

KARTA ODPOWIEDZIALNEJ REKLAMY I KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ STOWARZYSZENIA COSMETICS EUROPE

Europejski przemysł kosmetyczny uznaje wagę odpowiedzialnej reklamy i komunikacji marketingowej, będących głównym sposobem informowania konsumentów o właściwościach i korzyściach płynących z użycia produktów kosmetycznych. W szczególności, przemysł kosmetyczny zobowiązuje się – za pośrednictwem niniejszej karty – zapewnić, że reklama i komunikacja marketingowa:

- › są zgodne z właściwymi europejskimi i krajowymi przepisami prawnymi oraz zasadami samoregulacji;
- › są uczciwe, rzetelne i nie wprowadzają w błąd;
- › umożliwiają konsumentom dokonanie świadomego wyboru;
- › są odpowiedzialne społecznie.

Celem karty jest stworzenie wspólnych zasad dla przemysłu kosmetycznego w zakresie odpowiedzialnej reklamy i komunikacji marketingowej w Europie.

Niniejsza karta została przyjęta przez członków Stowarzyszenia Cosmetics Europe, stanowiąc rzetelne i uczciwe przedstawienie ich zobowiązań i dążeń. Członkowie Cosmetics Europe zachęcają do przestrzegania zasad określonych w karcie.

Kartę uzupełnia lista wspólnych kryteriów przygotowana przez Komisję Europejską oraz przyjęte w formie samoregulacji zasady przewodnie Cosmetics Europe w sprawie odpowiedzialnej reklamy i komunikacji marketingowej.

Zgodność z właściwym europejskim i krajowym prawem i samoregulacjami

Europejski przemysł kosmetyczny zobowiązuje się ściśle przestrzegać stosownych regulacji, dyrektyw, przepisów oraz kodeksów praktyki. Ramy prawne i samoregulacje umożliwiają odpowiedzialny handel i przynoszą korzyści zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom. Przemysł będzie także kontynuować współpracę z instytucjami publicznymi i organizacjami samoregulacyjnymi na szczeblu europejskim i krajowym.

Reklama uczciwa, rzetelna i niewprowadzająca w błąd

Europejski przemysł kosmetyczny dba o to, aby reklama i deklaracje marketingowe były uczciwe oraz dostarczały konsumentom rzetelnych i niewprowadzających w błąd informacji. Wszelkie deklaracje dotyczące produktów stosowane przez przedsiębiorców przemysłu kosmetycznego będą uczciwe i należyte potwierdzone. Szczególną uwagę należy zwrócić na deklaracje dotyczące środowiska. Członkowie nie będą niesprawiedliwie krytykować ani dyskredytować produktów konkurencji.

Świadomy wybór

Europejski przemysł kosmetyczny zobowiązuje się do takiej reklamy i komunikacji marketingowej, które umożliwiają konsumentom dokonywanie świadomego wyboru produktów, najlepiej odpowiadających ich potrzebom oraz oczekiwaniom. Reklama i komunikacja marketingowa nie powinny wykorzystywać naiwności, braku wiedzy czy doświadczenia, a przy tym powinny być być zróżnicowane, innowacyjne, interesujące i ambitne.

Odpowiedzialność społeczna

Europejski przemysł kosmetyczny zobowiązuje się szanować zmieniające się wartości i normy społeczne w zakresie odpowiedzialności społecznej oraz uznawać różnorodność kultur i standardów. Reklama i komunikacja marketingowa powinny być zgodne z zasadami dobrego smaku i przyzwoitości oraz zwracać szczególną uwagę na poszanowanie człowieka i konsumentów szczególnie podatnych na przekaz marketingowy.

Fakty:

Cosmetics Europe – The Personal Care Association (wcześniej Colipa) jest od 1962 r. organizacją branżową zrzeszającą europejskich producentów kosmetyków, środków czystości i perfumeryjnych, tj. branży wartej 70 mld EUR. Do Stowarzyszenia Cosmetics Europe należy 18 międzynarodowych koncernów, 27 stowarzyszeń krajowych z państw członkowskich UE oraz spoza i 7 członków stowarzyszonych.

Cosmetics Europe reprezentuje interesy ponad 4000 podmiotów od dużych międzynarodowych koncernów do małych przedsiębiorstw rodzinnych działających na rynkach niszowych. Zatrudnienie bezpośrednie i pośrednie w europejskiej branży kosmetycznej znajduje ok. 1,7 miliona pracowników.

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego jest głosem polskiego przemysłu kosmetycznego od 2002 roku. Reprezentuje prawie 90 firm członkowskich: producentów i dystrybutorów produktów kosmetycznych, laboratoria badawcze i ośrodki edukacyjne, a także dostawców opakowań. Związek jest członkiem Cosmetics Europe od czerwca 2011.