

**ОСОБЕННОСТИ МАРКИРОВКИ
«НАТУРАЛЬНОГО» КОСМЕТИЧЕСКОГО СРЕДСТВА
(часть 3)**

БАРАНОВА И.И.

Национальный фармацевтический университет, г. Харьков, Украина

Soil Association, Великобритания (<http://www.soilassociation.org>). (название буквально переводится как «Почвенная ассоциация», рис. 8) устанавливает стандарты для органических продуктов в сельском хозяйстве, пищевой, косметической, отчасти фармацевтической промышленности. Считается, что стандарты SA жестче, чем официальные стандарты Великобритании и Евросоюза. Soil Association разработала первые органические стандарты в 1967 году, и они по сей день являются одними из самых авторитетных в мире.

Стандарты Soil Association регулярно пересматриваются специальными комитетами, чтобы своевременно реагировать на происходящие события в различных научных областях, к примеру, в январе 2008 г. SA объявила, что искусственно созданные наночастицы могут представлять опасность для здоровья человека, поэтому содержащие их продукты впредь не смогут получать сертификат SA. Это относится в первую очередь к санитарно-гигиеническим и косметическим средствам (солнцезащитной косметике, кремам от морщин), но касается также пищевых продуктов и одежды.

SA подчеркивает, что частицы столь малого размера принципиально изменяют свои физические и химические свойства, начиная отчасти подчиняться не классической, а квантовой физике. Возможное влияние свойств наночастиц на человеческий организм пока мало изучено. Наночастицы имеют чрезвычайно высокую проникающую способность, что повышает их потенциальную опасность.

OASIS, США (<http://www.oasisusa.org/>);

Natural Products Association (NPA), США (<http://www.naturalproductsassoc.org/>), Ассоциация натуральной продукции (Natural Products Association — NPA) основана в 1936; утвердилась как самая продолжительно действующая некоммерческая организация по защите прав промышленных ретейлеров натуральных продуктов и поставщиков (рис.9).

Разделяет 3 вида классификации натуральной косметики.

«Классическая» натуральная косметика производится с учетом основных критериев – сырье и его происхождение отвечает общим требованиям, действующих также и для второго и третьего класса косметики.

Натуральная косметика - вторая степень присваивается натуральной косметике с более чем 70%-ым содержанием натурального сырья с биологических контролируемых плантаций.

Биокосметика (95%) – третья, наивысшая степень означает натуральную косметику, которая собственно и является «био-косметикой» - состоящая более чем на 95% из натурального сырья, происходящего с биологически контролируемых полей.

С 1 сентября 2010 года NPA предприняла очередную меру для того, чтобы производители синтетических ароматов не позиционировали свои товары как натуральные: называть парфюмерию натуральной можно только, если в ней все 100% ингредиентов естественного происхождения.

USDA (<http://www.usda.gov/>) — исполнительный департамент правительства США; основано в 1889 году. USDA разрабатывает стандарты, по которым сертифицируются экологические продукты питания, так как потребление населением органических продуктов входит в Национальную Программу США.

Для этих товаров устанавливаются три уровня знаков(рис. 10).

«100% organic» (100% органический) – продукт должен содержать только сертифицированные органические компоненты растительного происхождения.

«organic» (органический) – в составе продукта должно быть не менее 95% сертифицированных органических соединений растительного происхождения, остальные 5% должны быть включены в список разрешенных синтезированных соединений.

«made with organic ingredients» (сделанный с использованием органических ингредиентов) – продукт содержит не менее 70% сертифицированных органических компонентов растительного происхождения.

IBD, Бразилия (<http://www.ibd.com.br/>) (рис.11).

			
Рис. 8	Рис. 9	Рис. 10	Рис. 11

На данный момент на Украине нет четкого определения, что собой представляет «натуральная» или «органик» косметика.

Отсутствует государственное регулирование производства и рекламирования данного сегмента к.с.