

Министерство здравоохранения Российской Федерации

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Санкт - Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия

Кафедра управления и экономики фармации

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проведению практических занятий со студентами по дисциплине «Медицинское и
фармацевтическое товароведение»

Тема занятия: «Товароведческий анализ лечебных косметических средств»
Учебных часов – 4

Фармацевтический факультет
Форма обучения – *очная*

по направлению подготовки – 060301.65 «*Фармация*»
квалификация (степень) – специалист

Санкт-Петербург
2014 год

Косметические средства являются товарами широкого потребления. Наряду со специализированными магазинами косметических средств они находят распространение на фармацевтическом рынке. Предварительные исследования данной литературы показывают, что среди парафармацевтических товаров большую часть составляют косметические средства для кожи. Следует отметить, что эти средства с каждым годом становятся все более значимыми для фармацевтических предприятий. Поскольку наблюдается ежегодное увеличение объема реализации косметических средств. Это приводит к развитию продаж косметической продукции в сетевых аптеках и за счет этой группы товаров фармацевтические предприятия имеют высокий объем продаж и значительную прибыль.

Классификация косметических средств

Согласно ГОСТ 32117-2013 **парфюмерно-косметическая продукция** - вещество или смеси веществ, предназначенные для нанесения непосредственно на внешний покров человека (кожу, волосяной покров, ногти, губы и наружные половые органы) или на зубы и слизистую оболочку полости рта с единственной или главной целью их очищения, изменения их внешнего вида, придания приятного запаха, и/или коррекции запаха тела, и/или их защиты, и/или сохранения в хорошем состоянии, и/или ухода за ними.

В Российской Федерации согласно СанПиН 1.2.681-97 в качестве косметических средства рассматриваются средства по уходу за кожей лица, средства по уходу за волосами, средства декоративной косметики, средства для ухода за ногтями, средства для интимной гигиены, специальная косметическая продукция, средства для гигиенического ухода и придания запаха, средства индивидуальной защиты кожи, средства гигиены полости рта.

Согласно Директиве 2000/41/ЕЭС под косметическим средством понимается любое вещество или препарат, предназначенное для нанесения на различные наружные участки человеческого тела (кожный покров, волосяной покров, ногти, губы и наружные половые органы) или на зубы и слизистую оболочку полости рта, с основной или исключительной целью их очищения, придания запаха или защиты для сохранения здорового состояния, изменения вида или предотвращения / появления неприятного запаха.

В настоящее время не существует единой научно-обоснованной классификации косметических средств. Классическим классификационным признаком огромного разнообразия косметических средств является **косметический эффект объекта**. Относительно этого признака товары можно разделить на:

- Косметические препараты гигиенического назначения;
- Косметические препараты декоративного назначения;
- Косметические препараты лечебно-профилактического назначения

Эффект косметических препаратов гигиенического назначения выражается в нормализации физиологических свойств кожи и ее придатков. Косметические препараты гигиенического назначения по виду действия можно разделить на косметические препараты, направленные на очищение, защиту и регенерацию кожных покровов.

Косметические препараты декоративного назначения предназначены для ретуширования и коррекции косметических недостатков кожи и ее придатков.

Исходя из определения основных понятий, для первых двух средств характерно наличие косметического эффекта, а лечебно-профилактические препараты наряду с косметическими могут проявлять фармакологический эффект. В связи с этим средства гигиенического и декоративного ухода за кожей можно объединить общим названием «косметические препараты». Для косметических препаратов, которые проявляют фармакологический эффект, используют термины: «космецевтика», «дермокосметика», «активная» косметика. Законодательный статус такого позиционирования в России отсутствует. Отличия «космецевтики» от традиционной представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Основные отличия косметики традиционной и «лечебной»

Традиционные косметические средства	«Лечебные» косметические средства
Предназначена для профилактического ухода за кожей	Предназначена для лечебно-профилактического ухода за кожей с косметическими дефектами
Биологическое воздействие распространяется на роговой слой эпидермиса, в элитной косметике на базальный слой эпидермиса	Биологическое воздействие распространяется на слой эпидермиса и отдельные клетки кожи: Лангерганса, фибробластов, меланоцитов и др.
Могут применяться постоянно	Применяются курсами, обычно 1-2 месяца
Используются только для домашнего ухода	Используются как в салонах красоты, так и для домашнего ухода
Эффективность использования активных компонентов невысокая, непродолжительный эффект	Эффективность использования активных компонентов высокая, длительное сохранение эстетического эффекта

Дифференцировать косметические препараты можно и **по уровню воздействия** на кожные покровы. Согласно этому признаку косметические средства классифицируют на:

- Эпидермальные (направленность косметического эффекта непосредственно на ткань эпидермиса);
- Трансдермальные (влияние препарата на более глубокие слои эпидермиса, дерму, гиподерму).

По области применения косметические препараты классифицируются на *косметические препараты гигиенического назначения*:

- Средства косметические по уходу за кожей (скрабы, кремы, маски, лосьоны, гели для душа, пены для ванн, мыла косметические);
- Средства косметические по уходу за волосами (шампуни, бальзамы, ополаскиватели);
- Косметические препараты по уходу за полостью рта и зубами (зубные пасты, зубные эликсиры).
- Дезодорирующие косметические средства (дезодоранты, антиперспиранты).

Косметические препараты декоративного назначения:

- Косметические средства декоративного назначения по уходу за кожей (пудры, тональные кремы, губные помады, румяна, косметика для глаз, бровей, тушь для ресниц);
- Косметические средства декоративного назначения по уходу за волосами (косметические средства для изменения цвета волос, формы волос, косметические средства для укладки волос и фиксации прически);
- Косметические средства декоративного назначения по уходу за ногтями (лаки для ногтей, жидкости для удаления лака, средства для удаления кутикулы).

Для специалистов фармации необходимость системного подхода к оценке качества и уровня технологии косметических средств требует их классификации **по форме выпуска**. Косметические средства представлены следующими формами выпуска:

- Жидкая (лосьоны);
- Мягкая (гели, кремы, пасты);
- Твердая (пудры, присыпки).

В соответствии с местом покупки и ценовым статусом, весь рынок косметической продукции делится на 4 группы (табл. 2).

Таблица 2.

Классификация косметической продукции по группам

Группа	Место продажи	Ценовая категория
Люксовая	Специализированные магазины	Высокая
Профессиональная	Медицинские центры, салоны красоты	Высокая
Лечебная	Аптечные учреждения	Средняя
Масс-маркет	Супермаркеты, магазины, аптеки	Низкая

Существует еще один вид классификации, отражающий **степень эстетической коррекции проблем кожи** при применении различных косметических средств (эта степень зависит от используемых в производстве технологий). Исходя из этого фактора, косметику можно разделить на следующие группы:

средства 1-го поколения — традиционная косметика;

средства 2-го поколения — косметика целевого назначения;

средства 3-го поколения — трансэпидермальная косметика и косметика мембранная;

средства 4-го поколения — клеточная косметика, обеспечивающая доставку активных компонентов к клеткам-мишеням.

Основное назначение *традиционной косметики* — обеспечение эстетического эффекта, которого можно достичь, используя либо декоративную косметику, либо увлажняющие, смягчающие, лифтинговые средства. Биологическое влияние традиционной косметики на кожу ограничивается воздействием на ороговевший слой эпидермиса. За последние годы эта косметика значительно повысила свое качество.

Традиционная косметика, как правило, адресована массовому потребителю (масс-маркет). Однако некоторые виды традиционной косметики могут по стоимости входить в категорию «люкс» и предназначаться для удовлетворения изысканных вкусов состоятельных клиентов.

Косметические средства целевого назначения адресованы потребителям, имеющим ту или иную дерматологическую патологию. В отличие от традиционной косметики, многие составы «целевой» косметики содержат природные биологически активные вещества, а иногда и лекарственные средства, разрешенные для включения в косметику. Эта группа косметических средств относится к дерматологической косметике, причем среди этих продуктов имеются и декоративные средства, например карандаши — корректоры для проблемной кожи, тональные кремы, губные помады для губ с повреждением, герпетическими высыпаниями.

Косметика с трансэпидермальным эффектом обеспечивает проникновение БАВ через роговой слой эпидермиса, конечной целью которых является зародышевый слой клеток. К этим клеткам доставляются питательные вещества, витамины, антиоксиданты.

Клеточная косметика обеспечивает доставку активных компонентов непосредственно к клеткам-мишеням, которые выполняют различные функции в коже. Это клетки Лангерганса, меланоциты, зародышевые клетки, фибробласты т.д. В составах таких косметических средств присутствуют носители, способные доставить вещества внутрь клетки: липосомы с векторами, лигандами, цитокинами. Входящие в состав таких продуктов активные компоненты тоже относятся к новому поколению БАВ, полученных биохимическим синтезом и оказывающим влияние на процессы, протекающие в клетке. Это пептидогликаны, клеточные ферменты (супероксиддисмутазы), пептидные фрагменты ботулотоксина, ДНК и РНК.

Важно отметить, что в последнее время все большее внимание как производителей, так и потребителей привлекает так называемая «натуральная» косметика. На мировом

рынке сформировалась законодательная база, которая устанавливает требования и нормы в сегменте органической косметики.

Так, согласно сертификации NPA (Natural Products Association) существуют 3 категории натуральной косметики:

- «Классическая» натуральная косметика производится с учетом основных критериев – сырье и его происхождение отвечает общим требованиям, действующих также и для второго, и третьего класса косметики;
- Натуральная косметика - содержит более чем 70% натурального сырья с биологически контролируемых плантаций;
- Биокосметика, состоящая более чем на 95% из натурального сырья, происходящего с биологически контролируемых плантаций.

С 1 сентября 2010 года биокосметикой, согласно Директиве ЕС №2092/91 «постановление об экологическом земледелии и о соответствующей маркировке сельскохозяйственных продуктов» от 24.06.91 считается только косметика, содержащая 100% натуральных ингредиентов.

В российской федерации аналогичными нормативными документами являются ГОСТ Р ИСО 14020-2011 «Этикетки и декларации экологические. Основные принципы», ГОСТ Р 54135-2010 «Экологический менеджмент. Руководство по применению организационных мер безопасности и оценки рисков. Защита экологических природных зон. Общие аспекты и мониторинг».

ПОКАЗАТЕЛИ БЕЗОПАСНОСТИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

В целом, качество понимается как совокупность характеристик объекта, относящихся к его особенности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности. Для косметических средств среди основных потребительских параметров наряду с функциональными, эргономическими, эстетическими выделяют надежность и безопасность.

Безопасность парфюмерно-косметической продукции - совокупность свойств и характеристик парфюмерно-косметической продукции, которые обеспечивают отсутствие вредного воздействия парфюмерно-косметической продукции на потребителя при ее использовании в соответствии с назначением и способом применения в течение срока годности

Безопасность парфюмерно-косметической продукции обеспечивается совокупностью требований:

- 1) к составу;
- 2) к физико-химическим показателям;
- 3) к микробиологическим показателям;
- 4) к содержанию токсичных элементов;
- 5) к токсикологическим показателям;
- 6) к клиническим (клинико-лабораторным) показателям;
- 7) к производству;
- 8) к потребительской таре;
- 9) к маркировке продукции.

ПРАВИЛА ПРЕМКИ, ОТБОРА ОБРАЗЦОВ ПРОДУКЦИИ НА КОНТРОЛЬ

Парфюмерно-косметические изделия принимают партиями. За партию принимают количество одноименной продукции, выработанное за одну смену и оформленное одним документом о качестве с указанием:

- наименования предприятия-изготовителя, подчиненности и местонахождения;
- наименования продукции, номера артикула;
- размера партии;
- даты выработки;
- обозначения стандарта на продукцию;

- штампа или подписи ОТК.

Партией на оптовых базах, складах и в розничной торговой сети считают продукцию одного наименования, полученную по одному транспортному документу, накладной или счету.

Отбор образцов производится методом случайной выборки в соответствии с ГОСТ 29188.0-91 в количестве, достаточном для проведения полного контроля на соответствие требованиям НД, а также для закладки на гарантийное хранение.

Соответствие упаковки и маркировки требованиям проверяют на 3% упаковочных единиц, отобранных из разных мест партии, но не менее чем на трех упаковочных единицах. Если в выборке более 3% изделий не соответствуют по упаковке и маркировке требованиям стандартов, проводят повторную проверку на удвоенной выборке. По результатам повторной проверки партию бракуют, если в выборке более 3% изделий не соответствуют требованиям стандартов.

При наличии менее 3% изделий, не соответствующих требованиям стандартов, партию принимают, бракуя только фактически обнаруженное количество дефектных изделий.

При получении неудовлетворительных результатов испытаний хотя бы по одному из органолептических или физико-химических показателей проводят повторные испытания на удвоенной выборке от той же партии. Результаты повторных испытаний распространяют на всю партию.

Отбор проб

Для проверки качества парфюмерно-косметических изделий по органолептическим и физико-химическим показателям из отобранных упаковочных единиц составляют случайную выборку:

для изделий во флаконах и пробирках:

- от партии до 1000 шт. - не менее 6 шт.,
- от партии свыше 1000 шт. - не менее 5 шт. от каждых 1000 шт.;

для изделий в тубах, баночках, коробках, коробочках (с порошкообразной пудрой), пакетах, пеналах (с массой продукции 10 г и выше):

- от партии до 10 тыс. шт. - не менее 6 шт.,
- от партии свыше 10 тыс. шт. - не менее 3 шт. от каждых 5 тыс. шт.;

для изделий в пеналах (с массой продукции до 10 г), пудреницах, коробочках (с компактными изделиями):

- от партии до 20 тыс. шт. - не менее 10 шт.,
- от партии свыше 20 тыс. шт. - не менее 3 шт. от каждых 5 тыс. шт.

Масса или объем объединенной пробы должны быть указаны в стандарте на конкретную продукцию.

МЕТОДЫ ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИХ ИСПЫТАНИЙ

Определение внешнего вида, цвета и однородности

Внешний вид и однородность изделий, имеющих жидкую консистенцию и упакованных в прозрачные флаконы, определяют просмотром флаконов с жидкостью в проходящем или отраженном дневном свете или свете электрической лампы после перевертывания флакона пробкой вниз два-три раза.

Цвет изделий, имеющих жидкую консистенцию, а также внешний вид и однородность изделий, упакованных в непрозрачные флаконы, определяют просмотром пробы в количестве около 20-30 см в стакане на фоне листа белой бумаги в проходящем или отраженном дневном свете или свете электрической лампы.

Внешний вид и цвет порошкообразных изделий и изделий, имеющих консистенцию эмульсии, геля, желе, пасты, мази, определяют просмотром пробы, помещенной тонким ровным слоем на предметное стекло или лист белой бумаги.

Однородность указанных изделий - отсутствие комков и крупинок - определяют на ощупь легким растиранием пробы.

Внешний вид и цвет изделий, имеющих твердую консистенцию и упакованных в баночки и пеналы, и компактных изделий декоративной косметики определяют просмотром поверхности изделия.

Определение запаха

Запах жидких изделий (кроме шампуней) определяют органолептическим методом с использованием полоски плотной бумаги размером 10X60 мм, смоченной приблизительно на 30 мм погружением в анализируемую жидкость.

Запах средств ухода за волосами определяют органолептическим методом с использованием водного раствора с массовой долей средств 10% при температуре раствора 40-45 °С, а для хны и басмы - 50-60 °С.

Запах порошкообразных изделий и изделий, имеющих консистенцию эмульсии, геля, желе, пасты, мази, определяют органолептическим методом в пробе после определения внешнего вида.

Запах изделий, имеющих твердую консистенцию и упакованных в баночки и пеналы, и компактных изделий декоративной косметики определяют органолептическим методом после определения внешнего вида.

УПАКОВКА ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

К наиболее важным факторам, влияющим на сохранение качества парфюмерно-косметических товаров, относятся упаковка. Основное назначение упаковки – защита продукции от неблагоприятных внешних воздействий и уменьшение количественных и качественных потерь товара.

Основные требования к упаковке парфюмерно-косметических товаров заключаются в следующем:

- 1) отсутствие взаимодействия материала упаковки с содержимым;
- 2) создание герметичности при хранении, транспортировании и использовании;
- 3) экологичность;
- 4) экономичность.

Все виды потребительской тары, применяемые для фасования косметических изделий, и укупорочные средства должны соответствовать требованиям нормативного или технического документа и обеспечивать сохранность качества продукции. Таким образом, упаковка (укупорочные средства) должна быть спроектирована и изготовлена таким образом, чтобы при ее применении по назначению обеспечивалась минимизация риска, обусловленного конструкцией упаковки (укупорочных средств) и применяемыми материалами. Требования к различным видам упаковки представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Требования к различным видам упаковки косметических средств

Тип упаковки по используемому материалу	Требования
Упаковка металлическая	<ul style="list-style-type: none"> - герметичность при внутреннем избыточном давлении воздуха - должна выдерживать сжимающее усилие в направлении вертикальной оси корпуса упаковки; - внутреннее покрытие должно быть стойким к упаковываемой продукции и (или) выдерживать стерилизацию или пастеризацию в модельных средах; - стойкость к коррозии.
Упаковка стеклянная	<ul style="list-style-type: none"> - должна выдерживать внутреннее гидростатическое давление в зависимости от основных параметров и назначения; - должна выдерживать без разрушения перепад температур; - должна выдерживать сжимающее усилие в направлении вертикальной оси корпуса упаковки;

	- водостойкость стекла – не ниже класса 3,98 (для парфюмерно-косметической продукции).
Упаковка полимерная	- герметичность; - должна выдерживать сжимающее усилие в направлении вертикальной оси корпуса упаковки; - не должна деформироваться и растрескиваться при воздействии горячей воды; - ручки упаковки должны быть прочно прикреплены к ней и выдерживать установленную нагрузку; - сварной и клеевые швы упаковки не должны пропускать воду; - внутренняя поверхность упаковки должна быть стойкой к воздействию упаковываемой продукции
Упаковка картонная и бумажная	- должна выдерживать установленное количество ударов при свободном падении с высоты без разрушения; - должна выдерживать сжимающее усилие в направлении вертикальной оси корпуса упаковки;
Упаковка из комбинированных материалов	- герметичность; - влагостойкость; - поверхность внутреннего покрытия не должна быть окислена; - внутренняя поверхность упаковки должна быть стойкой к воздействию упаковываемой продукции
Упаковка из текстильных материалов	- должна выдерживать установленное количество ударов при свободном падении с высоты без разрушения; - должна выдерживать установленную разрывную нагрузку
Упаковка деревянная	- должна выдерживать установленное количество ударов при свободном падении с высоты без разрушения; - должна выдерживать установленное количество ударов на горизонтальной и наклонной плоскостях; - должна выдерживать сжимающее усилие в направлении вертикальной оси корпуса упаковки; - влажность древесины должна соответствовать установленной
Упаковка керамическая	- водостойкость.

Парфюмерно-косметические изделия фасуют в полимерные, металлические или комбинированные тубы; стеклянные, полимерные, металлические или комбинированные баночки; полимерные флаконы и подушечки (потребительская тара). Допускаются другие виды потребительской тары по согласованию с потребителем, обеспечивающие сохранность изделий при транспортировании, хранении и использовании.

Так, густые кремы, зубные пасты обычно фасуют в полимерные, ламинированные или алюминиевые тубы. От материала тубы зависит полнота использования содержимого упаковки. Предпочтение лучше отдать тубе из ламинированного материала, поскольку алюминий с двух сторон покрыт полимерными материалами, туба хорошо гнется и металл не контактирует с косметическим средством. Недостаток полимерной упаковки в том, что она не фиксируется на сгибах, при этом трудно определить остаток средства в упаковке. В местах сгибов в тубах из пищевого алюминия может нарушиться целостность лакового внутреннего покрытия, и металл мигрирует в косметическое средство, что крайне нежелательно с точки зрения безопасности.

Изделия декоративной косметики на жировой основе и кремы могут быть расфасованы в полимерные, металлические или фарфоровые баночки. Они должны быть

заполнены без пустот до краев или плечиков в соответствии с установленной массой и должны закрываться крышками. Все виды полимерной тары должны быть изготовлены из материалов, не взаимодействующих с косметическими изделиями и разрешенных для применения в контакте с пищевыми продуктами. Упаковка должна обеспечивать сохранность свойств парфюмерно-косметической продукции в течение установленных сроков годности и быть удобной при пользовании.

Изделия декоративной косметики на жировой основе фасуют также в металлические или пластмассовые пеналы. Пеналы должны быть плотно закрыты крышками. Карандаш не должен выпадать из пенала, движок пенала должен свободно передвигаться, при обратном его движении карандаш не должен срезаться краями корпуса пенала.

Флаконы, тубы и баночки с косметическими средствами могут быть упакованы в картонные коробки, футляры, художественно оформленные.

Туалетное мыло фасуется в виде кусков номинальной массой до 300 г. Туалетное мыло выпускают как без обертки, так и в обертке (обычно в обертке выпускают мыло группы «экстра»). Бумажная обертка мыла может состоять из одного, двух или трех слоев. Внешний слой обертки художественно оформлен. Часто туалетное мыло упаковывают в однослойную обертку из прозрачных, полупрозрачных и непрозрачных материалов, ламинированной бумаги, фольги. Мыло (1–4 куска) может быть упаковано в коробки-мыльницы из синтетических или других материалов.

Компактную массу декоративной косметики фасуют в металлические или пластмассовые поддонники, которые вставляют в пудреницы или коробочки. Не допускается самопроизвольное выпадение поддонника из пудреницы при переворачивании. Верх коробочки с порошкообразной пудрой должен быть затянут целлофановой пленкой. Для пластмассовой коробочки можно использовать пластмассовый вкладыш. Компактная пудра должна быть уложена в пудреницы с вкладышем для нанесения пудры. Между вкладышем и пудрой помещают бумажную или полимерную прокладку. Иногда пудреницы упаковывают в художественно оформленные футляры с запасными блоками или без них.

Потребительскую тару с парфюмерно-косметической продукцией укупоривают всеми видами укупорочных средств, обеспечивающих сохранность продукции при транспортировании, хранении и использовании. Важно отметить также, что укупорочные средства должны быть безопасны для применения по следующим параметрам:

- герметичность;
- химическая стойкость;
- безопасное вскрытие;
- физико-механические показатели.

Заполняют потребительскую тару парфюмерно-косметической продукцией в соответствии с массой или объемом, установленными в техническом документе на конкретное наименование изделия.

Допускаемое отрицательное отклонение по массе или объему устанавливается нормативным документом страны-изготовителя, но не должно превышать 6%, для изделий одноразового использования - 12%.

ТРЕБОВАНИЯ К МАРКИРОВКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ТАРЫ

Маркирование парфюмерно-косметической продукции проводится путем нанесения информации для потребителя в виде надписей, цифровых, цветовых и графических обозначений на потребительскую тару, этикетку, ярлык с учетом требований к маркировке, указанных в приложениях которые представлены в ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Этикетка представляет собой средство информации об упакованной парфюмерно-косметической продукции, располагаемое на потребительской таре.

К косметическим товарам часто прикрепляют *ярлык*, представляющий собой изделие произвольной формы, размеров и материалов, предназначенное для нанесения маркировки, прикрепляемое или прилагаемое к единице парфюмерно-косметической продукции или вкладываемое в упаковку. Если к парфюмерно-косметической продукции есть сопроводительная информация (ярлык), то на продукцию наносится графический знак в виде кисти руки на открытой книге (рисунок 1).



Рис. 1. Символ, указывающий на наличие дополнительной информации о парфюмерно-косметической продукции

Маркировка парфюмерно-косметической продукции проводится путем нанесения информации о парфюмерно-косметической продукции на потребительскую тару, ярлык, этикетку, открытку, ленту прилагаемые или прикрепленные к продукции.

На упаковке производимой, реализуемой парфюмерно-косметической продукции должна быть четко выполненная и легко читаемая несмываемая маркировка, содержащая следующую информацию:

- наименование, название (при наличии) парфюмерно-косметической продукции;
- назначение парфюмерно-косметической продукции, если это не следует из наименования продукции;
- косметика, предназначенная для детей, должна иметь соответствующую информацию в маркировке;
- наименование изготовителя и его местонахождение (юридический адрес, включая страну);
- страна происхождения парфюмерно-косметической продукции (если страна где расположено производство продукции не совпадает с юридическим адресом изготовителя);
- наименование и место нахождения организации (юридический адрес), уполномоченной изготовителем на принятие претензий от потребителя (уполномоченный представитель изготовителя или импортер), если изготовитель не принимает претензии сам на территории государства-члена ТС;
- номинальное количество (объем или масса) продукции в потребительской таре (для мыла твердого туалетного - номинальная масса куска, на момент упаковки) за исключением парфюмерно-косметической продукции номинальной массой менее 5 г, или номинальным объемом менее 5 мл, или пробника парфюмерно-косметической продукции;
- цвет и/или тон (для декоративной косметики и окрашивающих средств);
- массовую долю фторида (% , или мг/кг, или ppm) для средств гигиены полости рта, содержащих соединения фтора;
- срок годности:
 - дата изготовления (месяц, год) и срок годности (месяцев, лет), или надпись "годен до" (месяц, год) или "использовать до" (месяц, год);
- описание условий хранения в случае, если эти условия отличаются от стандартных;
- особые меры предосторожности (при необходимости) при применении продукции, в том числе информация о предупреждениях, изложенных в приложениях 2-5 настоящего технического регламента;
- номер партии или специальный код, позволяющие идентифицировать партию

парфюмерно-косметической продукции;

- сведения о способах применения парфюмерно-косметической продукции, отсутствие которых может привести к неправильному использованию потребителем парфюмерно-косметической продукции;

- список ингредиентов. Ингредиенты указывают в порядке уменьшения их массовой доли в рецептуре, при этом парфюмерную (ароматическую) композицию указывают как единый ингредиент без раскрытия ее состава. Ингредиенты, присутствующие в форме наноматериалов, должны быть четко указаны в списке ингредиентов с указанием после их названия в скобках слова "нано" или "nano" в случае указания ингредиентов в соответствии с международной номенклатурой косметических средств (INCI). Ингредиенты в концентрации менее 1% могут быть перечислены в любом порядке после тех ингредиентов, концентрация которых более 1%.

Список ингредиентов может быть представлен либо на государственном(ых) или официальном языке(ах) государств-членов ТС, в которых осуществляется реализация парфюмерно-косметической продукции, либо в соответствии с международной номенклатурой косметических ингредиентов (INCI) с использованием букв латинского алфавита.

На изделиях декоративной косметики, выпущенных в виде серии различных тонов, могут быть перечислены все красители, использованные в серии, с применением термина: "может содержать" или знака (+/-).

ХРАНЕНИЕ И ТРАНСПОРТИРОВКА

Запрещается реализация парфюмерно-косметических средств с истекшими сроками годности.

Реализуемые изделия парфюмерно-косметические жидкие хранятся при температуре от +5⁰С до +25⁰С, парфюмерно-косметические изделия густой консистенции, порошкообразные, компактные, кристаллические и воскообразные изделия хранятся при температуре от 0⁰С до +25⁰С в крытых складских помещениях в упаковке изготовителя в соответствии с действующими ТНПА.

Не допускается хранение парфюмерно-косметических средств под непосредственным воздействием солнечного света, на расстоянии менее 0,5 м от включенных отопительных приборов.

В случае если парфюмерно-косметическое средство должно храниться в условиях, отличных от указанных, это должно быть указано в технической документации на и на потребительской упаковке.

Запрещается реализация косметических средств в предприятиях торговли и объектах мелкорозничной сети при отсутствии необходимых условий для соблюдения температурных и влажностных условий хранения.

Транспортировка косметической продукции осуществляется всеми видами транспорта в соответствии с правилами перевозок для соответствующего вида транспорта. Условия перевозки должны соответствовать условиям хранения продукции.