



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปารีส
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศส
วันที่ 18-24 มีนาคม 2562



เครื่องสำอางกับความสวยแบบคลีน

เช่นเดียวกับประเด็นด้านอาหาร ผู้บริโภคในฝรั่งเศสเริ่มขาดความมั่นใจในประเด็นด้านสุขอนามัยและความงาม
แบรนด์ต่าง ๆ จึงเน้นหันมาผลิตเครื่องสำอางจากธรรมชาติและสินค้าออร์แกนิก

แนวโน้มสินค้าปราศจากสารเติมแต่งไม่ได้จำกัดอยู่ในแค่เฉพาะสินค้าอาหารอีกต่อไป ไม่ว่าจะเป็นซีลีโคน พาราเบน
และสารเติมแต่งจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ต่างก็ห่างหายไปจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แม้แต่ในผลิตภัณฑ์จากแบรนด์
อุตสาหกรรม Dove ของ Unilever เองก็ตาม

แนวโน้มดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงกระแสชั่วคราว แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ซึ่งแบรนด์อุตสาหกรรมใหญ่ให้ความสนใจเป็น
อย่างมาก เช่น L'Oréal ที่ปรับเปลี่ยนสูตรสินค้าใหม่ และแบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็นสามกลุ่มจัดแบ่งตามประเภทส่วนผสม
ได้แก่ กลุ่มสินค้าปราศจากสารเติมแต่ง กลุ่มสินค้าที่ส่วนผสมร้อยละ 90 มาจากธรรมชาติ และกลุ่มสินค้าออร์แกนิก โดยบริษัท
คาดว่าสินค้าในกลุ่มหลังจะเป็นสินค้าหลักในห้างร้านของผู้กระจายสินค้ารายใหญ่

สมาคม Cosmébio ซึ่งมีสมาชิกจาก
400 บริษัท ที่เสนอ 480 แบรนด์สินค้า
ออร์แกนิก กล่าวว่าสินค้าเครื่องสำอาง
ออร์แกนิกมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่
เพียงร้อยละ 4.5 หรือประมาณ 500
ล้านยูโรจากตลาดสินค้าเพื่อสุขอนามัย
และความงามที่มีมูลค่ารวม 12,000 ล้าน
ยูโร ทั้งนี้มูลค่าตลาดของเครื่องสำอาง
ทั่วไปในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาเอง
ก็คงตัวหรือหดตัวลงปีละร้อยละ 1-2
แต่มูลค่าทางการตลาดของสินค้า
ออร์แกนิกเติบโตขึ้นถึงเพียงร้อยละ 15 ในปี 2561 แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าขนาดของสินค้าเครื่องสำอางออร์แกนิก
ยังคงค่อนข้างสดใส



แต่ปัญหาสำหรับผู้บริโภคก็ยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะในเรื่องการใช้คำเรียกสินค้า ตัวอย่างเช่น ฉลากที่กล่าวว่าส่วนผสมร้อยละ 90
มาจากวัตถุดิบธรรมชาติหรือจากพืช ก็ไม่เพียงพอที่จะบอกว่าส่วนผสมอื่น ๆ ไม่ได้เป็นสารเคมีเติมแต่งที่ เช่น สารกันบูด ฟีนอก
ซีเอทานอล หรือพาราเบน สารฟีนอกซีเอทานอลเองก็เป็นที่ต้องสงสัยว่าเป็นสารรบกวนระบบต่อมไร้ท่อที่มีผลกระทบต่อระบบ
สืบพันธุ์ เช่นเดียวกับ สารฆ่าเบคทีเรีย และสารกันบูดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ไตรโคลซาน แอนติออกซิแดนท์ BHT และ BHA
หรือ แม้แต่สาร เบนโซเฟนอน ในผลิตภัณฑ์กันแดดต่าง ๆ

ทางออกที่ดีที่สุดเพื่อหลีกเลี่ยงสารเคมีดังกล่าว คือ การเลือกซื้อแบรนด์ที่เคารพเกณฑ์ยุโรป Cosmos ในเรื่องเครื่องสำอางออร์แกนิก เช่น ตรา Cosmébio ในฝรั่งเศสที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรับรองสินค้าออร์แกนิกสามหน่วยงานสำคัญ ได้แก่ Veritas, Ecocert และ Cosmécert สำหรับสินค้าในเยอรมนีเองจะเป็นตรา BDIH หรือ Nature และสำหรับสินค้าในสหราชอาณาจักรจะเป็นตรา Soil Association ซึ่งตราทั้งหมดนี้ยังใส่ใจในเรื่องสังคม (สภาพการทำงาน การค้าที่เป็นธรรม) และสิ่งแวดล้อม (บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้) ด้วย

ที่มาของข่าว ข่าวออนไลน์จากเว็บ Les Echos

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/0600900317128-la-cosmetique-se-met-a-lheure-de-la-clean-beauty-2253596.php>