



COSMED

Newsletter

LA LETTRE D'INFORMATION DES TPE, PME ET ETI DE LA FILIERE COSMETIQUE

TAGS : Droit de réponse Cosmed - Le parisien // Allégations "santé" // E-commerce en Chine // Produits solaires à Taiwan // Salons 2017.

Mise en cause médiatique des huiles essentielles : le Droit de réponse de Cosmed



Le 27 octobre, le journal Le Parisien mettait en cause injustement les fabricants d'huiles essentielles, et la sécurité des produits, en sprays notamment, avec des arguments erronés ou tendancieux.

Cosmed a obtenu un droit de réponse formel* comme représentant des industriels du secteur. Cosmed a toujours répondu à la presse lors de mises en cause injustifiées (produits solaires notamment). Face aux actes de désinformation de certains médias, Cosmed

entend désormais user de tout l'arsenal de communication, y compris par voie judiciaire, pour obtenir une juste réparation aux atteintes à l'image des entreprises de la filière.

[// Lire le droit de réponse](#)

* Droit de réponse publié dans Le Parisien édition du 20 novembre 2016.



Allégations "santé" des produits cosmétiques : précisions des autorités

Dans le cadre de l'article 20 du Règlement cosmétique, la Commission a publié en septembre 2016 son rapport au **Parlement européen et au Conseil de l'Europe** concernant la conformité des allégations des produits cosmétiques. Selon ce rapport, **90 % des allégations se sont avérées conformes aux 6 critères communs** (cf. newsletter 62 du 21/09/2016), toutefois **certaines allégations sur des effets thérapeutiques ont été mentionnées comme non conformes par les autorités (par exemple celles concernant la circulation du sang, les muscles, les articulations ou l'effet anti-inflammatoire). L'ANSM et la DGCCRF y ajoutent celles mentionnant la cicatrisation.** Par ailleurs, selon la DGCCRF, 10 Procès-Verbaux ont été émis en 2015 visant des produits cosmétiques portant des allégations sur des effets thérapeutiques. Les autorités ont confirmé que les inspections 2017 porteraient toujours sur ces allégations. Une allégation s'apprécie au cas par cas en fonction d'un ensemble de critères (formule, étiquetage, utilisation du produit, population cible).



E-commerce en Chine : derniers rebondissements

L'année 2016 a marqué un tournant dans la vente en ligne des produits cosmétiques en Chine. En avril 2016, la publication d'un décret annulait les procédures de simplification réglementaires et commerciales mises en place dès 2014 pour les produits cosmétiques vendus par e-commerce transfrontalier. Ainsi, le 8 avril 2016 l'enregistrement préalable auprès de la CFDA et le paiement des taxes sur ces produits devenaient obligatoires, avec une période de transition de 1 an. **Les autorités chinoises accorderaient 6 mois supplémentaires, portant jusqu'à la fin de l'année 2017 cette période de transition.** A suivre...



Produits solaires à Taiwan : normes ISO confirmées !

A Taiwan, les produits solaires entrent dans la catégorie des cosmétiques médicamenteux et doivent être enregistrés et approuvés par la FDA taïwanaise. Le 8 novembre 2016, les autorités ont publié des guidelines sur les tests des produits solaires pour la protection UVA et UVB. **Les normes ISO in vivo SPF 24444 et UVA 24442 sont les références retenues.**

Tous les sujets réglementaires, scientifiques et techniques concernant les produits solaires seront abordés lors des Cosmeticdays 2016, les 1er et 2 décembre à Marseille. www.cosmeticdays.com.

[// Plus d'infos](#)



Salons et congrès 2017 : à vos agendas !

L'année 2017 s'annonce riche en congrès et salons dédiés à la filière cosmétique. Pour être certain de ne rien manquer, Cosmed publie un agenda annuel des événements internationaux.

[// Plus d'infos](#)

COSMED - LES OCRES DE L'ARBOIS - BAT. B - 495 RUE RENE DESCARTES- 13100 AIX EN PROVENCE- <http://www.cosmed.fr/>

RESPONSABLE DE LA REDACTION : JEAN-MARC GIROUX

CONTACT NEWSLETTER : ELSA MARQUIER - E.MARQUIER@COSMED.FR

SI VOUS NE SOUHAITEZ PLUS RECEVOIR NOS EMAILS, MERCI DE CLIQUER ICI : [SE DESINSCRIRE](#)

© 2014 COSMED TOUS DROITS RESERVES

