

Renata Płoska*

Testowanie na zwierzętach jako etyczny problem procesów innowacyjnych w branży kosmetycznej

Wstęp

Branża kosmetyczna stoi dziś przed wyzwaniem związanym z presją rynku na nieustanne wprowadzanie innowacji produktowych. Jednocześnie musi ona brać pod uwagę oczekiwania społeczne dotyczące etycznego działania także w tej sferze. Jednym z problemów etycznych związanych z opracowywaniem i komercjalizacją nowych kosmetyków jest testowanie ich na zwierzętach. Niniejszy artykuł prezentuje wyniki badania, którego celem była identyfikacja, analiza oraz ocena działań, jakie podejmują największe koncerny kosmetyczne na świecie w ramach procesu rezygnacji z przeprowadzania testów na zwierzętach. Przyjęto, iż o stopniu zaangażowania koncernu w tego rodzaju aktywność świadczą takie elementy, jak:

- istnienie oficjalnej deklaracji przedsiębiorstwa odnośnie do rezygnowania z testowania kosmetyków na zwierzętach,
- upublicznianie i stopień szczegółowości informacji na temat konkretnych działań zmierzających do wyeliminowania eksperymentów na zwierzętach z procesu wprowadzania nowych produktów,
- występowanie zapisów o nietestowaniu składników na zwierzętach w wymogach wobec dostawców i kooperantów,
- posiadanie certyfikatów potwierdzających nietestowanie kosmetyków na zwierzętach.

Badanie zostało dokonane w oparciu o analizę:

- informacji upublicznianych przez producentów kosmetyków na ich stronach internetowych, w tym również w raportach,
- danych znajdujących się na stronach organizacji zajmujących się tematyką praw zwierząt i certyfikowaniem produktów (CCF, CFI, PETA),
- odpowiedzi korporacji na skierowane do nich, drogą mailową, zapytanie, dotyczące tego, czy mają w swym portfelu produkty, które uzyskały certyfikaty przyznawane kosmetykom nietestowanym na zwierzętach.

* Dr, Katedra Ekonomiki Przedsiębiorstw, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Gdański, ul. Armii Krajowej 101, 81-824 Sopot, renata.ploska@ug.edu.pl

1. Branża kosmetyczna na świecie

Branża kosmetyczna jest częścią przemysłu chemicznego, oferującą różnego rodzaju produkty służące trosce o ciało i jego wygląd. G. Jones zaproponował, by do tej kategorii zaliczyć: środki pielęgnacji włosów i skóry, kosmetyki kąpielowe, kosmetyki kolorowe, produkty zapachowe, środki do pielęgnacji jamy ustnej oraz kosmetyki dziecięce. Wykluczył z tej grupy produkty medyczne, chirurgię estetyczną oraz usługi świadczone w salonach piękności [Jones, 2011, s. 886]. A. Łopaciuk i M. Łoboda uważają, że na branżę kosmetyczną składa się pięć grup produktowych: do pielęgnacji skóry, do pielęgnacji włosów, służące codziennej higienie, kolorowe oraz zapachowe [Łopaciuk, Łoboda, 2013, s. 1080].

Rynek kosmetyczny to ważna część światowej gospodarki – jego przybliżona wartość w 2017 r. to ponad 530 mld dolarów, a największe rynki zbytu to: Azja i Pacyfik (37%), Ameryka Północna (25%) i Europa (24%) [Statista, b.d.]. Najważniejszą grupę asortymentową stanowią produkty toaletowe (30%), kosmetyki do pielęgnacji skóry (25%) oraz do pielęgnacji włosów (20%) [Branża kosmetyczna, 2017, s. 14]. Operuje na nim wiele podmiotów, tak z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, jak i wielcy, globalni gracze (tab. 1).

Tablica 1. Najwięksi światowi producenci kosmetyków¹

Firma	Kraj macierzysty	Rok założenia	Wybrane marki kosmetyków
Procter & Gamble	USA	1837	Head & Shoulders, Old Spice, Pantene Pro-V
Unilever	Wielka Brytania – Holandia	1930	Dove, Lux, Rexona, Timotei, Prodent
L'Oréal	Francja	1909	Garnier, L'Oréal Paris, Maybelline, Vichy, YSL
Henkel	Niemcy	1876	Fa, Syoss, Schwartzkopf, Vademecum
Colgate – Palmolive	USA	1806	Colgate, Elmex, Lady Speed Stick, Palmolive
Estée Lauder	USA	1946	Clinique, DKNY, Estée Lauder, Tom Ford
Kao Corp.	Japonia	1887	Bioré, Curél, Essential, Kanebo, Merit, Sofina
Beiersdorf	Niemcy	1882	8x4, Eucerin, Florena, Labello, Nivea

¹ Firmy z pierwszej piętnastki największych producentów produktów gospodarstwa domowego i higieny osobistej wg listy Forbes Global 2000, ogłoszonej w czerwcu 2018 r. [Forbes, 2018]. Pominięto firmy, których asortyment nie obejmuje lub obejmuje w znikomym stopniu kosmetyków (Reckitt Benckiser, Kimberly Clark, Essity, Clorox i Givaundan).

Firma	Kraj macierzysty	Rok założenia	Wybrane marki kosmetyków
Coty	USA	1904	Bourjois, Max Factor, Rimmel, Sally Hansen, Wella
Shiseido	Japonia	1872	Dolce & Gabbana, Elixir, Haku, Shiseido

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji z oficjalnych stron internetowych koncernów.

Oferta produktowa branży kosmetycznej stara się odpowiadać na oczekiwania konsumentów, a ci poszukują rozwiązań służących szeroko rozumianej pielęgnacji ciała, wpisujących się w mocno dziś obecny kult młodości i zdrowia. Dlatego też na rynku pojawiają się coraz to nowe produkty służące nie tylko podstawowej higienie, ale i zaawansowane technologicznie kosmetyki funkcjonalne, pełniące dodatkową rolę, np. opóźniające starzenie się czy pomagające zwalczać różnego rodzaju niedoskonałości urody [Rybowska, 2015, s. 77–78]. Zapotrzebowanie na kosmetyki jest ogromne – sami tylko Europejczycy wydają na te produkty średnio 132 euro rocznie na osobę [Socio-economic..., 2018].

Klienci nieustannie oczekują nowości, przy czym mają nadzieję, że wprowadzane innowacje okażą się produktami bezpiecznymi, wysokiej jakości, o wysokiej skuteczności [Consumer Insights, 2017]. Oznacza to dla przedsiębiorstw konieczność ciągłego prowadzenia prac nad nowymi, innowacyjnymi kosmetykami. Wymagają one nie tylko wiele czasu (opracowanie i wprowadzenie na rynek nowego produktu może zabrać nawet pięć lat), ale i dużego zaangażowania zasobowego, w tym finansowego, w działalność badawczo-rozwojową [Cosmetics Europe, b.d.]. Szacuje się, że w samej tylko Unii Europejskiej na potrzeby „przemysłu piękna” pracuje prawie 28 000 naukowców, a nakłady na badania i rozwój sięgają rocznie ponad 2,3 mld euro [Socio-economic..., 2018].

Coraz częściej wśród oczekiwań związanych z produktami i działaniami przedsiębiorstw produkujących kosmetyki pojawiają się kwestie związane z etyką i odpowiedzialnością za środowisko naturalne. Jedną z nich jest problem wykorzystywania zwierząt w procesach innowacyjnych, a ściślej – testowanie na nich kosmetyków.

2. Etyczny wymiar eksperymentów na zwierzętach

Przez całe stulecia dominowało przekonanie, że zwierzęta są przedmiotami, które nie tylko nie potrafią myśleć, ale i odczuwać cierpienia². Zmianę

² Przekonanie to można odnaleźć u Kartezjusza, I. Kanta, św. Tomasza z Akwinu czy T. Hobbesa [Żukowski, 2017, s. 143–144].

sposobu postrzegania zwierząt przyniósł dopiero XIX wiek³ [Żukowski, 2017, s. 143–144]. Rewolucja w tej dziedzinie, w dużej mierze związana z rozwojem nauki, nastąpiła w drugiej połowie XX wieku. Za przełomową uważa się książkę P. Singera *Animal Liberation* z 1975 r., która zainicjowała poważną dyskusję na temat statusu moralnego zwierząt, a także zapoczątkowała ruch ich wyzwolenia [Singer, 2002, s. 391].

M.R.E. Janssens i M. Kaptein mówią o sześciu sytuacjach, w których może znaleźć się zwierzę w relacji do człowieka. W pierwszym przypadku jest to dzika przyroda, która otacza człowieka, a na którą wpływają podejmowane przez niego działania (w tym gospodarcze). Kolejne kategorie to: zwierzęta towarzyszące (np. domowe psy, koty), zwierzęta wykorzystywane do rozrywki (np. w cyrkach), zwierzęta pracujące (np. konie, psy pasterskie), zwierzęta hodowlane (np. drób, trzoda chlewna, zwierzęta futerkowe) oraz zwierzęta laboratoryjne, wykorzystywane do celów badawczych [Janssens, Kaptein, 2016, s. 47].

Ci sami autorzy, na podstawie analizy literatury przedmiotu, wskazują na trzy współczesne podejścia do określania statusu moralnego zwierząt w tych relacjach [Janssens, Kaptein, 2016, s. 47–49]. Pierwsze, zaproponowane przez D. Fräsera, ma charakter normatywny i opiera się na czterech rodzajach wpływu, jakie człowiek i jego działalność mogą mieć na zwierzęta⁴, oraz czterech zasadach etycznego wobec nich zachowania⁵ [Fraser, 2012]. Drugie podejście, które opisują S. Donaldson i W. Kymlicka, opiera się na założeniu, że zwierzęta są swoistymi współobywatelami, których interesy i dobrostan należy brać pod uwagę [Janssens, Kaptein, 2016, s. 48]. Trzecie z kolei odwołuje się do koncepcji interesariuszy. W tym nurcie pojawiają się postulaty, by traktować środowisko naturalne [Starik, 1995], a więc i zwierzęta [Webster, 2006], jako grupy interesu, o określonych potrzebach i oczekiwaniach.

Współczesne ruchy wyzwolenia zwierząt głoszą potrzebę dokonania radykalnych zmian w trzech obszarach: przemysłowej hodowli zwierząt na potrzeby produkcji żywności i odzieży dla ludzi, wykorzystywaniu

³ Widać to w poglądach J. Benthama, który twierdził, że zwierzęta odczuwają cierpienie, a więc nie można ich traktować jak rzeczy i zadawać bólu [Żukowski, 2017, s. 143–144].

⁴ Trzymanie zwierząt i związane z tym oddziaływanie na ich życie, świadome wyrządzanie im krzywdy (np. w celach badawczych), bezpośredni, ale nieintencjonalny wpływ oraz pośredni wpływ poprzez zakłócanie równowagi w przyrodzie [Fraser, 2012].

⁵ Postulują one: zapewnienie dobrych warunków do życia, empatyczne i oszczędzające cierpienia traktowanie zwierząt, którym intencjonalnie wyrządzana jest krzywda (np. podczas uboju, badań), gotowość do wprowadzania zmian, które pozwolą uniknąć wyrządzenia zwierzętom nieumyślnej szkody (np. w wyniku wypadków transportowych) oraz stosowanie środków chroniących zwierzęta przed pośrednimi, negatywnymi skutkami działalności człowieka (np. zmianami w ekosystemach) [Fraser, 2012].

zwierząt do czystej rozrywki dla człowieka oraz przeprowadzaniu na nich eksperymentów [Pietrzykowski, 2007, s. 29–51].

Szacuje się, że od pięćdziesięciu do stu milionów zwierząt każdego roku jest wykorzystywanych do doświadczeń na całym świecie [Baranowska, 2014, s. 5; Ferdowsian, Back, 2011, s. 1]. Od wielu lat toczy się dyskusja, czy działania te są usprawiedliwione. Wśród argumentów przemawiających za wykorzystywaniem zwierząt w badaniach pojawiają się przede wszystkim te wynikające z przekonania o wyższości człowieka nad zwierzęciem. Część z nich jest zakorzeniona w religii (np. przekonanie o tym, że tylko człowiek ma nieśmiertelną duszę, a zwierzęta zostały stworzone, by mu służyć), inne dotyczą tego, że zwierzęta nie posiadają zdolności rozumowania, więc są istotami niższymi niż człowiek [Walczak, Bonczar, 2015, s. 149]. A skoro człowiek jest istotą wyższą, to i jego życie ma większą wartość, niż życie zwierząt. W tej sytuacji można przyjąć, iż te ostatnie mogą być poświęcane dla dobra człowieka [Vardy, Grosch, 1995, s. 192]. Niektórzy zwracają uwagę, że rezygnacja z badań na zwierzętach może wpłynąć na rozwój nauki, a tym samym opóźnić bądź nawet uniemożliwić dokonanie odkryć, które posłużyłyby dobru człowieka. Zdaniem zwolenników tego rodzaju badań zwierzęta nadają się do tego, że względu na podobieństwo biologiczne do człowieka, natomiast metody alternatywne (np. oparte na hodowli tkanek czy symulacjach komputerowych) nie są w stanie tych badań zastąpić i mogą być tylko ich uzupełnieniem [Baranowska, 2014, s. 11; Corey, 2004, s. 22–24; Walczak, Bonczar, 2015, s. 149].

Argumenty przeciwko eksperymentowaniu na zwierzętach opierają się w dużej mierze na odrzuceniu dogmatu wyższości życia ludzkiego nad zwierzęciem oraz przekonaniu, że człowiek nie ma prawa, w imię swoich celów, wyrządzać zwierzętom krzywdy. Zwraca się uwagę na fakt, że zwierzęta, tak samo jak człowiek, są zdolne do odczuwania strachu i bólu [Singer, 1989, s. 215–226]. Istnieje też wątpliwość, czy można poddawać eksperymentom istoty nieświadome tego, co i w jakim celu będzie się z nimi działo, w dodatku niemogące wyrazić zgody lub sprzeciwu [Baranowska, 2014, s. 11]. Są też argumenty natury naukowej, mówiące o tym, że często wyniki badań na zwierzętach nie są przydatne w przypadku opracowywania produktów dla ludzi, głównie z racji różnic w budowie i funkcjonowaniu ich organizmów [Fano, 2004, s. 62–70]. Co więcej, istnieją i wciąż rozwijają się alternatywne metody badań, które skutecznie mogą zastąpić te prowadzone na zwierzętach [PETA, b.d.].

Obecnie można mówić o trzech stanowiskach wobec wykorzystywania zwierząt do eksperymentów, jakie pojawiają się w dyskursie publicznym. Jedno uznaje, że eksperymenty na zwierzętach można przeprowadzać w zasadzie bez ograniczeń. Drugie stanowisko mówi o dopuszczalności

wykorzystywania zwierząt w niektórych eksperymentach, ale z uwzględnieniem rodzaju zwierzęcia i innych ważnych okoliczności. Trzecie natomiast traktuje prowadzenie eksperymentów na zwierzętach jako działanie niedopuszczalne [Nordgren, 2002, s. 23]. Wydaje się, że dominującym poglądem jest ten drugi, który można uznać za kompromisowy. Dopuszcza on prowadzenie badań na zwierzętach, ale jednocześnie podkreśla konieczność przestrzegania pewnych zasad. W tym kontekście najczęściej przytacza się tzw. zasadę 3R (*replacement* – zastąpienie; *reduction* – redukcja; *refinement* – doskonalenie), zaproponowaną w połowie XX w. przez W. Russella i R. Burcha. Mówi ona, że:

- zwierzę można wykorzystać w eksperymencie tylko wówczas, jeżeli nie da się osiągnąć założonego celu innymi metodami,
- liczba zwierząt wykorzystywanych w badaniach musi być ograniczona do niezbędnego minimum,
- procedury należy doskonalić tak, aby zwierzętom wykorzystywanym do badań zapewnić jak największy komfort, eliminować lub przynajmniej minimalizować cierpienie i stres [Ferdowsian, Back, 2011, s. 1].

Coraz częściej pojawia się pytanie, czy wykorzystywanie zwierząt do eksperymentów i testów nie powinno ograniczać się do dziedzin szczególnie ważnych z punktu widzenia człowieka? I czy w kategorii tej mieszczą się badania produktów kosmetycznych?

3. Społeczeństwo wobec testowania kosmetyków na zwierzętach

W ostatnich latach daje się zauważyć wyraźny wzrost zainteresowania opinii publicznej szeroko rozumianym dobrostanem zwierząt. Dotyczy to zarówno takich kwestii, jak warunki hodowli i uboju zwierząt, czy trzymanie zwierząt w cyrkach, jak i los zwierząt wykorzystywanych w badaniach laboratoryjnych. Sondaż przeprowadzony w 2014 r. pokazuje, że 50% Amerykanów jest przeciwnych wykorzystywaniu zwierząt w testach laboratoryjnych [*Americans...*, s. 141]. Badanie brytyjskie z 2014 r. wykazało, że 71% respondentów jest gotowych zaakceptować badania na zwierzętach, tylko jeżeli nie powodują one wielkiego cierpienia i nie ma innego sposobu na ich przeprowadzenie [Clemence, Leaman, 2016]. Z kolei unijny sondaż dotyczący dobrostanu zwierząt pokazuje, że duża część (46%) badanych mieszkańców Unii Europejskiej uważa, że pojęcie to oznacza szacunek dla wszystkich zwierząt. Badanie koncentrowało się na sytuacji zwierząt hodowlanych, których dobre traktowanie za istotne uznało 94% ankietowanych [*Attitudes...*, 2016]. Można się spodziewać, że kwestie związane z dobrem zwierząt będą nadal obecne w debacie publicznej, zwłaszcza w obliczu aktywności różnego rodzaju instytucji i organizacji zajmujących

się tą tematyką. Niebagatelną rolę w rozbudzaniu i podnoszeniu świadomości społeczeństw w tym zakresie odegrały, i nadal odgrywają, takie organizacje walczące o prawa zwierząt, jak PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) i Viva!

Zainteresowanie opinii publicznej kwestiami dotyczącymi dobrostanu zwierząt, w tym problemem wykorzystywania ich w badaniach laboratoryjnych, przyniosło zmiany w regulacjach prawnych różnego szczebla. W 1978 r. UNESCO przyjęło Światową Deklarację Praw Zwierząt, uchwaloną rok wcześniej przez Międzynarodową Federację Praw Zwierząt. Do kwestii testów na zwierzętach i zastępowania ich metodami alternatywnymi odnosi się artykuł 8 tego dokumentu⁶ [Światowa Deklaracja, 1978]. Polityka troski o dobrostan zwierząt ma też długą tradycję w Unii Europejskiej – pierwsze regulacje z tego zakresu, dotyczące zwierząt rzeźnych, pojawiły się już w 1974 r. Rok 1978 to przyjęcie Europejskiej konwencji na temat dobra zwierząt. W 1999 r. zapisy dotyczące dobrostanu zwierząt znalazły się w traktacie amsterdamskim, a w 2009 r. w traktacie lizbońskim [40 Years..., 2014]. Za fundament swej polityki wobec zwierząt Unia Europejska przyjęła pięć kategorii wolności. Są to:

- wolność od głodu i pragnienia,
- wolność od dyskomfortu,
- wolność od bólu, zranień i chorób,
- wolność przejawiania normalnych, dla danego gatunku, zachowań,
- wolność od strachu i stresu [European Commission, b.d.].

W ostatnich latach instytucje unijne zwróciły szczególną uwagę na problem zwierząt wykorzystywanych w badaniach kosmetyków. Pierwsze próby uregulowania tej kwestii pojawiły się w 1993 r., ale ostatecznie proces wprowadzania zakazu testowania kosmetyków na zwierzętach rozpoczął się w 2004 r. Regulacje były wdrażane stopniowo i początkowo ograniczały się do zakazu prowadzenia takich testów dla finalnych produktów na terenie Unii Europejskiej. W 2009 r. zakaz objął także składniki stosowane w produkcji kosmetyków. W tym czasie zabroniono wprowadzania na rynek zarówno produktów, które jako finalne były testowane na zwierzętach, jak i tych, w których składzie znalazły się komponenty poddane takiej procedurze. Wciąż jednak dopuszczano takie testy odnośnie do szczególnych skutków ubocznych dla zdrowia człowieka⁷, w przypadku braku alternatywnych metod badawczych. Od 2013 r. na terenie

⁶ Mówi on, że „doświadczenia na zwierzętach, które wiążą się z cierpieniem fizycznym i psychicznym niezgodne są z literą prawa zwierząt, zarówno w wypadku doświadczeń medycznych, naukowych, handlowych, jak i wszystkich innych”. W tym samym artykule podkreśla się potrzebę rozwijania tzw. metod zastępczych [Światowa Deklaracja, 1978, art. 8].

⁷ Np. rakotwórczość, wpływ na płodność [rozporządzenie, 2009, art. 18 pkt 2].

Unii Europejskiej obowiązuje całkowity zakaz prowadzenia testów na zwierzętach oraz wprowadzania do obrotu produktów kosmetycznych i ich składników, które były w ten sposób badane⁸. Zakaz obejmuje także składniki i kosmetyki testowane poza Unią Europejską [rozporządzenie, 2009, art. 18]. Trzeba jednak zaznaczyć, że ograniczenie dotyczy tylko nowych produktów wprowadzanych na rynek, co oznacza, że nie znikną z niego kosmetyki testowane na zwierzętach, które znalazły się w sprzedaży przed tym terminem. Zwraca się też uwagę na to, że wiele substancji wchodzących w skład kosmetyków jest stosowanych w produkcji innego rodzaju wyrobów, a to oznacza, że można je testować na mocy innych przepisów [rezolucja, 2018].

Institucje Unii Europejskiej mają nadzieję, że podobne rozwiązania prawne zostaną wprowadzone na całym świecie, obecnie bowiem wciąż 80% państw dopuszcza testowanie produktów kosmetycznych na zwierzętach⁹ [rezolucja, 2018]. W niektórych państwach, na przykład w Chinach, tego rodzaju badania są nawet obligatoryjne przed wprowadzeniem na rynek nowego specyfiku.

4. Koncerny kosmetyczne wobec problemu testów na zwierzętach

Sprostanie nowej sytuacji, w której trzeba połączyć aktywność na polu innowacji z oczekiwanym przez społeczeństwo etycznym postępowaniem wobec zwierząt, wymaga od producentów kosmetyków działań na wielu płaszczyznach. W niniejszym artykule skoncentrowano się na kilku wybranych aktywnościach podejmowanych przez firmy kosmetyczne, które mogą stanowić element polityki przedsiębiorstwa wobec wykorzystywania zwierząt w testach laboratoryjnych. Są to:

- publiczna deklaracja dotycząca polityki przedsiębiorstwa w kwestii testów na zwierzętach,
- upubliczniane informacje na temat działań podjętych w celu zastąpienia testów na zwierzętach innymi metodami (na stronach internetowych, w raportach niefinansowych),
- stosowne zapisy w kodeksach lub innych podobnych dokumentach, adresowanych do dostawców i kooperantów,
- certyfikaty poświadczające nietestowanie produktów na zwierzętach¹⁰.

⁸ Choć pozostała możliwość odstąpienia od zakazu w przypadku poważnych obaw związanych z bezpieczeństwem składnika [rozporządzenie, 2009, art. 18 pkt 2].

⁹ Są kraje, które już przyjęły regulacje zakazujące testowania kosmetyków na zwierzętach, np. Gwatemala, Indie, Islandia, Izrael, Nowa Zelandia, Norwegia, Serbia, Szwajcaria [rezolucja, 2018].

¹⁰ Przeanalizowano informacje na stronach trzech organizacji walczących z wykorzystywaniem zwierząt w badaniach, które przyznają też certyfikaty produktom nietestowanym

Analizie poddano dziesięć koncernów z branży kosmetycznej, wymienionych w części pierwszej artykułu. Syntetyczną prezentację jej wyników przedstawiono w tablicy 2.

Tablica 2. Wybrane formy aktywności, związanej z polityką w zakresie testowania na zwierzętach, w analizowanych koncernach kosmetycznych

Firma	Publiczna deklaracja	Informacje nt. działań	Wymogi dla dostawców	Certyfikaty produktowe
Procter & Gamble	x	x		
Unilever	x	x		x
L'Oréal	x	x		x
Henkel	x	x	x	
Colgate – Palmolive	x	x	x	x
Estée Lauder	x	x		x
Kao Corp.	x	x	x	
Beiersdorf	x	x	x	
Coty	x*	x*		
Shiseido	x	x		

* Oświadczenia i informacje są zamieszczone tylko na stronach wybranych marek.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji ze stron internetowych korporacji oraz odpowiedzi uzyskanych bezpośrednio od korporacji.

Oświadczenia są zdecydowanie podstawowym sposobem komunikowania przez analizowane korporacje swojej polityki w zakresie testowania produktów na zwierzętach. Wszystkie oceniane przedsiębiorstwa w sposób jednoznaczny deklarują, że są przeciwne wykorzystywaniu zwierząt w badaniach laboratoryjnych i nie stosują tego rodzaju testów, a także nie wymagają tego od swoich dostawców. Jednocześnie wszystkie robią zastrzeżenie, iż wyjątek od tej reguły stanowią sytuacje, gdy tego rodzaju testów wymaga prawo. Najczęściej wskazują na rynek chiński, gdzie tamtejsze władze wciąż żądają, by wprowadzane produkty kosmetyczne poddawane były testom na zwierzętach.

Jeżeli chodzi o informacje o działaniach na rzecz wyeliminowania testów na zwierzętach to pojawiają się tutaj cztery ich rodzaje:

- na temat wykorzystywanych w procesach innowacyjnych tzw. alternatywnych metodach testowania,
- na temat badań prowadzonych przez przedsiębiorstwo, mających na celu rozwój metod testowania, niewymagających udziału zwierząt,
- o współpracy z różnego rodzaju partnerami w tym obszarze,

na zwierzętach. Są to: PETA (People for Ethical Treatment of Animals) nadająca etykietę „Cruelty Free”, CCF (Choose Cruelty Free) przyznająca „Not Tested on Animals Rabbit Logo” i CFI (Cruelty Free International) przyznająca znak „Leaping Bunny”.

- o działaniach o charakterze politycznym, których celem jest całkowity zakaz testowania produktów na zwierzętach na całym świecie.

Informacje na temat stosowanych w testach kosmetyków metodach alternatywnych i prowadzonych w tym zakresie pracach badawczych upubliczniają wszystkie analizowane firmy. Jedne robią to w sposób bardziej szczegółowy (Procter & Gamble, Unilever, Colgate-Palmolive), inne raczej ogólny (L'Oréal, Henkel, Estée Lauder, Kao Corp., Beiersdorf, Coty, Shiseido). Wszystkie firmy wspominają o współpracy w tym obszarze z innymi podmiotami, głównie instytucjami naukowymi i organizacjami pozarządowymi, w tym poprzez wymianę doświadczeń i informacji. Czasami pojawiają się też opisy zaangażowania politycznego na rzecz wprowadzenia regulacji zabraniających testowania kosmetyków na zwierzętach, zarówno w konkretnych krajach, głównie w Chinach, jak i na całym świecie¹¹. Wszystkie opisane informacje pojawiają się zazwyczaj na dedykowanych tej tematyce stronach internetowych koncernów, rzadziej w raportach z zakresu społecznej odpowiedzialności¹².

Stosunkowo słabo wypadają standardy i regulacje adresowane do dostawców. Pewne odniesienia udało się znaleźć tylko w wytycznych dla dostawców firmy Henkel¹³, Kao Corp., stronie internetowej dedykowanej współpracy z dostawcami Colgate-Palmolive i opisie polityki surowcowej koncernu Beiersdorf.

Wyraźnie zauważalne jest znikome wręcz występowanie w ofercie analizowanych koncernów produktów posiadających certyfikaty poświadczające, że nie były one testowane na zwierzętach. Produktów żadnej z badanych firm nie udało się odnaleźć na listach przyznanych certyfikatów, umieszczanych na stronach Choose Cruelty Free oraz Cruelty Free International. Jedynie organizacja PETA wymienia niewielką liczbę certyfikowanych produktów znajdujących się w portfelach czterech z analizowanych koncernów, ale warto zaznaczyć, że dotyczy to wyłącznie niszowych marek, które nie należą do tych najbardziej kojarzonych z poszczególnymi producentami¹⁴. Co więcej, na stronach tej organizacji

¹¹ O takiej aktywności na swoich stronach piszą głównie: Procter & Gamble, Unilever, L'Oréal, Henkel, Colgate-Palmolive, Beiersdorf, Coty.

¹² Takie dane można znaleźć w raportach niefinansowych (społecznej odpowiedzialności lub zrównoważonego rozwoju) firm: Henkel, Colgate-Palmolive, czy w *Sustainability Data Book* firmy Kao Corp., która nie jest standardowym raportem, a raczej formą przedstawienia (w jednym pliku tekstowym) zawartości strony internetowej koncernu, dotyczącej kwestii środowiskowo-społecznych.

¹³ Koncern oczekuje od swoich dostawców postępowania zgodnego ze swymi standardami dotyczącymi kwestii bezpieczeństwa, zdrowia i środowiska (*Safety, Health and Environment standards*), w których jest zapis o dopuszczalności testów na zwierzętach tylko gdy jest to wymagane prawem i z zachowaniem „zasady 3R”.

¹⁴ Na liście marek, które uzyskały certyfikat „Cruelty Free” organizacji PETA, znajdują się: dwie marki koncernu Unilever (Ren Clean Skincare, Shea Moisture), dwie należące do

przy nazwach wszystkich analizowanych koncernów pojawia się ostrzeżenie, że generalnie wciąż testują one swoje produkty na zwierzętach, co sugeruje, że nawet jeśli mają w swej ofercie jakieś certyfikowane produkty, to jest to raczej sytuacja wyjątkowa. Niewielkie zainteresowanie uzyskiwaniem certyfikatów potwierdzają odpowiedzi uzyskane bezpośrednio od producentów¹⁵.

Reasumując, można stwierdzić, że największe globalne firmy kosmetyczne mają świadomość istotności problemu wykorzystywania zwierząt w testach laboratoryjnych i podejmują działania zmierzające do wyeliminowania tego zjawiska. W procesie tym poczyniono już duże postępy, do czego przyczyniły się też zmiany legislacyjne w tym zakresie, a zwłaszcza zakaz testowania nowo wprowadzanych na rynek kosmetyków i ich składników, wprowadzony na terenie Unii Europejskiej. Warto jednak zaznaczyć, że sporo zostaje jeszcze do zrobienia, zwłaszcza na polu zwiększania wiarygodności podejmowanych przez branżę inicjatyw oraz promowania produktów nietestowanych na zwierzętach poprzez posiadanie stosownych certyfikatów.

Zakończenie

Przedsiębiorstwa z branży kosmetycznej stoją dziś przed dużym wyzwaniem – koniecznością pogodzenia oczekiwań konsumentów, związanych z innowacyjną ofertą produktową, spełniającą też wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa, oraz społecznej presji dotyczącej rezygnacji z testowania tych produktów na zwierzętach. W pewnym sensie przedsiębiorstwa te nie mają wyboru, zwłaszcza jeżeli funkcjonują na rynkach, takich jak rynek unijny, na których obowiązują przepisy zakazujące przeprowadzania badań kosmetyków i ich składników na zwierzętach i wprowadzania do obrotu produktów, które takie testy przeszły. Społeczeństwo, w dużej części, oczekuje, że rezygnacja z eksperymentów na zwierzętach stanie się integralną częścią polityk i strategii producentów kosmetyków. Przeprowadzona na potrzeby niniejszego artykułu analiza wybranych działań międzynarodowych koncernów kosmetycznych pokazuje, iż najwięksi producenci kosmetyków otwarcie mówią o braku poparcia dla stosowania testów na zwierzętach. Deklarują, że ani swoich produktów kosmetycznych, ani wykorzystywanych do ich produkcji składników nie testują na zwierzętach. Przyznają jednocześnie, że od tej ogólnej zasady odstępują

koncernu L'Oréal (NYX Los Angeles, PureOlogy), cztery marki z portfela Estée Lauder (Aveda, Bumble & Bumble, FLIRT Cosmetics, Smashbox Cosmetics) oraz jedna marka Colgate-Palmolive (Tom's of Maine).

¹⁵ To niewielkie zainteresowanie wynikać może z faktu, że wprowadzane regulacje (w Unii Europejskiej i innych krajach) zakazują testów na zwierzętach, wobec czego producenci nie uznają pozyskania dodatkowych certyfikatów za konieczne.

tylko w wyjątkowych sytuacjach, głównie w obliczu wymagań prawnych na konkretnych rynkach. Każda z analizowanych firm aktywnie poszukuje rozwiązań, które z powodzeniem mogą zastąpić testy na zwierzętach w procesie wdrażania innowacji kosmetycznych. To, czego wyraźnie brakuje w działaniach analizowanych firm, a co z pewnością zwiększyłoby ich wiarygodność jako producentów niestosujących testów na zwierzętach, to posiadanie stosownych certyfikatów.

Literatura

- 40 Years of Animal Welfare (2014), European Commission, https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/animals/docs/aw_infograph_40-years-of-aw.pdf, dostęp: 13.07.2018.
- Americans, Politics and Science Issues (2015), Pew Research Center, http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2015/07/2015-07-01_science-and-politics_FINAL-1.pdf, dostęp: 11.07.2018.
- Attitudes of Europeans towards Animal Welfare (2016), Special Eurobarometer 442, https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2096_84_4_442_ENG, dostęp: 20.07.2018.
- Baranowska M.B. (2014), *Badania naukowe i testowanie nowych leków na ludziach i zwierzętach – aspekt prawny i etyczny*, „Przegląd Prawniczy Ekonomiczny i Społeczny”, nr 3.
- Branża kosmetyczna (2017), seria: Sektory Banku Zachodniego WBK, https://static3.bzwbk.pl/asset/S/e/k/Sektory-BZ-WBK_Branza-kosmetyczna_RAPORT_78675.PDF, dostęp: 11.07.2018.
- Clemence M., Leaman J. (2016), *Public attitudes to animal research in 2016*, Ipsos MORI, <https://www.ipsos.com/sites/default/files/publication/1970-01/sri-public-attitudes-to-animal-research-2016.pdf>, dostęp: 11.07.2018.
- Consumer Insights (2017), Cosmetics Europe, <https://www.cosmeticseurope.eu/library/>, dostęp: 12.07.2018.
- Corey L. (2004), *Animal Testing is Essential for Medical Research*, w: C. Mur (red.), *Animal Experimentation*, Greenhavenpress.
- Cosmetics Europe, <https://www.cosmeticseurope.eu/about-us/we-care/innovation>, dostęp: 12.07.2018.
- European Commission – Animal Welfare, https://ec.europa.eu/food/animals/welfare_en, dostęp: 18.07.2018.
- Fano A. (2004), *Chemical Testing on Animals is Unreliable*, w: C. Mur (ed.), *Animal Experimentation*, Greenhavenpress.
- Ferdowsian H.R., Back N. (2011), *Ethical and Scientific Considerations Regarding Animal Testing and Research*, „Plos ONE”, Vol. 6, No. 9, <http://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0024059&type=printable>, dostęp: 19.07.2018.
- Forbes, <https://www.forbes.com/sites/amyfeldman/2018/06/06/forbes-global-2000-the-worlds-largest-household-products-and-personal-care-companies/#5713e01d659c>, dostęp: 25.07.2018.

- Fraser D. (2012), *A practical ethic for animals*, „Journal of Agricultural and Environmental Ethics”, Vol. 25, No. 5.
- Janssens M.R.E., Kaptein M. (2016), *The Ethical Responsibility of Companies Towards Animals. A Study of the Expressed Commitment of the Fortune Global 200*, „The Journal of Corporate Citizenship”, Vol. 63, No. 9.
- Jones G. (2011), *Globalization and Beauty: A Historical and Firm Perspective*, „EurAmerica”, Vol. 41, No. 4.
- Łopaciuk A., Łoboda M. (2013), *Global beauty industry trends in 21st century*, w: *Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation – Management Knowledge and Learning International Conference*, Zadar.
- Nordgren A. (2002), *Animal Experimentation: Pro and con arguments using the theory of evolution*, „Medicine, Health Care and Philosophy”, Vol. 5, No. 1.
- PETA, Top Five Reasons to Stop Animal Testing, <https://www.peta.org/blog/top-five-reasons-stop-animal-testing/>, dostęp: 17.07.2018.
- Pietrzykowski T. (2007), *Spór o prawa zwierząt. Etyczne problemy prawa*, Wydawnictwo Sonia Draga, Katowice.
- Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dn. 3 maja 2018 r. w sprawie ogólnoświatowego zakazu testowania kosmetyków na zwierzętach, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P8-TA-2018-0202&format=XML&language=PL>, dostęp: 20.07.2018.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223 / 2009 z dn. 30 listopada 2009 r. dotyczące produktów kosmetycznych, Dz. U. UE L 342/59, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R1223&from=EN>, dostęp: 20.07.2018.
- Rybowska A. (2015), *Konsumpcjonizm na rynku kosmetyków*, w: *Problemy zarządzania, finansów i marketingu*, nr 36, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” nr 865, Szczecin.
- Singer P. (1989), *All Animals are Equal*, w: T.I. Regan, P. Singer (eds.), *Animal Rights and Human Obligations*, Oxford University Press.
- Singer P. (red.) (2002), *Przewodnik po etyce*, Książka i Wiedza, Warszawa.
- Socio-economic contribution of the European cosmetics industry* (2018), *Cosmetics Europe*, <https://www.cosmeticseurope.eu/library/>, dostęp: 12.07.2018.
- Starik M. (1995), *Should Trees Have Managerial Standing? Toward Stakeholder Status of Non-human Nature*, „Journal of Business Ethics”, Vol. 14, No. 3.
- Statista, <https://www.statista.com/statistics/243959/breakdown-of-the-cosmetic-market-worldwide-by-geographic-zone/>, dostęp: 19.07.2018.
- Światowa Deklaracja Praw Zwierząt (1978), UNESCO, <http://przystanekschronisko.org/i/dokumenty/deklaracja.pdf>, dostęp: 19.07.2018.
- Vardy P., Grosch P. (1995), *Etyka*, Zysk i S-ka, Warszawa.
- Walczak M., Bonczar Z. (2015), *Etyczne i prawne aspekty doświadczeń na zwierzętach*, „Wiadomości Zootechniczne”, Vol. 53, No. 4.
- Webster J. (2006), *Ideals and Realities: What Do We Owe to Farm Animals?*, w: J. Turner, J. D’Silva (eds.), *Animals, Ethics, and Trade. The Challenge of Animal Sentience*, Routledge.

Żukowski Ł. (2017), *Etyczne i prawne aspekty dopuszczalności przeprowadzania doświadczeń na zwierzętach*, „Acta Universitatis Wratislaviensis”, nr 3759, „Przegląd Prawa i Administracji”, nr 108, Uniwersytet Wrocławski.

Streszczenie

W artykule przybliżono problem testowania kosmetyków na zwierzętach, będącego częścią procesów innowacyjnych realizowanych przez przedsiębiorstwa wytwarzające tego rodzaju produkty. Krótko omówiono etyczny, społeczny i prawny kontekst tego rodzaju badań. Głównym celem artykułu była analiza polityki i praktyk stosowanych przez największe międzynarodowe koncerny kosmetyczne w zakresie ograniczania i eliminowania wykorzystania zwierząt do testowania nowo opracowywanych kosmetyków i ich składników.

Słowa kluczowe

branża kosmetyczna, innowacje produktowe, testowanie na zwierzętach

Animal testing as the ethical problem of product innovation process in cosmetics industry (Summary)

The article presents the problem of animal testing as a part of innovation processes in cosmetics production. The ethical, social and legal context of this type of practice is briefly discussed. The main goal of the article was to analyze the policies and practices of the largest international companies operating in personal care industry, in the field of reducing and eliminating the use of animals for testing newly developed cosmetics and their components.

Keywords

cosmetic industry, product innovation, animal testing