

Kosmetika – märkning, marknadsföring och effektbevisning

Vad är egentligen en effekt? Får kosmetiska produkter ha effekter? Hur ska dessa effekter i så fall marknadsföras? Och vilka vetenskapliga bevis måste ligga till grund för de påstådda effekterna? Dessa och många andra frågor diskuteras på KTF Utbildnings dag om märkning, marknadsföring och effektbevisning av kosmetiska produkter.

Vi går igenom de regelverk, riktlinjer och praxis som styr hur kosmetiska produkter ska märkas. Vi tar även upp definitionen av kosmetiska produkter och närliggande produkttyper samt de snåriga gränsdragningarna mellan dem. Därefter väntar en genomgång av reglerna för marknadsföring. Vad säger lagstiftningen? Hur ser marknaden ut? Vilka förändringar är att vänta i framtiden? Sedan belyser vi hur viktigt det är att ha vetenskapligt stöd för sina produktpåståenden. Vad är egentligen en bra vetenskaplig bevisning? Vi diskuterar Cosmetic Europes rekommendationer avseende dermatologiska tester. Anti age-produkter och solskyddsprodukter tas upp som exempel på produkter med effekter som kräver vetenskaplig bevisning.

Utbildningen vänder sig till tillverkare, importörer, distributörer, återförsäljare och andra intressenter som vill lära sig mer om märkning, marknadsföring och effektbevisning för sina produkter. Du kan även vara nybörjare när det gäller kosmetiska produkter.

Vid frågor, kontakta: jennie.andersson@toxintelligence.se

Mer information finns på www.ktfutbildning.se