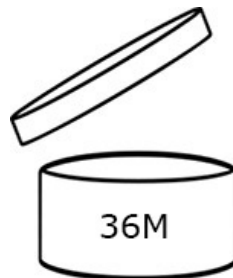


نمادها در ظروف لوازم آرایشی

نمادهای روی برچسب های لوازم آرایشی، اطلاعات مختلفی را در مورد محصول داخل آن از قبیل تاریخ انقضا، حجم/وزن، قابلیت بازیافت ظروف و موارد دیگر به اشتراک می گذارند. علاوه بر الزام قانونی برای تولیدکنندگان برای برچسب گذاری مناسب محصولات آرایشی و بهداشتی، مصرف کنندگان نیز توجه بیشتری به برچسب های محصولات نشان می دهند، زیرا نسبت به آنچه بر روی پوست خود قرار می دهند آگاه تر می شوند.

در زیر نمادهایی که روی برچسب های لوازم آرایشی در ایالات متحده و اتحادیه اروپا دیده می شوند و معنی آنها را مشاهده می کنید:



دوره پس از باز شدن (PAO): نماد ظرف با درب باز توسط عددی که روی آن درج شده است به شما می گوید که محصول چه مدت پس از باز شدن در ماه ها و/یا سال ها خوب ماندگاری دارد. اگر بازه زمانی به ماه داده شود، می توان آن را با یک عدد و به دنبال آن کلمه "ماه(ها)" یا با "M" در داخل یا کنار نماد ظرف نشان داد. سازمان غذا و داروی ایالات متحده (FDA) تولیدکنندگان را ملزم به چاپ تاریخ انقضا بر روی برچسب های لوازم آرایشی نمی کند، با این حال، اتحادیه اروپا تاریخ انقضا را الزامی می کند اما فقط برای محصولاتی که "حداقل ماندگاری" آنها کمتر از ۳۰ ماه است. E.U. معافیت های مربوط به تاریخ انقضا شامل محصولاتی است که باز نمی شوند (یعنی بسته بندی های مهر و موم شده یا اسپری ها)، محصولات یک بار مصرف و محصولاتی که در معرض خراب شدن نیستند.



تاریخ «بهترین زمان مصرف» (BBE)(best before end): اگر عمر محصول کمتر از ۳۰ ماه باشد، باید تاریخ BBE روی برچسب داشته باشد. نماد ساعت شنی را می توان با تاریخ یا کلمات "بهترین زمان مصرف" دنبال کرد که می تواند به اختصار "BBE" یا "Exp" باشد. مانند بیانیه BBE، PAO، فقط در اتحادیه اروپا مورد نیاز است.

نمادها در ظروف لوازم آرایشی



e – علامت: از حروف کوچک "e" در اتحادیه اروپا برای بیان مقدار محصول در زمان پر کردن آن در بسته بندی استفاده می شود. برای لوازم آرایشی، به ترتیب گرم (gr) یا میلی لیتر (ml) برای جامدات یا مایعات نشان داده شده است. محصولات با مقدار خالص کمتر از ۵ گرم یا ۵ میلی لیتر، بسته های یکبار مصرف و نمونه های رایگان نیازی به داشتن نشان e ندارند.



شعله: نماد «قابل اشتعال» هشداری برای دور نگه داشتن شعله یا حرارت زیاد از محصول است زیرا قابل اشتعال است. محصولات آرایشی مانند اسپری مو، دئودورانت، لاک ناخن و پاک کننده ناخن معمولاً به دلیل مواد خاصی مانند الکل و گاز پیشران قابل اشتعال هستند.



نمادها در ظروف لوازم آرایشی

به راهنما مراجعه کنید: اشاره دست به سمت کتاب به این معنی است که اطلاعات یا دستورالعمل‌هایی در بروشور یا دفترچه راهنما ی دیگری وجود دارد که نمی‌توان آن را در برچسب اصلی فهرست کرد. این اطلاعات می‌تواند مواردی مانند فهرست مواد، دستورالعمل‌های استفاده یا هشدارها باشد. این نماد مخصوصاً برای محصولات آرایشی و بهداشتی کوچک مفید است، زیرا آنها فضای کافی بر روی ظرف خود برای فهرست کردن تمام اطلاعات محصول ندارند.



مثلث فلش های بازیافتی: همچنین به عنوان "حلقه Mobius" شناخته می‌شود، این نماد نشان می‌دهد که ظرف قابل بازیافت است. نمادهای مختلفی برای انتقال اطلاعات در مورد ظرف وجود دارد، به عنوان مثال، اگر ظرف از مواد بازیافتی ساخته شده باشد، نماد آن در داخل یک دایره خواهد بود. اگر نماد مثلث داخل دایره باشد و درصدی در داخل نماد یا کنار آن داشته باشد، این نشان می‌دهد که ظرف از درصدی از مواد بازیافتی ساخته شده است. اگر یک عدد در داخل مثلث و حرف زیر وجود داشته باشد، این پلیمر خاص مورد استفاده در ساخت پلاستیک ظرف را برای کمک به فرآیند بازیافت نشان می‌دهد.



نقطه سبز: این نماد در اروپا استفاده می‌شود تا نشان دهد که سازنده به یک سازمان بازیافت هزینه می‌پردازد تا بر فعالیت های زیست محیطی زباله های بسته بندی نظارت کند. همه شرکتها در اروپا و بریتانیا تعهد قانونی برای بازیافت و بازیابی زباله‌های بسته بندی دارند که معمولاً با برون سپاری به یک شرکت متخصص انجام می‌شود.

نمادها در ظروف لوازم آرایشی



مهر و موم ارگانیک: USDA نشان می دهد که حداقل ۹۵٪ از مواد تشکیل دهنده محصول ارگانیک است. تولیدکنندگان باید توسط وزارت کشاورزی ایالات متحده (USDA) تأیید شده باشند تا بتوانند از مهر و موم روی برچسب و بسته بندی محصول استفاده کنند.



Ecocert: نماد Ecocert Organic از یک برنامه صدور گواهینامه غیردولتی است که محتویات ارگانیک محصولات را ارزیابی می کند. برچسب هایی با نماد Ecocert Organic نشان می دهد که محصول حداقل ۹۵٪ مواد گیاهی دارد و حداقل ۱۰٪ از کل مواد تشکیل دهنده آن بر حسب وزن ارگانیک است. اگر محصول دارای نماد Ecocert Natural باشد، به این معنی است که حداقل ۵۰٪ از ترکیبات گیاهی و حداقل ۵٪ از کل مواد تشکیل دهنده آن بر حسب وزن ارگانیک هستند. دفاتر Ecocert در ۲۴ کشور وجود دارد و خدمات به بیش از ۱۲۰ کشور ارائه می شود.



COSMEBIO: سازمان فرانسوی، COSMEBIO، بسته به گواهی محصول، چند نماد برای برچسب های لوازم آرایشی دارد. نماد BIO مخفف "biologique" (کلمه فرانسوی ارگانیک) است و نشان می دهد که محصول حداقل ۹۵٪ مواد طبیعی دارد و کشاورزی ارگانیک حداقل ۱۰٪ از کل محصولات و ۹۵٪ از ترکیبات گیاهی را تشکیل می دهد. نماد ECO مخفف "ecologique" (کلمه فرانسوی طبیعی) است و به مصرف کنندگان می گوید که محصول حداقل ۹۵٪ مواد طبیعی دارد و کشاورزی ارگانیک حداقل ۵٪ از کل محصول و ۵۰٪ از ترکیبات گیاهی را تشکیل می دهد.

نمادها در ظروف لوازم آرایشی



علامت استاندارد طبیعی: اگرچه ادعای "طبیعی" توسط FDA تنظیم و تایید نشده است، گواهینامه های متفرقه برای تولید کنندگان لوازم آرایشی طبیعی وجود دارد. انجمن محصولات طبیعی (NPA) یک سازمان غیر دولتی ایالات متحده است که به صنعت محصولات طبیعی اختصاص داده شده است که غذاها، مکمل های غذایی، و محصولات بهداشتی/زیبایی را پوشش می دهد. NPA استاندارد طبیعی گواهی طبیعی بودن برای محصولات مراقبت شخصی را ارائه می دهد و مجموعه ای از دستورالعمل ها و فرآیند ها است. صدور گواهی به این معنا است که آیا یک محصول می تواند واقعا "طبیعی" تلقی شود.



خرگوش: نماد خرگوش جهنده یک لوگوی شناخته شده بین المللی است که نشان می دهد سازنده هیچ آزمایش حیوانی بر روی محصول انجام نمی دهد و با استانداردهای تعیین شده توسط انجمن اطلاعات مصرف کنندگان در مورد لوازم آرایشی (CCIC) و برنامه Leaping Bunny مطابقت دارد.

نمادها در ظروف لوازم آرایشی



People for Ethical Treatment of Animals (PETA) : نماد خرگوش "بدون تست حیوانی" از برنامه صدور گواهینامه "بدون تست حیوانی" از برنامه صدور گواهینامه PETA Cruelty-Free Bunny است که نشان می دهد سازنده و تامین کننده آن هیچ آزمایش حیوانی را در هیچ نقطه ای از چرخه عمر محصول انجام نمی دهند. همچنین یک نماد "بدون تست حیوانی و گیاهخواری" وجود دارد که نشان می دهد سازنده نیز از مواد گیاهی در محصولات خود استفاده می کند.

محصول آرایشی هر چه که باشد، ضروری است که سازنده، محصول را با اطلاعات دقیقی که به آسانی قابل خواندن یا اسکن است برچسب گذاری کند. نمادهای روی برچسبهای لوازم آرایشی نه تنها می توانند به مصرف کنندگان کمک کنند تا محصولی را که می خواهند استفاده کنند، درک کنند، بلکه می توانند اطلاعات بیشتری در مورد تولیدکننده مانند شیوههای بازیافت یا رفتار با حیوانات به آنها بدهند.