

Samvittighedsfuldt på vej til Kina

Kina er allerede Danmarks 6. største eksportmarked. Og mulighederne er enorme for danske kosmetikvirksomheder på et marked med millioner af skønhedsinteresserede forbrugere i en voksende middelklasse. Men hvorfor Kina på den anden side af jordkloden?

Af Anne-Dorte Mathiesen

Hos hudplejefirmaet Raunsborg på Fyn er man ikke i tvivl om, at Kina er interessant især på grund af antallet af forbrugere med stor købelyst. Og kineserne elsker produkter med en historie, kvalitetsstemplede varer og gerne et brand, som de allerede har hørt godt om. Virksomheder med en grøn profil har det allerstørste potentiale. "Vi har en spændende historie, er grønne og baseret på viden om urter", fortæller Charlotte Dinnie Jensen, der er direktør i Raunsborg. Urter har kineserne brugt i hudpleje og medicin i tusindvis af år. "Raunsborg er ovenikøbet skabt af en spændende personlighed - Jim Lyngvild, der allerede er en kendis i Kina - og kombineret med den gode danske kvalitet og det grønne image er mulighederne store", siger Charlotte Dinnie Jensen. Investeringen i Kina er påbegyndt, og Raunsborg er nu på vej til Kina.

Kendskab til Kina

Jim Lyngvild er blandt andet kendt i Kina for sin medvirken på kinesisk TV. Det har givet blod på tanden til at sætte gang i Raunsborgs Kina-eventyr. "Vi har været i gang i over et år med det lange seje træk, og i løbet af 2018 bliver vi helt klar til at sende Raunsborgs hudplejeprodukter på det kinesiske marked", siger Charlotte Dinnie Jensen, der selv har boet og arbejdet i Asien i mange år, og som derfor kender markedet godt. "Jim og Raunsborg-teamet er alle passionerede og eventyrlystne, og vi har en tro på, at det nok skal lykkes", siger direktøren. Men kinesiske myndigheder kræver noget særligt af udenlandske virksom-

heder, der vil ind på deres marked. De kræver tests og certificeringer. Raunsborg har indgået et samarbejde med danske Mette Knudsen, der har firmaerne Knudsen & co. samt KnudsenCRC i Shanghai. De er eksperter i godkendelsesprocessen, når varer skal ind i Kina. KnudsenCRC har masser af erfaring med kinesiske certificeringer og godkendelser af både kosmetik, kosttilskud og fødevarer.

Hygiejne- og testkrav

Mette Knudsen forklarer fra Shanghai, at der bliver stillet krav om forskellige typer certifikater: "Alle kosmetiske produkter skal CFDA-registreres eller certificeres af de kinesiske myndigheder, før de kan importeres og sælges i Kina. For udenlandske virksomheder inkluderer disse CFDA-registreringer forskellige tests af produktsikkerheden foretaget ved hjælp af dyretests. De lokale kosmetikprodukter har siden 2015 kunnet nøjes med en sikkerhedsevaluering foretaget uden dyretest", oplyser Mette Knudsen. På spørgsmålet om, hvordan Raunsborg har klaret at få de internationale certifikater i hus uden at anvende de dyreforsøg, der er forbudt i EU, svarer Charlotte Dinnie Jensen med et smil i stemmen: "Det har været en sej kamp, men vi har fået de rigtige samarbejdspartnere i Kina i Knudsen & co. og en kinesisk producent, der skal stå for at fylde og emballere Raunsborg-produkterne i Kina. På den måde bliver produkterne betragtet som indenlandsk produktion og ikke importerede varer. Og så skal de ikke testes på dyr, som kinesiske myndigheder ellers kræver for importeret kosmetik."



The Leaping Bunny

The Leaping Bunny er et internationalt anerkendt logo, der viser forbrugerne, at der ikke er anvendt nye dyreforsøg i udviklingen af produktet. Logoet kan ses på emballage, materiale og hjemmesider for kosmetik og husholdningsprodukter over hele verden.

I EU er dyreforsøg forbudt, så ingen produkter på det europæiske marked må være testet på dyr. Og data fra nye dyreforsøg i forbindelse med kosmetik må slet ikke anvendes i sikkerhedsvurderingen. I EU anvendes i dag data fra alternative *in vitro*-testmetoder, hvor fx test på kunstig hud og rekonstruerede vævsmodeller af det menneskelige øje viser sikkerheden ved produkterne.

Kinesiske myndigheder (CFDA) har i november 2016 for første gang accepteret en non-animal-testmetode til sikkerhedsvurdering af kosmetik i Kina.

Cruelty Free International har indtil videre ikke godkendt Kina som et Cruelty Free marked, men forventes at godkende "Raunsborg-modellen" i løbet af 2018.



Brands kæmper for forandringer

Der har i det forgangne år rundt om i verden været en decideret *shitstorm* mod kosmetikbrands, der har indtaget det kinesiske marked. Dyrevelfærdsaktivister har råbt op om at boykotte alle, der har lanceret i Kina, da kineserne ikke vil udelade tests på dyr, selv om dyreforsøgene for længst er forbudt i EU og ikke længere nødvendige i USA. Store brands, der har gjort sit indtog i Kina, har svaret igen med, at de ved deres tilstedeværelse vil ændre kinesiske myndigheders opfattelse af alternative metoder til dyreforsøg og har bl.a. igennem *Institute for In Vitro Sciences* (IIVS) gjort fremskridt og overbevist kinesiske eksperter om sikkerheden i anvendelsen af de metoder, der ikke involverer dyr. Nogle brands melder ud, at de ikke tester på dyr og heller ikke beder andre om at teste deres produkter på dyr. Men kinesiske myndigheder kan kræve tests på dyr. Andre holder sig simpelthen helt ude af Kina for at undgå problemer med de kunder, der går ekstremt højt op i dyrevelfærd.

Forarbejde og benarbejde

Raunsborg har valgt en anden og mere omstændelig vej. Produkterne bliver blandet i Assens, og mellemvarer bliver så sendt til Kina i specielle containere, hvor de fyldes og pakkes på en lokal fabrik. Det kræver et lokalt certifikat og dermed ingen dyreforsøg, da det betragtes som et lokalproduceret produkt: "Lige nu venter vi på at få godkendt vores ansøgning om at få mærket produkterne *cruelty free* med en



Leaping Bunny, siger Charlotte Dinnie Jensen. "Mærket skal på før, produkterne lanceres i foråret 2018". Recepterne er fortsat danske, og de bliver bevaret i Danmark. "Vi har sikret os rent juridisk med hensyn til recepterne og sørget for, at alle GMP-krav opfyldes i produktionen", siger Charlotte Dinnie Jensen. "Mette Knudsen og hendes medarbejdere i Shanghai kan komme på uventet besøg på fabrikken", oplyser direktøren, der giver alle andre, der vil ind på det kinesiske marked, et godt råd om at skaffe sig de rette samarbejdspartnere i Kina, før der tages hul på eksporten. "Der skal gøres et kæmpe benarbejde, og man skal være bevidst om certificeringerne, der kræves, så man altid kan stå på mål i forhold til sit eget brand," siger hun. Og det kan Raunsborg. "Vi vil aldrig gå på kompromis, når det gælder dyreforsøg."

Kineserne er dedikerede makeupfans

Raunsborg er ifølge Mette Knudsen nogle af de første i verden, der har grebet 'eksporten' an på denne lidt alternative måde. Der er dog også andre

'smutveje' ind i Kina, idet online-salg kan foregå uden, at produkterne skal testes. "Kineserne er eksempelvis helt vilde med farvet kosmetik, og der er stadig et kæmpe uudnyttet markeds-potentiale inden for dette segment," oplyser Mette Knudsen. "Masser af tutorial-videoer florerer på nettet og blandt de mest brugte søgeord på nettet er "hvordan lægger jeg makeup?" fortæller Mette Knudsen. "Kineserne er meget åbne og positive. De vil så gerne prøve noget nyt – også selv om de ikke har tradition for at bruge makeup." De store makeupbrands tør ikke vente med at gøre deres indtog på det kæmpe kinesiske marked. De vil bringe netop deres visioner om skønhed og makeup til fans i regionen som de første. "Der eksperimenteres hos nogle udsalgssteder med makeupartister i butikken 24-7", siger Mette Knudsen. "Kineserne synes, det er rigtig sjovt." Der er ifølge Mette Knudsen endnu ikke så stor fokus på huden, som der for eksempel er i Korea og Japan, men der er ved at komme stor fokus på produkter til mænd og ekstremt stor efterspørgsel efter produkter til baby, hvor det store udvalg af særligt hensynsfulde og minimalistiske produkter i EU er meget attraktive for kineserne.

Krævende og aldrig kedeligt

Raunsborg har gang i onlinepromoveringen i Kina. De har en webshop på Taobao, accounts på Weibo og Wechat og en aftale med danskeren, som kinesere allerede kender og følger – 'The Danish Angel' alias Sidsel Boye Rasmussen fra Struer. Hun har flere end en kvart million følgere og en stor del af dem er kinesere. Der er brugt mange ressourcer på at føre Raunsborgs Kina-strategi til det nuværende stadie. Konsulenten Mette Knudsen tager en dyb indånding og siger: "Godt jeg ikke vidste på forhånd, hvor stort et arbejde det ville være at hjælpe med eksport på denne måde, så havde jeg måske ikke gjort det. Men nu er der en ny åbning til markedet." Hos Raunsborg er de enige i, at det har været krævende, allerede inden de er kommet på markedet i Kina: "Der skal den rette samarbejdspartner til, kapital og eventyrlyst." Og i Raunsborgs tilfælde Jim Lyngvild og medarbejdere med store ambitioner. "Kedeligt bliver det i hvert fald aldrig", slutter Charlotte Dinnie Jensen. ■

Opdeling og test af kosmetik i Kina

Produkttype	Godkendelse hos CFDA (China Food & Drug Administration)	Produktion i Kina	Importerede produkter
Almindelig kosmetik: Fx hårpleje, hudpleje, parfume og makeup	Record-keeping certificate	Kinesiske fabrikker kan foretage egen sikkerhedsvurdering af ingredienser og kosmetiske produkter, og dyreforsøg på færdige produkter kan udelades	Test på dyr af færdige produkter er obligatorisk uanset produkttype. Kinesiske laboratorier skal foretage forsøgene. Udenlandske firmaer skal have en ansvarlig kinesisk agent
Kosmetik til særlig anvendelse: Fx hårfarve, hårfjerning, blegning og solbeskyttelse	Hygiene License	Test på dyr af færdige produkter er obligatorisk for produkter til særlig anvendelse	Test på dyr af færdige produkter er obligatorisk uanset produkttype. Kinesiske laboratorier skal foretage forsøgene. Udenlandske firmaer skal have en ansvarlig kinesisk agent