

# Riksupptakt Miljövänliga Veckan

Stockholm, 12-13 mars 2016

## Hur tänker Naturskyddsföreningen när det gäller kemikalier i kosmetika och hygienprodukter?

*Cecilia Hedfors, sakkunnig rikskansliet*

Se presentation.

## Lagstiftning för kosmetiska produkter

*Tomas Byström, Läkemedelsverket*

Begreppet kosmetiska produkter finns inte längre, sen 2013. Allt heter hygienprodukter numera.

1. Hälsoskydd: EU-förordning + Läkemedelsverkets föreskrifter
2. Miljöskydd: EU-förordning + Miljöbalken  
(har tittat på klorerade konserveringsmedel och mikroplaster nu t ex)

Syftet med regler för kosmetiska produkter är säkerhet för användaren. Dock ingen myndighet som kollar. Ansvaret ligger på den som ska släppa ut produkten på marknaden.

På hårfärger ska det anges på produkten att de kan orsaka allergier och att de inte rekommenderas för personer under 16 år (varningstext).

Kosmetiska produkter är undantagna från faromärkning.

Läkemedelsverket utövar tillsyn. Gör urval att titta mer på, t ex hårfärger och barnprodukter.

Skillnad på fara och risk. Risk beror på mängd, var, när, sannolikhet etc? Skillnad om det ligger kvar eller sköljs av t ex. (Inte samma syn som Naturskyddsföreningen!)

### Bilagor till lagen

Förbjudna ämnen: t ex hydrokinon, CMR-ämnen (kan ge cancer, vara mutagena eller reproduktionsstörande)

Begränsade ämnen: t ex PPD i hårfärger, haltgräns + varningstext

Listor över tillåtna färgämnen, konserveringsmedel och UV-filter.

Ca 550 begränsade av ca 100 000!

Produktmärkning viktigt verktyg. Vem som tillverkat, användningsområde, försiktighetsåtgärder, innehållsförteckning, hållbarhet m.m.

Utfasning av djurtester drygt 10 år sedan. Förbud för *hygienprodukter*, nyligen även för råvaror.

Krav på innehållsförteckning kom bara för 20 år sedan, år 1995. Finns ingen undre gräns för att tas med i innehållsförteckningen. Parfymämnen behöver inte anges, förutom 26 kontaktallergener som måste anges.

[registrator@mpa.se](mailto:registrator@mpa.se)

<https://lakemedelsverket.se/malgrupp/Allmanhet/Kosmetika-och-hygienprodukter/>

”Opinion påverkar tillverkare mycket!” t ex parabener

Se presentation.

### **Hur ser kampanjen ut?**

Det fanns ett bord med produkter med miljömärkningar som Naturskyddsföreningen tycker är OK, dvs Bra Miljöval, Svanen och EU-blomman. Det vill vi göra mycket större med kampanjen!

1. MVV, tema hygienprodukter i 2 år. 2016 fokus på miljömärkningar.
2. Ungdomskampanj (finansierat av Postkodlotteriet) 3 år, i deras kanaler, Kristina Vulkova projektledare.
3. Utveckling av Bra Miljöval-kriterier för kosmetiska produkter.

Mål: Fler schyssta produkter i butikerna och att konsumenterna flyttar handen i hyllan.

Öka utbudet, efterfrågan och få minst 3 nationella kedjor att ha Bra Miljöval-produkter. Det ska bli lättare att söka miljömärkning. Just nu rabatt för de som vill ansöka; 8000 kr i grundavgift i st för 12 000 kr + 0,3% av producentens omsättning

### Målgrupper:

- Vuxna
- eko-konsumenter/LOHAS (medvetna kvinnor) + sportfolk lade deltagarna till
- medlemmar och följare i sociala medier
- butikskedjorna
- kosmetikaföretagen

Först fokus på basprodukter, 2016. T ex tvål, schampo, deo, tandkräm.

- Öka medvetenheten om vad de kan innehålla och vilka risker det för med sig
- Varför miljömärkt är ett bra val för hälsan och planeten
- Vilka miljömärken kan man lita på, vad står de för

### Aktiviteter

- Butiksundersökningar lokalt
- Nya arenor återförsäljare t ex Kicks, Åhléns, apoteken, Lindex
- Peppa att exponera sina miljömärkta produkter under MVV
- Vara i butiker, även matbutiker
- Insändare
- Pressmeddelande butiksundersökning
- Bjuda in oss till radion t ex
- Studiecirklar, på kommande faktaunderlag

- Café Planet med Studieförbundet

### Tidsplan och material

- Underlagsrapport kommer, redan släppt ett pressmedd om PFAS i ögonskugga, foundation och raklödder
- Nätverksträffar 17 juni i samband med riksstämman i Norrköping
- Reg upptakter (1 sept i Borlänge med studiebesök på CCS kl 15, forts på Fornby Fhsk)
- Ungdomskampanjen lanseras i aug, vid skolstart
- Lab-analyser
- Webportal, bloggare, ambassadörer etc
- Tre minirapporter i höst
- Kortfilm december -16
- Mer maffig lansering 2017
- Fler minirapporter
- Ingen riksupptakt, men regionala nästa år

### **Bra Miljöval-märkning för hygienprodukter**

*David Gunnarsson, Bra Miljöval*

Oberoende och opartisk, öppenhet

### Kriterier

- omfattande och relevanta
- vetenskaplig grund
- objektivt kontrollerbara
- skärps med regelbundenhet
- krav både på miljö och hälsa
- tillåter ej vissa ämnen i grupp, t ex ftalater
- produktspecifika krav, t ex parfymfritt i barnprodukter
- förpackningskrav

Ca 370 märkta produkter, varav endast 20 kosmetiska.

NF har en annan syn än Läkemedelsverket på fara och risk!

### **Ungdomskampanjen**

Varför ungdomar?

- Använder fler produkter än vuxna, tjej 20? produkter/dag, 10 för killar
- Vanor grundläggs i tonåren
- Hjärnan och hormonsystem utvecklas

På ett helt nytt och innovativt sätt möta ungdomar, på internet

Ungdomar ska själva få granska butiker, sitt eget badrumsskåp etc utifrån vad de själva vill kolla, ungdomar utbilda ungdomar, ta prover på tonåringarna, gemensam #

Ungdomarna själva är de som berättar! Vi vill ge ungdomarna konsumentmakt.

Instagram och Youtube

Ny websida som samlar #

Jobbar nu på underlagsrapport och bygger upp webbplatsen.

Jättestor marknad: 2014 köpte vi hygienprodukter för 16,4 miljarder kronor bara i Sverige!

### **Kosmetikaförordningen**

- Alla produkter som säljs inom EU ska uppfylla lagkraven i kosmetikaförordningen.
- Får inte testas på djur (många anspelar dock på detta, "ej djurförsök")
- Får inte innehålla CMR-ämnen
- Får inte innehålla starkt allergiframkallande ämnen
- Måsta ha ingrediensförteckning
- Endast vissa färgämnen, konserveringsmedel och UV-filter tillåtna

Låter bra, men....

- Forskning visar att fler ämnen borde klassas som farliga, men det tar tid
- Kosmetikaförordn. tar inte hänsyn till miljön, där är det REACH som gäller. Miljöfarliga ämnen förekommer.
- Finns inga gruppförbud, snarlika ämnen kan bytas ut
- Ord som eko, bio, naturligt används flitigt, men betyder inget om ingen märkning finns.
- Se upp för "fri från...."

Exempel på farliga ämnen

- Allergiframkallande; t ex konserveringsmedlet MCI/MI ....isothializone, eteriska oljor 26 ämnen i parfymer (flera även miljöbelastande)
- Hormonstörande; t ex BHT antioxidant E321 (finns på SIN-listan (betyder Substitute it now) – ca 800 ämnen, skugglista till kandidatlistan – ca 180 ämnen bara), parabener konserveringsmedel
- Miljöbelastande; mikroplaster för skrubbande effekt (0,4%) eller som utfyllnad (mycket vanligare), plastkornen drar åt sig miljögifter och plankton tror att plastkornen är mat vilket gör att de sprids upp i näringskedjan. Ännu mindre nanoplasten går igenom blod/hjärnbarriären! Bildäck, skosulor och konstgräs är största källorna till mikroplaster. På [www.naturskyddsforeningen.se/havsplasten](http://www.naturskyddsforeningen.se/havsplasten) finns en lista hur man kan undvika mikroplaster. PFAS i raklödder, foundation/puder, ögonskugga, krämer, leta efter perfluoro..., poly...fluoro eller PTFE, svårnedbrytbara. NF anser att alla högfluorerade ämnen bör förbjudas

Vi vill visa att det förekommer farliga ämnen, att man kan köpa miljömärkt för att undvika dem och i förlängningen påverka lagstiftningen.

1. Miljömärkningar: Bra Miljöval, Svanen, EU-blomman

2. Eko-märkningar: ECO-CERT, BIO - anger att en viss del av produkten är ekologiskt odlad, men säger ganska lite om slutprodukten
3. Naturligt-märkningar: NATRUE, ett tyskt märke - anger att en viss del är av naturligt ursprung. Bra men är ingen miljömärkning.
4. Astma- och Allergiförbundets märke – anger att innehållet är skonsamt ur allergisynpunkt

Flera märken samlar sig i COSMOS organic (95% naturligt innehåll, 50% ekologiskt) resp. COSMOS natural (50% naturligt innehåll, en lägre andel ekologiskt typ 5-10%).

Trappa där miljömärkena är på högsta steget (nr 1 ovan) och andra märken finns på lägre steg.

### Nollmätning

- HVM-nätverket på 16 orter
- 6 kedjor och 2 nätbutiker
- Hur ser det ut nu och hur kommer det se ut efter kampanjen?

### *Ex Göteborg*

Alla 6 kedjor: 240 märkta produkter, ingen Bra Miljöval, Ecocert vanligast, NaTrue några få, ingen Soil Association

Apoteket 13 märkta, mest Ecocert

Coop 37 märkta, många Svanen-märkta

Kicks 78 märkta, mest Ecocert

### **Workshops**

1. Använda livsmedel att göra deo av. Innehåller inget vatten och därför behövs inget konserveringsmedel. Fast tvål behöver mindre konserveringsmedel är flytande. Gjordes av lika delar kokosolja, maizena och bikarbonat (bakteriedödande).
2. Rollspel hur man kan prata om temat. T ex anställd på Kicks, man med dotter på stan och en till.

### **Badskumt**

#### *Katarina Johansson*

Har skrivit tre böcker om kemikalier; Badskumt, Den onda badankan och Rumsrent (pinfärsk)

Jobbar nu med kommunikation på miljöförvaltningen i Stockholm.

Konsumtionen fortsätter öka:

- 2000 7,7 miljarder
- 2014 16 miljarder

Nya målgrupper; barn och män

En annan trend Gröna vågen/greenwash, "med ekologisk jungfruolja" men mest petrolatum (råolja), första hårfärgen med 80% naturliga ingredienser d v s vatten(!)

Förr användes bly för att färga håret t ex, men frågan är om vi är så mycket klokare nu med hårfärg som innehåller hormonpåverkande ämnen.

#### Konserveringsämnen

- Propylparaben och butylparaben – liknar östrogen, hormonpåverkande
- Methylchloroisothialinone, methylisothialinone - allergiframkallande
- Kathon - allergiframkallande

Om det står paraben-fri innehåller det förmodligen något annat konserveringsmedel. I produkter med vatten, även fingerfärg, spackel, målarfärg etc

#### Bakteriedödande/antibakteriella ämnen

- Triclosan - kan bilda dioxiner, ev hormonstörande
- Triklokarban - ev hormonpåverkande
- Silverföreningar

Alla mycket giftiga för vattenlevande organismer och kan bidra till att göra antibiotika verkningslös.

Används även i skor, parkettgolv, hårborstar, kalsonger, sportkläder, skärbrädor.

Triclosan ska bli förbjudet att använda i övriga produkter nästa år, men inte i kosmetika.

#### Parfymämnen

- Syntetiska doftämnen – vissa allergiframkallande
- Eteriska oljor – vissa är allergiframkallande
- Syntetisk mysk - ackumuleras i fett

Kvinnor kan bli av med fettlagrade kemikalier genom att amma. Det förstfödda barnet får ta den största smällen när det gäller lagrade kemikalier.

I det renade vattnet från reningsverken doftar det av parfym. Reningsverket klarar inte av att rena och vi använder många parfymerade produkter.

Lista på de 26 mest allergiframkallande, måste framgå i innehållsförteckningen.

#### Silikoner

Används för att göra huden mjuk och håret lent, i t ex hudkrämer, stylingprodukter

Svårnedbrytbara

Slutar med något på ...cone

#### Siloxaner

Hittas på Svalbard!

Mycket giftig för vattenlevande organismer, påverkar andningsorganen, kan påverka fertiliteten

Slutar på ....siloxane

### Tips

1. Använd parfymfritt (undvik doftblock i toan, doftpärlor i dammsugaren och i hygienprodukter) Om du inte kan låta bli, ta hellre i håret än direkt på huden.
2. Smartare konservering - välj produkter utan konserveringsmedel (använd fast tvål, skippa våtserverter, välj förpackning som inte kommer i kontakt med fingrar t ex pumpflaska)
3. Välj tandkräm utan sodium lauryl sulfat (SLS) och triclosan (Acta Zendium, Zendium junior, Saluten barntandkräm är Svanen-märkta), inte bra att svälja tandkräm med fluor men bra för tänderna, munskölj har låg fluorhalt och innehåller mest vatten d v s det förtar effekten av tandborstningen(!), Svanen-märkt innehåller inte mikroplaster heller
4. Mjäll; välj ett mildt schampo (oparfymmerat, utan SLS som är mycket uttorkande), skippa stylingprodukter, välj schampo utan zinkpyrithion
5. Hårfärger; välj Grön salong, hellre ljusa slingor än helmörkt (slingor ej i kontakt med huden), "grått är det nya svarta", hennafärger oftast inte heller bra, efter att man färgat håret har man rester i urinen 4 v efteråt, frisörer får oftare missfall än t ex kvinnliga gruvarbetare, rätt in från skalpen in i blodomloppet
6. Krämer och oljor undvik ...cone och ...siloxane , välj parfymfritt, med ekologiska vegetabiliska oljor, välj miljömärkt
7. Duscha av bubbelbad, hellre badolja
  - Ät bra mat
  - Motionera
  - Sola måttligt
  - Fimpa

Behöver vi verkligen alla produkter?

Blogg, FB-grupp

### **Skönheten och omgivningen**

*Hedvig von Mentzer, jobbar med hållbarhet på Kicks*

Att välja skönhetsprodukter idag är att välja en upplevd känsla.

Estetik är kulturellt betingat, svarta tänder har varit fint t ex. Man har sett i historien att man i princip är beredd att dö för skönhet. Man vet att det är farligt men vill ändå ha effekt!

249 butiker i Sverige, Norge och Finland. 1,75 miljoner medlemmar i kundklubben

Kicks har ett eget märke, Private label. Skin Treats är Fair Trade-märkt. Nu kommer eko-märkt serie. Har en svart lista med ämnen som de inte accepterar i sina produkter. Strävar efter mer öppenhet.

Kicks genomsnittskund köper för ca 1200 kr/år.

Intresset för hudvård ökar. Generation X ser rynkor *och* en nedsmutsad miljö (vill ha effekt/bli snygg men vara rädd om miljön och känna samma lyxkänsla och det har inte eko-produkterna hittills erbjudit), prestigemärken påverkar naturliga märken och tvärtom. Nu kommer ord som eko-lyx m.m.

Intresset för naturlig hårvård ökar. Friskt hår är vackert hår, färg blir naturligare, krav på mer miljövänlig process.

Kemikalier har fått dålig image. Kemikalie-fri betyder ju att det inte innehåller någonting. Ska inte behöva vara kemist. En lösning är certifiering, men att märka en produkt kostar och är tidskrävande.

### Kampen mot myterna

Hygienprodukter är inte mat, huden "äter" inte upp kräm, konsumenterna vill inte ha parabener eftersom det går att uttala (!), konserveringsmedel är nödvändiga (men det finns bättre och sämre), vad som är bra för dig är inte nödvändigtvis bra för miljön och tvärtom.

### Urtekrams barometer

- 80% av kvinnorna i befolkningen (70% av männen) köper eller kan tänka sig köpa ekologiska produkter
- 86% är oroliga för att hygienprodukter påverkar miljön

Kicks-kunderna är inte de mest miljömedvetna, där är t ex 18% beredda att köpa ekologiskt. Den upplevda effekten av produkten är det viktigaste.

Loreal har köpt upp Body Shop, som då tappat sin image. Har fått fler ingredienser i sina produkter bla.

"Jag jobbar för att göra hållbarhet sexigt!" Fränare förpackningar etc behövs.

### Slutsatser

- Det finns mycket att göra
- Förstå att effekten går först
- Vi säger en sak – gör en annan
- Hjälpa konsumenterna att göra hållbara val

### **Hur pratar vi om kosmetika med ungdomar?**

- Miss Lissibell 14-åring med 355 000 följare, videobloggar nästan bara om smink
- Wilma 17 år 200 000 följare, testar produkter och säljer smink på Wilmas Beauty
- Daniel Paris 27 år, men yngre målgrupp, vann Ung och bortskämd för några år sen
- Hanna 42 år, bloggen Naturligt snygg, vänder sig till äldre målgrupp, skriver om ämnet i SvD, Expressen och Metro, ska skriva en bok om naturlig skönhet

### Samarbete med Schysst sommar & vinter

- Jobba med lokalt förankrade ledare
- Någon som unga kan identifiera sig med



- Jobba utan pekpinna
- Utgå från enkla situationer, avdramatisera mötet
- Skapa en relation och sen gå in på vad man vill förmedla
  
- Inte förmedla känslan av att de ska bli lärda
- Skapa ej över- och underordnad
- Inte utgå från sig själv
- Ungdomar litar mer på vad de får veta av sina kompisar än auktoriteter
- Ett annat tilltal; mer videos, form- och bildspråk som skiljer sig från NF:s normala

Ska ha en workshop i samband med riksstämman om hur man kan nå ut till unga.

### **Material**

- Kommer under augusti
- Affischer
- Folder med miljömärkningar
- Reg. upptakter med fakta, verktyg, aktivitetsförslag

Målgruppen är vuxna, som även ofta är föräldrar till tonåringar.