Koniec ery kosmetycznych fake newsów!

Kosmopedia.org w nowej, konsumenckiej odsłonie

**Przy drogeryjnej półce coraz trudniej podjąć nawet z pozoru tak zwyczajną decyzję, jak zakup szamponu do włosów czy kremu. W gąszczu informacji, recenzji, artykułów poświęconych doniesieniom o szkodliwości zbadanych i używanych powszechnie substancji, wielu konsumentów odczuwa strach i ma ochotę wyrzucić swoje kosmetyki do kosza. Remedium na kosmetyczną infodemię? Nowa, konsumencka wersja portalu** [**Kosmopedia.org.**](http://www.kosmopedia.org/)

Użytkownikom kosmetyków z roku na rok zbyt wiele czasu zaczyna zajmować przekopywanie się przez opinie testerów poszczególnych produktów. Także same nazwy składników wciąż niewiele im mówią – wbrew rosnącej liczbie składnikowych aplikacji czy fan page’ów.

*Marketing rekomendacji jest bardzo ważny w przypadku produktów kosmetycznych. Jego rozwojowi sprzyjają popularne media społecznościowe, algorytmy wyszukiwarek, platformy sprzedażowe premiujące zbieranie opinii i ocen użytkowników. Wiemy to nie od dziś i nie uciekniemy od tego. Zadaliśmy sobie jednak pytanie, czy w przypadku kosmetyków, które mają służyć higienie, pielęgnacji i – w nie mniejszym stopniu – dbaniu o dobrostan psychiczny użytkowników, nie powinniśmy zebrać w jednym miejscu neutralnych, opartych na aktualnych badaniach i wiedzy informacji nie o produktach, ale ich częściach składowych. Tak powstała Kosmopedia* – mówi **Blanka Chmurzyńska-Brown, dyrektor generalna Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego**, który jest pomysłodawcą portalu.

**Rzetelna wiedza w przystępnej formie!**

Co naprawdę jest w kosmetyku i jak to działa na skórę? Czy mój kosmetyk, składniki, z którego powstał są bezpieczne? Kto o tym decyduje i kto nad tym czuwa? Co z wpływem kosmetyków i ich opakowań na środowisko? Czy to prawda, że… Choć konsumenci wiedzą coraz więcej, mają też coraz więcej wątpliwości. Rozwiać je pozwoli nowa wersja działającego od 2010 r. i lubianego przez profesjonalistów portalu Kosmopedia.org. Siedem sekcji tematycznych, w tym tak ważne: Bezpieczenstwo, czy Środowisko przygotowane we współpracy z Organizacją Odzysku Opakowan Rekopol. Nowe artykuły na aktualne tematy, i – najważniejsze – wciąż rozbudowywana encyklopedia składników, w której w najbliższych miesiącach znajdzie się ponad 25 000 opisów substancji. A wszystko to napisane przystępnym językiem, łatwe do przeczytania i zrozumienia.

*To największa baza aktualności o kosmetykach w Polsce* – wyjaśnia **Blanka Chmurzyńska-Brown.** *Treści, do których dziś internauci mają dostęp w serwisie Kosmopedia.org, są wynikiem 18 lat pracy Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego, ponad 10 lat prowadzenia portalu w poprzedniej wersji, wielu międzynarodowych współprac z twórcami najlepszych w Europie aplikacji składnikowych i dyskusji ponad 200 firm należących do naszej organizacji.*

**Zmiana podejścia: nie o produktach, a o składnikach**

Dzięki kompleksowości w podejściu do tematu kosmetyków, przydatne informacje znajdą na Kosmopedii zarówno konsumenci z większą, jak i mniejszą wiedzą, szukający wyselekcjonowanych informacji i potrzebujący przekrojowego podejścia do różnych kwestii. To dobre miejsce zarówno dla osób, kupujących wyłącznie produkty wegańskie czy nowinki produktowe, jak i tych, dla których stare i sprawdzone od lat składniki są gwarancją zdrowia i bezpieczeństwa stosowania. To przeciwieństwo dostępnych dotychczas w Polsce aplikacji i stron, proponujących użytkownikom proste – często zbyt proste – podejście oceniające szybko i bez głębszej analizy wybrane, zwykle najpopularniejsze produkty. Takie działanie ma wiele wad, ale największą z nich jest wprowadzanie w błąd konsumentów.

Nowa Kosmopedia ma przypominać przede wszystkim o tym, że każdy składnik, użyty do produkcji kosmetyków, jest przebadany i oceniony jako bezpieczny w określonym produkcie, w zatwierdzonej dawce, przy rekomendowanym sposobie zastosowania. Po co? By zredukować uczucie niepewności i przypomnieć, że branża kosmetyczna podlega bardzo ścisłym regulacjom w Polsce i Europie, a same kosmetyki kontrolowane są na każdym etapie – od powstania do pustego opakowania. *Udostępniając internautom nową, lepszą, bardziej treściwą Kosmopedię, chcemy jednocześnie powiedzieć wszystkim zdezorientowanym konsumentom – jesteście w dobrym miejscu! Witajcie, rozgośćcie się i czytajcie bez obaw* – podsumowuje **Blanka Chmurzyńska-Brown.**

\*\*\*

**O Kosmopedii**

[Kosmopedia.org](http://www.kosmopedia.org/) to pierwsze w Polsce, najobszerniejsze kompendium wiedzy o składnikach kosmetyków i innych tematach związanych z produktami kosmetycznymi. Portal został przygotowany w oparciu o wiedzę naukową i współpracę firm z branży kosmetycznej w Polsce i Europie. Znajdują się w nim opisy kilku tysięcy substancji, ich funkcji w produktach kosmetycznych, właściwości oraz działania na skórę i organizm człowieka. W najbliższych miesiącach baza ta obejmie ponad 25 000 składników.

Serwis podzielony jest na 7 sekcji tematycznych, wśród których są kluczowe dla konsumenta: *Bezpieczeństwo*, *Środowisko*, *Fakty i Mity* oraz *O tym się mówi*, zawierające bieżące, budzące emocje mediów i konsumentów tematy.

Kosmopedia.org została uruchomiona w 2010 r. z inicjatywy Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego, jako drugi tego typu portal w Europie (po brytyjskiej stronie [*The Facts about*](https://www.thefactsabout.co.uk/)). W 2021 r. przeszła gruntowną przebudowę z serwisu branżowego w konsumencki.

**O Polskim Związku Przemysłu Kosmetycznego (Kosmetyczni.pl)**

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, jako jedyna organizacja w Polsce, reprezentuje i wspiera cele strategiczne przedsiębiorców wyłącznie branży kosmetycznej. Od ponad 18 lat jest aktywnym głosem sektora w procesie stanowienia prawa. Skutecznie współpracuje na co dzień z instytucjami administracji polskiej i europejskiej, a razem z firmami członkowskimi wypracowuje i wdraża rozwiązania, które prowadzą do rozwoju polskiego rynku kosmetycznego, który dziś jest 5 w Unii Europejskiej.

Związek należy do Cosmetics Europe – europejskiej organizacji branżowej i Konfederacji Lewiatan – najbardziej wpływowej organizacji pracodawców w Polsce. Angażuje się też w działania budujące pozycję sektora za granicą – wspiera promocję eksportu polskich kosmetyków, buduje sieć partnerstw i wspólnie z partnerami znosi bariery w handlu międzynarodowym. Organizacja pełni również funkcję platformy wymiany doświadczeń – edukuje i szkoli firmy, podnosząc jakość całego sektora. Od 13 lat prowadzi też projekt społeczny Fundacja Piękniejsze Życie.

Związek skupia blisko 200 firm, w tym producentów i dystrybutorów kosmetyków, laboratoria, firmy doradcze i ośrodki dydaktyczne, a także ich partnerów okołobranżowych – dostawców opakowań i surowców. Zrzesza i działa na rzecz zarówno startupów, małych, rodzinnych przedsiębiorstw, jak i dużych, międzynarodowych korporacji i największych polskich firm kosmetycznych, które w atmosferze wzajemnego szacunku i zaufania działają razem skutecznie, zachowując przy tym wszelkie zasady konkurencji. Więcej informacji na stronie [www.kosmetyczni.pl](file:///C:\Users\Ola\Desktop\Praca\Communicatio%20PR\Polski%20Związek%20Przemysłu%20Kosmetycznego\Biuro%20prasowe\www.kosmetyczni.pl).