



OD 1992

PSPKD

POLSKIE STOWARZYSZENIE PRZEMYSŁU
KOSMETYCZNEGO I DETERGENTOWEGO

KARTA ODPOWIEDZIALNEJ REKLAMY I KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

WYTYCZNE COSMETICS EUROPE



Monitoring i udział
w procesach legislacyjnych



Wsparcie eksperckie



Konferencje i szkolenia



Certyfikaty FSC

SPIS TREŚCI

1. Wstęp	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
1.1. Ramy regulacyjne	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
1.2. Definicje	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
1.3. Zakres obowiązywania	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
1.4. Udział w tworzeniu przewodnika	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
1.5. Wdrażanie i przestrzeganie	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
1.6. Sprawozdawczość, monitorowanie zgodności i weryfikacja	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2. Wytyczne	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.1. Prawda w reklamie	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.1.1. Oświadczenia dotyczące produktów	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.1.2. Wierność obrazów	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.1.3. Opinie konsumentów oraz rekomendacje specjalistów	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.1.4. Aspekty środowiskowe reklamy	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.2. Odpowiedzialność społeczna	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.2.1. Założenia ogólne	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	
2.2.2. Założenia szczegółowe	Błąd!
Nie zdefiniowano zakładki.	

KARTA ODPOWIEDZIALNEJ REKLAMY I KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

COSMETICS EUROPE

Polska wersja językowa:

Polskie Stowarzyszenie Przemysłu Kosmetycznego i Detergentowego
(PSPKD)

Europejski przemysł kosmetyczny uznaje wagę odpowiedzialnej reklamy i komunikacji marketingowej stanowiących główne sposoby informowania konsumentów o właściwościach i korzyściach płynących z użycia produktów kosmetycznych. Poprzez niniejszą kartę przemysł kosmetyczny zobowiązuje się w szczególności 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

Karta ma na celu określenie wspólnych zasad dla przemysłu kosmetycznego w zakresie odpowiedzialnej reklamy i komunikacji marketingowej w Europie.

Karta została przyjęta przez Członków Stowarzyszenia Cosmetics Europe, odzwierciedlając ich rzetelne i uczciwe zobowiązanie. Członkowie Cosmetics Europe zachęcają do przestrzegania zasad określonych w karcie.

Uzupełnienie karty stanowi 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 prawem europejskim i krajowym oraz 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 zobowiązuje się również kontynuować współpracę z instytucjami publicznymi i organizacjami samoregulacyjnymi na szczeblu europejskim i krajowym.

Reklama uczciwa, rzetelna i nie wprowadzająca w błąd

Europejski przemysł kosmetyczny zobowiązuje się zapewnić, aby reklama i deklaracje marketingowe były uczciwe oraz dostarczały konsumentom rzetelnych i nie wprowadzających w błąd informacji. Przedsiębiorcy z branży kosmetycznej będą stosowali uczciwe i należyte potwierdzone deklaracje dotyczące produktów. Szczególnej

uwagi wymagają deklaracje dotyczące środowiska. Przedsiębiorcy nie będą niesprawiedliwie krytykować ani dezawuować produktów konkurencji.

Świadomy wybór

Europejski przemysł kosmetyczny zobowiązuje się do zapewnienia reklamy i komunikacji marketingowej umożliwiającej konsumentom dokonywanie świadomego wyboru produktów, najlepiej spełniających ich potrzeby i oczekiwaniom. Reklama i komunikacja marketingowa nie powinny wykorzystywać naiwności, braku wiedzy czy doświadczenia, ponadto powinny 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 respektować różnorodność kultur i standardów. Reklama i komunikacja marketingowa powinny być zgodne z zasadami dobrego smaku i przyzwoitości oraz przykładać szczególną uwagę na poszanowanie człowieka i konsumentów szczególnie podatnych na przekaz marketingowy.

