

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

รายงานการประชุมคณะกรรมการสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยครั้งที่ 3/2561

วันพฤหัสบดีที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 เวลา 12.00-16.00 น.

ณ ห้อง GS1-3 สภาอุตสาหกรรมฯ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

รายชื่อกรรมการที่เข้าร่วมการประชุม

1. คุณเกษมณี	เลิศกิจจา	ประธานที่ประชุม	
2. ดร.ปรีชากร	สุวรรณเพ็ญ		
3. คุณภาวดี	อั่งสันติกุล		
4. คุณชนะชัย	วรรณประเสริฐ		
5. คุณฉวี	ตันทสุทธิ		
6. คุณมุกดา	โจวตระกูล		
7. คุณศิวาพร	เฟื่องฟูสิน		
8. ดร.ธนกร	เวียงศรีพนาวลัย		
9. คุณนิพนธ์	เผ่านี้มมงคล		
10. คุณวิมลศิริ	ปัญจชนศักดิ์		
11. คุณสมบัติ	วนาอุปถัมภ์	แทนคุณมาลี	หาญสุโพธิพันธ์
12. คุณวัชรพร	ผาสุขจิตร	แทนดร.สุษิรา	สุดกรยูทธิ
13. คุณมณีรัตน์	สุขจิตร		
14. คุณรสสุคนธ์	แซ่เล่า		
15. คุณสุพัชชา	คณาวงค์		
16. คุณศุภรา	ปิ่นจินดา	แทนคุณสุพจน์	รุ่งเจริญ

กรรมการที่ไม่สามารถเข้าร่วมการประชุม (ติดภารกิจอื่น)

1. คุณอรรรณพ	อารัญญิก
2. คุณจิตตพันธ์	หงส์สิริ
3. คุณนาคาญ์	ทิวชาวัฒน์
4. คุณสายใจ	พรหมเดเวช
5. คุณภูสิษฐ์	ศรีโรจนภิญโญ
6. คุณเพ็ญจิตร	เจริญศิริ
7. คุณกาญจนา	อนุรักษ์กมลกุล
8. คุณอภิรักษ์	โรจนวิภาต
9. ดร.จิระพันธ์	ม่วงเจริญ
10. คุณรัชชานาลี	กั้ววานวิวัฒน์ศิริ
11. คุณพงศ์ประพันธ์	สุสันฉวีตพงษ์

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

สมาชิกและผู้เข้าร่วมประชุม

1. คุณเพลินพิศ บจก.ศารายา เอ็มเอฟจี(ไทยแลนด์)
2. คุณชนิตา อยู่เชื้อ บจก.คาโอคอม ซูเมอร์ โปรดักส์ (เซ้าท์อีสต์ เอเชีย)
3. คุณนงลักษณ์ สถิตกาญจน์ บจก.พรอดเตอร์ แอนด์ แกมเบิ้ล เทรตติ้ง (ประเทศไทย)
4. คุณวิภาพร จานุกิจ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
5. คุณจิตาภา ธรรมาปริชากร สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

เปิดประชุมเวลา 12.00 น.

คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมฯ ทำหน้าที่ประธานในที่ประชุมกล่าวเปิดการประชุม โดยมีระเบียบวาระการประชุมดังนี้

ระเบียบวาระที่ 1 เรื่องที่ประธานแจ้งให้ทราบ

1.1 การประชุมร่วมกับ Tmall.com ในประเด็นปัญหาการค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยในตลาดจีน

คุณเกษมณี ประธานในที่ประชุม ได้แจ้งให้ทราบว่า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับเว็บไซต์ Tmall.com ภายใต้การดำเนินงานของ Tmall Global ในเครือบริษัท Alibaba Group จำกัด ได้ร่วมกันผลักดันและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดจีน โดยผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เมื่อต้นเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้รับแจ้งจากผู้แทนของ Tmall Global ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยที่ขายบนเว็บไซต์ Tmall.com พบปัญหาการถูกแอบอ้างและปลอมแปลงสินค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ทางผู้แทนของ Tmall Global จึงได้ขอหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- 1.) แนวทางการแก้ปัญหาการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทยไปยังตลาดจีน โดยเฉพาะบนเว็บไซต์ Tmall.com ที่พบการปลอมแปลงผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางของไทย
- 2.) แนวทางการแก้ปัญหาด้านการกำกับดูแลคุณภาพและมาตรฐานเครื่องสำอางไทย เพื่อการส่งออก
- 3.) แนวทางความร่วมมือในการส่งเสริมสินค้าเครื่องสำอางไปยังตลาดจีนผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Tmall.com

มติที่ประชุม ที่ประชุมรับทราบ

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

ระเบียบวาระที่ 2 รับรองรายงานการประชุม

2.1 รับรองรายงานการประชุมคณะกรรมการสมาคมฯ ครั้งที่ 2/2561 วันพฤหัสบดีที่ 14 มิถุนายน 2561

มติที่ประชุม รับรองรายงานการประชุม

ระเบียบวาระที่ 3 เรื่องเพื่อพิจารณา

3.1 สมาชิกใหม่ 2 บริษัท

1.) คุณพลาดิษฐ์ จินาภักดี (เลขทะเบียนการค้า : 0505556011571)

บริษัท เนเจอร์พรอฟ จำกัด

88 หมู่ 4 ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000

โทร 0835542622 อีเมลล์ info@natureprof.com

ธุรกิจหลัก ผู้ผลิตเครื่องสำอาง (OEM, Ownbrand)

(ทราบข่าวจาก เว็บไซต์สมาคมฯ)

2.) คุณทัตภณ จีระโชติพันธ์ (เลขทะเบียนการค้า : 0125552017055)

บริษัท วฐูธร จำกัด

46/154-7 หมู่ 3 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

โทร 02 961 7944 อีเมลล์ thadpol@wathoothorn.com

ธุรกิจหลัก ผู้ผลิตเครื่องสำอาง (ODM)

(ทราบข่าวจาก เว็บไซต์สมาคมฯ)

มติที่ประชุม รับรองการเป็นสมาชิก 1 บริษัท คือ บริษัท วฐูธร จำกัด และขอข้อมูลเพิ่มเติม 1 บริษัท คือ บริษัท เนเจอร์พรอฟ จำกัด

ระเบียบวาระที่ 4 เรื่องสืบเนื่อง

4.1 ความคืบหน้าการจัดอบรม PIF ครั้งที่ 2 ในวันที่ 16 สิงหาคม 2561 ณ โรงแรม

เดอะศุโกศล ถนนศรีอยุธยา กรุงเทพฯ โดย ฝ่ายจัดหารายได้ และ ฝ่ายวิชาการ

คุณศิวาพร ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า ขณะนี้ยอดผู้สมัครเข้าอบรม มีจำนวน 64 ท่าน สำหรับเนื้อหาหลักสูตรในการอบรมครั้งนี้ จะมีการเปลี่ยนวิทยากรบางท่าน โดยช่วงที่ 3 ของการอบรมนั้น คุณอภิรักษ์จะเป็นผู้บรรยายเนื้อหาหลักสูตรในช่วงนั้น และได้มีการปรับเวลาในแต่ละช่วงเพื่อให้สอดคล้องกับผลแบบประเมินในการอบรมครั้งที่แล้ว ในส่วนของพิธีกรนั้นได้ ดร.ชนกร มาช่วยเป็นพิธีกรให้ สำหรับจำนวนพี่เลี้ยงที่จะดูแลผู้ประกอบการในระหว่างอบรมนั้นทางทีมวิชาการได้เสนอว่าใช้พี่เลี้ยง 5 ท่านก็น่าจะเพียงพอแล้วเพราะจำนวนผู้เข้าอบรมไม่ได้มีจำนวนเยอะเท่าครั้งที่แล้ว

มติที่ประชุม รับทราบ

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

4.2 การประชุมวิชาการเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน เวลา 14.00 ที่สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย/การประชุมคณะทำงานเพื่อคลี่คลายปัญหาการออกกฎหมายลำดับรอง ครั้งที่สอง วันที่ 14 มิถุนายน และการประชุมชี้แจงและรับฟังความคิดเห็นต่อร่างกฎหมายลำดับรอง ทั้ง 7 ร่างวันที่ 6 กรกฎาคมโดย ฝ่ายวิชาการ

คุณชนะชัย ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า ในการประชุมชี้แจงและรับฟังความคิดเห็นต่อร่างกฎหมายลำดับรอง ทั้ง 7 ร่างเมื่อวันศุกร์ที่ 6 กรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมานั้น ได้มีการกล่าวถึงประเด็นในเรื่องของการนำใส่ QRบนฉลากสินค้า และ เรื่องการขอ เอกสารรับรอง GMP ในกระบวนการจดทะเบียน ซึ่งในการประชุมคณะทำงานกลุ่มย่อยตัวแทนจากทางสมาคมฯได้แย้งถึงปัญหาไปแล้วในทั้งสองเรื่อง โดยสมาคมฯ กำลังดำเนินเรื่องเพื่อส่งข้อคิดเห็น ต่อร่างประกาศทั้ง 7 ร่างประกาศ

มติที่ประชุม รับทราบ

ระเบียบวาระที่ 5 เรื่องเพื่อทราบ

5.1 ความคืบหน้าการจัดทำหนังสือ Asian Cosmetic Document

คุณนิพนธ์ ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า ในการจัดทำหนังสือ Asian Cosmetic Document ได้มีการให้ทำตารางนำเสนอคุณสมบัติต่างๆของทั้ง 3 โรงพิมพ์ อันได้แก่ โรงพิมพ์นิวไวเต็ก , โรงพิมพ์อรุณการพิมพ์ และโรงพิมพ์คุณสาม เพื่อนำมาใช้ในการเปรียบเทียบก่อนที่จะเลือกโรงพิมพ์ต่อไป ในการนี้กรรมการยังช่วยหารือกำหนด specification ของการจัดทำหนังสือในครั้งนี้อีกด้วย

มติที่ประชุม ให้พิมพ์หนังสือจำนวนทั้งสิ้น 1500 เล่ม และมีการสรุป specification ในการจัดทำหนังสือ ASIAN Cosmetic Document โรงพิมพ์ที่จะเลือกต้องทำได้ดังต่อไปนี้

- กระดาษปก ให้ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี โดยในส่วนของรูปแบบหน้าปกจะใช้เป็นแบบเดิม แต่จะเปลี่ยนสีของปกให้อ่อนลง
- เนื้อในใช้กระดาษถนอมสายตา 80 แกรม โดยการเข้าเล่ม – เย็บก๊อด้กาว
- สามารถขอตรวจ proof read ของหนังสือจริงได้
- โรงงานมีความเป็น professional สามารถประสานงานได้ด้วยดี

5.2 การประชุมคณะทำงานภาคประชาชน ครั้งที่ 5/2561 วันพุธที่ 18 กรกฎาคม 2561 ณ ห้องประชุมชัยนาทนเรนทร อาคาร 1 ชั้น 1 สำนักคณะกรรมการอาหารและยา โดยคุณนิพนธ์

คุณนิพนธ์ ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า ในที่ประชุมได้มีการหารือในเรื่องจากประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย “อาหารที่มีไขมันทรานส์” ที่ลงราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมามีการออกประกาศไว้ดังนี้ อาศัยอำนาจ

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

ตามความในมาตรา 5 วรรคหนึ่ง และมาตรา 6 (8) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้น้ำมันที่ผ่านกระบวนการเติมไฮโดรเจนบางส่วนและอาหารที่มีน้ำมันที่ผ่านกระบวนการเติมไฮโดรเจนบางส่วนเป็นส่วนประกอบ เป็นอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย

ข้อ 2 ประกาศฉบับนี้ ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวัน นับแต่วันที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

โดยประกาศฉบับดังกล่าวให้บังคับใช้เมื่อพ้นกำหนดร้อยแปดสิบวัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป ทั้งนี้อาหารที่มีกรดไขมันทรานส์ จากน้ำมันที่ผ่านกระบวนการเติมไฮโดรเจนบางส่วน อาทิ เนยขาว เนยเทียม คูกี้ แครกเกอร์ มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ชัดเจนว่า กรดไขมันทรานส์ (Trans Fatty Acids) จากน้ำมันที่ผ่านกระบวนการเติมไฮโดรเจนบางส่วน (Partially Hydrogenated Oils) ส่งผลเพิ่มความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด จึงมีความจำเป็นต้องออกประกาศฉบับนี้

มติที่ประชุม รับทราบ

5.3 การเปรียบเทียบ Cosmetic Claim ระหว่าง EU และ ASEAN โดย ดร.ธนกร

ดร.ธนกร ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า ในหัวข้อนี้เป็นหัวข้อที่ทางทีม ACA-Scientific Affair ทำร่วมกับทีมงานของสมาคมฯ โดยในขั้นแรกจะเป็นการเปรียบเทียบ Cosmetic Claim ระหว่าง EU และ Asean ในเบื้องต้นว่ามีข้อแตกต่างกันตรงไหนบ้าง จากนั้นก็จะประชุมเพื่อหารือแนวทางการจัดทำว่าจะคงแบบเดิมไว้หรือจะตาม EU โดยการประชุมจะจัดขึ้นในวันที่ 8 สิงหาคม ซึ่งสรุปในแต่ละหัวข้อนั้นสามารถอ่านเพิ่มเติมได้ (ตามเอกสารแนบรายงานการประชุม) ของสรุปการประชุมนี้

มติที่ประชุม รับทราบ

5.4 การประชุม ICCR ระหว่างวันที่ 10-13 กรกฎาคม 2561 ที่ประเทศ ญี่ปุ่น โดย ดร.ปรีชากร

คุณเกษมณี ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า ICCR คือ หน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับกฎระเบียบในเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นความร่วมมือกับสหภาพยุโรป, อเมริกา, ญี่ปุ่น, แคนาดา และบราซิล ได้ร่วมตัวกันจัดตั้งเป็น ICCR ขึ้นมา โดยการเข้าร่วมประชุมนั้นในแต่ละประเทศจะต้องจับคู่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการเข้าร่วมประชุม ซึ่งหลักการทำงานของ ICCR จะคล้ายคลึงกับ ACA และ ACSB ดร.ปรีชากร ได้เสริมอีกว่าวัตถุประสงค์หลักของ ICCR คือ การเพิ่มระดับในการดูแลผู้บริโภคทั่วโลก และลดอุปสรรคที่มีผลต่อการค้า จากการประชุมในครั้งนี้สามารถอ่านเพิ่มเติมสรุปในแต่ละหัวข้อได้(ตามเอกสารแนบรายงานการประชุม) ของสรุปการประชุมนี้

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

มติที่ประชุม รับทราบ

5.5 สรุปการเยือนของผู้แทนจากออย. พม่า ที่เข้าพบผู้บริหารสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561 โดย คุณชนะชัย และ ดร.ธนกร

คุณชนะชัย ได้รายงานให้ที่ประชุมทราบว่า จากการที่ผู้แทนออย. พม่า เข้าพบผู้บริหารสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมา ได้มีการหารือเรื่องการขอเอกสารต่างๆในการนำเข้าสินค้าในประเทศเมียนมา ซึ่งตัวแทน ออย. พม่า ได้ชี้แจงว่าทางพม่าขอเอกสารต่างๆ น้อยลงกว่านั้น ในที่นี้ได้แก่ ใบรับจดแจ้ง, LoA และ Artwork ซึ่งถ้าหากผู้ประกอบการมีเอกสารครบสามารถยื่นเรื่องกับทาง ออย. พม่า ของประเทศเมียนมาได้ทันที

มติที่ประชุม รับทราบ

ระเบียบวาระที่ 6 เรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

6.1 กำหนดการประชุมครั้งต่อไป - วันพฤหัสบดีที่ 9 สิงหาคม 2561 ณ ห้อง GS1-2 สภาอุตสาหกรรมฯ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

Comparative on cosmetic claims between EU and ASEAN

draft 19 July 2018

Comparative title	EU	ASEAN
Documentations	<p>-EU no. 655.2013 of 10 July 2013 : laying down common criteria for justification of claims used in the relation to cosmetic products</p> <p>-Report of the Commission to the European parliament and Council on the products claims made based on common criteria in field of cosmetics (19 September 2016)</p> <p>-Technical Documents on the cosmetic claim agree by the sub working group on Claims (Version of 3 July 2017)</p>	-ASEAN Cosmetic Documents, Appendix III – ASEAN Cosmetic Claims Guidelines (Version 4 September 2007)
Implementation	11 July 2013	2008
Applied products	Applied to products that fall under the definition of a cosmetic products in Article 2 of regulation	Applied product base on “Cosmetic products that identified by Decision process in the ASEAN Cosmetic Claim Guidelines”
Form of claim	Text, name, Trademark, or the other signs that convey explicitly or implicitly products characteristics or functions in the labelling, the making available on the market and advertising cosmetics. It shall be apply to any claim, irrespective of the medium or type of marketing tool used, the product functions claimed and the target audience.	No mention
Responsible person	In Article 2 : the responsible person shall ensure that the wording of the claims in the relation to cosmetic products is in compliance with the common criteria set out in the Annex and is consistent with the document proving the effect claims for the cosmetic product in the PIF	No mention
Claims on cosmetic	<p>Not Specific the wording of claims : “Common criteria should not aim at defining and specifying the wording that can be used for cosmetic claim”</p> <p>Annex compose “COMMON CRITERIA” concept of</p> <p>1. Legal compliance</p>	<p>Not Specific the wording of claims : the document also provide some examples of unacceptable claims for cosmetic products. However, it is not to be taken as the final authority nor as an exhaustive list</p> <p>Some example of unacceptable claims observed for</p>

	<p>(1) Claims that indicate that the product has been authorised or approved by a competent authority within the Union shall not be allowed.</p> <p>(2) The acceptability of a claim shall be based on the perception of the average end user of a cosmetic product, who is reasonably well-informed and reasonably observant and circumspect, taking into account social, cultural and linguistic factors in the market in question.</p> <p>(3) Claims which convey the idea that a product has a specific benefit when this benefit is mere compliance with minimum legal requirements shall not be allowed.</p> <p>2. Truthfulness</p> <p>(1) If it is claimed on the product that it contains a specific ingredient, the ingredient shall be deliberately present.</p> <p>(2) Ingredient claims referring to the properties of a specific ingredient shall not imply that the finished product has the same properties when it does not.</p> <p>(3) Marketing communications shall not imply that expressions of opinions are verified claims unless the opinion reflects verifiable evidence.</p> <p>3. Evidential support</p> <p>(1) Claims for cosmetic products, whether explicit or implicit, shall be supported by adequate and verifiable evidence regardless of the types of evidential support used to substantiate them, including where appropriate expert assessments.</p> <p>(2) Evidence for claim substantiation shall take into account state of the art practices.</p> <p>(3) Where studies are being used as evidence, they shall be relevant to the product and to the benefit claimed,</p>	<p>cosmetic under the product type.</p> <p>- Hair care products Eliminates dandruff permanently Restores hair cells Hair loss can be arrested or reversed Stimulates hair growth</p> <p>- Depilatories Stops/retards/prevents hair growth</p> <p>- Nail products Reference to growth resulting from nourishment</p> <p>- Skin care products Prevents, reduces or reverses the physiological changes and degeneration conditions brought about by aging</p> <p>Removes scars Numbing effect Prevents, heals, treats or stops acne Treatment of cellulite Lose centimetres Reduces/controls swelling/oedema Removes/burns fat Fungicidal action Virucidal action</p> <p>- Oral or dental hygiene products Treatment or prevention of dental abscess, gumboils, inflammation, mouth ulcers, periodontitis, pyorrhoea, periodontal disease, stomatitis, thrush or any oral diseases or infections Whitens tetracycline-induced stains</p> <p>- Deodorants & Anti-perspirants Completely prevents sweating/perspiration</p> <p>- Perfume/fragrance/colognes Aphrodisiac or hormonal attraction</p> <p>Note that claims can be softened i.e. made less functional and more cosmetic in nature by the use of</p>
--	--	---

	<p>shall follow well-designed, well-conducted methodologies (valid, reliable and reproducible) and shall respect ethical considerations.</p> <p>(4) The level of evidence or substantiation shall be consistent with the type of claim being made, in particular for claims where lack of efficacy may cause a safety problem.</p> <p>(5) Statements of clear exaggeration which are not to be taken literally by the average end user (hyperbole) or statements of an abstract nature shall not require substantiation.</p> <p>(6) A claim extrapolating (explicitly or implicitly) ingredient properties to the finished product shall be supported by adequate and verifiable evidence, such as by demonstrating the presence of the ingredient at an effective concentration.</p> <p>(7) Assessment of the acceptability of a claim shall be based on the weight of evidence of all studies, data and information available depending on the nature of the claim and the prevailing general knowledge the end users.</p> <p>4. Honesty</p> <p>(1) Presentations of a product's performance shall not go beyond the available supporting evidence.</p> <p>(2) Claims shall not attribute to the product concerned specific (i.e. unique) characteristics if similar products possess the same characteristics.</p> <p>(3) If the action of a product is linked to specific conditions, such as use in association with other products, this shall be clearly stated.</p> <p>5. Fairness</p> <p>(1) Claims for cosmetic products shall be objective and</p>	<p>modifiers. An example of this would be a claim for removing all oil from skin. This claim could be softened as follows,</p> <ul style="list-style-type: none"> Helps to remove oil from skin Suitable for oily skin types Reduces the shine of oily skin Makes your skin feel less oily
--	---	--

	<p>shall not denigrate the competitors, nor shall they denigrate ingredients legally used.</p> <p>(2) Claims for cosmetic products shall not create confusion with the product of a competitor.</p> <p>6. Informed decision-making</p> <p>(1) Claims shall be clear and understandable to the average end user.</p> <p>(2) Claims are an integral part of products and shall contain information allowing the average end user to make an informed choice.</p> <p>(3) Marketing communications shall take into account the capacity of the target audience (population of relevant Member States or segments of the population, e.g. end users of different age and gender) to comprehend the communication. Marketing communications shall be clear, precise, relevant and understandable by the target audience.</p>	
Detail of Example claims	<p>-Technical Documents on the cosmetic claim agree by the sub working group on Claims (Version of 3 July 2017)</p> <p>ANNEX I Common criteria for claims used in relation to cosmetic products</p> <p>ANNEX II Best practice for claim substantiation evidence</p> <p>-applying to experimental studies</p> <p>-applying to consumer perception tests</p> <p>-used of published information</p> <p>ANNEX III Free from claims</p> <p>ANNEX IV Hypoallergenic claim</p>	No mention

<p>Decision process to identify cosmetic products & claims</p>	<p>No mention</p>	<p>Decision process to identify cosmetic products & claims</p> <pre> graph TD A[Product Proposition] --> B{1. Composition} B -- NO --> C(Not Cosmetic) B -- YES --> D{2. Target Site} D -- NO --> E(Not Cosmetic) D -- YES --> F{3. Main Function} F -- NO --> G(Not Cosmetic) F -- YES --> H{4. Non-Cosmetic Presentation} H -- YES --> I(Not Cosmetic) H -- NO --> J{5. Non-Cosmetic Function} J -- YES --> K(Not Cosmetic) J -- NO --> L[Cosmetic Product] </pre> <p>1. Does the product contain only ingredients permitted by the ACD and no ingredients banned by the ACD ?</p> <p>2. Is the product intended for contact with the various external parts of the human body (epidermis, hair system, nails, lips and external genital organs) or with the teeth and the mucous membranes of the oral cavity ?</p> <p>3. Is the product intended exclusively or mainly to clean, perfume, change the appearance and/or correct body odours and/or protect or keep the defined parts of the human body in good condition ?</p> <p>4. Is the product presented as treating or preventing disease in human beings ?</p> <p>5. Does the product permanently restore, correct or modify physiological function by exerting a pharmacological, immunological or metabolic action ?</p>
--	-------------------	--

ICCR 12, Tokyo, Japan 10 -13 July 2018 - International Cooperation on Cosmetics Regulation (ICCR) is a voluntary international group of cosmetics regulatory authorities from Brazil, Canada, EU, Japan and US. ICCR met on an annual basis to discuss common issue on cosmetics safety and regulation together with the relevant cosmetics industry trade association. The purpose of ICCR is to maintain high level of global consumer protection by promoting regulatory convergence, while minimizing barrier to international trades

The following Joint Working Group topics were discussed at the meeting:

Agenda item	Project owner	Project Status	Remarks
Integrated Strategies for Safety	MHLW (Japan) & Cosmetic Europe	The project outlines the principle that use novel methods based on SEURAT-1 work flow as a basis in risk assessment of cosmetic ingredients using non-animal test data. The report provides information on the approach to use and mythologies that can be use in next generation risk assessment (NGRA)	Project will continue to work on case study in Part III
Analytical Test Methods	MHLW (Japan) & JCIA	ICCR endorsed an international standard on measurement of N-nitrosodiethanolamine (NDELA) in finished cosmetic products and raw materials used in cosmetic products (2 standards)	
Cosmetic Product Preservation	EU commission & Cosmetic Europe	The objective is to raise awareness and educate stakeholders about the important of product preservation. A General and Technical Frequently Asked Questions (FAQ) on preservation in Cosmetics published on ICCR website http://www.iccr-cosmetics.org/files/2214/5071/7390/2015-12_General_and_Technical_Frequently_Asked_Questions_FAQs_on_Preservatives_in_Cosmetics.pdf A white paper is being drafted to identify the key elements to be	

		<i>considered in evaluating the efficiency and the diversity of cosmetic formulations</i>	
Allergen III	USFDA & PCPC	<p><i>The Joint working group (JWG) examine how a combination of non-animal methods recently adopted by OECD may be used within Integrated Approaches to Testing and Assessment (IATA) to adequately substitute for animal tests in the evaluation of skin sensitization potential.</i></p> <p><i>The work is in progress to assess how OECD methods can be used as an alternative method to assess the allergenic potential of an ingredients to humans</i></p>	
Communication working group	Health Canada	<p><i>A joint working group will be established to help clarify common and frequent misconception related to cosmetics</i></p> <p><i>The communication materials are intended to be prepared for broad audiences and could include fact sheet and frequently asked questions.</i></p>	<i>JWG will start working in ICCR 13</i>
Microbiome proposal	USFDA	<i>Proposal to set up working group to discuss the issue of probiotic categorization and intended function in cosmetic as well as standard and regulations in order to prepare an international guideline.</i>	
e – Commerce proposal	Industry Associations	<i>Industry propose to draft Principles for cosmetic manufacturers to follow when offering cosmetic products for sale over e-commerce</i>	