



'Fri for parabener' er en anprisning, som vi ikke længere kommer til at se på produkter markedsført efter 1. juli 2019

# Fri for

**EU-landene er blevet enige om fortolkningen af udtrykket "Fri for...". En ny vejledning fra Kommissionen gør det klart med eksempler, hvad producenterne må anprise på et kosmetisk produkt. Det er i princippet gældende allerede nu, men producenter og leverandører har frem til den 1. juli 2019 til at justere og efterleve den ensartede fortolkning af "Fri for..."**

Af Anne-Dorte Mathiesen

Hvad er et produkt godt for? Det er som udgangspunkt en anprisnings funktion. Og i mange år var det helt almindelig praksis at give forbrugerne oplysning om, hvad produktet kunne og hvilke ingredienser i produktet, der sørgede for de anpriste egenskaber. Men pludselig vendte alt 180 grader. For godt 10 år siden gik der nærmest sport i at anprise alt det, som der ikke var i. Firmaer lavede deres eget manifest med remser om alt det, som produkterne var fri for: Fri for parabener, uden silikoner, fri for phthalater, uden tungmetaller, fri for sulfater eller parfumefri. Det er kun få af disse anprisninger, som fortsat vil kunne anvendes efter 1. juli 2019. Nu skal producenterne igen til at anprise positivt frem for negativt. Og de negative opfattelser, der opstår i forbindelse med helt lovlige og uproblematisk ingredienser, der i dag ofte anpriseres med "fri for", vil kunne få en ny og fair chance. For *fairness* er et af de fælles kriterier, der skal opfyldes.

## De seks kriterier

Selve de fælles kriterier for anprisningsmulighederne har været beskrevet og gældende siden forordningen kom i 2013, men fortolkningen af dem har ladet vente på sig: "Hovedformålet med vejledningen er at få nogle fælles principper for, hvordan man vurderer sager om vildledende markedsføring. Derfor har Kommissionen haft nedsat en arbejdsgruppe, der har udarbejdet fælles kriterier for markedsføring", oplyser Bettina Ørsnes Larsen, der er biolog i Miljø- og Fødevarerministeriet.

### De seks fælles kriterier, som er opstillet, lyder:

1. Overholdelse af lovbestemte krav
2. Rigtighed
3. Dokumentation
4. Ærlighed
5. Rimelighed
6. Beslutningstagning på et velinformeret grundlag

## Godt værktøj

Dokumentet er selvfølgelig vejledende over for producenterne, der skal mærke og markedsføre produkterne, men også for myndighederne: "Som myndighed vil vi tage udgangspunkt i vejledningen, når nye anprisninger skal vurderes. Og vejledningen er et godt værktøj til virksomhederne for at sikre, at reglerne for vildledende markedsføring

## Alle led

I detailhandlen er der også fokus på, at al markedsføring er omfattet af reglerne. Matas oplyser følgende: "Matas er fuldt opmærksom på det tekniske dokument fra EU-Kommissionen, der træder i kraft 1. juli 2019. Som konsekvens heraf har vi allerede gennemgået egne emballager og er i gang med at tilrette *art works*, hvor det er nødvendigt. Samtidig vil al markedsføring overholde de nye regler fra 1. juli 2019. For så vidt angår andre brands, som Matas sælger, så har vi via samhandelskontrakter med leverandørerne sikret, at leverandørerne er forpligtet til at overholde gældende lovgivning og dermed også de nye regler."

overholdes. Flere brancheforeninger har sammen med flere medlemslande inklusiv Danmark deltaget i udarbejdelsen af vejledningen, hvilket gør at den er udarbejdet på et fælles fagligt grundlag," siger Bettina Ørsnes Larsen. I Kosmetik- og Hygiejnebranchen er de tilfredse med, at vejledningen både præciserer og eksemplificerer de seks kriterier. "Vi opfordrer alle medlemmer til at følge dokumentet, der omfatter alle produkter markedsført efter 1. juli 2019," siger Lise Skjødt Sørensen, konsulent i Kosmetik- og Hygiejnebranchen. "Generelt har vi i brancheforeningen altid opfordret til at anprise det, som er i, fremfor det modsatte," siger Lise Skjødt Sørensen.

## Slut med 'Fri for parabener'

Bettina Ørsnes Larsen oplyser, at virksomhederne har fået tid til at få udfaset de anprisninger i vejledningen, som er nye: "Det gælder eksempelvis "fri for parabener". Man har i EU besluttet, at det ikke er tilladt at anprise ingredienser negativt, såfremt de anvendes i overensstemmelse med lovgivningen. Derimod er det ikke et nyt element, at man ikke må anprise et produkt "fri for parfume", såfremt der indgår parfumestoffer – naturlige eller syntetiske – i produktet." De negative anprisninger om alt det, som ikke er i, er med til at flytte på forbrugernes forståelse og opfattelse af sikkerheden ved kosmetiske produkter. Fri for-anprisningerne kan få forbrugerne til at negligere, at lovgivningen foreskriver, at produkterne ikke må være til skade for forbrugernes sundhed. 0% af noget – giver jo 100% af noget andet, som

# fri for?



*'Uden kemikalier' er aldrig en mulig anprisning, da alt består af kemikalier – vand og luft er også kemi.*

måske i virkeligheden ikke er bedre. "Kun i særlige tilfælde er det relevant at vide, hvad der ikke er i," siger Lise Skjødt Sørensen. "En anprisning skal kunne opfylde alle kriterierne, det er ikke nok med enkelte af dem, derfor er det en god hjælp med vejledningens præciseringer og eksempler. Formålet med anprisningerne er, at de er nyttige, forståelige og pålidelige, så forbrugerne kan vælge de produkter, som bedst opfylder deres behov og forventning," slutter hun.

## Et informeret valg

Parfumeallergikere vil ikke få det sværere med den nye vejledning. Når en specifik målgruppe skal kunne tage et oplyst valg, så giver det fortsat mening at anprise med 'Uden parfume' eller 'Parfumefri' – hvis det altså er korrekt. En for eksempel blødgørende ingrediens må ikke også være parfumerende, når anprisningen 'Uden parfume' er anvendt.

Af religiøse årsager eller i produkter, som også anvendes af børn, kan der være behov for at gå uden om produkter med alkohol, så "fri for alkohol" er også et eksempel på en anprisning, der fortsat vil være mulig at se. Vel at mærke hvis alle kriterierne overholdes. Og alt skal kunne dokumenteres – medmindre det er så stor en overdrivelse, at det ikke længere kan tages alvorligt. Vinger bliver vi ikke fri for... Dokumentet kommer med eksemplet "This perfume gives you wings", som er i orden, da ingen gennemsnitlig forbruger forventer, at der pludselig vokser vinger frem. ■

### Et udpluk af 'fri for'-eksemplerne fra vejledningen er listet her

Kriterie og 'Fri for'-anprisning	Status	Begrundelse og eksempler
Lovbestemte krav 'Fri for' + forbudt ingrediens i EUs Kosmetikforordning		Fx "Fri for bly og andre tungmetaller" Anprisninger, der siger, at produktet har en særlig fordel, er ikke tilladt, når denne fordel blot er en opfyldelse af krav i lovgivningen
Rigtighed 'Fri for' + ingrediens eller ingredienser, som alligevel er til stede i produktet		Fx "Fri for formaldehyd" (hvis produktet indeholder formaldehyd-frigivere) Hvis det anpriser på produktet, at det ikke indeholder en specifik ingrediens, så skal produktet være fuldstændigt fri for ingrediensen
Ærlighed 'Fri for' + ingrediens, der slet ikke skulle være til stede i produktet		Fx "Uden konserveringsmidler" (hvis produktet er en parfume med en høj koncentration af alkohol eller et badesalt, der ellers ikke forventes at indeholde konserveringsmidler) Anprisninger må ikke fremhæve specifikke egenskaber, hvis lignende produkter har de helt samme egenskaber
Ærlighed 'Fri for' + en ingredienskategori (fx parfume, konservering, farve)	 	Fx 'Uden konservering' er forkert, hvis produktet indeholder en ingrediens, der ikke er på positivlisten, men som har antimikrobielle egenskaber Fx 'Parfumefri' er forkert, hvis produktet indeholder en ingrediens, der har en parfumerende egenskab, uanset at det bliver tilsat med henblik på en anden funktion end parfumering Parfumefri kan anvendes, hvis det er korrekt, og der ikke optræder parfumerende ingredienser med anden funktion i produktet
Rimelighed 'Fri for' + ingrediens eller familie af ingredienser, der anvendes lovligt		Fx "Fri for parabener" Anprisninger af kosmetiske produkter skal være objektive og må ikke nedgøre konkurrenterne, og anprisningerne må heller ikke nedgøre ingredienser, der anvendes lovligt
Beslutning på et velinformeret grundlag 'Fri for'-anprisninger, der tillader en helt specifik gruppe at tage et informeret og oplyst valg		Fx "Fri for alkohol" i en mundskyllevæske, der er tiltænkt som et familieprodukt Fx "Fri for ingredienser af animalsk oprindelse" i veganske produkter Anprisningerne er en integreret del af produkterne og skal indeholde oplysninger, der gør det muligt for den endelige slutbruger at træffe et velinformeret valg