

Viden om: Frisørprodukter og kemien, 2 – leverandørernes råd

Jeg har sat mig for at undersøge, hvordan I frisører kan føle jer mere trygge, når I vælger kemiske frisørprodukter til jeres salon. Jeg lagde ud med i sidste nummer af dofk-bladet at spørge 4 saloner, hvad de ser efter, og hvad de gør, når de træffer deres valg. Deres svar faldt i to lejre: de, der checker deres produkter selv ved at søge på nettet, og de, der går til deres leverandør for at få oplysninger. I denne artikel går jeg samme vej som de sidste og spørger to leverandører om, hvor meget på vagt man bør være over for kemien, og hvad de vil råde frisørerne til.

Sonja Christensen er kommunikationsdirektør for L'Oreal i Danmark. L'Oreal er blandt verdens største kosmetikproducenter, og med det følger en særlig rolle, men også et særligt ansvar, og det hører med til positionen, at L'Oreal ofte indrømmes, når der stilles spørgsmål ved kemiens sikkerhed. Omvendt betragter L'Oreal ikke sikkerhed som en konkurrenceparameter, og af den grund deler virksomheden ny, videnskabelig viden med andre eksperter i industrien. Det er måske netop derfor, at Sonja føler sig helt tryk ved kemien. "Vi har nok den strammeste lovgivning i verden for kosmetikprodukter, og lovgivningen har som vigtigste målsætning, at produkterne skal være sikre at bruge – både for almindelige brugere og professionelle. Oveni i det har vi et stærkt kontrolsystem og omfattende regler for de indholdsstoffer, der er i produkterne," siger Sonja og udtrykker sin undren over, at nogen finder det nødvendigt selv at checke produkterne på internettet: "Jeg kan simpelthen ikke tro, at man kan opnå større sikkerhed ved at søge på nettet. Hvem kan garantere, at det er rigtigt, det der står der?"

Tomas Dalqvist sidder som administrerende direktør for frisørernes eget AMBA, firmaet Design Professionel. Han svarer med et højlydt suk, da jeg spørger ham, hvad frisørerne kan gøre for at checke stofferne i deres produkter: "Skal jeg være helt ærlig, så kan der skrives en bog om det. Det handler om kemi, og det er aldrig simpelt. Når det så er sagt, så er det vigtigt at understrege, at det handler om facts!". Facts er ifølge Tomas, det du finder på produktens bagside i ingredienslisten. Men derfra er der kun en vej frem. "Gå til din leverandør. De har pligt til at oplyse dig om dine produkter," siger Tomas, som er enig med Sonja i, at man ikke kan stole på oplysningerne på internettet: "Google aldrig! Så kommer du nemt til at drage de forkerte konklusioner. Du kan finde alle mulige oplysninger, når du googler et bestemt stof eller et bestemt produkt. De oplysninger, du finder på Google, er næsten altid om stofferne i deres rene form. Sådan anvendes de kun sjældent i produkterne, så det siger ingenting".

Med internettet dømt ude, er der mere eller mindre kun leverandørerne tilbage. Men er de ikke bare ude på at sælge produkter – bør frisørerne ikke også være på vagt over for det, de fortæller dem? Det har Tomas en let tommelfingerregel for: "Man bør selvfølgelig altid forholde sig kritisk til det, man får at vide om produkterne. Men egentlig behøver man ikke andet end at kigge på bagsiden af produktet. Er der et udråbstegn i en trekant, så skal man være ekstra opmærksom". Sonja tilføjer, at advarslerne ikke er det samme som, at produkterne er farlige: "Ingen kosmetiske produkter må markedsføres, før de har været underlagt en sikkerhedsvurdering foretaget af en videnskabeligt kompetent person. Advarslerne – lovpligtige eller producentens frivillige anvisninger – er producentens måde at gøre opmærksom på, at der er særlige forholdsgregler ved brug". Som eksempel på det nævner Sonja, at hårfarver ikke må bruges, hvis man tidligere har reageret på en hårfarve, eller hvis man har en skadet hovedbund.

Et nyt eksempel på, at man som frisør kan blive klemte mellem leverandørernes meldinger om ingen farer, og mediernes historier om det modsatte, er MI. MI er et konserveringsmiddel, som er kommet ind i varmen i kølvandet på, at parabenerne er blevet hængt ud. Desværre har det vist sig, at antallet af personer, der er allergiske over for stoffet, er steget med den øgede brug af MI.

At det ikke er en let situation, har Sonja fuld forståelse for: "Det er klart, at det kan skabe utryghed både for frisøren og hendes kunde, når der i medierne sættes spørgsmålstejn ved en ingrediens' sikkerhed – for eksempel som vi har set for MI for nylig". Sonja gør det dog klart, at det for MI og alle andre ingredienser gælder, at det kun er problematisk, hvis du er overfølsom overfor det, og hun råder til, at frisørerne snakker med kunderne om det: "Det er vigtigt at have en dialog med kunden, om han eller hun er allergisk overfor noget, så du kan tage dine forholdsregler".

Tomas opfordrer til at slå koldt vand i blodet, for det er set før, at et stof kommer under pres, og senere viser det sig så, at der ikke belæg for det. Det er kun, når du har allergi, du bør passe på, siger han: "Allergi over for MI er ikke noget, vi er født med. Har du ikke allergi, kan du sagtens bruge produkter, der indeholder MI, for så er du ikke i fare. Er du i farezonen, så lad dig teste for det, og lad være med at bruge produktet med stoffet i".

Tomas råder derfor til, at frisørerne holder sig til det, der står på ingredienslisten, og er der tvivl,



Af konsulent
Jens Prebensen

så kontakt leverandøren. Sonja er helt enig: "Loven opstiller meget præcise regler for, hvilke ingredienser der må bruges i kosmetikprodukter, og for nogle af dem er der også fastsat begrænsninger for, hvilke mængder de må bruges i. For vores vedkommende kan jeg tilføje, at man altid er velkommen til at spørge sin konsulent eller kontakte vores forbrugertelefon for at få yderligere oplysninger om produkterne og deres indholdsstoffer".

For egen regning vil jeg gerne bidrage med, at der ligger en indbygget logik i Tomas og Sonja's anbefaling af at gå til leverandøren. Leverandøren må være det naturlige sted at starte, for det er først som sidst et spørgsmål om tillid: har du tillid til din leverandør, må du også have tillid til de oplysninger, du får fra ham. Har du ikke tillid til leverandørens oplysninger, har du heller ikke tillid til leverandøren selv, og så er det på tide at finde en anden. Kemi er en vigtig ting, og det centrale er: tillid.

Har du en holdning til kemien i produkterne, så skriv den gerne til mig – adressen er preben-sen@mail.dk.

Tak til
Sonja Christensen, L'Oreal Danmark
Tomas Dalqvist, Design Professionel AMBA