

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee arvamus teemal „Euroopa isikliku hügieeni, kehahooldus- ja ilutoodete tööstussektori tugevdamine“**(omalgatuslik arvamus)**

(2017/C 034/05)

Raportöör: **Madi SHARMA**Kaasraportöör: **Dirk JARRÉ**

Täiskogu otsus	21/01/2016
Õiguslik alus	kodukorra artikli 29 lõige 2 omalgatuslik arvamus
Vastutav seksioon	CCMI
Vastuvõtmine seksioonis	28/09/2016
Vastuvõtmine täiskogus	20/10/2016
Täiskogu istungjärk nr	520
Hääletuse tulemus (poolt/vastu/erapooletuid)	181/1/1

1. Järeldused ja poliitilised soovitus

1.1. Euroopa on alati olnud eestvedaja isikliku hügieeni, kehahooldus- ja ilutoodete tootmises, innovatsioonis ja arendamises. Viimasel ajal on aga tema juhtroll selles sektoris pidevalt vähenenud ülemaailmse konkurentsi ja tingimuste tõttu, milles ei võeta arvesse konkurentsis püsimisega kaasnevat innovatiivse tehnoloogia survet ja reaalsel ärikeskkonda.

1.2. Käesolevas arvamuses käsitletakse Euroopa isikliku hügieeni, kehahooldus- ja ilutoodete tööstussektori tugevdamist, eriti seoses toodetega, mis kuuluvad kosmeetikatoodete määruse (EÜ) nr 1223/2009 alla. „Kosmeetikatoode“ – aine või segu, mis on ette nähtud kokkupuuteks inimese keha välispinna osadega (nahk, juuksed, näo- ja ihukarvad, küüned, huuled ja välised suguelundid) või hammaste ja suuõõne limaskestadega ainult või peamiselt nende puhastamiseks, lõhnastamiseks, nende välimuse muutmiseks, nende kaitsmiseks, heas seisundis hoidmiseks või ihulõhnade parandamiseks. Kosmeetikatootena ei käsitata aineid või segusid, mis on ette nähtud allaneelamiseks, sissehingamiseks, süstimiseks või inimorganismi implanteerimiseks.

1.3. Pehmepaberi, salvrätikute ja naiste hügieenitoodete sektorid ei kuulu kosmeetikatoodete määruse alla, kuid neid võiks paljudes soovitusel arvesse võtta, kuna see sektor pakub lisaväärtust isikliku hügieeni valdkonnas.

1.4. Käesolevas arvamuses ei käsitleta ravimeid, tätoveeringuid, püsimeiki, iluhooldusteenuseid ega tooteid, mida manustatakse operatsiooni või seadmete abil, samuti loomade nahahooldustooted. Kuid tarbijate järjest suurema mure tõttu kahjulike kemikaalide pärast soovib komitee käsitleda kõiki eespool nimetatud tooteid ja teenuseid eraldi dokumendis.

1.5. Ehkki Euroopa spetsialiseerunud ettevõtete innovatsioonivõime on muljet avaldav, on innovatsioon ise ning seega ELi leitud tootmine ja turustamine liikunud maailma teistesse osadesse, tuues kaasa tõsiseid majanduslikke ja sotsiaalseid tagajärgi. Soodsa keskkonna loomine, et liikuda neljandast tööstusrevolutsioonist edasi, võttes asjakohaste strateegiate abil arvesse biotehnoloogia valdkonna suuri edusamme, aitab oluliselt kaasa tööstuse tagasitoomisele ja uute toodete arendamisele.

1.6. Komitee mõistab, et sektor on tarbijate kaitse ja ohutuse tagamiseks juba hästi reguleeritud ja puudub vajadus täiendavate õigusaktide järele, kuid kaaluda võiks läbipaistvuse suurendamist. Seda silmas pidades esitab ta järgmised sektoripõhised soovitusel:

- suurem tehnoloogiline lähenemine bio- ja inseneriteaduste vahel, genoomika, farmaatsiatoodete ja meditsiiniseadmete ning ilu- ja hooldussektori arendamine;
- parem koostöö suur- ja väikeettevõtete vahel ning biotehnoloogia uuringute valdkonnas;
- strateegiad, et minimeerida uuenduslike VKEde arenguperioodi, mil kasumit ei toodeta;
- turuteabe ja teadmiste parem edastamine sidusrühmade vahel, et edendada kosmeetikaalast innovatsiooni ja toetada isikupärastamist;
- paremad tööhõivevõimalused innovatsioonis ja uute toodete arendamisel;
- ressursside haldamise ja jäätmekäitlusstrateegiad keskkonnasäästlikkuse ja ringmajanduse tagamiseks;
- loomkatsetele alternatiivide leidmise esikohale seadmine ja ennast tõestanud alternatiivsete meetodite õiguslik heakskiitmine;
- elurikkuse kaitsega seonduvate nõuete laialdane levitamine, põlisrahvaste intellektuaalomandi austamine ja õiglase kaubanduse põhimõtete järgimine;
- uued kontseptsioonid kasutajarühmade ja tarbijate kaasamiseks alates uute toodete arendamisest kuni hindamiseni;
- rahvusvahelise koostöö läbivaatamine, et pettuse vastu võitlemise eesmärgil parandada ELi normide kättesaadavust, ühtlustamist ja edendamist kogu maailmas.

2. Isikliku hügieeni toodete sektori ülevaade

2.1. Kosmeetika- ja isikliku hügieeni tooted on enam kui 500 miljoni igas vanuses Euroopa tarbija jaoks olulised esmatarbekaubad. Need hõlmavad nii igapäevaseid hügieenitooted, nagu seep, šampoon, deodorant ja hambapasta, kui ka luksuslikke ilutooteid, nagu parfüümid ja meigitooted. Sektori väärtus on **77 miljardit eurot (2015) ja see oli üks väheseid sektoreid, mida üleilmne finantskriis ei mõjutanud**. Euroopa on saavutanud selles sektoris maailmas juhtpositsiooni ja on kosmeetikatoodete oluline eksportija. Väljapoole Euroopat suunatud kaubandus moodustas **2015. aastal 17,2 miljardit eurot**.

2.2. Kosmeetikatööstuses on tiheda konkurentsi tõttu oluline kaubamärgi tuntus. Kliendi lojaalsuse aluseks on usaldusväärne reklaamimine, kvaliteet, ohutus ja uute toodete arendamine ning seda võib võrrelda moetööstusega, kus suundumused muutuvad hooajaliselt.

2.3. Sektoris on igas suuruses ettevõtteid, kusjuures Euroopa kosmeetikatööstuses on üle 4 600 VKE. VKEde turuosa on hinnanguliselt 30 %, kuid mõnes ELi liikmesriigis võib nende osakaal olla kuni 98 %. Tootevalik on erinev, ulatudes suurettevõtetes rohkem kui 20 000 ning väiksemate ettevõtjate puhul ligikaudu 160 tooteni. Suured kosmeetikatoodete tootjad kasutavad ligikaudu 2 000 koostisainet, VKEd 600, ning mõlemad võtavad igal aastal kasutusse ligikaudu 4 % uusi koostisaineid. Uued koostisained avaldavad märkimisväärset mõju kasumlikkusele ja arengule.

2.4. Kogu Euroopa väärtusahelas töötab tootmisest kuni jaemüügini vähemalt 2 miljonit inimest. Tootmisega oli 2015. aastal hõivatud 152 000 töötajat, ⁽¹⁾ kellest naisi (56 %) on natuke rohkem kui mehi (44 %). Viimase viie aasta jooksul on otsene ja kaudne tööhõive sektoris suurenenud 2,3 %, st rohkem kui 39 000 töökoha võrra ⁽²⁾.

2.5. Teadus- ja arendustegevuse kulud olid 2015. aastal hinnanguliselt 1,27 miljardit eurot. Riigiti on erinevused suured. Sektoris töötab üle 26 000 teadlase, kes uurivad teaduse uusi valdkondi, töötavad uute koostisainete kallal, arendavad uusi koostisi ja teevad ohutushindamisi. Tänu sellele kõigele on uute patentide arv ELis igal aastal muljet avaldav.

2.6. Euroopa paberitööstuse, eelkõige pehmepaberi tootmise väärtus aastast on üle 10 miljardi euro ja see moodustab 25 % maailma pehmepaberi turust. Kvaliteetse pehmepaberi, näiteks kätepaberi, salvrätikute, tualettpaberi jne ulatuslikum kasutamine on oluline näitaja, mis osutab elukvaliteedi ja hügieenitingimuste paranemisele nii kodus kui ka väljaspool, andes seega tõhusa panuse isikliku hügieeni sektorisse.

2.7. Euroopa kosmeetikasektor pälvib tunnustust juhtrolli võtmise eest loomkatsete täielikuks keelustamiseks, edendades samal ajal innovatsiooni ja konkurentsivõimet. Tänapäeva turgu suunavad võrdväärset ohutus ja innovatsioon, uued värvipaletid, nahatüübipõhised hooldusvahendid, vananemistvastased tooted ja ainulaadsed koostised. Tarbijad nõuavad pidevalt laiemat valikut, suuremat isikupärastamist ja veel suuremat tõhusust. Et vastata paremini kasutajate eelistustele ja ootustele, kaasatakse tarbijarühmad ja -organisatsioonid korrapäraselt juba arendamise varajastes etappides.

3. ELi õigusaktid

3.1. ELi õigusaktide ja suunistega reguleeritakse nii koostisainete järelvalvet kui ka katsetamise kriteeriumid, sealhulgas loomkatsete keelustamine, keskkonnakaitse ja märgistamine. Turulepääsu, rahvusvaheliste kaubandussuhete ja õigusnormide lähendamist käsitleva õigusraamistiku üle teostab järelvalvet komisjon.

3.2. Kosmeetikatoodete määrus, st määrus (EÜ) nr 1223/2009, on kehtinud 2013. aastast ja asendab 1976. aastal vastu võetud direktiivi 76/768/EMÜ. Selle eesmärk on ühtlustada norme, et viia lõpule kosmeetikatoodete siseturg ja saavutada inimeste tervise kaitse kõrge tase.

3.3. Olenemata tootmisprotsessidest või turustusahelatest peavad ELis turustatavad kosmeetikatooted olema ohutud. Kosmeetikatoodete määruse (sh selle lisade) ja selles tehtud muudatustega sätestatakse regulatiivsed tingimused ja kõigile kosmeetikatoodetes kasutatavatele ainetele esitatavad piirangud. Kosmeetikatoote eest „vastutav isik“ vastutab toote ohutuse eest ja peab tagama, et enne müüki läbib see asjakohase teadusliku ohutushindamise. Andmebaas CosIng sisaldab teavet kosmeetikatoodete koostisainete kohta ning tagab nende kohta käivatele andmetele hõlpsa juurdepääsu. Inimtervise ja tarbijaohutuse kõrgetasemelise kaitse tagamine tähendab ka seda, et vastutavad teaduskomisjonid peaksid eritähelepanu alla võtma võimalikud terviseohud teatavate ametialade (näiteks juuksurid ja kosmeetikud) esindajate puhul, kes kasutavad kosmeetikatooteid igapäevaselt oma ametialase tegevuse käigus ja on nendega seega tihedamas kokkupuutes kui tavainimesed.

4. Sektori arendamise strateegiad

4.1. Konkurentsivõime säilitamiseks tegelevad tootjad pidevalt uuendustegevusega, et avastada uusi koostisaineid, kasutada olemasolevaid koostisaineid uutes rakendustes ja luua rohkem isikupärastatud tooteid. Siiski ei saa nad töötada isoleerituna ja seetõttu peavad ELi komisjon, riikide valitsused ja sidusrühmad, eriti tarbijate ja töötajate esindajad, tegema majanduskasvu soodustava keskkonna loomise nimel koostööd.

4.2. Komitee on seisukohal, et sektori arengu põhiprobleemid on samasugused nagu kõigil tööstussektoritel, ning esitab hügieeni- ja kosmeetikatoodete sektori kohta järgmised soovitusel.

⁽¹⁾ Eurostat.

⁽²⁾ Ühenduse Cosmetic Europe andmetel.

4.2.1. **Suurem lähenemine** bio- ja inseneriteaduste vahel, sh genoomiuuringute ning ilu- ja hooldussektori vahel, aitaks paremini suurendada toodete mitmekesisust. Nahk on inimkeha suurim organ, kuid erinevused kosmeetikatoodete nahale kandmise ja ravimite kasutamise vahel näivad kaduvat. Arvestada on vaja teatud mõjuga, näiteks ärritus, allergia ja nahavähk. Heaks koostöönäiteks on sellised algatused nagu EIT Health,⁽³⁾ mis hõlmab tervishoiu olulisi valdkondi, sh farmaatsia, meditsiinitehnika, biotehnoloogia ja e-tervis. Kosmeetikatoodet parandavad isiklikku hügieeni ja heaolu ja/või mõjutavad elustiili (positiivne mõju, mida õigusaktides ei arvestata, näiteks stressi vähendamine, enesekindluse suurenemine või une paranemine). Ehkki kosmeetikatoodet ei ole ravimid, põhinevad nad keerulistel teadusuuringutel naha ja selle funktsioonide kohta. Kosmeetikatoodete väljatöötamisel on seega suureks abiks edusammud muudes bioloogiateaduste valdkondades, eelkõige farmaatsiatööstuses. Edendama peaks koostööd teadusuuringute alal, keskendudes isikupärastamisele ning pidades silmas elustiilile ja heaolule kohandatud tooteid.

4.2.2. **Parem koostöö** suur- ja väikeettevõtete vahel ning sektoripõhiste inkubaatorite⁽⁴⁾ või klastrite arendamine parandaks konkurentsivõimet ja toetaks majanduskasvu. Kõik kosmeetikatoodet läbivad enne turule laskmist asjatundliku teadusliku ohutushindamise, mis võib väiksemate ettevõtjate jaoks olla halduslikult ja rahaliselt piirav. Kuigi ohutushinnangu säilimine on oluline, võiksid väiksemad innovaatilised ettevõtted kasutada erinevaid ettevõtlust toetavaid meetmeid, mis oleksid innovatsiooni ja uute toodete arendamise protsessi ning lõpptooted eduka turustamise vahelisel arenguperioodil abiks, aidates vähendada ebaõnnestumise ohtu. Sellisteks meetmeteks võiksid olla parem teabejagamine tehnoloogia- ja teadmussuurenduste kaudu, koostöö investeerimisvõimaluste alal, kulude vähendamise analüüs ja juurdepääs rahastamisvahenditele⁽⁵⁾. Samuti peaksid valitsused muutma oma tootmisalaseid arusaamu ja hakkama toetama kohalikku tootmist ja töökohtade loomist Euroopas.

4.2.3. **Parem turuteave ja andmete edastamine** teadusringkondade, sektori ja tarbijate vahel edendavad teadmussuurenduste abil majanduskasvu. Isikliku hügieeni valdkonnas liigutakse mahe-, looduslike, UVB- ja UVA-kaitsega toodete, vananemist toetavate ja vananemisvastaste toodete suunas, avardades innovatsiooni ulatust. Menopausi ja vananemisega seotud uuendused loovad praegu iluhoolduse valdkonnas arenguvõimalusi, kuna võimaldavad suunata arvukatele inimestele tooteid, mis aitavad neil head välja näha ja end võimalikult hästi tunda. Teaduses ja tehnoloogias toimuvad arengud inimgenoomi järjestuse määramisel ja edusammud selle eri funktsioonide ja absoluutse individuaalsuse mõistmisel suunavad kosmeetikatööstust edaspidi toodete äärmiselt tugeva isikupärastamise suunas. Sektori põhilisteks ülesanneteks on koostöö meditsiini- ja teadusringkondadega sellealaste teadusuuringute ja innovatsiooni vallas.

4.2.4. **Töötajate suurema kaasatuse soodustamine.** Töötajad on tooteuuenduses esirinnas, kuna neil on sektori kohta ülevaade alates arendusprotsessist kuni tarbijate tagasisideni. Seega aitaks ettevõtte kasvule kaasa põhjalikum konsulteerimine, sh siseettevõtluse edendamine. Sektori tööhõivevõimalused on mitmekesised ning parem kommunikatsioon hetke- ja tulevikuarengu seisukohalt vajalike oskuste ja pädevuste näitamiseks muudab sektori huvipakkumaks. Euroopas tegeleb üle 514 000 bioteaduste üliõpilase⁽⁶⁾ uute teadusuuringute ja võimaluste loomisega sektoriülese koostöö suurendamise nimel. Suurem koostöö akadeemiliste ringkondade ja tööstuse vahel aitab jällegi laiemaid töötajate hulki kaasata.

4.2.5. Majanduskasvu toetamiseks on vaja **teadus- ja arendustegevust**, investeringuid, teadus- ja arendustegevuse rahastamist ja ohutusnorme. ELi tootmissektoris võiks kaaluda avaliku ja erasektori rahastamismehhanisme teadus- ja arendustegevuse, patentide registreerimise ja uute toodete arendamiseks.

4.2.6. ELi suur- ja väikeettevõtete kasumlikkusele, aga ka tarbijate tervisele kujutavad tõsist ohtu **patendiõiguse rikkumised ja võltsitud kaubad**. 2006. aastal jäi ELil võltsitud parfüümide ja kosmeetikatoodete tõttu saamata 3 miljardit eurot. Kaubamärkide intellektuaalomandi paremaks kaitsmiseks võiks tootele lisada valmistajatiigi.

⁽³⁾ www.eithealth.eu

⁽⁴⁾ <http://www.biocity.co.uk/medicity/nottingham>

⁽⁵⁾ ELT C 13, 15.1.2016, lk 152.

⁽⁶⁾ Euromonitor International.

4.2.7. **Riskipõhise reguleerimise kohustus:** praegu ei reguleerita aineid nende olemuslike omaduste alusel (nt ärritav), vaid selle põhjal, kas aine omadus ilmneb tegelikes kasutustingimustes (nt kasutatakse kontsentratsioonis, mis ei tekita ärritust). See lähenemisviis on võimalik, kuna kosmeetikatoodete kasutamine on täpselt kindlaks määratud ja võimalik on teha täielik riskihindamine. Kemikaale käsitlevate õigusaktide puhul on lähenemisviis teistsugune (kasutamine ei ole kindlaks määratud) ning olemuslike omaduste ohtlikkus on otsustava tähtsusega. Sektori tulevase innovatsiooni- ja arenguvõimaluste seisukohast on ülioluline, et ELi õigusaktides ja meetmetes eristatakse jätkuvalt asjakohaselt ohtu ja riski.

4.2.8. **Geograafiliste koostisainete edendamine.** Piirkonnale iseloomulike loodustoodete uurimise ja sertifitseerimise edendamine kaitstud geograafiline tähise⁽⁷⁾ abil (nt Korsika käokuld) võimaldab edendada ELi piirkondlikke tooteid, suunates lisatähelepanu kohalikele kaupadele ja käsitöötodetele. Praegu on loodustoodete isotoopide määramise või laboratoorse analüüsi kulud ettevõtjate ja VKEde jaoks liiga kõrged.

4.2.9. **Loomkatsete keelustamine:** kosmeetikatoodete määрусega kehtestati katsete (valmis kosmeetikatoodete ja kosmeetikatoodete koostisainete loomadel katsetamise keelustamine) ja turustamise (loomadel katsetatud valmis kosmeetikatoodete ja kosmeetikatoodete koostisainete ELis turustamise keelustamine) keeld. Seda keeldu ei soovita tühistada. Siiski seisavad tootjad uuendustegevuse, uute toodete arendamise ja ekspordi valdkonnas silmitsi järgmiste probleemidega.

— **Valideeritud alternatiivsete meetodite õiguslik heakskiitmine:** mitmes ohutuskatsete valdkonnas on edukalt välja töötatud ja valideeritud loomi mitte kasutavad strateegiad, mille on heaks kiitnud ka OECD. Need võimaldavad täpselt prognoosida bioloogilise süsteemi keerulisi reaktsioone – eriti valmis kosmeetikatoodete katsetamiseks ning teatavate toksilisuse näitajate suhtes koostisainete katsetamisel. Samuti on võimalik asendada teatavat puuduolevat ohutusteavet, kasutades analoogiat juba tuntud sarnaste keemiliste omadustega koostisainetega või kohaldades toksikoloogilist ohutuskünnist. Reguleerivate asutuste heakskiit valideeritud meetoditele on väga oluline selleks, et sektor saaks liikuda uuendusliku ja loomkatseteta maailma suunas.

— **Teadus- ja arendustegevus koostisosade ja toodete ohutushinnangu parandamiseks:** ilma loomkatseteta puudub praegu täielik *in vitro* katsete kogum uute molekulide ohutuse hindamiseks, näiteks päikesekaitsetoodetes. Nii avalik kui erasektor peaksid toetama teadusuuringuid, leidmaks ohutushinnangu läbiviimiseks loomkatsetest hoiduvaid lähenemisviise. Prioriteet on teadus- ja arendustegevus naha bioloogia mõistmiseks, et arendada tooteid, mis hoiavad ära/vähendavad nahavähki, sest naha melanoomi esinemine sageneb endiselt.

— **Eksport:** paljudes riikides, kuhu Euroopa kosmeetikatooteid eksporditakse, nõutakse tarbijahutuse osana toodete katsetamist loomadel. Sellest tulenevad vastuolulised õiguslikud nõudmised ning märkimisväärsed probleemid sektori jaoks. Selles küsimuses tuleks läbirääkimistega saavutada ülemaailmsed kokkulepped.

4.2.10. **Ressursside haldamine ja jäätmekäitlus:** rahvastiku kasv, tarbimise suurenemine ja ressursside, eriti veevarude ammendumine on säästva tarbimise ja ettevõtja sotsiaalse vastutuse seisukohalt probleemiks nii tarbijatele kui ka tööstusele. Sektori prioriteediks on keskkonnasäästlike toodete tootmine, mille käigus arvestatakse jäätmekäitluse ja ressursside haldamisega. Komisjoni ringmajanduse pakett ja ühenduse Cosmetics Europe 2012. aasta suunised kosmeetikavaldkonna ettevõtjatele, eriti VKEdele, on küll head, kuid vaja on ära teha tunduvalt rohkem, sest lahendamata on tõsised probleemid. Sektorile vajalike ressursside kaitse käib käes vajadusega kaitsta elurikkust kui praeguste ja tulevaste põlvkondade ühist hüve. Uute toodete poole pöördumine ei tohiks toimuda põlisrahvaste ja nende intellektuaalomandi arvelt. Õiglase kaubanduse põhimõtete ja keskkonnavalase käitumisjuhendi laiaulatuslik rakendamine kõnealuse sektori ettevõtjate hulgas on tarvilik ja igati vajalik. Sama oluline on tarbijate otsustav hoiak lükata tagasi need tooted, mille tootmine on vastuolus säästva arengu põhimõtetega.

⁽⁷⁾ http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm

4.2.11. **Suurem läbipaistvus:** turujärelevalve on tarbijatekaitse tagamisel otsustava tähtsusega. Riiklike tarbijakaitseasutuste, tarbijaorganisatsioonide, kasutajate ja tervishoiutöötajate tihedam koostöö riiklikul tasandil aitaks suurendada tarbijate usaldust ja läbipaistvust. Konsultatsioonid sidusrühmadega peaksid toimuma kogu toodete arendamise ja uuendamise protsessi vältel. Tootest teavitamine RAPEXi süsteemis annab tarbijatele õiguse nõuda kogu tarneahelas suuremat ohutust, kuid nad toonitavad, et tõsistest riskidest teavitamine peaks toimuma esimesel võimalusel. Tarbijate sõnul on vaja suuremat läbipaistvust seoses järgmiste aspektidega:

- Selleks et tagada kehtivate õigusaktide tugevam jõustamine ja selgem ohutushinnang, säilitada tarbijate usaldus tooteohutuse vastu, suurendades samal ajal kooskõla kosmeetikatoodete määrusega, on vaja ulatuslikumat ja kergemini loetavat märgistust toote kasutamiskiiside ja otstarbe kohta.
- Vaja on suurendada reklaamartiklite ja tooteenduse läbipaistvust, et vältida tarbijate eksitamist. Reklaamimine on väiksemate ettevõtete jaoks üle jõu käival kulukas. Tasulised reklaamtekstid peaksid olema selgelt tuvastatavad, sealhulgas selliste toodete võrdlused, millel on erinev tootemark, kuid mis on mõnikord sama ettevõtte tooted.
- Kosmeetikatoodete määruis ei ole mahetoodete kohta kehtestatud erisätteid. Praegu puuduvad ELis ühtlustatud eeskirjad, mis määraksid mahekosmeetika toodete kriteeriumid, mistõttu on ka vähese mahekoostisaine sisaldusega toodete puhul võimalik kasutada mahetoote nimetust. Kui konkreetseid juhiseid ei rakendata, võib see tarbijaid eksitada ja valitseb oht, et saab kahjustada ELi ilutööstuse usaldusväärne maine.

4.2.12. **Uute turgude pakutavad võimalused,** sh need, mis on suunatud tarbijate ostuharjumuste muutmisele, näiteks e-kaubandus ja otsemüük, pakuvad lisaks piiriülesele kauplemisele ka uusi müügiümudeleid. E-kaubanduse sektori uuringu esialgsed tulemused näitasid, et pooled uuringus osalenud ELi kosmeetikatoodete ja tervisesektori ettevõtjatest ei tegelenud piiriülese müügiiga. Ehkki kosmeetikaettevõtet kasutavad digiajastu võimalusi, on nad (sageli riigipõhiste) õiguslike nõuete küttes: sh riigikeelne märgistus, loomkatseid reguleerivad seadused, kosmeetika ohutuse kontrollimise nõuded.

4.2.13. **Kaubandustõkked:** ELil on kosmeetikatoodete kaubandusbilansi suur ülejääk, ent Euroopa Komisjon peaks jätkama lähendamispüüdlusi sellistel foorumitel nagu kosmeetikatoodete käsitlevate õigusaktide rahvusvaheline koostööfoorum, ja kaubanduslääbirääkimistel, kui ELi õigusakt saab rahvusvaheliseks normiks. ELi kosmeetikatoodete määruis jääb tarbijaohutuse osas inspiratsiooniallikaks tärkava majandusega piirkondadele (Kagu-Aasia Maade Assotsiatsiooni riigid, Venemaa, Ladina-Ameerika riigid ja Hiina). See annab ELi reguleerivatele asutustele ja tööstusele võimaluse aidata parandada õigusraamistikke peamistel eksporditurgudel, kus õigussüsteemid on ELi omaga sarnased.

- **Ühtlustamise toetamine** on vajalik selleks, et suurendada kaubandust siseturul. ELis suurendab kaubandustõkkeid ühtse tolliasutuse puudumine. Igas liikmesriigis vastutab ELi tolliõiguse eest oma asutus ning neid ei juhita ühtsetel alustel. Klassifitseerimist, hindamist, päritolu ja tollimenetlusi käsitlevaid ELi norme kohaldatakse sageli igas liikmesriigis erinevalt ja ka käibemaksumäärad on erinevad.
- **Pettuse ja võltsimise vastu võitlemine** nii imporditud toodete puhul kui ka ELis endas on tõsine teema. ELi riigid peavad kosmeetikatoodete kasutamisega seotud tugeva soovimatu mõju vältimiseks tegema koostööd, vahetama teavet ja tegutsema kiiremini. Pettuste ja võltsitud toodete sagemine, osaliselt üha suureneva impordi tõttu, ning liikmesriikide piiratud vahendid toodete kontrollimiseks viivad selleni, et oht tarbija tervisele suureneb.

- Kaubanduskokkulepped: kosmeetikatooteid käsitlev peatükk on olnud Atlandi-ülese kaubandus- ja investeerimispartnerluse arutelus üks keerulisemaid. ELi norme võiks tänu Atlandi-ülese kaubandus- ja investeerimispartnerlusele ja muudele kaubanduslepingutele kasutada laiemalt, edendades ELis valmistatud toodete usaldusväarsust ja usaldust nende kaubamärkide vastu ning võimaldades ELi ettevõtetel pääseda arvukamate tarbijatega turule.

Brüssel, 20. oktoober 2016

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee
president
Georges DASSIS
