarto 3-letni Branżowy Program Promocji Eksportu Polska Cosmetics. Przedsiębiorcy sektora kosmetycznego w kraju uzyskali ze środków unijnych wsparcie finansowe na rozwój eksportu warte 24 miliony PLN. W projekcie wzięło udział około 70 przedsiębiorców. Związek zaangażował się w proces powstawania założeń do projektu oraz brał aktywny udział przy jego realizacji negocjując niezbędne środki finansowe oraz wskazując pożądane kierunki eksportowe, niezbędne działania jak powstanie Pawilonów Narodowych. Związek w 2015 skoncentrował wysiłki na zapewnieniu kontynuacji projektu w latach 2016-2020 oraz negocjacji środków budżetowych Ministerstwa Gospodarki na działania promocyjne wokół targów Cosmoprof Bologna 2016. Związek jest ciałem doradczym dla strony rządowej oraz pośrednikiem identyfikującym potrzeby przedsiębiorców przy realizacji programu. Związek dołożył wszelkich starań, aby ów Program przebiegał możliwie sprawnie oraz był prowadzony z pożytkiem dla całego sektora kosmetycznego.

DZIAŁANIA ZWIĄZKU:

Koordinacja drugiej edycji programu Cosmetics Polska

- Zapewnienie kontynuacji projektu promocji branży kosmetycznej oraz zagwarantowanie środków Ministerstwa Gospodarki na promocję eksportu
 - Spotkania zorganizowane wspólnie z SPC House of Media celem ustalenia założeń programowych do kolejnej edycji programu (7 lutego oraz 14 września)
 - Spotkanie z Podsekretarz Stanu Iloną Antoniszyn-Klik, Departament Instrumentów Wsparcia, Ministerstwo Gospodarki (2 września)
 - Spotkanie z Dyrektorem Agnieszką Bułą-Kopańską, Departament Instrumentów Wsparcia, Ministerstwo Gospodarki (14 września oraz 8 grudnia)

REZULTATY:

Branża Kosmetyczna wpisana na listę Krajowych Inteligentnych Specjalizacji, a w konsekwencji ponownie zakwalifikowana jako jeden z 10 championów polskiej gospodarki. Ministerstwo Gospodarki przeznaczyło środki na II edycję Programu.



Warsztaty
Opakowaniowe
„Pawie, Kury,
Kreatury!”
21.04.2015



Cosmoprof Bologna 2016 (17-19 marca 2016)

PROBLEM:

Zagrożenie braku jakichkolwiek działań reklamowych (nawet brak pawilonu narodowego) podczas targów Cosmoprof Bologna 2016. Mimo luki między programami finansowania projektu, Związek zabiegał o środki na działania promocyjne.

- Idea, aby Polska była krajem partnerskim Targów Cosmoprof Bologna 2016
 - Pani Minister Antoniszyn–Klik zagwarantowała wsparcie finansowe w wysokości 70 000 Euro ze środków Ministerstwa Gospodarki.
 - Związek starał się również o środki na wieczorne spotkanie polskiej branży kosmetycznej w Bolonii (17 marca)
 - Mimo wstępnie uzyskanej zgodny Ministerstwa Gospodarki spotkanie nie dojdzie do skutku. Do MG dotarła informacja o spotkaniu organizowanym w tym samym czasie przez władze targów, co zdaniem MG znacząco obniża walor promocyjny potencjalnego polskiego wydarzenia. Powyborczy paraliż decyzyjny znacząco utrudnił negocjacje w tej kwestii.
 - Spotkanie z Premierem Mateuszem Morawieckim, Konfederacja Lewiatan (16 grudnia)
 - Ze względu na zmiany polityczne w kraju oraz decyzyjny paraliż powyborczy, Ministerstwo Gospodarki nie podejmowało decyzji finansowych, wstrzymując uruchomienie środków budżetowych, zadekretowanych na ten cel jeszcze przed wyborami. Do Premiera Morawieckiego Związek skierował apel z prośbą o natychmiastowe podjęcie działań pozwalających na realizację tego zadania. Apel przyniósł zamierzone skutki.

Certyfikaty Eksportowe

- Łącznie wystawiliśmy ponad 300 dokumentów dla 50 różnych firm.
- Główne kierunki to: Egipt, Wietnam, Kuwejt, Korea, UAE, Indie, Indonezja, Dubai, Palestyna, Chiny, Iran. Rzadziej: Turcja, Kolumbia, Maroko, Chile, Izrael, Malezja, Singapur, Libia, Rosja, Brazylia, Filipiny.



Budowanie świadomości i wizerunku branży



Związek pełni również rolę rzecznika branży kosmetycznej. W procesie legislacyjnym ta rola wydaje się być oczywista. Nasze ambicje sięgają jednak dalej. Staramy się być Państwa „wizytówką” również w pozostałych sferach życia. Stąd też kładziemy duży nacisk na budowanie relacji zarówno wewnątrz branży, jak i na zewnątrz. Poniżej przedstawiamy wybrane działania zrealizowane w 2015 roku.

Związek ekspertem prawa kosmetycznego wobec przedstawicieli Państwowej Inspekcji Sanitarnej oraz Inspekcji Handlowej w kraju

- W dwóch edycjach seminarium „Dobre Praktyki Reklamy Kosmetyków” udział wzięło blisko siedemdziesięciu przedstawicieli Wojewódzkich i Powiatowych Inspektoratów Inspekcji Handlowej i Sanitarnej. Dzięki temu Związek wzmocnił opinię niekwestionowanego eksperta w tej dziedzinie na rynku. Ponadto, wypracowaliśmy robocze relacje z tymi jednostkami nadzoru. Jeżeli przedstawiciele inspekcji mają dylemat interpretacyjny bardzo często pytają o zdanie Związek.

Udział reprezentacji Związku w zewnętrznych konferencjach branżowych

- **IV Międzynarodowa Konferencja „Przemysł Kosmetyczny 2015”**
(październik 2015, Łódź)
- **III Forum Branży Kosmetyczno-Chemicznej**
(październik 2015, Warszawa)
- **Świat Przemysłu Kosmetycznego**
(listopad 2015, Rzeszów)
- **Targi LNE 2015**
(listopad 2015, Kraków)

Obecność w mediach

- Programy telewizyjne o eksporcie
- Chemia i Biznes
- Newsweek
- Puls Biznesu

Nagroda Qłtowych Kosmetyków dla Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego

W 2015 roku Magazyn Kosmetyki odznaczył Związek nagrodą „Qłtowych Kosmetyków” w kategorii Nagroda Specjalna. Oto fragment laudacji:

„(...) za działania na rzecz stanowienia dobrego prawa na gruncie polskim i europejskim, przyjaznego firmom kosmetycznym, a także działalność szkoleniową, edukacyjną i integrującą rynek otrzymuje Dyrektor Generalna Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego Blanka Chmurzyńska Brown (...)”.

Qłtowy Kosmetyk to nagroda dla marek tworzonych przez firmy kosmetyczne latami. Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego to też już MARKA. Przez ostatnie 13 lat udało NAM się wspólnie stworzyć środowisko, a raczej wspólnotę biznesową, bardzo aktywnych firm, bogatych w osobowości właścicieli, twórców marek, szefów, managerów, ekspertów technicznych i legislacyjnych.

Bez wątplenia, to właśnie firmy członkowskie Związku dają nam mandat do działania, ale także tworzą ekspertyzę i atmosferę tej organizacji.

Serdecznie Państwu za to dziękujemy i raz jeszcze – GRATULUJEMY otrzymanej nagrody!

Regaty Konfederacji Lewiatan

Już od 9 lat w Regatach Konfederacji Lewiatan Związek jest reprezentowany przez liczne załogi żeglarskie firm członkowskich. Z roku na rok ta liczba rośnie. W 2015 pobiliśmy rekord – na 34 startujące w regatach załogi, aż 16 to REPREZENTACI POLSKIEGO ZWIĄZKU PRZEMYSŁU KOSMETYCZNEGO! Warto podkreślić, że każda załoga składa się z minimum 5 osób, co oznacza spotkanie w jednym miejscu niemal setki żeglarzy branży kosmetycznej.

Zapraszamy Państwa do obejrzenia relacji z tegorocznych regat „Oczami załogi Kosmetycznych.pl”. Jednocześnie zapraszamy do udziału w przyszłorocznych regatach. Jak zawsze będzie to weekend na przełomie sierpnia i września 2016.



Gwiazdka Kosmetycznych

Do tradycji Związkowej weszły również spotkania Świąteczne. W tym roku przygotowaliśmy dla gości muzyczną niespodziankę w postaci mini-recitalu Doroty Miśkiewicz i Marka Napiórkowskiego. Po raz kolejny Związek pobił rekord frekwencji. W spotkaniu udział wzięło około 200 osób.



Zrównoważony Rozwój

Od początku XXI wieku zagadnienie ZR jest stale obecne na agendzie Komisji Europejskiej, międzynarodowych korporacji, a także, coraz częściej odpowiedzialnych matych i średnich przedsiębiorców w całej Europie. W 2013 roku Cosmetics Europe, europejska organizacja branżowa, aktywnie zaangażowała się w temat zrównoważonego rozwoju. Jest to również ściśle związane z rosnącym znaczeniem legislacji środowiskowej w ostatnich latach.

Dlatego też w 2015 roku odbyło się pierwsze spotkanie Grupy Roboczej ds. Zrównoważonego Rozwoju Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego.

Zadaniem Grupy Roboczej ZR jest przede wszystkim dyskusja i wymiana doświadczeń w zakresie stosowanych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, budowanie standardów ZR w przemyśle kosmetycznym, śledzenie legislacji środowiskowych, ale również, a może przede wszystkim, szerzenie idei ZR w szerokim gronie firm członkowskich Związku.



Spotkanie wigilijne Związku

10.12.2015



PLANY NA 2016

W 2016 roku kontynuację w planie pracy Związku znajdą następujące zadania wynikające z legislacyjnego kalendarza prac Komisji Europejskiej oraz identyfikowanych przez Związek zagrożeń:

- Składniki – kurczące się portfolio konserwantów
- Deklaracje marketingowe – raport Komisji Europejskiej w sprawie Claims
- Substancje endokrynne
- Dystrybucja online
- SCCS – nowe metody i narzędzie pozwalające na nowoczesną ocenę bezpieczeństwa i inny, szerszy mandat KE
- Wzrost znaczenia regulacji środowiskowych – mikroplastiki 2020
- AAT – brak zwalidowanych alternatywnych metod oceny bezpieczeństwa
- TTIP
- Zrównoważony Rozwój

Oraz wszystko, co nas zaskoczy...

Liczmy na Państwa silne zaangażowanie.





Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego
ul. Lwowska 6 lok. 7
00-658 Warszawa
tel: 22 255 32 30
email: biuro@kosmetyczni.pl

www.kosmetyczni.pl