



Schoonheidsmythen

De cosmetica-industrie wil ons graag van alles wijsmaken met allerlei veelbelovende claims. Cosmetica- en verzorgingsproducten met liposomen, collageen, fruitzuren, fytohormonen en andere werkzame stoffen uit de natuur of uit het high-tech laboratorium zouden wonderen verrichten. Maar het feit is dat echte vernieuwingen zich niet meer hebben voorgedaan sinds de uitvinding van Nivea zo'n honderd jaar geleden.

Nietszeggende claim

Fabrikanten van verzorgings- en cosmeticaproducten melden graag dat hun producten 'dermatologisch getest' zijn. Deze claim suggereert dat het om een veilig en huidvriendelijk product gaat waarvoor uitgebreid onderzoek is verricht. Maar het is pure misleiding. "Dermatologisch getest betekent niets", zegt prof. dr. D. P. Bruynzeel, hoofd van de afdeling dermatologie van de Vrije Universiteit Amsterdam. "De term is niet beschermd, iedereen mag het op zijn product zetten. Op wie of wat en hoe het product is getest staat nergens vast. Misschien op een groepje vrijwilligers, misschien op wat gekweekte cellen, misschien alleen op de arm van de laborant. En de uitslag van de test hoeft niet eens goed te zijn. Een indicatie of het product wel of geen irritatie of allergische reactie veroorzaakt, geeft de aanprijzing dus allerminst."

Goede Waar, nov-dec 2003; Apotheek magazine, oktober 2002

Consumenten hebben recht op objectieve informatie over huidverzorgings- en cosmeticaproducten. De cosmetica-industrie is echter niet verplicht om die objectieve informatie zelf te verstrekken en beweringen over de werking van producten hoeven dan ook niet te worden onderbouwd. Dit houdt in dat het voor de consument lastig is om feit en fictie van elkaar te onderscheiden. Ieder product komt met mooie beloftes voor spectaculaire resultaten. Maar hoe vaak komt het niet voor dat de beloofde resultaten tegenvallen of zelfs geheel uitblijven?

Paula Begoun is Amerika's belangrijkste critica en recensente op het gebied van huidverzorgingsproducten en cosmetica. Haar voornaamste doel is om consumenten van heldere en bruikbare informatie te voorzien. Hiervoor volgt ze de ontwikkelingen in de 'beauty-industrie' op de voet. Begoun heeft meer dan 25 jaar ervaring in deze sector. Een kritische benadering van de cosmeticamarkt is volgens haar vereist. Kan een product, gezien de ingrediënten, waarmaken wat het belooft? Het komt namelijk vaak voor dat producten bijvoorbeeld irriterende stoffen, zoals sommige geurstoffen, bevatten. Ingrediënten die naar de mening van Begoun in geen enkel huidverzorgingsproduct thuishoren.

Paula Begoun publiceert haar bevindingen in boeken, columns en nieuwsbrieven en op haar website (www.cosmeticscop.com).



De zin en onzin van cosmetica

vrijdag 24 maart 2006

Door Kim Querfurth

'Cosmetic Cop' Paula Begoun: „Duur is niet altijd beter dan goedkoop"

Ze leest de meest ingewikkelde ingrediëntenlijsten van cosmetica alsof het doktersromannetjes zijn. De Amerikaanse Paula Begoun (52) wordt als criticus en recensent op het gebied van huidverzorging en cosmetica zodoende 'cosmetics cop' oftewel cosmetica-agente genoemd. Een zware titel, die deze 'allesweter' echter absoluut waarmaakt: ze schreef diverse pittige boeken over dit thema, die wereldwijd 2,5 miljoen keer over de toonbank gingen. Vorige week hield ze in Amstelveen een lezing over haar unieke beroep.

Haar boek 'The beauty bible' is een *must* voor alle cosmeticafans die graag willen weten wat ze precies op hun gezicht en lichaam smeren. Zelf testen van producten doet Paula echter niet, het blijft bij het lezen van de ingrediëntenlijsten en het vergelijken van gepubliceerde onderzoeksresultaten. In haar boek getiteld 'Don't go to the cosmetics counter without me' heeft zij op die manier duizenden producten beoordeeld. Zelfs Oprah Winfrey neemt het boek mee als ze haar inkopen doet. Paula: „Ik zit nu 25 jaar in dit vak en blijf erbij dat een kritische benadering van de beauty-industrie echt nodig is. De consument heeft recht op objectieve informatie, maar kan die nauwelijks nog krijgen. Ik wil duidelijkheid scheppen in de scheikundige abracadabra van cosmeticafabrikanten, zodat iedereen een goede keuze kan maken uit het enorme aanbod. Ooit ben ik als verkoopster op de cosmetica-afdeling in een warenhuis begonnen. Na een paar weken vloog ik eruit omdat ik te eerlijk was en dat scheelde in de omzet. Toen wist ik het al: een dure pot crème is echt niet per definitie beter dan een goedkope."

Cosmeticafabrikanten sidderen voor Paula Begoun: zij kan hen maken of breken. Als Paula enthousiast is, wordt een nieuw product gegarandeerd een succes. Dermatologen lopen met haar weg, want wie irriterende ingrediënten (bijvoorbeeld onnodige kleur- en geurstoffen) toevoegt, kan op een uitbrander rekenen. Die horen volgens Paula in geen enkel huidverzorgingsproduct thuis. „500 euro voor een pot crème met irriterende plantenextracten? Nee toch zeker! En rode algen kunnen giftig zijn, wist je dat? Lavendel is er in zoveel soorten, mag ik dan ook weten welke soort erin zit? Mica is een toevoeging waardoor je huid lekker gaat glimmen. Trucjes als eucalyptus en lime in het product ken ik ook wel, dat prikt lekker en dan lijkt het alsof de crème wat 'doet'. En siliconen zijn ook wel zo handig, lekker glibberig, dan smeert de emulsie fijn uit." Ook wat betreft overmatig zonnen is ze onverbiddeijk. „Niet doen! Je huid heeft pijn... Neem een voorbeeld aan filmsterren als Nicole Kidman en Renée Zellweger, die blank door het leven gaan en het zonnen afgezworen hebben. Leve de sunblockers, weg met de zon én zonnebanken!"

Begoun heeft nog meer slecht nieuws: geen enkele crème is opgewassen tegen rimpels. Je kunt het hooguit iets verzachten of verdoezelen. „Geloof die mooie reclames niet. Goed smeren helpt wel degelijk om de huid soepel te houden, maar dan moet je niet in de zon gaan liggen of roken. Wil je echt tien jaar jonger worden? Dan helpt alleen chirurgie. Nou en? Zelf heb ik me laten botoxen op mijn 48e en ik ben er nog blij mee. Maar laat je niet in de maling nemen. Botox in crèmes is pure onzin, dat werkt namelijk niet op de huid, maar wél als je het injecteert."

De cosmetics cop heeft echter ook goed nieuws. Een greep uit de beste producten van het afgelopen jaar: Clinique daily moisturizer, Dove firming cream, Estée Lauder future perfect lotion, Mac prep and prime lip, Clinique colour surge eye shadow, Dior Kiss lip gloss, Max Factor colour adapt pressed powder, Maybelline concealer en Aveda volumizing shampoo, reclameert ze. Haar droomproducten heeft Paula intussen ook gevonden. Sinds 1995 heeft ze haar eigen productlijn 'Paula's Choice' op de markt gebracht waarin kleurstoffen, geurstoffen en irriterende ingrediënten taboe zijn en niets op dieren wordt getest. „Het is een prima serie", aldus Paula. „Een goedkope oplossing waarbij de gebruikster de bijsluiter niet meer hoeft te lezen. Dat heb ik natuurlijk al grondig gedaan!"

Bron: http://www.spitsnet.nl/nieuws.php/13/68429/ci/De_zin_en_onzin_van_cosmetica.html

