PLAN DZIAŁANIA
KT 334
ds. Produktów Kosmetycznych

SPIS TREŚCI

1. OPIS DZIAŁALNOŚCI OT 2
2. ŚRODOWISKO BIZNESOWE OT 2
3. ASPEKTY DOTYCZĄCE OCHRONY ŚRODOWISKA W PRACACH OT 6
4. OCZEKIWANE KORZYŚCI Z REALIZACJI PRAC OT 6
5. CZŁONKOSTWO W OT 6
6. CELE OT I STRATEGIA ICH REALIZACJI 7
7. WPROWADZANIE NOWYCH TN DO PROGRAMU PRAC 8
8. CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA REALIZACJĘ PROGRAMU PRAC OT 8
9. PROPOZYCJE ZAGADNIEŃ, TEMATÓW NORMALIZACYJNYCH, DLA KTÓRYCH OT PRZEWIDUJE POZYSKANIE ZAMAWIAJĄCYCH W RAMACH PRAC NA ZAMÓWIENIE 8

1. OPIS DZIAŁALNOŚCI OT

Branża kosmetyczna jest prawdziwie międzynarodowym środowiskiem biznesowym dostarczającym bezpieczne, wysokiej jakości produkty konsumentom na całym świecie. Prawdziwie globalne środowisko o wysokiej konkurencyjności daje wiele nowych wartości, ale także stanowi wyzwanie.

W celu stworzenia nowych narzędzi i standardów w tym globalnym środowisku ważne jest, aby wszyscy interesariusze, w tym polscy przedsiębiorcy, mieli platformę wymiany wiedzy oraz doświadczeń w celu zharmonizowania metod i wypracowania wspólnego podejścia do zapewnienia wysokiej jakości i bezpieczeństwa produktów kosmetycznych. Cele te realizowane są przez Normy Międzynarodowe.

Normy Międzynarodowe to dokumenty techniczne, które zapewniają ramy dla kompatybilnej technologii na całym świecie. Odpowiadają na potrzeby rynkowe i regulacyjne na rynku globalnym oraz na rozwój naukowy i techniczny w różnych krajach. Nadrzędnym celem normalizacji w każdej dziedzinie jest bowiem ułatwienie wymiany handlowej produktów oraz usług globalnie eliminując bariery handlowe. Natomiast główny priorytetem Komitetu Technicznego 334 ds. Produktów Kosmetycznych w Polsce jest zagwarantowanie lokalnym przedsiębiorcom wysokiej pozycji w kontekście konkurencyjności na światowym rynku.

W zakresie tematycznym KT 334 znajdują się normy dotyczące produktów kosmetycznych, co do których powstania jest wyraźna potrzeba rynkowa. Proponowane przez normalizację rozwiązania spełniają i odzwierciedlają ciągle rosnące wymagania rynku, są też narzędziem umożliwiającym uzyskanie jednakowych, powtarzalnych wyników badań oraz osiągnięcie sprawnej komunikacji między wszystkimi zainteresowanymi stronami.

2. ŚRODOWISKO BIZNESOWE OT

Kosmetyki są uważane za bardzo ważne produkty codziennego użytku każdego człowieka. Większość z nich nie tylko służy do upiększania, ale pełni bardzo ważną rolę w utrzymaniu higieny osobistej jako produkty pierwszej potrzeby. Należą do nich np. mydła, żele pod prysznic, pasty do zębów oraz dezodoranty. Kosmetyki odgrywają również ważną rolę w ochronie zdrowia konsumentów, np. chroniąc skórę przed negatywnym wpływem promieniowania słonecznego czy pośrednio zapobiegając np. próchnicy zębów. W aspekcie pielęgnacyjnym podnoszą samopoczucie i poprawiają nastrój przyczyniając się do lepszej kondycji psychicznej społeczeństwa.

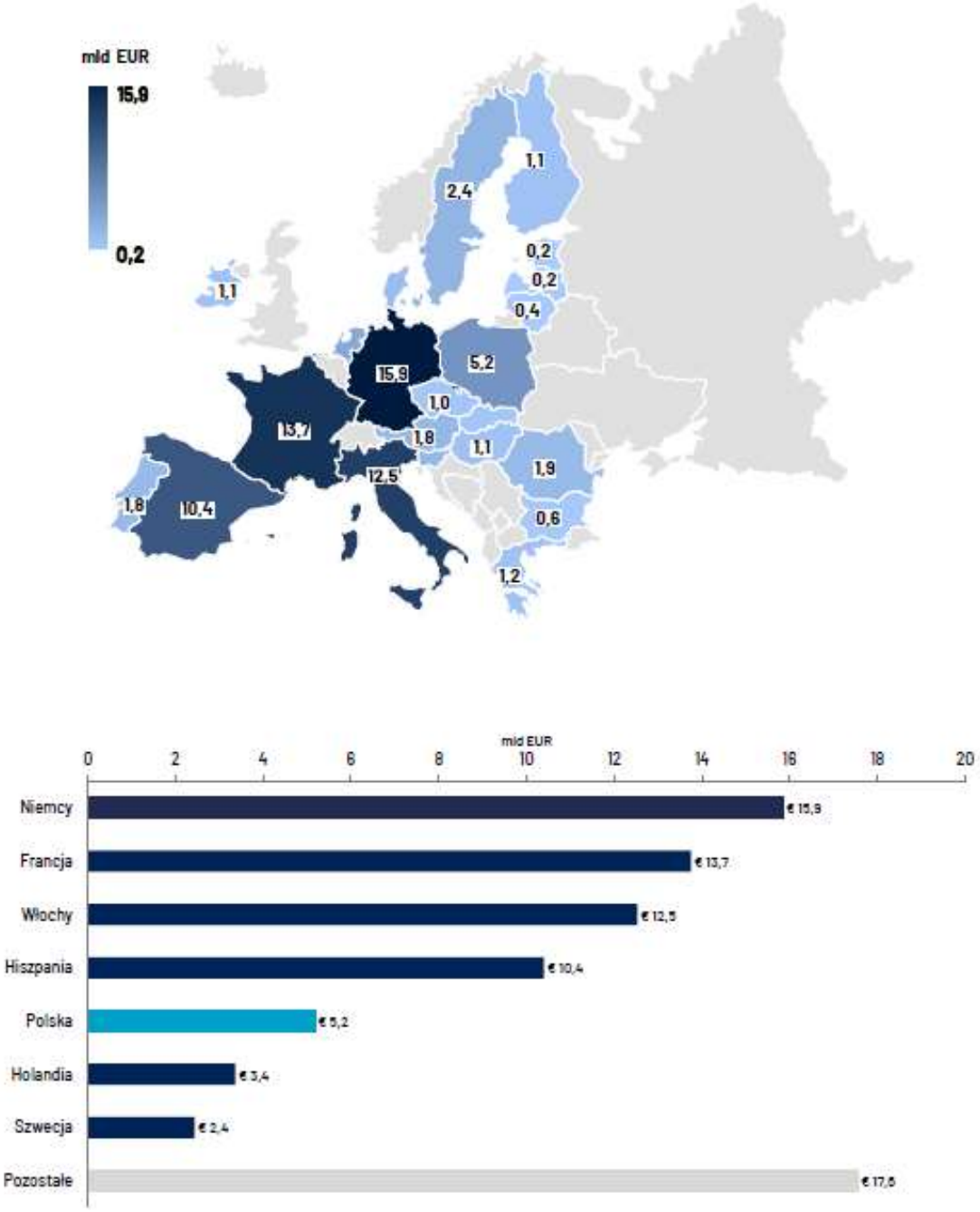
Przemysł kosmetyczny szybko się rozwija, a wymagania techniczne stale rosną. Ustawodawca wymaga informacji na temat śladowych ilości substancji niedozwolonych, stabilności, parametrów toksykologicznych surowców i produktów gotowych.

Poza tym handel zagraniczny kosmetykami staje się coraz ważniejszy, a ustanowione Normy Międzynarodowe odgrywają ważną rolę w zmniejszaniu technicznych barier

w handlu. W rezultacie potrzeba niezawodnych znormalizowanych metod analitycznych i procedur produkcyjnych staje się bardzo wyraźna.

Branża kosmetyczna rozwija się dynamicznie na całym świecie, jednak ta europejska ma wyjątkowo silną pozycję i pod względem wartości jest światowym liderem. Według Cosmetics Europe wartość rynku kosmetycznego w Europie w 2023 roku wyniosła 96 mld EUR. Tym samym Europa wraz ze Stanami Zjednoczonymi są największymi rynkami kosmetycznymi na świecie. Na trzeciej pozycji są Chiny, dalej Japonia, Brazylia oraz Indie.

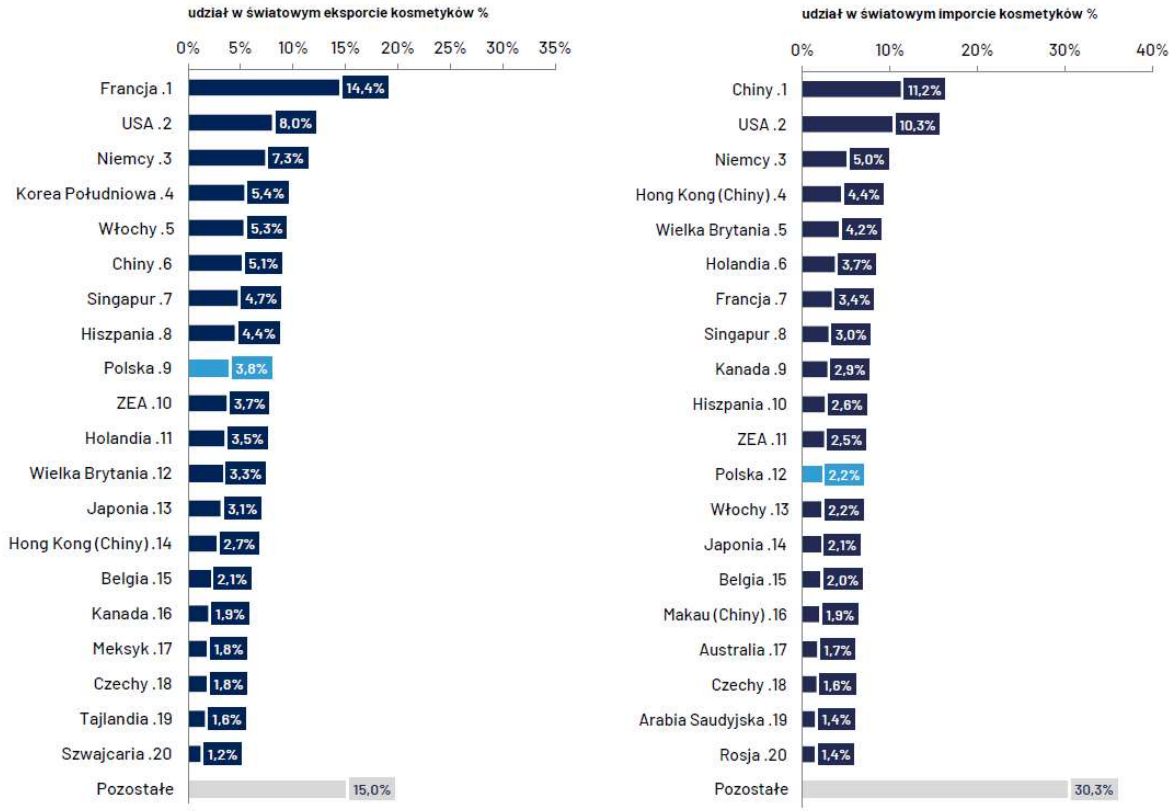
Na przestrzeni lat 2014–2023 rynek kosmetyków w Unii Europejskiej urósł o 34%. Polska zalicza się do liderów tego wzrostu. W tym okresie polski rynek wzrósł aż o 75,3%, co było drugim najlepszym wynikiem w Unii Europejskiej – za Litwą (98,9%). Udział Litwy w unijnym rynku kosmetyków jest zdecydowanie mniejszy i wynosi 0,5%, podczas gdy Polska jest piątym największym rynkiem kosmetyków w Unii Europejskiej, jej udział w unijnym rynku w 2023 roku wyniósł 6,4%. Branża kosmetyczna w Polsce dogania liderów Europy w szybszym tempie, niż oni się rozwijają – zgodnie z trendem konwergencji.



ŹRÓDŁO: OPRACOWANIE WISEEUROPA NA PODSTAWIE DANYCH COSMETICS EUROPE
WYKRES 1. WARTOŚĆ NAJWIĘKSZYCH RYNKÓW KOSMETYCZNYCH W UE27 W 2023 ROKU[1]

Największym wynikiem w Unii Europejskiej mogą pochwalić się Niemcy, utrzymujące pozycję lidera rynku kosmetycznego pod względem jego wartości (15,9 mld EUR); w dalszej kolejności plasują się Francja (13,7 mld EUR), Włochy (12,5 mld EUR), Hiszpania (10,4 mld EUR). Polska jest piątym największym rynkiem kosmetyków w UE (5,2 mld EUR) (Wykres 1).

[1] Kosmetyczna Polska. Raport o stanie branży kosmetycznej Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego i WiseEuropa – Warszawskiego Instytutu Studiów Ekonomicznych i Europejskich, Warszawa, lipiec 2024



ŹRÓDŁO: OPRACOWANIE WISEEUROPA NA PODSTAWIE DANYCH INTERNATIONAL TRADE CENTRE

WYKRES 2. NAJWIĘKSI EKSPORTERZY I IMPORTERZY KOSMETYKÓW NA ŚWIECIE (2023)[1]

Polska odgrywa coraz istotniejszą rolę w światowym handlu kosmetykami, eksportując produkty na rynki zagraniczne, proporcjonalnie w większym stopniu w porównaniu do PKB. Udział Polski w światowym PKB stanowi ok. 1%, natomiast w światowym eksporcie kosmetyków wynosi już 3,8%, zajmując dziewiątą pozycję w światowym eksporcie kosmetyków (w porównaniu z 2022 rokiem – 3,3% dwunasta pozycja), co świadczy o znaczącej pozycji kraju na arenie międzynarodowej w tej branży (Wykres 2).

Największym segmentem rynku kosmetyków w UE są preparaty kosmetyczne do pielęgnacji skóry, takie jak kremy, podkłady, bazy czy produkty przeciwsłoneczne. Ta grupa produktów stanowiła 36,5% całkowitej produkcji sprzedanej w UE. Drugim największym segmentem rynku kosmetyków w UE są wody toaletowe, stanowiące 14,3% produkcji sprzedanej w regionie. Te dwie grupy produktów odpowiadają za ponad połowę rynku kosmetyków

[1] Kosmetyczna Polska. Raport o stanie branży kosmetycznej Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego i WiseEuropa – Warszawskiego Instytutu Studiów Ekonomicznych i Europejskich, Warszawa, lipiec 2024

w UE. Preparaty do pielęgnacji włosów (odżywki, maski, produkty do stylizacji) stanowią 7,3% udział w rynku, natomiast szampony – 7%.

3. ASPEKTY DOTYCZĄCE OCHRONY ŚRODOWISKA W PRACACH OT

Szeroko rozumiany przemysł kosmetyczny, w tym pozyskiwanie surowców, badania, kontrola jakości, rozwój produktów, procesy produkcyjne, dystrybucja, użytkowanie produktów przez konsumentów, odpady powstające w całym cyklu życia produktów kosmetycznych (m.in. odpady opakowaniowe) w istotny sposób wpływają na środowisko naturalne. Rozporządzenie w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR), które zostało opublikowane 22 stycznia 2025 r. w Dz.U. UE stawia wyzwania przed branżą kosmetyczną. Są w nim np. wymagania pełnej recyklowalności opakowań, minimalizacji opakowań, użycia recyklatu w opakowaniach, czy ponownego użycia opakowań transportowych. W pracach KT 334 uwzględnia wymagania prawa oraz wytyczne z Przewodnika CEN 4 i stara się zidentyfikować wszystkie istotne aspekty środowiskowe, bierze pod uwagę opinie ekspertów ds. ochrony środowiska oraz uwzględnia zasady dobrej praktyki laboratoryjnej (GLP).

4. OCZEKIWANE KORZYŚCI Z REALIZACJI PRAC OT

Główną korzyścią płynącą ze stosowania normalizacji jest zwiększenie zaufania konsumentów w odniesieniu do aspektów jakościowych i środowiskowych. Wśród pozostałych korzyści należy wymienić:

- opracowywanie i stosowanie wspólnych/jednakowych metod badań,
- promowanie jakości produktów,
- poprawa bezpieczeństwa produktów,
- minimalizowanie barier w handlu zagranicznym.

5. CZŁONKOSTWO W OT

Zgodnie z aktualnym Zarządzeniem Prezesa PKN w sprawie Organów Technicznych (OT) powoływanych przez Prezesa PKN, podstawy ich powoływania oraz zasad powoływania członków i osób funkcyjnych w tych organach, każdy podmiot krajowy zainteresowany daną tematyką ma prawo zgłosić chęć uczestnictwa w OT i po spełnieniu wymogów proceduralnych (procedura Z2-P3 w powiązaniu z Z2-P1) stać się członkiem OT. Każdy członek OT realizuje zadania poprzez swoich reprezentantów.

Członkostwo w OT:

- otwiera możliwość wpływania na treść tworzonych norm na poziomach międzynarodowym, europejskim i krajowym;

- zapewnia dostęp do treści projektów Norm Międzynarodowych, Europejskich, krajowych w zakresie tematycznym OT;
- daje możliwość kształtowania programu prac normalizacyjnych, co pozwala właściwie planować inwestycje i w konsekwencji zyskać przewagę nad konkurencją;
- ułatwia kontakty biznesowe.

Aktualny skład OT i kontakt do Przewodniczącego OT, Sekretarza OT, właściwego Sektora WPN jest podany na stronie www.pkn.pl, w *Wykazie OT*.

6. CELE OT I STRATEGIA ICH REALIZACJI

Główne cele KT to:

- eliminowanie barier technicznych w handlu - ułatwienie handlu w kraju, Europie i świecie,
- harmonizacja i wdrażanie nowoczesnych rozwiązań,
- normalizacja metod badania,
- wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technicznych,
- zapewnienie bezpieczeństwa produktu, podnoszenie jakości produktów,
- promocja bezpieczeństwa oraz jakości produktów kosmetycznych,
- promowanie dobrych praktyk w obszarze produktów kosmetycznych,

przez:

- wdrażanie do zbioru Polskich Norm Norm Europejskich i Norm Międzynarodowych przygotowywanych przez komitety CEN 392 i ISO 217 ,
- tłumaczenie Norm Europejskich i Norm Międzynarodowych.

Osiągnięcie wyznaczonych przez KT celów jest możliwe dzięki:

- stałej współpracy KT z odpowiednimi komitetami na poziomie europejskim – CEN 392 oraz międzynarodowym - ISO 217,
- aktywnemu udziałowi KT w powstawaniu Norm Europejskich i Norm Międzynarodowych,
- pozyskaniu i poszerzeniu grona ekspertów KT,
- pozyskaniu do współpracy wykonawców projektów prac normalizacyjnych.

7. WPROWADZANIE NOWYCH TN DO PROGRAMU PRAC

Każdy zainteresowany ma możliwość zgłaszania tematów normalizacyjnych (TN) z zakresu działania OT wypełniając Karty nowego tematu (KNT) lub Karty propozycji tematu normalizacyjnego (KPT).

Każdy zgłoszony TN, po akceptacji OT, jest wprowadzany do programu prac OT. OT decyduje o kontynuacji lub zaniechaniu tematu normalizacyjnego.

W programie prac prezentowane są wszystkie TN będące aktualnie w opracowaniu.

Program prac OT znajduje się na stronie www.pkn.pl, w *Wykazie OT,* po wybraniu numeru właściwego OT.

8. CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA REALIZACJĘ PROGRAMU PRAC OT

Najważniejsze czynniki mogące zakłócać terminowe wykonanie prac normalizacyjnych to:

- nowe inicjatywy środowisk biznesowych,
- zmiany legislacyjne,
- brak zgody środowiska biznesowego na przyjęcie projektu danej normy bez wprowadzenia odpowiednich zmian w treści lub bez np. opracowania szczególnych warunków krajowych, odchyleń typu A (w przypadku projektów Norm Europejskich),
- brak w OT ekspertów mogących ocenić poprawność postanowień projektu normy/innego dokumentu normalizacyjnego,
- brak środków finansowych na opracowanie danej PN (np. w przypadku ograniczeń budżetowych) lub konieczność poszukiwania wykonawcy danej normy/innego dokumentu normalizacyjnego,
- kwestie prawne uniemożliwiające dalsze prowadzenie prac nad normą, np. wykryta sprzeczność z obowiązującymi w danej dziedzinie przepisami prawa.

9. PROPOZYCJE ZAGADNIEŃ, TEMATÓW NORMALIZACYJNYCH, DLA KTÓRYCH OT PRZEWIDUJE POZYSKANIE ZAMAWIAJĄCYCH W RAMACH PRAC NA ZAMÓWIENIE

Ze względu na obciążenie ekspertów KT 334 realizacją bieżących zadań KT 334 nie przewiduje prac na zamówienie.