



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Huidklachten door cosmetische producten

Jaarrapportage CESES

Briefrapport 320113003/2011

J.G.W. Salverda-Nijhof et al.



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Huidklachten door cosmetische producten

Jaarrapportage CESES

RIVM Briefrapport 320113003/2011
J.G.W. Salverda-Nijhof et al.

Colofon

© RIVM 2011

Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: 'Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), de titel van de publicatie en het jaar van uitgave'.

Joanne Salverda-Nijhof, RIVM

Myrna Kooi, RIVM

Lianne de Wit - Bos, RIVM

François Bourgeois, RIVM

Teetske van Gorcum, RIVM

Jolande Colijn, RIVM

Jacqueline van Engelen, RIVM

Gé Donker, NIVEL

Contact:

Joanne Salverda-Nijhof

Centrum voor Stoffen en Integrale Risicoschatting

Joanne.Salverda@RIVM.nl

Dit onderzoek werd verricht in opdracht van de nieuwe Voedsel en Warenautoriteit, in het kader van de jaarrapportage CESES.

Rapport in het kort

Ruim 1.250 meldingen van klachten bij gebruik van cosmetica

Bij het meldpunt Cosmeticaklachten.nl en via deelnemende huisartsen en dermatologen zijn in het eerste jaar van het bestaan van het project Consumer Exposure Skin Effects and Surveillance (CESES) ruim 1.250 meldingen binnengekomen van huidklachten die mogelijk door cosmetische producten zijn veroorzaakt.

De meest genoemde symptomen zijn roodheid en jeuk. De klachten komen vooral voor op of rondom de oogleden en in het gezicht.

De meest genoemde productcategorieën zijn huidverzorgingsproducten, haarverzorgingsproducten en make-up. Het gaat voornamelijk om dag- en nachtcrèmes, shampoos en oogmake-up (mascara, eyeliner, oogpotlood en oogmake-up remover). Daarnaast werden relatief veel klachten over zonnecosmetica gemeld.

De klachten worden meestal door vrouwen gemeld (80-90% van de meldingen). Van de mensen die hun klacht via de website hebben gemeld is 37% met de klacht naar de huisarts geweest en voor 13% was een bezoek aan een dermatoloog noodzakelijk. Slechts 17% van de respondenten gaat met het product terug naar de winkel en 10% neemt contact op met de fabrikant. Opvallend is dat slechts 30% van de respondenten bekend is met het houdbaarheidssymbool of datum van houdbaarheid op cosmetische producten.

Er worden heel weinig klachten bij baby's en jonge kinderen gemeld. Ook over geuren komen weinig klachten binnen. Dit is opvallend omdat geurstoffen erkende contactallergenen in consumentenproducten zijn.

Op basis van de ernst van de meldingen uit de publieke route heeft het RIVM drie keer een attendering (early warning) uitgestuurd naar de nVWA met betrekking tot een specifiek product. Naar aanleiding van deze attenderingen heeft de nVWA contact opgenomen met de fabrikant. Op basis van de reactie van de fabrikant heeft de nVWA geconcludeerd dat er in het geval van deze drie early warnings geen sprake is van onveilige producten.

Trefwoorden:

cosmetica, huidklachten, monitoring, cosmetovigilance, contactallergie

Abstract

Over 1,250 reports of adverse effects after the use of cosmetic products.

Since the start of the CESES (Consumer Exposure Skin Effects and Surveillance) project, more than 1,250 reports of adverse reactions to cosmetic products have been received via the website www.cosmeticaklachten.nl and from participating family doctors and dermatologists.

The most commonly reported adverse effects are erythema and itching, predominantly those localized around the eye(lids) and on the face. The most frequently mentioned product categories are skin care products, hair care products and make-up. In particular, there have been many reports of day- and night creams, shampoo and eye make-up (mascara, eyeliner, eye pencil and eye make-up remover) causing an adverse effect. A relatively high number of complaints about sun care products have also been received.

Women reported 80–90% of the adverse effects. Of the consumers who reported an adverse effect on the website, 37% had visited a family doctor and 13% had consulted a dermatologist. Only 17% of the consumers had returned to the store where they had bought the product, and only 10% had contacted the manufacturer. Worthy of note is that only 30% of the respondents were familiar with the shelf life symbol or the note is that only 30% of the respondents were familiar with the shelf life symbol or the period of time after opening that the cosmetic product may be used without any harm to the consumer.

Hardly any adverse effects were reported for babies and young children. There were also very few reports of adverse effects associated with perfumes, which is remarkable because fragrance allergens are considered to be the most important allergenic substances present in consumer products.

Based on the severity of reports received to date via the website, RIVM has on three different occasions sent an alert to the nVWA (Food and Consumer Product Safety Authority) concerning a specific cosmetic product. After contacting the manufacturer, the nVWA has concluded that these cosmetic products do not pose a risk to the consumer.

Keywords:

cosmetics, adverse skin effects, monitoring, cosmetovigilance, contact allergy

Inhoud

1	Inleiding—9
1.1	Cosmetica en regelgeving—9
1.2	Cosmetica en huidklachten—9
1.3	Aanleiding CESES—10
1.4	Hoe is CESES opgezet?—11
1.4.1	Klinische route—11
1.4.2	Causaliteitsbepaling—11
1.4.3	Publieke route—12
1.4.4	Begeleidingscommissie—14
1.5	Wat is het doel van CESES?—14
2	Resultaten – Publieke route—15
2.1	Aantal meldingen—15
2.2	Geslacht en leeftijd—16
2.3	Beroepsmatige blootstelling—16
2.4	Beschrijving van de klacht—17
2.5	Diagnose en behandeling—19
2.6	Productgegevens—19
2.7	Verkooppunten—22
2.8	Andere huidaandoeningen—22
2.9	Andere factoren die ontstaan van klachten kunnen beïnvloeden—23
2.10	Klachtenbehandeling door winkel en/of fabrikant—23
2.11	Early warning—23
3	Resultaten klinische route: huisartsen NIVEL peilstations—25
3.1	Aantal meldingen—25
3.2	Geslacht en leeftijd—25
3.3	Beroepsmatige blootstelling—25
3.4	Beschrijving van de klacht—25
3.5	De diagnose door de huisarts—27
3.6	Productgegevens—27
3.7	Andere factoren die ontstaan van klachten kunnen beïnvloeden—28
4	Resultaten klinische route: dermatologen—29
4.1	Aantal meldingen—29
4.2	Deelnemende dermatologen—30
4.3	Beroepsmatige blootstelling—30
4.4	Geslacht en leeftijd—31
4.5	Beschrijving van de klacht—31
4.6	Productgegevens—33
4.7	Andere factoren die ontstaan van klachten kunnen beïnvloeden—34
4.8	Diagnose en behandeling—34
4.9	Causaliteitsbepaling—35
5	CESES in de publiciteit—36
5.1	Aantal bezoekers meldpunt—36
5.2	Communicatieactiviteiten: media—36
5.3	RIVM toolkit cosmeticaklachten—38
5.4	Verspreiding informatiekaartjes—38
5.5	Narrowcasting—39
5.6	Nieuwe media—39

6 Conclusies en discussie—40

6.1 Verbeterpunten—43

6.1.1 Publieke route—43

6.1.2 Klinische route: huisartsen—43

6.1.3 Klinische route: dermatologen—43

6.1.4 Klinische route: doorlooptijd aanvraag productingrediënten—43

6.1.5 Follow-up early warning—43

Dankwoord—44

Literatuur—45

7 Bijlagen—46

Bijlage 1 Vragenlijst publieke route—47

Bijlage 2 Vragenlijst NIVEL huisartsen peilstations—54

Bijlage 3 Persbericht 5 november 2009—55

Bijlage 4 Persbericht 20 mei 2010—56

Bijlage 5 Artikel WEI (november 2009)—57

Bijlage 6 Artikel vakblad de Nieuwe Drogist (januari 2010)—58

Bijlage 7 Artikel Consumentengids (februari 2010)—59

Bijlage 8 Artikel Kosmetiek (september 2010)—60

Bijlage 9 Artikel Elsevier (oktober 2010)—61

Bijlage 10 Artikel Schoonheidsspecialist (december 2010)—62

Bijlage 11 Overzicht van publiciteit CESES—63

1 Inleiding

Tot cosmetica wordt een grote variëteit aan producten gerekend. Niet alleen make-up, maar ook bv. zeep, badschuim, scheergel, tandpasta en zonnebrandcrème zijn cosmetica. Gebruik van cosmetica maakt deel uit van onze persoonlijke verzorging en hygiëne. Daarnaast kunnen cosmetica een ontspannende werking hebben (luxe douchegel of badschuim), een verfraaiend en camouflerend effect hebben (make-up) en bescherming bieden tegen effecten van buitenaf (zonnebrandcrèmes, tandpasta). Hiermee is het gebruik van cosmetica een bijna vanzelfsprekend onderdeel geworden van ons dagelijks leven. De Nederlandse consument maakt gemiddeld 4 á 5 keer per dag gebruik van een cosmeticaproduct (Nederlandse Cosmetica Vereniging, 2006). In 2009 heeft de Nederlandse consument bijna €2,4 miljard aan cosmetica uitgegeven (Nederlandse Cosmetica Vereniging, 2009).

1.1 Cosmetica en regelgeving

Wet- en regelgeving met betrekking tot cosmetica is sinds 1976 vastgelegd in de Cosmetica Richtlijn (76/768/EEG). Deze Europese richtlijn is in de Nederlandse wetgeving overgenomen. In de Cosmetica Richtlijn staat dat cosmetische producten bij regulier gebruik de gezondheid van de consument niet mogen schaden. Er is onder meer vastgelegd welke ingrediënten niet zijn toegelaten of waarvoor een concentratielimiet geldt voor gebruik in cosmetica. De gebruikte ingrediënten moeten bovendien op de verpakking van het cosmetisch product worden vermeld. Daarnaast stelt de richtlijn dat producenten en importeurs in Nederland verplicht zijn om over een veiligheidsbeoordeling van het cosmetische product te beschikken. In 2004 is vastgelegd dat de cosmetica-industrie verplicht is om, als een consument daarom vraagt, gegevens te verschaffen over de kwantitatieve samenstelling van het cosmetische product alsmede over ongewenste gezondheidsklachten bij gebruik van cosmetica. Vanaf 11 juli 2013 wordt de Cosmetica Richtlijn vervangen door de Cosmetica Verordening en dient daarmee door alle lidstaten letterlijk gevolgd te worden.

In Nederland houdt de nieuwe Voedsel en Waren Autoriteit (nVWA) toezicht op de veiligheid en de naleving van wettelijke eisen van consumenten producten, waaronder cosmetica.

1.2 Cosmetica en huidklachten

Ondanks EU-regelgeving en het toezicht op de veiligheid van cosmetica kunnen consumenten soms klachten ervaren na het gebruik van cosmetica. In de literatuur zijn uiteenlopende gezondheidsklachten als gevolg van cosmeticagebruik beschreven: o.a. haaruitval door shampoo, chemisch-geïnduceerde brandwonden door haarverf en een verhoogd kankerrisico als gevolg van huidbleekmiddelen (Maguina *et al.*, 2007; Miligi *et al.*, 2005; Westerhof en Kooyers, 2005). Echter, de meeste cosmeticaklachten betreffen reacties van de slijmvliezen en van de huid. Irritatief contacteczeem en allergisch contacteczeem zijn de belangrijkste huidklachten (De Groot AC *et al.*, 1993). Irritatief contacteczeem komt het meeste voor en betreft een ontstekingsreactie veroorzaakt door een beschadiging van de huid door een irriterende stof. Veelal ontstaat deze aandoening doordat de huidbarrière wordt aangetast door bijvoorbeeld langdurig douchen of overmatig gebruik van zeep

en/of shampoo. Allergisch contacteczeem daarentegen is een type IV (vertraagde) immunreactie die wordt veroorzaakt door sensibilisatie bij blootstelling aan een allergene verbinding (Belsito, 2005; Beltrani, 2003; De Groot AC *et al.*, 1993). Voor irritatief contacteczeem en allergisch contacteczeem gelden dezelfde symptomen zoals roodheid, jeuk, schilfering en zwelling. Het onderscheid tussen irritatief contacteczeem en allergisch contacteczeem kan alleen worden gemaakt op basis van huidallergieonderzoek door middel van plakproeven.

In uitzonderlijke gevallen kan gebruik van cosmetica leiden tot ernstige reacties, waarbij behandeling bij de spoedeisende hulp noodzakelijk kan zijn (Bron: LIS Consument en Veiligheid). Over het algemeen zijn klachten over cosmetica niet levensbedreigend, maar kunnen ze wel ongerief veroorzaken voor de consument.

1.3 Aanleiding CESES

De aandacht voor huidklachten door gebruik van consumentenproducten, waaronder cosmetica, is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Op 8 november 2006 heeft het Comité van Ministers van de Raad van Europa een resolutie aangenomen waarin het lidstaten oproept een 'Cosmetovigilance'-systeem op te zetten waarin ongewenste effecten van cosmetica geregistreerd worden. Het Comité beveelt aan dat ook belanghebbenden, zoals medische professionals, producenten en consumenten, aan dit systeem zullen deelnemen.

Mede naar aanleiding van deze resolutie heeft de nVWA aangegeven behoefte te hebben aan een registratiesysteem binnen Nederland voor huidklachten die optreden na gebruik van cosmetica. Dit systeem dient op een georganiseerde en deskundige manier huidklachten te registreren. In het geval van veel of ernstige klachten moet door het systeem een waarschuwing ('Early Warning') afgegeven worden op basis waarvan de nVWA kan besluiten op te treden. Hierdoor kunnen grotere aantallen of ernstigere klachten voorkomen worden, waardoor de consument uiteindelijk beter beschermd blijft.

In 2007 heeft het RIVM in opdracht van de nVWA de mogelijkheden verkend voor de opzet van een dergelijk registratiesysteem binnen Nederland. In het RIVM-briefrapport 'Cosmetovigilance: een eerste oriëntatie' (Nijhof en Janssen, 2007) wordt aanbevolen om naast gevalideerde klachten waarvoor professionele medische hulp is gezocht (huisarts of dermatoloog) ook meer kennis te verwerven over het aantal mensen met huidklachten na gebruik van cosmeticaproducten. Daartoe wordt voorgesteld om een brede inventarisatie te maken van alle klachten, ook die waarvoor de consument geen arts bezoekt. Naar aanleiding van het RIVM-briefrapport heeft de nVWA in 2008 besloten het RIVM opdracht te geven voor het opzetten van een cosmetovigilance systeem waarin zowel gevalideerde als ongevalideerde huidklachten na gebruik van cosmetica worden geregistreerd. In 2008 is het RIVM van start gegaan met de opzet van het project CESES (Consumer Exposure Skin Effects and Surveillance). Vanaf juli 2009 is CESES daadwerkelijk gestart met de registratie van huidklachten door gebruik van cosmetica.

In eerste instantie betreft CESES een pilot, deels gefinancierd door nVWA met additionele financiering vanuit VWS. In juli 2011 wordt het project geëvalueerd, waarna besloten wordt om CESES te continueren of te stoppen.

1.4 Hoe is CESES opgezet?

CESES bestaat uit twee routes: de klinische route en de publieke route.

1.4.1 *Klinische route*

Binnen de klinische route worden huidklachten geregistreerd waarvoor de consument naar de huisarts en/of de dermatoloog is geweest.

1.4.1.1 Huisartsen

De deelnemende huisartsen betreffen de 42 huisartsen die participeren in het netwerk van NIVEL¹ Continue Morbiditeits Registratie (CMR) Peilstations. Deze peilstations monitoren jaarlijks een aantal specifieke onderwerpen, zoals griep. Jaarlijks besluit de CMR-begeleidingscommissie welke onderwerpen deel uitmaken van deze monitoring. Vanaf 1 januari 2009 is de rubriek 'huidklachten door cosmetica' opgenomen als onderwerp in de weekstaat van de huisartsen peilstations die zijn aangesloten bij het NIVEL. In eerste instantie betrof deze rubriek een pilot en noteerden de huisartsen bij een aantal ICPC-codes² of de klacht mogelijk het gevolg was van gebruik van cosmetica en of de patiënt is doorverwezen naar de dermatoloog. In 1992-1993 hebben de peilstations al eens gerapporteerd over huidklachten ten gevolge van gebruik van cosmetische producten. Toen bleken per 10.000 personen 10 mensen klachten die mogelijk terug te voeren waren op gebruik van cosmetica. In de pilot in 2009 waren dit 20 mensen per 10.000 personen. Deze bevinding was voor het NIVEL aanleiding om voor 2010 en 2011 de rubriek te handhaven en een uitgebreidere vragenlijst door de huisartsen peilstations in te laten vullen (zie bijlage 2 voor vragenlijst huisartsen peilstations).

1.4.1.2 Deelnemende dermatologen

Vanaf juli 2009 zijn vijf dermatologie praktijken, namelijk UMCG (Groningen), Vumc (Amsterdam), Isala klinieken (Zwolle), St. Antonius (Nieuwegein) en Reinier de Graaf Gasthuis (Voorburg) met CESES gestart. Vanaf zomer 2010 zijn daar nog drie centra aan toegevoegd, namelijk Deventer Ziekenhuizen (Deventer), Centrum Huid en Arbeid (Velp) en UMCU (Utrecht). Klachten van patiënten die mogelijk verband houden met cosmetica worden door deze dermatologen in een database geregistreerd. Indien nodig onderzoekt de dermatoloog met behulp van plakproeven door welk cosmetica-ingrediënt de klacht wordt veroorzaakt.

1.4.2 *Causaliteitsbepaling*

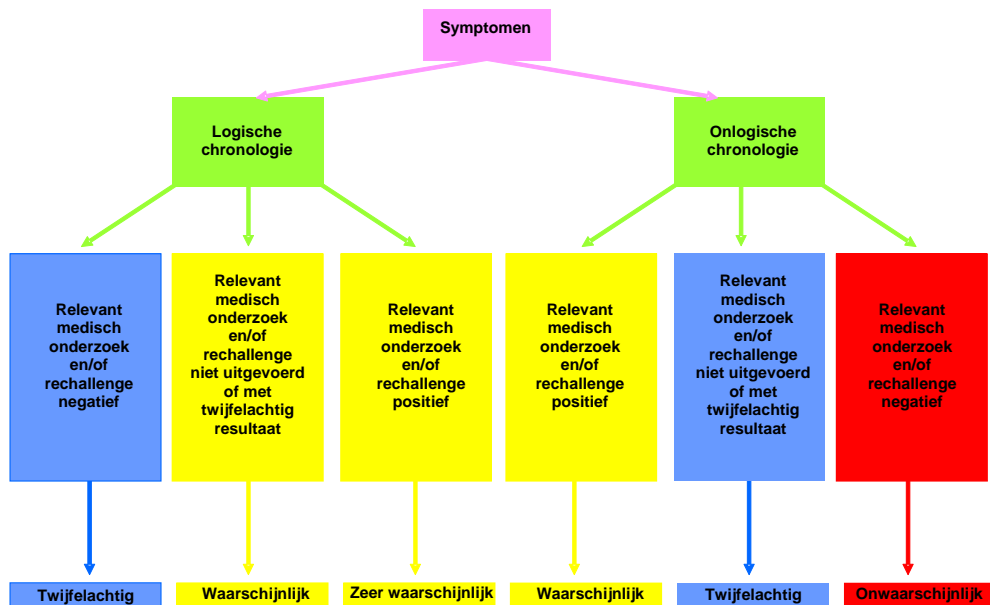
De meldingen van de dermatologen worden gecontroleerd op volledigheid door de controlerend dermatoloog. Als controlerend dermatoloog is Prof. Dr. D. Bruynzeel aan CESES verbonden. Hij heeft als rol de meldingen te controleren op volledigheid. Tevens geeft de controlerend dermatoloog toestemming voor de uitvoer van vervolgonderzoek met specifieke ingrediënten uit het cosmeticaproduct dat de huidklacht mogelijk veroorzaakt. De controlerend dermatoloog beoordeelt ook in hoeverre het aannemelijk is dat op basis van de beschikbare gegevens de gemelde klacht ook daadwerkelijk

¹ NIVEL: Nederlands Instituut voor Onderzoek van de Gezondheidszorg (www.nivel.nl)

² namelijk bij de ICPC codes A12 (allergie), S02 (jeuk), S06 (roodheid), S88 (contacteczeem), S98 (urticaria) en F71 (allergische/niet-gespecificeerde conjunctivitis).

veroorzaakt is door het gemelde product. Hiervoor worden in principe de richtlijnen voor causaliteitsbepaling gehanteerd zoals opgesteld door Colipa (Colipa, 2008), zie ook figuur 1.1). Op basis hiervan wordt de causaliteit geclassificeerd als onwaarschijnlijk, twijfelachtig, waarschijnlijk of zeer waarschijnlijk.

Op één punt verschilt de CESES causaliteitsbepaling met die van Colipa: voor CESES is causaliteit aangetoond als uit standaard allergie-onderzoek blijkt dat een patiënt bijvoorbeeld een positieve reactie heeft op een parfumbestanddeel en het product bevat parfum. Het cosmetisch product wordt ook meegetest met het standaard allergie-onderzoek. Om niet onnodige zorgkosten te declareren, wordt in Nederland in een dergelijk geval niet verder getest met ingrediënten uit het cosmetisch product, omdat al is aangetoond dat de klacht door parfum wordt veroorzaakt. CESES volgt deze dagelijkse praktijk en oordeelt dat er in dit geval een causaal verband is tussen klacht en product.



Symptomen: als de symptomen niet eenduidig zijn (bijvoorbeeld niet in verband gebracht kunnen worden met de werking van het product) wordt de uiteindelijke causaliteitsinschaling met één niveau verminderd (zeer waarschijnlijk naar waarschijnlijk, waarschijnlijk naar twijfelachtig, twijfelachtig naar onwaarschijnlijk).

Logische chronologie: de tijdsvolgorde tussen het productgebruik en het optreden van symptomen is vanuit medisch oogpunt logisch. Als het gebruik gestopt wordt, verdwijnen de symptomen. Als de chronologie onlogisch is kan een causale relatie worden **uitgesloten**.

Rechalleng: herblootstelling aan het product onder de omstandigheden waarin het nadelig effect optrad.

Figuur 1.1 Causaliteitsbepaling volgens Colipa (Colipa, 2008).

1.4.3

Publieke route

Anders dan bij de klinische route gaat het in de publieke route om alle klachten, dus niet alleen de klachten waarvoor de consument naar een arts is geweest (en dus gevalideerd zijn). In de meeste gevallen zal het hierbij gaan om klachten die (door zelfbehandeling) weer snel verdwijnen of om klachten die niet dermate vervelend of ernstig zijn dat een bezoek aan een arts gewenst is. Toch zijn ook deze klachten belangrijk om te monitoren. Niet alleen om meer inzicht te krijgen in de omvang van het probleem maar zeker ook vanwege de signaalfunctie. Problemen met een bepaald cosmetisch product zullen naar verwachting als eerste via deze route gemeld worden.

Voor het melden van klachten heeft het RIVM, in opdracht van de nVWA, het meldpunt www.cosmeticaklachten.nl opgericht (zie figuur 1.2). Op deze site is een meldingsformulier te vinden dat de consument in kan vullen bij een cosmeticaklacht. Dit formulier is toegevoegd als bijlage 1. Tevens bevat de website algemene informatie over bijvoorbeeld het type klachten waar je bij gebruik van cosmetica aan kunt denken en tips voor de consument om klachten te voorkomen.

Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Meldpunt voor klachten door cosmetica

Home Wanneer melden? Wat is een klacht? Over cosmetica Praktische tips Vragen zoek

Welkom op het meldpunt voor cosmeticaklachten

Hebt u wel eens last of last gehad van huidklachten na het gebruik van cosmetica? Voortaan kunt u huidreacties, zoals jeuk, uitslag, rode ogen of andere overgevoelighedsreacties melden op deze site.

Telefonisch melden kan ook. U kunt hiervoor bellen met de Warenklachtenlijn van de Voedsel en Waren Autoriteit, telefoonnummer **0800 0488**.

Huidklachten door cosmetica? Gewoon melden!

Melden is belangrijk, ook wanneer u geen last meer heeft van de klacht. Omdat de klachten meestal vanzelf weer verdwijnen, gaan veel mensen niet naar een arts of dermatoloog. Daardoor is niet bekend hoeveel mensen last hebben van huidklachten na het gebruik van cosmetica. En om welke klachten het dan gaat.

Met uw melding helpt u ons alle huidklachten, en de mogelijke oorzaken ervan, in kaart te brengen.

Direct uw klacht melden

Wanneer melden?

Wat is een klacht?

Over cosmetica

Praktische tips

Veelgestelde vragen

Figuur 1.2 Homepagina van het meldpunt www.cosmeticaklachten.nl.

Ook is het mogelijk een klacht telefonisch te melden bij de nVWA Warenklachtenlijn (0800-0488). De nVWA medewerker verwijst dan door naar de website of zorgt ervoor dat een nVWA-deskundige samen met de consument de vragenlijst op de website invult, als de consument niet zelf over internet beschikt.

Klachten die gemeld worden op de website kunnen niet worden gevalideerd. Het is dus niet met zekerheid te zeggen of de klacht van de consument werkelijk door cosmetica is veroorzaakt. Aangezien het invullen van de complete vragenlijst enige tijd kost (ruim 10 minuten) en er geen vergoeding tegenover staat, is de verwachting dat alleen de gemotiveerde consument de vragenlijst invult.

Voor de publieke route is het essentieel dat er continu in de media aandacht wordt besteed aan het bestaan van de website en de mogelijkheid om huidklachten door cosmetica te melden. In hoofdstuk 5 wordt nader beschreven welke communicatiemiddelen tot nu toe voor CESES zijn ingezet en wat de resultaten daarvan zijn geweest.

Ondanks dat de kans gering is, valt het niet uit te sluiten dat dezelfde klacht dubbel wordt gemeld: zowel via het meldpunt www.cosmeticaklachten.nl door de consument zelf als via de klinische route door huisarts en/of dermatoloog.

1.4.4 *Begeleidingscommissie*

Voor de waarborging van de kwaliteit en bespreking van de knelpunten is een begeleidingscommissie samengesteld. Hierin zitten vertegenwoordigers van de nVWA, het RIVM, dermatologen en de industrie (NCV). Deze commissie komt in principe meerdere keren per jaar bijeen.

1.5 **Wat is het doel van CESES?**

Met CESES worden de volgende doelen nagestreefd:

- 1) *Beschrijven van de incidentie/prevalentie*: Uit het RIVM-briefrapport 'Cosmetovigilance: een eerste oriëntatie' blijkt dat nog onvoldoende inzicht is in de omvang van het aantal mensen met huidklachten na gebruik van cosmetica. Door middel van CESES zal meer kennis verkregen worden over de incidentie, prevalentie en ernst van huidklachten na gebruik van cosmetica, zowel bij consumenten als bij patiënten.
- 2) *Identificatie*: Op basis van de meldingen en het uitgevoerde vervolgonderzoek kunnen producten en/of ingrediënten geïdentificeerd worden die bijwerkingen veroorzaken en daardoor een risico voor de volksgezondheid kunnen vormen.
- 3) *Interventie*: Met behulp van het CESES-project beoogt de nVWA sneller en beter in te kunnen grijpen bij klachten over cosmetica waarbij de veiligheid van de consument in het geding is. Onderdeel hiervan is het uitsturen van een Early Warning door het CESES systeem: op basis van bepaalde nog nader te bepalen criteria (aantal klachten, ernstige klachten) kan een waarschuwing uitgestuurd worden waarna de nVWA kan besluiten actie te ondernemen. Doordat de nVWA in een vroeger stadium in kan grijpen zullen grotere aantallen of ernstigere klachten voorkomen kunnen worden, waardoor de consument beter beschermd wordt.
- 4) *Data-sharing*: Door middel van het CESES-project kunnen deelnemende dermatologen elkaar op de hoogte houden van de beschrijving van de klachten van patiënten na gebruik van een bepaald product, waardoor de diagnose bij identieke klachten mogelijk sneller gesteld kan worden.

Het uiteindelijke doel van CESES is om op basis van de meldingen uit de klinische en de publieke route te toetsen of het huidige Europese veiligheidsvangnet voor cosmetica voldoende werkt. Dit is relevant voor de beleidsadviesgeving en –vorming ten aanzien van cosmetische producten.

2 Resultaten – Publieke route

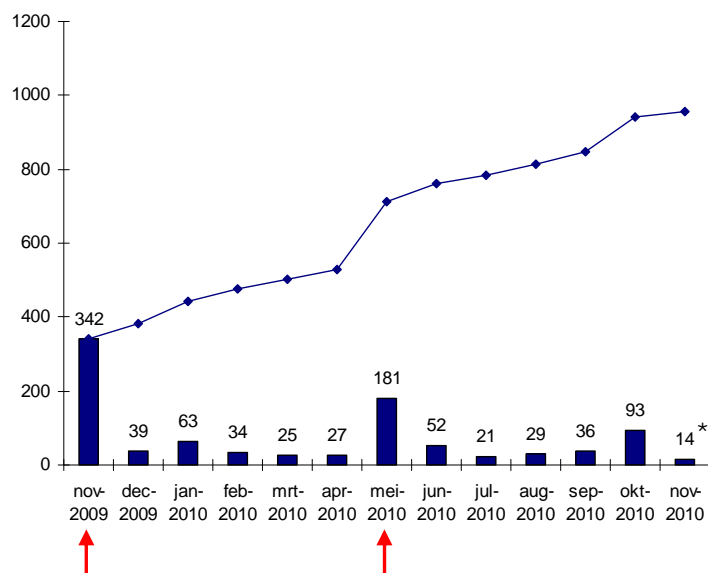
Op 5 november 2009 is het meldpunt www.cosmeticaklachten.nl gelanceerd. Op deze website kunnen consumenten klachten melden die mogelijk zijn veroorzaakt door cosmetica.

Vanaf het moment van de lancering van de publieke route heeft het RIVM maandelijks de nVWA op de hoogte gebracht van de meldingen. In dit hoofdstuk wordt een meer gedetailleerd overzicht gegeven van deze meldingen die bij het meldpunt zijn binnengekomen in de periode vanaf de lancering op 5 november 2009 tot en met 4 november 2010.

2.1 Aantal meldingen

In de periode van 5 november 2009 tot 4 november 2010 hebben ruim 13.000 mensen de website www.cosmeticaklachten.nl bezocht. Na precies een jaar in de lucht te zijn, op 4 november 2010, hebben 1014 consumenten de vragenlijst op de website ingevuld. Via nVWA Warenklachtenlijn zijn in deze periode 3 klachten over cosmetische producten binnengekomen. De nVWA-medewerker heeft bij deze 3 klachten samen met de consument het meldingsformulier op de website ingevuld.

In figuur 2.1 is het totale aantal bruikbare meldingen en het aantal meldingen per maand te zien. Van de 1014 ingevulde vragenlijsten bleken er 956 (94.3%) bruikbaar voor nadere analyse.



Figuur 2.1 Aantal bruikbare meldingen per maand. *De meldingen voor november 2010 betreft het aantal tot 4 november. Met de rode pijl wordt een moment van extra media-aandacht weergegeven.

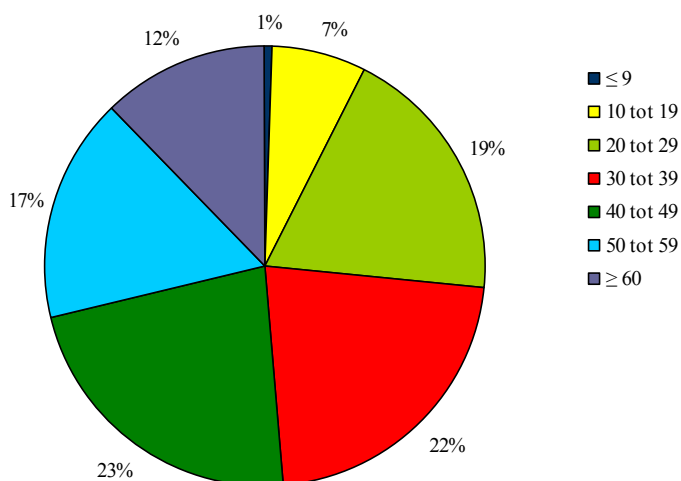
Sommige meldingen bleken niet bruikbaar voor dit overzicht omdat bijvoorbeeld specifieke productgegevens ontbraken ('alle producten veroorzaakten klachten'). Bij 9 ontvangen meldingen betrof het gemelde product geen cosmetica maar bijvoorbeeld wasmiddel, lenzenvloeistof of toiletpapier. In totaal zijn er 58 meldingen niet meegenomen in dit overzicht.

Per maand zijn gemiddeld 74 bruikbare meldingen geregistreerd. Dit gemiddelde is deels bepaald door twee pieken in het aantal meldingen, direct na het uitsturen van een persbericht na de lancering in november en in mei 2010, na het uitsturen van het tweede persbericht. Uit figuur 2.1 (zie rode pijlen) blijkt duidelijk dat het aantal meldingen stijgt na een moment van extra media-aandacht. Vanwege het belang van media-aandacht is met de lancering tegelijkertijd een mediacampagne gestart om de consument op de mogelijkheid te wijzen om cosmeticaklachten op de site te melden. Lees in hoofdstuk 5 meer over deze mediacampagne.

2.2 Geslacht en leeftijd

Uit de meldingen blijkt dat het voornamelijk vrouwen zijn die het meldingsformulier invullen: 92% (n=875) van het totale aantal meldingen betreft een klacht gemeld door een vrouw en 8% (n=81) van de klachten werd door een man gemeld.

De leeftijdsverdeling van de mensen met klachten is weergegeven in figuur 2.2. Hieruit volgt dat cosmeticaklachten in alle leeftijdscategorieën voorkomen. Er is niet een specifieke leeftijdscategorie aan te wijzen waar duidelijk meer klachten worden gemeld. De gemiddelde leeftijd van de melder is 40 jaar. De jongste persoon voor wie een klacht is gemeld is 3 jaar en de oudste melder is 82 jaar.



Figuur 2.2 Percentage meldingen per leeftijdscategorie (n=956).

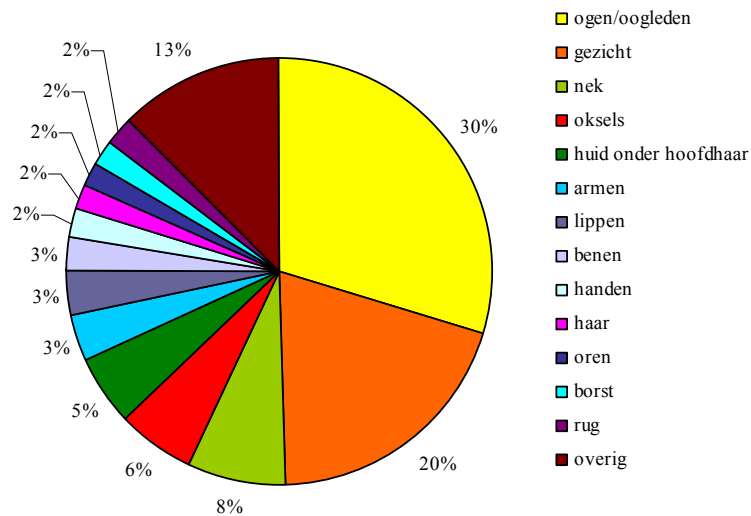
2.3 Beroepsmatige blootstelling

Het ontstaan van een klacht kan mogelijk veroorzaakt worden doordat men beroepsmatig (dagelijks) in aanraking komt met cosmetica of met stoffen die ook in cosmetica voorkomen. Bij 3% van de meldingen (n=21) gaf de consument aan dat beroepsmatige blootstelling zeker of mogelijk verband kan

houden met de klacht. Naast de te verwachten beroepen zoals schoonheidsspecialist (n=3) en kapper (n=1), werden zeer uiteenlopende beroepen genoemd, variërend van automonteur tot histologisch analist.

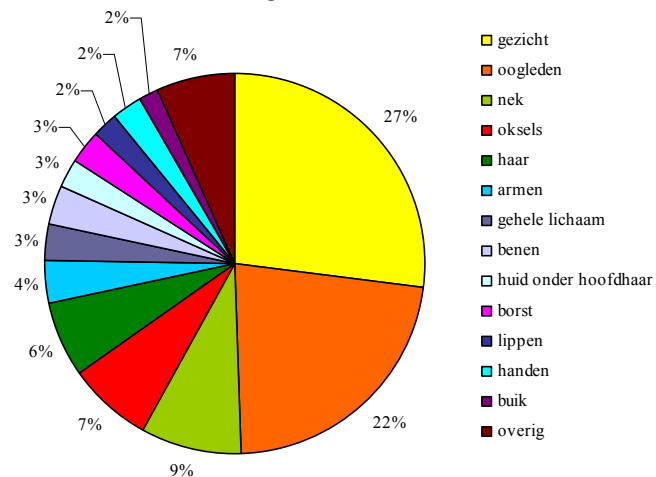
2.4 Beschrijving van de klacht

Dat klachten op zeer verschillende plekken op het lichaam kunnen ontstaan, blijkt uit figuur 2.3. De consument vulde ook regelmatig meerdere locaties in, hiermee aangevend dat de klacht tegelijkertijd op verschillende locaties optrad.



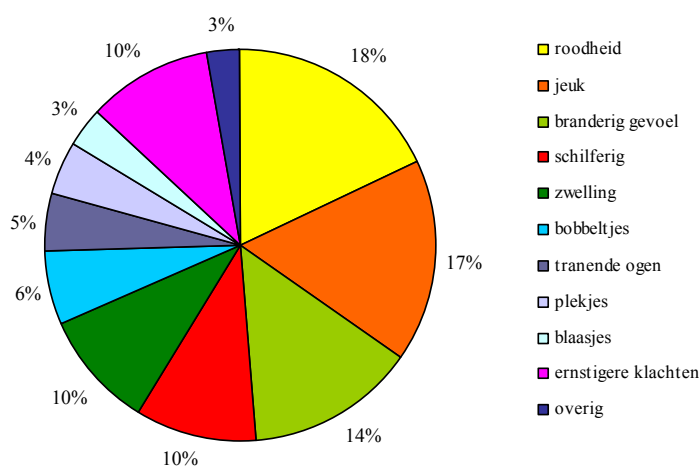
Figuur 2.3 Locatie van de klacht (n=2037). De groep 'overig' betreft een optelsom van uiteenlopende locaties, zoals bijvoorbeeld mondholte, knieholte en voeten.

Uit figuur 2.3. blijkt dat klachten op of rondom de ogen/oogleden (30%) en op het gezicht (20%) het meest werden genoemd. Naast locatie van de klacht werd de consument ook gevraagd naar de locatie op het lichaam waar het cosmetisch product is gebruikt (zie figuur 2.4). Uit deze figuur blijkt dat cosmetische producten voornamelijk op het gezicht (27%) en de oogleden (22%) worden gebruikt. Figuur 2.3 en 2.4 komen ook verder grotendeels met elkaar overeen.



Figuur 2.4 Locatie waar het cosmetisch product is gebruikt (n=1342). De groep 'overig' betreft een optelsom van uiteenlopende locaties, zoals bijvoorbeeld mondholte en voeten.

Voor wat betreft de symptomen die optreden na cosmeticagebruik wordt met name roodheid (18%), jeuk (17%) en een branderig gevoel (14%) genoemd (zie figuur 2.5). Deze klachten zijn over het algemeen mild en van voorbijgaande aard, maar kunnen desalniettemin erg vervelend zijn. Wat opvalt is dat 10% van de meldingen (n=382) ernstigere klachten betreffen, zoals pijn, brandwonden, blaarvorming, haar- of wimperuitval, duizeligheid, benauwdheid of misselijkheid. Het is niet zo dat deze klachten worden veroorzaakt door één bepaalde productgroep. Deze klachten zijn gerapporteerd bij de top 3 van meest gemelde productcategorieën, nl. huidverzorgingsproducten, make-up en haarproducten (zie verder paragraaf 2.6).



Figuur 2.5 Symptomen na gebruik cosmetica (n=3701). De groep 'overig' betreft een optelsom van uiteenlopende klachten, zoals bijvoorbeeld pigmentveranderingen.

Cosmetica worden dagelijks gebruikt. Dit zou kunnen betekenen dat ook het aantal mensen met klachten met de leeftijd toeneemt. Immers, deze mensen hebben in de loop der jaren een groter aantal (verschillende) producten gebruikt die in de tijd ook in samenstelling zijn veranderd. Hierdoor bestaat het risico dat zij gesensibiliseerd zijn voor één of meerdere ingrediënten in cosmetica. Uit de gegevens blijkt echter niet dat de klachten toenemen met de leeftijd of dat bepaalde type klachten met name op oudere leeftijd voorkomen. Alleen de mensen die last hadden van verminderde pigmentvorming bleken duidelijk jónger dan het gemiddelde.

Bij 17% van de meldingen ontstond de klacht binnen 30 minuten na gebruik van het cosmetische product en in 38% van de gevallen ontstond de klacht binnen een dag. Van de respondenten gaf 65% aan dat men het product gedurende langere tijd probleemloos heeft gebruikt voordat er nu ineens klachten ontstonden.

Opvallend is dat in 23% van de gevallen bleek dat bij stoppen met het gebruik van het product de klachten niet verminderden.

Van de respondenten had 51% nog steeds last van de klacht. Van de mensen die op het moment van het invullen van het meldingsformulier geen last meer hadden van de klacht, bleek dat de duur van de klacht nogal uiteenliep, van 1 dag tot een jaar. In de meeste gevallen had men ongeveer zeven dagen last van de klacht.

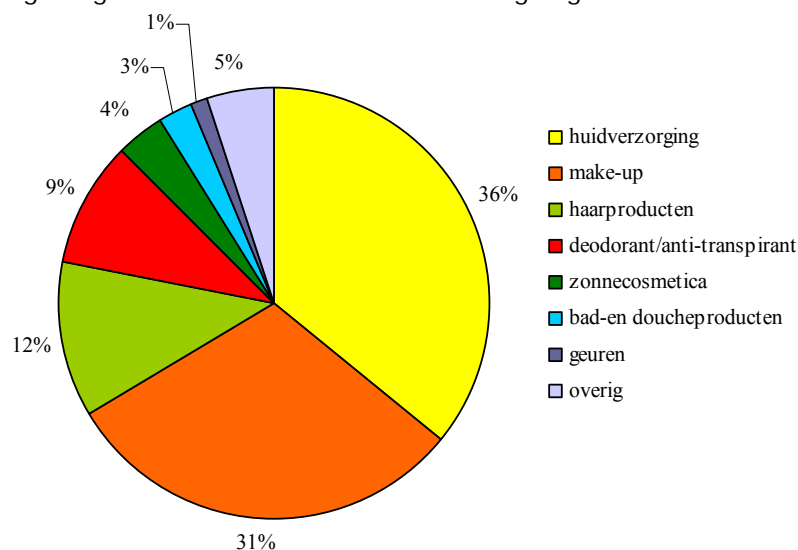
2.5 Diagnose en behandeling

Voordat men met de klacht naar een arts gaat, heeft 63% (n=592) van de consumenten eerst zelf geprobeerd iets aan de klacht te doen. Bijvoorbeeld door de huid meteen te koelen of te wassen en verzorgende (vette) crème of vaseline te gebruiken. Vaak wordt genoemd dat men stopt met het gebruik van het product en in het vervolg een ander product gaat gebruiken.

Van de respondenten is 37% (n=357) met de klacht naar de huisarts geweest. In ruim 80% van de gevallen (n=241) schrijft de huisarts medicijnen voor, zoals hydrocortisonzalf of een anti-histaminicum. Voor 13% van de klachten (n=120) wordt uiteindelijk een dermatoloog bezocht. De dermatoloog voert in 71% van de gevallen (n=84) een plaktest uit om te onderzoeken voor welke stof(fen) de consument allergisch is. In 82% van de consumenten (n=68) bij wie een plaktest is uitgevoerd, bleek een of meerdere geteste stoffen een positieve uitslag te geven. In de top 3 van door de consument genoemde positief geteste allergenen staan nikkel (15%), parfum mix I en II (14%), Peru balsem en cocamidopropyl betaine (CAPB) (beide 6%). Peru balsem is een marker voor geurstoffenallergie en CAPB is een synthetische detergent dat bijvoorbeeld in shampoos, conditioners en make-up removers wordt gebruikt (Jacob SE en Amini S., 2008). Nikkel, parfum mix I en II en Peru balsem staan ook in het RIVM Allergenenrapport genoemd als één van de belangrijkste contactallergenen in consumentenproducten (Wijnhoven *et al.*, 2008). CAPB wordt niet genoemd in het RIVM Allergenenrapport maar is, naast geurstoffen, het meest gebruikte contactallergeen in shampoos (Zirwas M, 2011, Jacob SE en Amini S., 2008).

2.6 Productgegevens

Opvallend is dat 86% (n=909) van de consumenten aangeeft te weten welk product de klacht heeft veroorzaakt. In figuur 2.6 zijn de gemelde cosmeticaklachten weergegeven per productcategorie. Hieruit blijkt dat de meest genoemde productcategorieën zijn: huidverzorgingsproducten (36%), make-up (31%), haarproducten (12%) en deodorants/anti-transpirants (9%). De productcategorie geuren wordt in 1% van de meldingen genoemd.



Figuur 2.6 Verdeling klachten per productcategorie (n=908). De categorie overig bestaat uit de productcategorieën scheerproducten, mondverzorging, producten voor kinderverzorging en zeep.

Huidverzorgingsproducten betreffen voornamelijk producten voor de gezichtsverzorging (68%). De belangrijkste producten die hier genoemd worden zijn stay-on producten zoals dag- en nachtcrèmes. Een specifieke categorie gezichtsverzorgingsproducten die regelmatig genoemd wordt, is de oogcontourecrème: 14% van de klachten over gezichtsverzorgingsproducten betrof klachten met een crème speciaal voor rondom de ogen.

Ook in de categorie make-up betreft het grootste aantal meldingen klachten op of rondom de ogen: in ruim 80% van de meldingen zijn dit producten zoals mascara, oogschaduw en oogpotlood. Binnen deze categorie wordt ook remover voor oogmake-up regelmatig genoemd: 28 van de 223 klachten (13%) over make-up betrof klachten na gebruik van een oogmake-up remover.

Haarproducten betreffen voornamelijk haarverzorgingsproducten (52%) en haarkleurmiddelen (36%). Bij haarverzorgingsproducten gaan de klachten bijna uitsluitend (93%) over shampoos. Dit heeft waarschijnlijk mede te maken met het feit dat shampoo het meest gebruikte haarverzorgingsproduct is.

Bij de categorie haarkleurmiddelen bleek in 41% van de meldingen de haarkleuring door de kapper te zijn uitgevoerd. De meeste klachten (78%, n=29) betreffen permanente (oxidatieve) haarkleurmiddelen.

Het ligt voor de hand dat productcategorieën die per saldo meer verkocht worden, ook vaker genoemd zullen worden bij het meldpunt. Tabel 2.1 betreft een overzicht van het aantal verkochte verpakkingen per productgroep [bron: NCV]. In de top 3 van meest verkochte producten staan haarverzorgingsproducten (23%), producten voor de huidverzorging (14%) en producten voor de mondverzorging zoals tandpasta en dergelijke (13%).

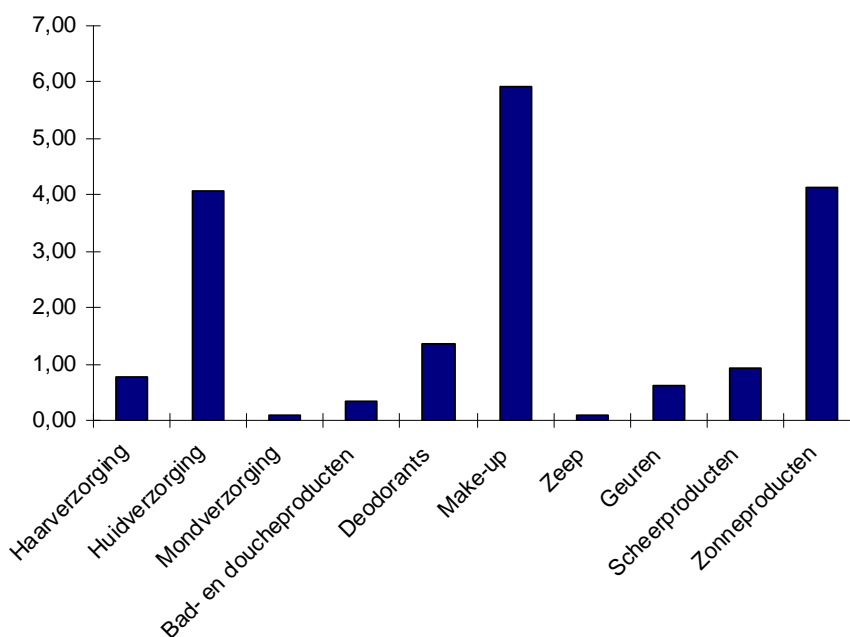
Tabel 2.1 Verkochte verpakkingen per productgroep (Bron: NCV).

Productgroep	Aantal verkochte eenheden	In % van totaal
Haarverzorging (consument)	136.000.000	23%
Huidverzorging	80.000.000	14%
Mondverzorging	77.000.000	13%
Bad- en douche	67.000.000	12%
Deodorants	62.000.000	11%
Make-up (decoratieve cosmetica)	47.000.000	8%
Zeep (vloeibaar en in tabletten)	30.000.000	5%
Geuren	21.000.000	4%
Scheerproducten	13.000.000	2%
Zonneproducten	8.000.000	1%
Overig	40.000.000	7%

Tabel 2.2 geeft een overzicht van het relatieve aantal gemelde klachten als rekening wordt gehouden met het aantal verkochte producten.

Tabel 2.2 Relatieve aantal klachten per productgroep.

Productgroep	Aantal klachten CESES	Aantal verkochte eenheden	aantal klachten per 10 ⁶ verkocht product
Haarverzorging	105	136.000.000	0,77
Huidverzorging	325	80.000.000	4,06
Mondverzorging	8	77.000.000	0,10
Bad- en doucheproducten	23	67.000.000	0,34
Deodorants	85	62.000.000	1,37
Make-up	278	47.000.000	5,91
Zeep	3	30.000.000	0,10
Geuren	13	21.000.000	0,62
Scheerproducten	12	13.000.000	0,92
Zonneproducten	33	8.000.000	4,13



Figuur 2.7 Relatieve aantal gemelde klachten per productcategorie (uitgedrukt per miljoen verkochte producten).

De berekening in Tabel 2.2. is grafisch weergegeven in figuur 2.7. Wat opvalt in deze figuur is dat, rekening houdend met het aantal verkochte verpakkingseenheden, over make-up producten relatief de meeste klachten zijn binnengekomen. Ook huidverzorgingsproducten blijven in de top 3 staan. Vanwege het grote aantal verkochte eenheden verdwijnen haarproducten juist uit de top 3 van meest gemelde productcategorieën. Opvallend is dat zonnecosmetica juist in de top 3 komt te staan. Ten opzichte van het aantal verkochte eenheden zijn er relatief veel klachten gemeld over zonnecosmetica. Het zou interessant zijn om ook op merkniveau of op ingrediëntniveau deze vergelijking te maken, maar deze informatie is helaas niet vrij verkrijgbaar.

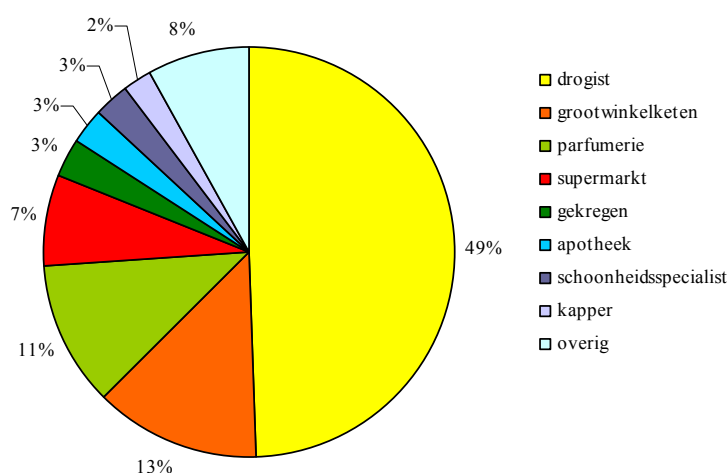
Voor wat betreft de productcategorieën bestaat er een leeftijdseffect. Respondenten met klachten over bad-en doucheproducten waren gemiddeld

jonger dan 40 jaar, terwijl de leeftijd van mensen met klachten over geuren of zeep of mondverzorging of scheerproducten hoger lag dan het gemiddelde van 40 jaar. Voor bad- en doucheproducten en zeep zou dit mogelijk met het productgebruik te maken hebben. Oudere mensen gebruiken misschien eerder zeep dan bijvoorbeeld douchegel tijdens het douchen. Voor de andere productcategorieën is dit niet duidelijk.

Door een verminderde barrière en een verminderd herstel na beschadiging wordt de huid gevoeliger voor allergenen en irritantia naarmate men ouder wordt (zie recente review van Prakash AV en Davis, 2010). Mogelijk dat dit ook een rol speelt.

2.7 Verkooppunten

Er zijn veel verschillende winkels en verkooppunten waar cosmetische producten te verkrijgen zijn (zie figuur 2.8). Van de respondenten koopt 49% zijn/haar cosmetica bij de drogist (o.a. Kruidvat, Trekpleister, Etos), 13% bij een grootwinkelketen (o.a. Bijenkorf, Hema) en 11% bij een parfumeriezaak (o.a. Douglas, ICI Paris).



Figuur 2.8 Locatie waar cosmetisch product is gekocht (n=909).

2.8 Andere huidaandoeningen

In het meldingsformulier wordt ook gevraagd naar onderliggende huidaandoeningen. Van de respondenten blijkt 26% (n=242) last te hebben van een onderliggende huidaandoening. Contacteczeem door allergie of irritatie wordt het meeste genoemd (39%), gevolgd door constitutioneel of atopisch eczeem (20%). Netelroos en psoriasis wordt in 5% van de gevallen genoemd.

Uit de gegevens blijkt dat er een duidelijk leeftijdseffect is als het gaat om het soort aandoening. Respondenten met acné en constitutioneel of atopisch eczeem zijn jonger dan het gemiddelde van 40, terwijl de leeftijd van mensen met psoriasis klachten en jeuk/droge huid hoger ligt dan het gemiddelde.

Ook werd gevraagd naar onderliggende allergieën: 41% van de respondenten gaf aan allergisch te zijn voor één of meerdere stoffen, waaronder pollen (20%), geurstoffen (14%), metalen zoals nikkel (14%) en voedingsmiddelen (13%).

2.9 Andere factoren die ontstaan van klachten kunnen beïnvloeden

Cosmetische producten zijn, net als voedingsmiddelen, niet onbeperkt houdbaar. Problemen door cosmetica zouden daarom veroorzaakt kunnen worden doordat de houdbaarheidsdatum van het product is verstreken.

Sinds 1988 is opgenomen in artikel 4 van het Warenwetbesluit cosmetische producten dat cosmeticafabrikanten een datum van minimale houdbaarheid op het etiket moeten vermelden. Sinds november 2004 is daaraan toegevoegd dat producten die na verpakking langer dan 30 maanden houdbaar zijn, een houdbaarheidssymbool dienen te vermelden met de aanduiding hoe lang het product na opening zonder risico's door de consument gebruikt kan worden. Consumenten blijken echter nog niet zo bekend te zijn met het feit dat cosmetica een beperkte houdbaarheid hebben. Uit het meldingsformulier blijkt dat slechts 30% van de respondenten bekend is met het houdbaarheidssymbool of met een datum van minimale houdbaarheid. Op de vraag wanneer men het product had geopend gaf 65% aan dat dit minder dan drie maanden geleden was.

Ook verkeerd gebruik van het product kan soms leiden tot klachten. Een ruime meerderheid van de respondenten (91%, n=836) geeft echter aan het product volgens de gebruiksaanwijzing te hebben gebruikt.

2.10 Klachtenbehandeling door winkel en/of fabrikant

Bij een klacht naar aanleiding van het gebruik van een cosmetisch product kan de consument teruggaan naar de winkel waar het product is gekocht. Uit de analyse blijkt dat het merendeel geen contact opneemt: slechts 17% (n=159) van de respondenten is met het product teruggegaan naar de winkel en 10% heeft contact opgenomen met de fabrikant.

Van de respondenten geeft 43% (n=410) aan er geen bezwaar tegen te hebben dat de nVWA contact met hem/haar opneemt naar aanleiding van het invullen van het CESES meldingsformulier.

2.11 Early warning

Op basis van de meldingen uit de publieke route heeft het RIVM drie keer een early warning uitgestuurd naar de nVWA met betrekking tot een specifiek product. De ernst van de klachten over deze producten waren voor het RIVM aanleiding om de nVWA te waarschuwen. Dit betrof een mascara, een tandpasta en een oogmakeup remover (zie tabel 2.3).

Tabel 2.3 Early warning.

Product	Aantal klachten	Symptomen	Reactie fabrikant
Tandpasta	4	Branderig gevoel, roodheid, blaasjes, 'tong en lippen voelen 'verbrand' aan'.	Uit de gegevens blijkt dat er uitgebreid onderzoek is gedaan naar de veiligheid van de tandpasta voordat deze op de markt is gezet. Uit de veiligheidsbeoordeling blijkt ook geen risico. De klachten zijn veelal terug te voeren op het andere "mondgevoel" en de aparte smaak van de tandpasta. De tandpasta heeft een veel lager watergehalte dan normale tandpasta's, waardoor het gevoel in de mond vaak als korrelig wordt ervaren. Bovendien kan de tandpasta in eerste instantie dode huidcellen van het wangslimvlies los laten gaan, wat als velletjes in de mond wordt ervaren.
Mascara	6	Branderig gevoel, jeuk, roodheid, wimperuitval	Klachten zijn voornamelijk direct na lancering van dit product gemeld. Formulering bevat geen ingrediënten die wimperuitval kunnen veroorzaken. De lage hoeveelheid klachten en de variëteit in batchcodes geven bij de fabrikant geen signaal van eventuele productieproblemen. Gezien de uitgebreide veiligheidstesten, causaliteitsbepaling door de dermatologen, het aantal verkochte producten, aantal klachten, en de periode van melding zien fabrikant voornamelijk geen noodzaak om de instructies en/of waarschuwingen voor deze producten aan te passen.
Oogmakeup remover	6	Jeuk, branderig gevoel, pijn, roodheid, tranende ogen, 'wondjes'	Gezien het geringe aantal meldingen is de fabrikant van mening dat het product volledig veilig is voor gebruik.

Over de tandpasta ontving het RIVM 4 meldingen van consumenten die klaagden over een branderig gevoel, roodheid en 'een verbrand gevoel van tong en lippen'. Naar aanleiding van deze meldingen heeft de nVWA contact opgenomen met de fabrikant. De tandpasta bleek onlangs op de markt te zijn gebracht. Volgens de fabrikant zijn de gemelde klachten terug te voeren op het andere mondgevoel en de smaak van deze nieuwe tandpasta.

Over de mascara ontving het RIVM 6 meldingen van consumenten die klaagden over een branderig gevoel, roodheid en zelfs wimperuitval. Naar aanleiding van deze meldingen heeft de nVWA contact opgenomen met de fabrikant. Net als de tandpasta bleek ook de mascara onlangs op de markt te zijn gebracht. Volgens de fabrikant bevat de mascara geen ingrediënten die wimperuitval zouden kunnen veroorzaken en houden de klachten voornamelijk verband met het feit dat het product recent is geïntroduceerd.

Over de oogmakeup remover ontving het RIVM 6 meldingen van consumenten die o.a klaagden over jeuk, een branderig gevoel en tranende ogen. Bij één consument ontstonden wondjes. Naar aanleiding van deze meldingen heeft de nVWA contact opgenomen met de fabrikant. Gezien het geringe aantal meldingen dat de fabrikant heeft ontvangen is deze van mening dat het product volledig veilig is voor gebruik.

Inmiddels heeft de nVWA geconcludeerd dat er in het geval van deze drie early warnings geen sprake is van onveilige producten.

3 Resultaten klinische route: huisartsen NIVEL peilstations

De 42 huisartsenpraktijken participerende in het netwerk van NIVEL³ Continue Morbiditeits Registratie (CMR) Peilstations hebben vanaf januari 2010 een vragenlijst (zie bijlage 2) ingevuld bij patiënten met vermeende klachten ten gevolge van cosmetica. In dit hoofdstuk wordt een kort overzicht gegeven van de meldingen van deze huisartsen in de periode van januari tot eind augustus 2010. De vragenlijsten uit de tweede helft van 2010 heeft het RIVM nog niet van het NIVEL ontvangen.

3.1 Aantal meldingen

In de periode tot augustus 2010 hebben de deelnemende huisartsen 117 vragenlijsten ingevuld waarvan 112 zijn gebruikt voor verdere analyse. Vijf formulieren zijn niet in de analyse meegenomen omdat het gemelde product geen cosmetica betrof.

In theorie is het mogelijk dat dezelfde klacht zowel bij de publieke route als bij de klinische route wordt gemeld. De kans is echter redelijk klein vanwege het geringe aantal deelnemende huisartsen en dermatologen.

3.2 Geslacht en leeftijd

Ook in deze route zijn het voornamelijk vrouwen (85%) die met cosmeticaklachten naar de huisarts gaan. De leeftijd van de patiënten liep uiteen van 0 tot 80 jaar, met een gemiddelde van 41 jaar. Dit komt overeen met de gegevens uit de publieke route.

3.3 Beroepsmatige blootstelling

Over de rol van beroepsmatige blootstelling bij het ontstaan van de klachten is slechts beperkt iets te zeggen vanwege het geringe aantal formulieren waarbij deze vraag is beantwoord. Slechts bij 32 meldingen is een beroep genoteerd. In drie gevallen was het beroep kapper of schoonheidsspecialiste. Deze beroepsgroepen komen dagelijks in aanraking met cosmetica. Het is dus mogelijk dat beroepsmatige blootstelling een rol heeft gespeeld bij het ontstaan van deze klachten.

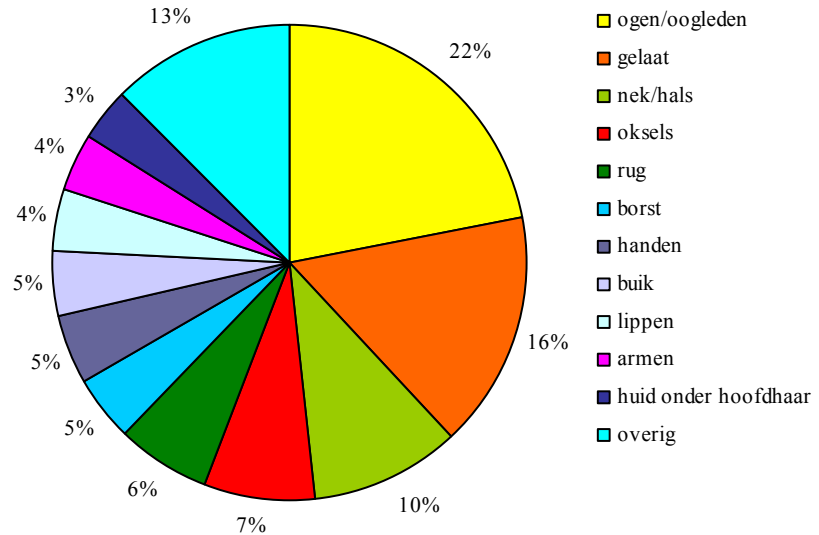
3.4 Beschrijving van de klacht

Dat klachten op verschillende locaties op het lichaam op kunnen treden, blijkt ook uit de meldingen van de huisartsen. Meerdere patiënten gaven aan klachten op meer dan één locatie op het lichaam te hebben. In figuur 3.1 is de top 10 van meest genoemde locaties weergegeven.

De ogen/oogleden (22%), het gelaat (16%) en het nek/hals gebied (10%) worden door de huisartsen het meeste genoemd. In vergelijking met de publieke route worden klachten op de rug, borst en buik door de huisartsen vaker

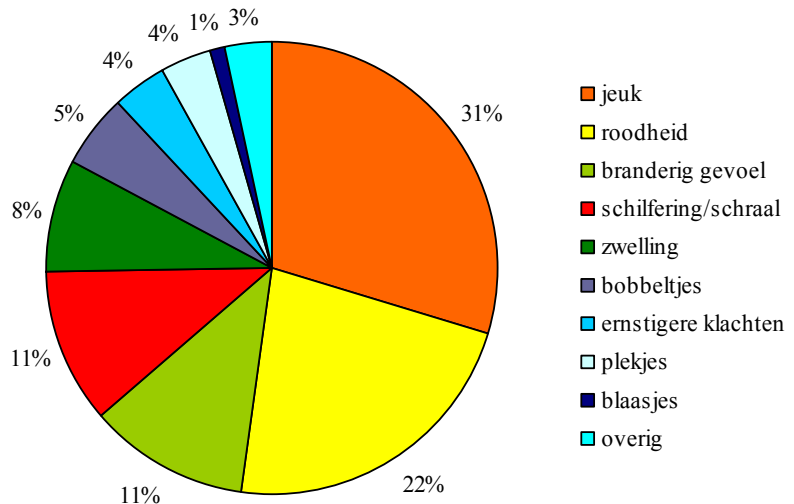
³ NIVEL: Nederlands Instituut voor Onderzoek van de Gezondheidszorg (www.nivel.nl)

gemeld, terwijl klachten op de hoofdhuid, lippen en benen in de publieke route juist vaker worden gemeld. Oogklachten worden ook minder vaak gemeld door huisartsen dan door de consument zelf in de publieke route. Het is mogelijk dat wanneer de consument zelf de locatie van de klacht noemt hij/zij moeilijk onderscheid kan maken tussen ogen en oogleden.



Figuur 3.1 Top 10 van de meest genoemde locaties van de klacht (n= 174). Tot de groep overig behoort een aantal andere locaties: o.a. benen en voeten.

Voor wat betreft de symptomen die optreden na cosmeticagebruik geldt dezelfde top 3 als bij de publieke route: jeuk (31%), roodheid (22%) en een branderig gevoel (11%) werden het meeste genoemd (zie figuur 3.2).



Figuur 3.2 Symptomen na gebruik van cosmetica (n=306). Tot de overige klachten behoren o.a. blaasjes en tranende ogen.

In 4% van de meldingen (n=15) waren de genoemde symptomen ernstiger. In deze gevallen hadden de patiënten last van pijn, benauwdheid of ademhalingsproblemen en duizeligheid.

Van de patiënten met klachten gaf 45% (n=41) aan dat zij recent (tot maximaal 1 week geleden) voor het eerst last kregen van de klacht, terwijl 25% (n=23) van de patiënten juist al gedurende veel langere tijd, maanden tot langer dan een jaar, last heeft van klachten.

Bij 7% van de patiënten ontstonden de klachten binnen 30 minuten na gebruik van het cosmetische product en bij 25% was dit binnen een dag. Bijna de helft van de patiënten kon niet precies aangeven wanneer de klachten waren begonnen.

Op het moment dat de huisarts werd bezocht had 70% van de patiënten nog steeds last van de klacht. Ook gaf 72% van de patiënten aan al eerder klachten te hebben gehad na gebruik van hetzelfde product.

Opvallend is dat bij 17% van de patiënten de klachten niet verdwijnen nadat men stopt met het gebruik van het product.

3.5 De diagnose door de huisarts

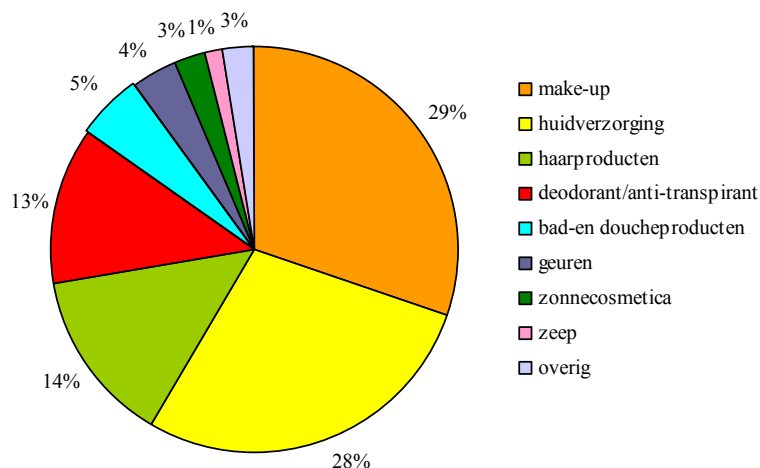
Bij 81% van de meldingen noteerde de huisarts dat er mogelijk sprake is van contacteczeem door allergie of irritatie. In 8% ging het om urticaria en in 2% van de gevallen ging het om constitutioneel eczeem. In 9% van de meldingen was het lastig een diagnose te stellen: deze klachten werden omschreven als 'anders' of 'onbekend'. Van de 112 patiënten kreeg 81% (n=91) medicijnen voorgeschreven, voornamelijk hydrocortisonzalf of -crème. In 16% van de gevallen werd de patiënt doorverwezen naar de dermatoloog. Dit percentage is vrijwel gelijk aan de gegevens uit de publieke route.

3.6 Productgegevens

In tegenstelling tot de publieke route, waar 86% van de consumenten wist welk product de klacht heeft veroorzaakt, kon bij de huisartsen maar 40% van de patiënten aangeven welk product de klacht mogelijk heeft veroorzaakt. Dit zou verklaard kunnen worden doordat men niet direct met de klacht naar de huisarts gaat, waardoor de relatie met een product lastiger te leggen is. Het is dan aan de huisarts om door te vragen naar een eventueel verband met cosmeticagebruik.

Naast productcategorie werd in de vragenlijst ook gevraagd naar productnaam en merknaam van het product dat de klacht mogelijk heeft veroorzaakt. Het blijkt dat het lastig is voor de huisartsen om deze vragen te beantwoorden. Het omschrijven van het specifieke product gaf vaak moeilijkheden en merknamen werden slechts sporadisch genoemd.

Van de 79 genoemde productcategorieën betrof 29% make-up (n=24), 28% huidverzorging (n=22) en 14% haarproducten (n=11), zie figuur 3.3.



Figuur 3.3 Verdeling van de klachten per productcategorie (n=79).

Van de make-up producten waarbij productnaam/merknaam is genoemd, behoort het grootste deel (74%) tot de groep oogproducten zoals mascara, oogpotlood en oogschaduw. Bij de haarproducten betreft de helft haarkleurmiddelen. De andere productcategorieën zijn te divers of te klein om een specifieke groep te identificeren.

3.7 Andere factoren die ontstaan van klachten kunnen beïnvloeden

Het merendeel van de 112 patiënten heeft geen historie met andere huidaandoeningen. Van 25% van de patiënten is bekend dat zij een allergische reactie of irritatie vertonen op andere stoffen en materialen. Deze andere stoffen kunnen metalen, geurstoffen, wasmiddelen of rubber zijn, maar ook medicamenteuze zalf of crème of voedingsmiddelen.

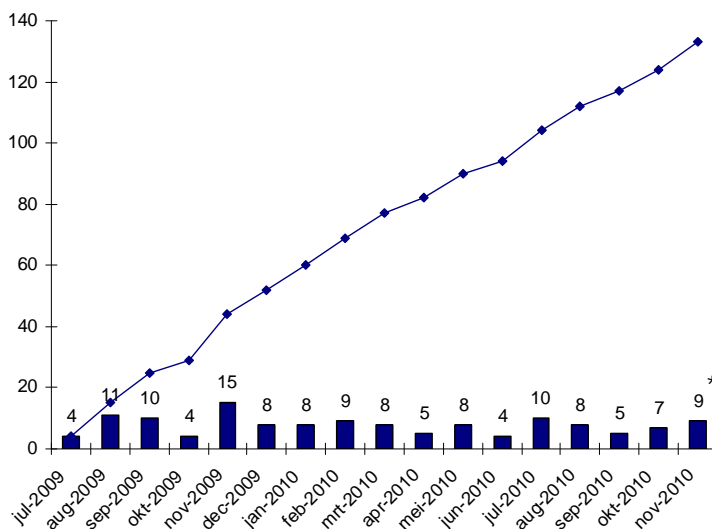
4 Resultaten klinische route: dermatologen

Vanaf het moment van de lancering in juli 2009 heeft het RIVM maandelijks aan de nVWA gerapporteerd over de meldingen van de deelnemende dermatologen. In dit hoofdstuk wordt een meer gedetailleerd overzicht gegeven van deze meldingen in de periode van juli 2009 tot en met 4 november 2010.

4.1 Aantal meldingen

Tussen juli 2009 en november 2010 zijn in totaal 133 meldingen binnengekomen bij dermatologen in de deelnemende ziekenhuizen en klinieken. In figuur 4.1 wordt een overzicht gegeven van het totale aantal meldingen en het aantal meldingen per maand.

Gemiddeld genomen kwamen per maand 8 meldingen binnen, met een hoger aantal meldingen direct na de media-aandacht in november 2009. Verder blijft het aantal meldingen door dermatologen per maand vergelijkbaar door het jaar heen. Vergeleken met de klachten die zijn binnengekomen via de publieke route, is het aantal meldingen via de klinische route beduidend lager. Dit is echter volgens verwachting, omdat mensen minder snel bij de dermatoloog terechtkomen met klachten na cosmeticagebruik.



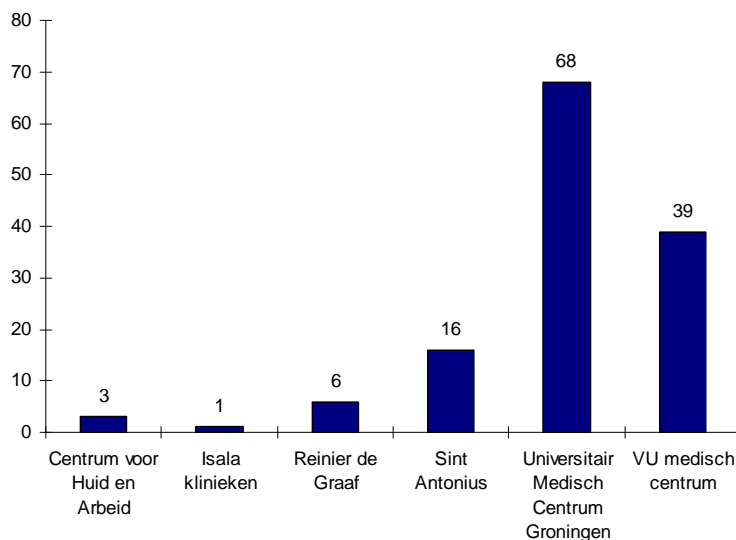
Figuur 4.1 Totale aantal meldingen en aantal meldingen per maand bij dermatologen.

* De meldingen voor november 2010 betreft het aantal tot 4 november.

4.2 Deelnemende dermatologen

Zoals blijkt uit figuur 4.2 zijn de meeste meldingen geregistreerd door het universitair medisch centrum van Groningen (UMCG) en Amsterdam (VUmc), met respectievelijk 68 en 39 meldingen.

De vraag of er een relatie is tussen het totaal aantal patiënten per centrum en het aantal meldingen in CESES per deelnemende dermatoloog valt moeilijk te beantwoorden. Belangrijk is in elk geval te vermelden dat niet alle centra meteen vanaf het begin hebben meegedaan. Vijf dermatologieklinieken hebben deelgenomen aan CESES gedurende de gehele bovengenoemde periode: UMCG, VUmc, Isala klinieken, St. Antonius en Reinier de Graaf. Het Centrum voor Huid en Arbeid neemt deel aan deze pilot vanaf de zomer 2010. Inmiddels zijn ook het Universitair Medisch Centrum Utrecht (UMCU) en Deventer ziekenhuizen aangesloten bij CESES en hun meldingen zullen in de eindrapportage van de pilotfase van CESES worden meegenomen.



Figuur 4.2 Aantal meldingen per deelnemende dermatoloog in de periode van juli 2009 tot 4 november 2010.

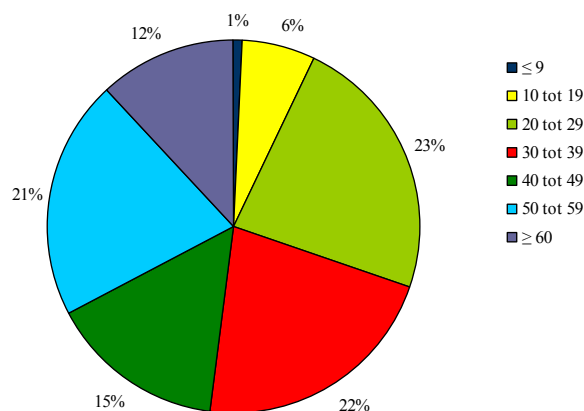
4.3 Beroepsmatige blootstelling

Bij 15% van de meldingen (n=20) gaf de dermatoloog aan dat beroepsmatige blootstelling verband kan houden met de klacht. Onder deze meldingen bevinden zich 3 kapsters, een masseuse en een fysiotherapeut. Bij deze beroepsgroepen komt men regelmatig in contact met cosmetica. Daarnaast bleek ook van een automonteur het beroep verband te houden met de klacht. Deze automonteur kwam namelijk op zijn werk in aanraking met een stof in koelvloeistof (namelijk (methyl)isothiazolinone). Deze stof blijkt ook een ingrediënt in shampoo, waarop de automonteur vervolgens reageerde en zo bij de dermatoloog terecht kwam.

4.4 Geslacht en leeftijd

Ook bij de dermatoloog zijn het voornamelijk vrouwen (83%) die zich met cosmeticaklachten meldden, maar toch kwamen ook 22 mannen met klachten bij de dermatoloog.

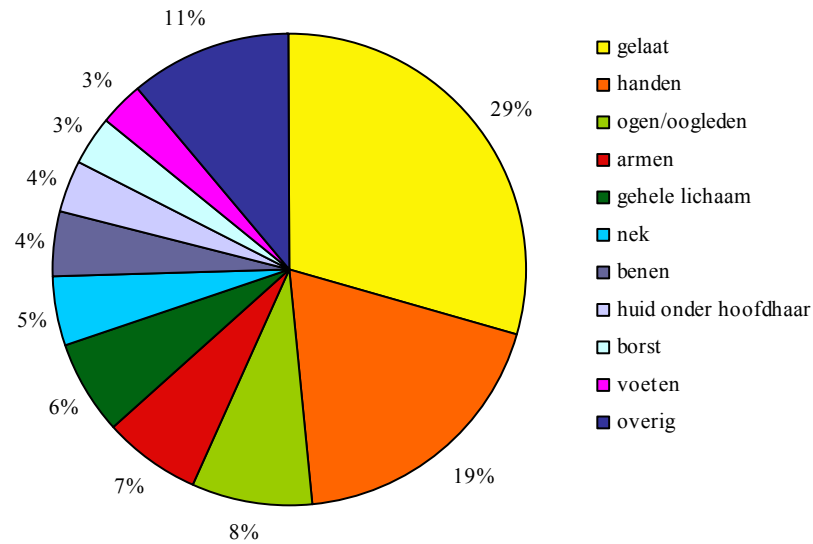
Een verdeling van de meldingen naar leeftijd is te vinden in figuur 4.3. Daaruit volgt dat er niet een specifieke leeftijdscategorie aan te wijzen valt van waaruit de meeste meldingen kwamen. Deze verdeling is nagenoeg gelijk aan de publieke route (zie figuur 2.2). De gemiddelde leeftijd van personen met klachten was 40 jaar. Deze resultaten zijn hetzelfde als voor de publieke route en de route via huisartsen. De jongste persoon met klachten bij de dermatoloog was 6 jaar en de oudste 86 jaar.



Figuur 4.3 Percentage meldingen per leeftijdscategorie (n=125).

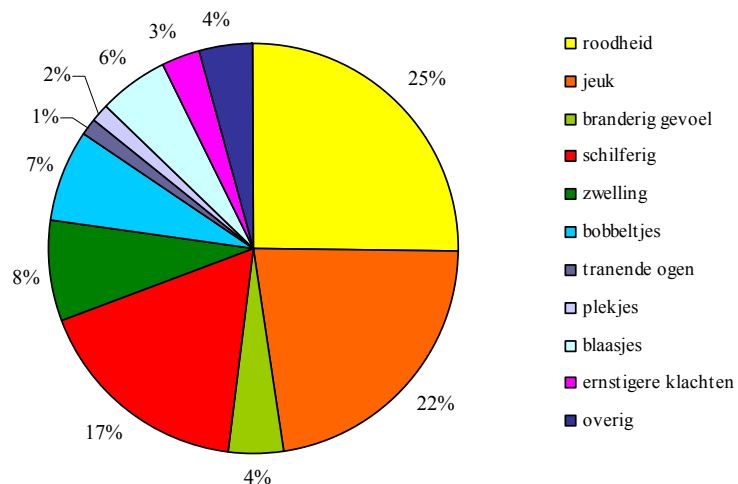
4.5 Beschrijving van de klacht

De top 10 van de meest genoemde locaties waar de klachten optraden is weergegeven in figuur 4.4. Hieruit blijkt dat de meeste klachten werden gemeld op het gelaat (29%), de handen (19%) en de ogen/oogleden (8%).



Figuur 4.4 Top 10 van meest genoemde locaties van de klacht (n=224). De groep 'overig' bestaat uit een optelsom van verschillende locaties, o.a. oksels, ellebogen en lippen.

Wat betreft symptomen, hadden de patiënten voornamelijk last van roodheid (25%), jeuk (22%) en schilfering (17%), zie ook figuur 4.5. Dit beeld wordt, zoals eerder beschreven, over het algemeen ook gezien bij de publieke route en bij de route via de huisarts. Wel hebben mensen die bij de dermatoloog komen naar verhouding meer last van een schilferige huid wat kan duiden op een chronische situatie. Ernstigere klachten komen relatief weinig voor (n=13, 3%), maar leidde in één geval tot bewusteloosheid. De meeste ernstigere klachten traden op bij haarkleuringsproducten.

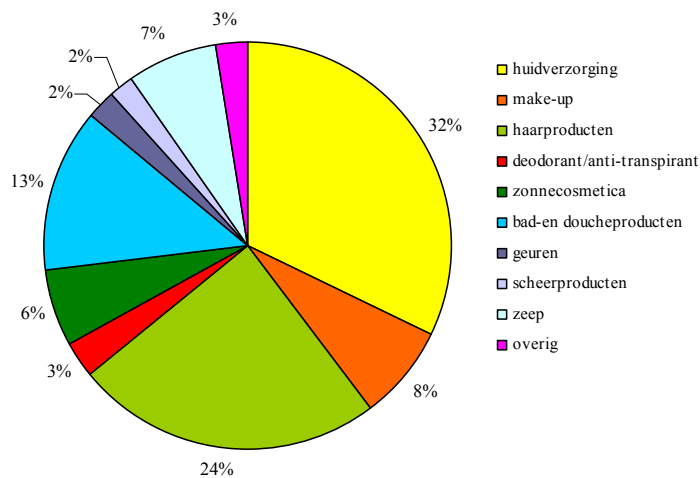


Figuur 4.5 Symptomen na gebruik cosmetica (n=434). De categorie overig bestaat o.a. uit hyperkeratose en kloven.

4.6 Productgegevens

Bij 95% van de meldingen (n= 119) registreerde de dermatoloog een klacht waarbij het cosmetische product wat de klachten veroorzaakt zou kunnen hebben bekend is.

In figuur 4.6 zijn de gemelde cosmeticaklachten weergegeven per productcategorie. De productcategorieën die het meest genoemd worden, zijn huidverzorgingsproducten (32%) en haarproducten (24%). Daarnaast leiden in 13% van de gevallen bad- en doucheproducten en in 7% van de gevallen zeep tot klachten. Make-up wordt in 8% van de gevallen als oorzaak van klachten genoemd. Van de make-up producten betreft 67% producten die op of rondom het oog worden gebruikt, zoals mascara, eye-liner of eye make-up remover.



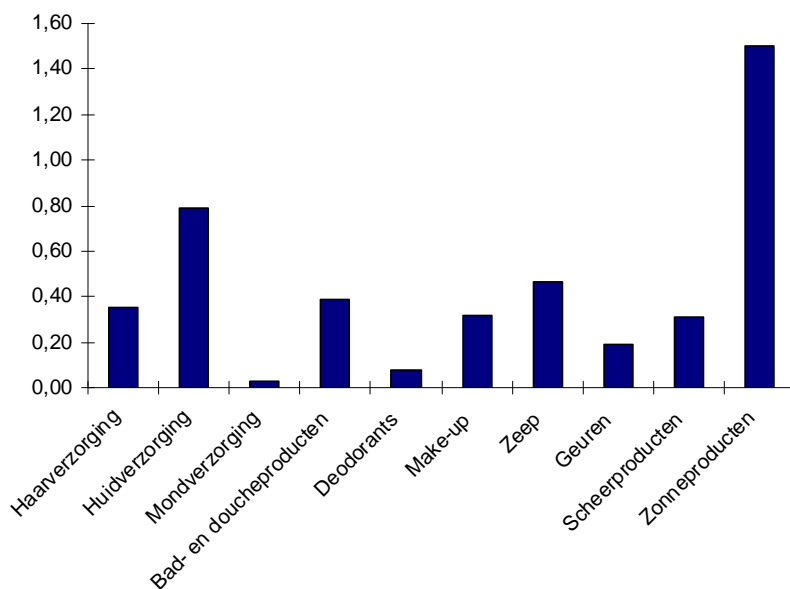
Figuur 4.6 Percentage meldingen per productcategorie (n=196). De productcategorie overig bestaat o.a. uit mondverzorging en producten voor kinderverzorging.

De genoemde huidverzorgingsproducten betreffen vooral lichaamsverzorgingsproducten (31%) en producten voor gezichtsreiniging- en gezichtsverzorging (beide 27%). Binnen deze subcategorieën worden vooral de stay-on producten, zoals crèmes en lotions, vaak genoemd. Daarnaast zijn er binnen deze categorie relatief veel klachten binnengekomen over uiercrèmes (n=7, 11%).

Wat betreft de haarproducten, worden verreweg de meeste klachten gekoppeld aan haarverzorgingsproducten (75%) en haarkleuringsproducten (15%). Bij 34 van de 36 haarverzorgingsproducten gaat het om shampoos (94%), en binnen de categorie haarkleuringsproducten zijn het voornamelijk blondeermiddelen.

Figuur 4.7 geeft een overzicht van het relatieve aantal gemelde klachten in CESES als rekening wordt gehouden met het aantal verkochte producten (zie tabel 2.1). Wat opvalt is dat, als er rekening wordt gehouden met het aantal verkochte verpakkingseenheden, over zonnecosmetica relatief de meeste klachten zijn binnengekomen, terwijl zonnecosmetica eerst niet in de top 3 van meest gemelde productcategorieën voorkwam. Ten opzichte van het aantal verkochte eenheden zijn er dus relatief veel klachten gemeld over deze productcategorie. Huidverzorgingsproducten blijven nog steeds in de top 3 staan. Daarna wordt het onderlinge verschil kleiner en zijn er, gecorrigeerd voor het aantal verkochte verpakkingen, ongeveer evenveel klachten binnengekomen voor zeep, haarverzorgingsproducten en bad- en doucheproducten.

Het zou wederom interessant zijn om ook op merkniveau of ingrediëntniveau deze vergelijking te maken, maar deze informatie is helaas niet vrij verkrijgbaar.



Figuur 4.7 Relatieve aantal gemelde klachten per productcategorie (uitgedrukt per miljoen verkochte producten).

4.7 Andere factoren die ontstaan van klachten kunnen beïnvloeden

Van de patiënten heeft 26% last van een allergie, 8% van een onderliggende huidaandoening en 8% van beide. De meest voorkomende allergieën zijn die voor geurstoffen/parfums (30%) en metalen (22%), zoals nikkel en chroom. Constitutioneel of atopisch eczeem is de meest voorkomende onderliggende huidaandoening.

4.8 Diagnose en behandeling

Allergisch contacteczeem was met 66% veruit de meest gestelde diagnose. Daarnaast kwamen constitutioneel eczeem (13%) en irritatief contacteczeem (7%) voor.

Bij 126 van de 133 meldingen (95%) heeft de dermatoloog een plakproef met standaardverdundingen uitgevoerd. Bij 95% van deze patiënten (n=120) was de plakproef positief voor één of meerdere allergenen. Van de geteste patiënten reageerde 21% positief op nikkelsulfaat en 20% op parfum-mix 1. Cocamidopropylbetaine en parfum-mix 2 gaf in 17% van de patiënten een positief resultaat. Van de patiënten reageerde 8% positief op 4-Phenyleen diamine (PPD), een belangrijk bestanddeel van haarkleurmiddelen.

Tabel 4.1 Uitslag plakproef met standaardverduningen (top 10).

Allergeen	% positief
Nikkelsulfaat	21%
Parfum-mix 1	20%
Cocamidopropylbetaine	17%
Parfum-mix 2	17%
Methyl(chloro)isothiazoline (Kathon CG)	16%
Methyldibromo glutaronitrile (MDBGN)	14%
Methylisothiazolinone (MIT)	10%
4-Phenyleen diamine	8%
Lyril (Hydroxy-methylpentylcyclohexenecarboxaldehyde)	8%
Cobaltchloride	7%
Colophonium	7%

Deze allergenen zijn niet allemaal relevant als het gaat om cosmetica. Nikkelsulfaat, MDBGN en cobaltchloride zijn namelijk verboden om te gebruiken in cosmetica en voor methyl(chloro)isothiazolinone gelden beperkingen voor de concentratie die in cosmetische producten mogen zitten.

Voor 30 patiënten is tot november 2010 een CESES-specifiek onderzoek aangevraagd, waarbij specifieke ingrediënten van het cosmeticaproduct worden getest. De dermatologen hebben de uitslagen van deze onderzoeken nog niet genoteerd en daarom zijn op dit moment verdere gegevens nog niet beschikbaar. Eén van de redenen hiervoor is de lange doorlooptijd voordat de specifieke ingrediënten van het cosmeticaproduct door de fabrikant worden toegestuurd.

Voor 37 patiënten werd een (nieuwe) behandeling gestart of aangepast op basis van de definitieve diagnose en de uitslag van de allergietest. Deze behandeling bestaat over het algemeen uit het vermijden van de allergenen of een lokale behandeling met medicatie.

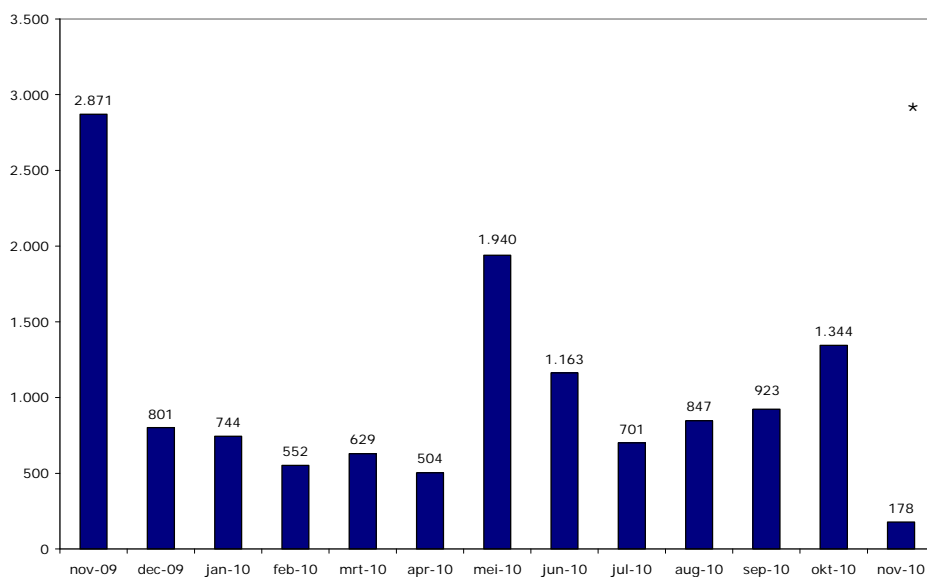
4.9 Causaliteitsbepaling

Naar aanleiding van de definitieve diagnose, de uitkomsten van de standaard allergietest de eventueel uitgevoerde plakttest met specifieke productingrediënten is ook gekeken naar de waarschijnlijkheid van de relatie van het gebruikte product met de gerapporteerde klacht. Voor wat betreft de uitslagen van de standaard allergietest zijn alleen de voor cosmetica relevante allergenen in de causaliteitsbepaling meegenomen. Uit de causaliteitsbepaling blijkt dat in 80% van de gevallen er een duidelijke relatie is tussen de product en klacht. In 51% (n=68) van de gevallen is de relatie tussen product en klacht waarschijnlijk en in 29% van de gevallen (n=38) zelfs zeer waarschijnlijk. In 1% respectievelijk 11% van de gevallen is de relatie onwaarschijnlijk of twijfelachtig.

5 CESES in de publiciteit

5.1 Aantal bezoekers meldpunt

Na het uitsturen van het persbericht op 5 november 2009 kreeg het meldpunt www.cosmeticaklachten.nl ruime aandacht in de media. Dit blijkt ook uit het aantal bezoekers van de website: in november 2009 werden bijna 3000 bezoekers geteld (zie figuur 5.1). Uit deze figuur blijkt dat het genereren van media-aandacht effect heeft op het aantal bezoekers van de website. In mei 2010 is opnieuw een persbericht uitgestuurd naar aanleiding van de 500^{ste} melding. Dit resulteerde opnieuw in een piek in het aantal bezoekers. Gemiddeld trok het meldpunt gemiddeld ruim duizend bezoekers per maand. Het is duidelijk dat het meldpunt voortdurend onder de aandacht van het publiek moet worden gebracht.



Figuur 5.1 Aantal bezoekers meldpunt per maand *De meldingen voor november 2010 betreft het aantal tot 4 november.

5.2 Communicatieactiviteiten: media

Bij de start van het meldpunt op 5 november 2009 is een persbericht uitgebracht (zie bijlage 3). Dit persbericht is breed opgepikt door allerlei tijdschriften, kranten en websites, zoals de website van RIVM en nVWA, AD Vrouw, nu.nl, gezondheidsplein.nl en gezondheidsnet.nl.

Op de dag van de lancering heeft RTL-4 aandacht aan het meldpunt besteed met een nieuwsitem waarin Jacqueline van Engelen, woordvoerder RIVM voor non-food issues, is geïnterviewd (zie figuur 5.2). Het interview met Jacqueline is te vinden op:

http://www.rtl.nl/components/actueel/rtlnieuws/miMedia/2009/week45/do_1930_cosmetica.avi_plain.xml

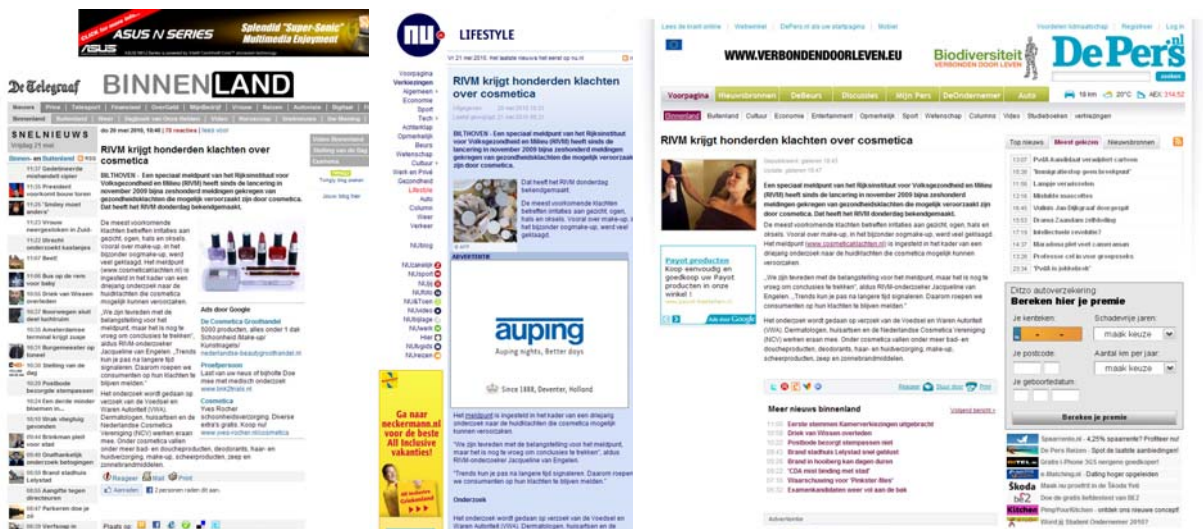


Figuur 5.2 Interview met Jacqueline van Engelen voor RTL-nieuws op 5 november 2009.

Naar aanleiding van het persbericht van november 2009 verscheen in het mededelingenbulletin WEI van de nVWA een uitgebreid artikel over het meldpunt (zie bijlage 5) met een interview met Remmelt van Dijk en Peter Bragt (beide nVWA) en met Joanne Salverda-Nijhof (RIVM).

Ook in vakbladen verschenen artikelen. In januari 2010 plaatste het magazine Nieuwe Drogist een uitgebreid full-color artikel over cosmeticaklachten.nl (zie bijlage 6). Ook de Consumentenbond besteedde in haar februari-uitgave aandacht aan het meldpunt (zie bijlage 7).

Ook het tweede persbericht, dat werd gelanceerd op 20 mei 2010 naar aanleiding van de 500ste melding, werd breed opgepakt door de media, met name websites (zie figuur 5.3).



Figuur 5.3 Een paar voorbeelden van aandacht op websites naar aanleiding van het persbericht op 20 mei 2010.

Naar aanleiding van het persbericht in mei 2010 werd Jacqueline geïnterviewd door Vara Kassa! Radio. Dit interview is te horen op: <http://kassa.vara.nl/radio/afspeelpagina/fragment/meldpunt-cosmetica/spel/1>

In de loop van het afgelopen jaar werd in verschillende tijdschriften en vakbladen (bv. voor apothekers, drogisterijen en schoonheidsspecialisten) aandacht besteed aan het meldpunt. Zo verscheen er in Kosmetiek in september een artikel met een interview met Dr. T. Rustemeyer, een van de deelnemende dermatologen (zie bijlage 8). In het tijdschrift Elsevier verscheen op 2 oktober een artikel over het meldpunt, waarvoor Jacqueline van Engelen werd geïnterviewd (zie bijlage 9). In december verscheen een full-color artikel in het vakblad voor schoonheidsspecialisten (zie bijlage 10)

Eind november is er een artikel verspreid onder drukkerijen voor publicatie in huis-aan-huisbladen in Nederland. Er zijn nog geen gegevens bekend over welke bladen het artikel hebben gepubliceerd.

Op de valreep, in december 2010, stond in het AD en in de Telegraaf nog een artikel over de mogelijkheid om cosmeticaklachten te melden.

Voor een compleet overzicht van de media die in 2010 aandacht schonken aan het meldpunt, zie bijlage 11.

5.3 RIVM toolkit cosmeticaklachten

Ten behoeve van publiekscommunicatie heeft het RIVM zogenaamde 'toolkits' ontwikkeld. Een toolkit is bedoeld voor iedereen die voorlichting geeft over ziekte en zorg, zoals GGD-en, apothekers en huisartsen. De inhoud van de toolkits bestaat uit kant-en-klare voorlichtingsproducten of halffabricaten (zoals teksten, veelgestelde vragen etc.) die gebruikt kunnen worden bij het voorlichten van het publiek. Op deze manier wordt het gebruik van consistente en correcte communicatiemiddelen gestimuleerd. Op de RIVM website staan toolkits over uiteenlopende onderwerpen, zoals griep, zwangerschap en Q-koorts. Het afgelopen jaar is de toolkit cosmeticaklachten gelanceerd. De toolkit bestaat uit informatieproducten, zoals een banner, een informatiekaartje en achtergrondinformatie over het meldpunt (veelgestelde vragen, persberichten), die professionals kunnen gebruiken bij hun voorlichting. Zowel het informatiekaartje als de banner is inmiddels ruim honderd keer gedownload. Ook de informatieteksten over het meldpunt en de persberichten worden door professionals afgenomen. Zie:

http://toolkits.loketgezondleven.nl/leefstijl/?page_id=1343

5.4 Verspreiding informatiekaartjes

Niet alleen zijn de informatiekaartjes te downloaden via de toolkit. De kaartjes zijn ook gedrukt en verspreid op de Libelle Zomerweek van mei 2010 (oplage 25.000), en verspreid in wachtkamers van huisartsen en apothekers (oplage 675.000 per kwartaal).

Op 24 november is het informatiekaartje samen met een make-up spiegelkje waarop de website genoemd staat, verspreid in zogenaamde goodiebags bij de Ladies Night in alle Pathé bioscopen in Nederland (zie figuur 5.4). Deze Ladies Night wordt georganiseerd voor alle vrouwen vanaf 16 jaar. Aan het einde van de film wordt een tas met gadgets uitgedeeld (de goodiebag). Er zijn 7.500 tassen uitgedeeld.



Figuur 5.4 Pathé Ladies Night en het make-up spiegelkje met verwijzing naar de website www.cosmeticaklachten.nl

5.5 Narrowcasting

Ook is gebruik gemaakt van 'narrowcasting' om de consument op het meldpunt te attenderen. Met behulp van narrowcasting wordt via audiovisuele middelen een op maat gesneden boodschap aan een specifiek publiek op een specifieke plaats getoond. Narrowcasting is daarmee dus het tegenovergestelde van 'broadcasting'.

In juni 2010 was in de wachtkamers van huisartsen, apotheken en DA drogisterijen een kort filmpje (eigenlijk een bewegende versie van het informatiekaartje) te zien met een verwijzing naar www.cosmeticaklachten.nl. In november/december is dit filmpje nogmaals uitgezonden in de DA drogisterijen, omdat bleek dat men hier de boodschap het beste oppikte.

5.6 Nieuwe media

Met behulp van 'webcare' kan het internet dagelijks worden gescand op nieuwe meldingen over een bepaald onderwerp. Webcare wordt toegepast om berichten op internet over cosmeticaklachten te volgen. Met behulp van Google Alerts noteert het RIVM wekelijks of er via nieuwe media, zoals fora en blogs, meldingen over cosmetiaklachten verschijnen. Ook reageert het RIVM op het moment dat op fora cosmeticaklachten worden besproken. Consumenten worden geattendeerd op het doel en het bestaan van het meldpunt met een link naar de website. Voor voorbeelden van reacties van het RIVM op fora, zie:

<http://www.cosmopinie.nl/forum/topic/1910>
http://forum.viva.nl/forum/list_message/7598784#
http://forum.girlscene.nl/forum.php/list_message/6355702

Ook is een Twitter-account aangemaakt dat gebruikt zal worden voor berichtgeving met betrekking tot het CESES project.

6 Conclusies en discussie

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies en discussiepunten beschreven met betrekking tot de gemelde klachten in de publieke en de klinische route van CESES. Ook worden per meldingsroute een aantal verbeterpunten beschreven.

- In het afgelopen jaar hebben ruim 1000 mensen een klacht op de website www.cosmeticaklachten.nl gemeld. De deelnemende huisartsen vulden over een periode van acht maanden 117 vragenlijsten in en van de deelnemende dermatologen zijn in een periode van ruim een jaar 133 meldingen binnengekomen over klachten die mogelijk verband houden met cosmetica.
Op basis van de meldingen uit de publieke route heeft het RIVM drie keer een early warning uitgestuurd naar de nVWA met betrekking tot een specifiek product.
Het is lastig om een indicatie te geven van het daadwerkelijke aantal mensen met klachten ten gevolge van cosmeticagebruik. Het aantal meldingen uit de publieke en klinische route is naar alle waarschijnlijkheid een onderschatting, omdat:
 1. consumenten niet actief zijn bevraagd over klachten ten gevolge van cosmetica. Zij hebben zelf de keuze gemaakt om het meldingsformulier op de website cosmeticaklachten.nl in te vullen.
 2. een minderheid van de consumenten contact opneemt met een arts (huisarts of dermatoloog). Uit de gegevens van de publieke route blijkt dat 37% van de consumenten die hun klachten hebben gemeld op de website contact heeft opgenomen met de huisarts en voor 13% van de klachten uiteindelijk een dermatoloog is bezocht.
- Uit de resultaten blijkt dat 80-90% van de klachten over cosmetica door vrouwen wordt gemeld. Dit is mogelijk te verklaren doordat vrouwen meer cosmetica gebruiken, maar volgens de NCV zijn exacte cijfers hierover niet bekend. Bovendien worden cosmetica wellicht in eerste instantie geassocieerd met producten die (over het algemeen) door vrouwen worden gebruikt, zoals make-up en huidcrème. Toch behoren ook scheerschuim en aftershave tot cosmetica. Wellicht dat consumenten zich niet realiseren dat klachten na gebruik van deze producten ook gemeld kunnen worden. Daarnaast zijn vrouwen mogelijk eerder geneigd een klacht te melden op de website, of deze verder te laten onderzoeken door huisarts en/of dermatoloog. Vrouwen hebben mogelijk ook vaker klachten. Uit gegevens van huisartsenregistratie in Nederland blijkt dat de incidentie/prevalentie van contacteczeem hoger is bij vrouwen (Nationaal Kompas Volksgezondheid).
- Klachten komen voornamelijk voor op of rondom de oogleden en in het gezicht/gelaat. Huisartsen noteerden daarnaast vaak klachten in de nek/hals en dermatologen zagen regelmatig klachten op handen en armen. Klachten op de rug, borst en buik worden door de huisartsen vaker gemeld, terwijl klachten op de hoofdhuid, lippen en benen in de publieke route juist vaker worden gemeld.

- De meest genoemde symptomen zijn roodheid en jeuk. Uit de meldingen van huisartsen en dermatologen blijkt dat ook ernstigere klachten, waaronder slikklachten, benauwdheid en bewusteloosheid, ontstonden na het gebruik van haarkleuringsproducten.
- Uit de gegevens van de publieke route blijkt dat 37% van de consumenten die klachten na gebruik van cosmetica hebben gemeld naar de huisarts gaat. Dit percentage lijkt vrij hoog. Mogelijk dat de consumenten die klachten melden een specifieke groep betreft en dat deze groep eerder naar de huisarts gaat. Uiteindelijk bezoekt 13% een dermatoloog. De gegevens van de huisartsen-peilstations bevestigen dit.
- Bij 17% van de meldingen uit de publieke route en bij 7% van de meldingen van huisartsen ontstond de klacht binnen 30 minuten na gebruik van het cosmetische product. Deze snelle response lijkt te duiden op een reactie die valt onder het contact urticariële syndroom (CUS), dat wordt gekenmerkt door een plotselinge ontwikkeling van jeuk en striemen op de huid direct na blootstelling aan stoffen in o.a. cosmetica (recent gereviewed in Gimenez-Arnau *et al.*, 2010).
- De meest genoemde productcategorieën zijn huidverzorgingsproducten en haarverzorgingsproducten. In de publieke route en bij de huisartsen worden make-up producten in ongeveer 30% van de meldingen genoemd. Opvallend is dat bij de dermatoloog make-up slechts in 8% van de gevallen als mogelijke oorzaak van klachten wordt genoemd. Mogelijk wendt men zich bij klachten na gebruik van make-up minder snel tot een dermatoloog. Bad- en doucheproducten en zeep worden juist vaker door de dermatoloog genoemd dan door de huisarts en de consument zelf. Voor wat betreft de huidverzorgingsproducten zijn dit voornamelijk stay-on producten zoals dag- en nachtcrèmes. In de publieke route werd een specifieke productsoort gemeld: 14% van de klachten over gezichtsverzorgingsproducten betrof klachten met oogcontourcrèmes. Bij de dermatologen betrof 11% van de huidverzorgingsproducten uiercrèmes.
 Make-up producten betreffen voornamelijk producten voor gebruik op of rondom de ogen, zoals mascara, eyeliner, oogpotlood, oogschaduw en make-up remover. Mogelijk dat naast allergie en irritatie ook verontreinigingen een rol kunnen spelen bij het ontstaan van klachten. In het Europese meldingssysteem RAPEX worden mascara's en andere oogmake-up producten soms in deze context genoemd.
 Klachten over haarproducten betreffen voornamelijk shampoos. Haarkleurmiddelen worden in 36% (publieke route) en 15% (dermatologen) van de meldingen over haarproducten genoemd. Hierbij gaat het voornamelijk om permanente haarkleurmiddelen.
- In de publieke route en door de deelnemende dermatologen zijn relatief veel klachten gemeld over zonnecosmetica. Het is bekend dat sommige ingrediënten in zonnecosmetica, zoals enkele chemische filters en conserveringsmiddelen, een allergene potentie hebben. Dit zou een oorzaak kunnen zijn van de gemelde klachten. Daarnaast is het ook mogelijk dat (overmatige) blootstelling aan de zon heeft bijgedragen aan de klachten.
- Ondanks dat geurstoffen één van de belangrijkste contactallergenen in consumentenproducten zijn, wordt de productcategorie geuren niet vaak

genoemd. Mogelijk dat dit komt doordat de consument zich bewust is van de allergene eigenschappen van geuren en daardoor het parfum of de eau de toilette op de kleding spuit in plaats van direct op de huid.

- Er zijn heel weinig klachten bij baby's en jonge kinderen gemeld. Alleen de huisartsen meldden 1x een klacht van baby die reageerde op een shampoo. Wettelijk is vastgelegd dat fabrikanten een specifieke veiligheidsbeoordeling moeten opstellen voor cosmetische producten bestemd voor kinderen jonger dan 3 jaar. In 2007 heeft de nVWA een inventarisatie gedaan naar de veiligheidsborging door producenten en importeurs van cosmetische producten bestemd voor kinderen jonger dan 3 jaar. Over het algemeen bleken deze cosmetische producten in ruime mate te voldoen aan de wetgeving. De resultaten van CESES lijken dit beeld te bevestigen.
- Huisartsen blijken het lastig te vinden om naast productcategorie ook productnaam en merknaam te noemen. Dit is opvallend aangezien uit de publieke route blijkt dat 86% van de consumenten die een klacht hebben gemeld ook wist welk product de klacht heeft veroorzaakt. Mogelijk dat als de klachten langer aanhouden men deze relatie niet meer legt. Op het moment dat patiënten besluiten naar de huisarts te gaan zijn zij zich er niet meer van bewust dat de klacht door cosmetica kan zijn veroorzaakt. De patiënt neemt het product dan ook niet mee naar het consult, zodat de huisarts slechts een algemene beschrijving van het product kan geven. Ook vragen huisartsen mogelijk minder door.
- Opvallend is dat bij 23% (publieke route) en 17% (huisartsen) van de meldingen de klachten niet direct verminderden nadat men stopt met het gebruik van het product. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat klachten niet meteen verdwijnen nadat het productgebruik wordt gestaakt. Ook zou dit kunnen betekenen dat er geen verband is tussen het gemelde product en de klacht. Daarnaast is het mogelijk dat de producten die als alternatief worden gebruikt dezelfde klachten geven, omdat deze producten dezelfde ingrediënten bevatten.
- Uit de publieke route blijkt dat slechts 17% van de respondenten met het product is teruggegaan naar de winkel en 10% heeft contact opgenomen met de fabrikant. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de winkelier en fabrikant in de meeste gevallen niet op de hoogte is van klachten met betrekking tot een specifiek cosmetisch product.
- In de publieke route gaf 41% van de respondenten aan allergisch te zijn voor één of meerdere stoffen, waaronder pollen (20%), geurstoffen (14%), metalen zoals nikkel (14%) en voedingsmiddelen (13%). Bij de huisartsen en de dermatologen werd in respectievelijk 25% en 26% gevallen gemeld dat de patiënt last heeft van een onderliggende allergie. Deze percentages liggen duidelijk hoger dan de cijfers uit het RIVM Allergenenrapport (Wijnhoven *et al.*, 2008). In dit rapport staat beschreven dat op basis van huisartsengegevens 1-3% van de Nederlandse volwassenen last heeft van voedselallergie, 1.5-3% van hooikoorts en 3.7-5.4% van contactallergie. Op basis van epidemiologische gegevens zou de prevalentie van contactallergie in de algemene bevolking veel hoger zijn; tussen de 7-28%. Dit zou kunnen betekenen dat er een oververtegenwoordiging is van specifieke (=

gevoelige) consumenten die klachten bij het meldpunt melden en naar de huisarts/dermatoloog gaan.

- Het aantal meldingen in de publieke route neemt sterk toe na een moment van media-aandacht. Hieruit volgt de noodzaak van publiekscommunicatie waarbij consumenten worden geïnformeerd over de mogelijkheid om cosmeticaklachten te melden. Als wordt besloten om CESES na zomer 2011 voort te zetten dient publiekscommunicatie een vaste plek te krijgen binnen het programma.

6.1 Verbeterpunten

6.1.1 *Publieke route*

Van de bezoekers op de website www.cosmeticaklachten.nl openden ruim 4500 mensen de vragenlijst en hebben ruim 1000 mensen een klacht gemeld. Dit betekent dat 22% van het aantal mensen dat de vragenlijst heeft geopend deze ook helemaal heeft ingevuld. Mogelijk dat men niet van plan was een klacht te melden en toevallig op het meldingsformulier terecht is gekomen. De vragenlijst is echter vrij lang. Daarom is het ook mogelijk dat de consument het meldingsformulier te lang vond en halverwege is gestopt. RIVM heeft inmiddels een nieuwe versie van het content-management-systeem (CMS) geïnstalleerd waardoor het invullen van het meldingsformulier sneller gaat. Mogelijk dat daarnaast, in overleg met de opdrachtgever, het vragenformulier ingekort kan worden.

6.1.2 *Klinische route: huisartsen*

Een aantal formulieren bleek onvolledig te zijn ingevuld. Vooral gegevens over het product dat de klacht mogelijk heeft veroorzaakt ontbraken regelmatig. Voor het komende jaar is het formulier op een aantal punten verduidelijkt. Daarnaast zal het NIVEL de deelnemende huisartsen attenderen op het belang van het beantwoorden van de productvragen.

6.1.3 *Klinische route: dermatologen*

Niet alle dermatologen bleken even actief met het registreren van meldingen. Participatie van dermatologen uit perifere ziekenhuizen blijkt duidelijk achter te lopen bij de deelname van dermatologen uit de UMC's. Enkele dermatologen hebben aangegeven dat zij het meldingsformulier te lang vinden. Het RIVM heeft met de dermatologen geïnventariseerd welke vragen lastig zijn in te vullen. In overleg met nVWA zal het formulier worden ingekort en op sommige plekken intuïtiever gemaakt worden. Daarnaast is het aantal deelnemende dermatologen vanaf zomer 2010 uitgebreid.

6.1.4 *Klinische route: doorlooptijd aanvraag productingrediënten*

Een ander verbeterpunt is de lange doorlooptijd voor het doorsturen van ingrediënten voor de product-specifieke vervolgtest door de fabrikanten. Dit verdient specifieke aandacht.

6.1.5 *Follow-up early warning*

Voor een goede follow-up van een early-warning is het belangrijk dat er nauw contact is tussen nVWA, RIVM en industrie. Dit verdient nadere aandacht.

Dankwoord

Deze rapportage was niet tot stand gekomen zonder de participatie van dermatologen en de bijdrage van het NIVEL en de NIVEL peilstations. De auteurs willen de begeleidingscommise van CESES en Janine Ezendam danken voor het zorgvuldig doorlezen van dit briefrapport.

Literatuur

- Belsito D.V. (2005) Occupational contact dermatitis: etiology, prevalence, and resultant impairment/disability. *J.Am.Acad.Dermatol.* **53**, 303-313.
- Beltrani V.S. (2003) Occupational dermatoses. *Curr.Opin.Allergy Clin.Immunol.* **3**, 115-123.
- Colipa. Colipa Guidelines on the Management and reporting of Undesirable Event Reports in the context of EU Cosmetovigilance. 2008.
- De Groot AC, Weijland JW & Nater JP (1993) *Unwanted effects of cosmetics and drugs used in dermatology*. Elsevier.
- Gimenez-Arnau A., Maurer M., De La C.J. & Maibach H. (2010) Immediate contact skin reactions, an update of Contact Urticaria, Contact Urticaria Syndrome and Protein Contact Dermatitis -- "A Never Ending Story". *Eur.J Dermatol.* **20**, 552-562.
- Jacob SE & Amini S. (2008) Cocamidopropyl betaine. *Dermatitis* **19**, 157-160.
- Maguina P., Shah-Khan M., An G. & Hanumadass M. (2007) Chemical scalp burns after hair highlights. *J.Burn Care Res.* **28**, 361-363.
- Miligi L., Costantini A.S., Benvenuti A., Veraldi A., Tumino R., Ramazzotti V., Vindigni C., Amadori D., Fontana A., Rodella S., Stagnaro E., Crosignani P. & Vineis P. (2005) Personal use of hair dyes and hematolymphopoietic malignancies. *Arch.Environ.Occup.Health.* **60**, 249-256.
- Nederlandse Cosmetica Vereniging. Zeker van cosmetica. 2006.
- Nederlandse Cosmetica Vereniging. NCV Jaarverslag 2009. 2009.
- Nijhof, J. G. W. and Janssen, P. J. C. M. RIVM Briefrapport: Cosmetovigilance: een eerste oriëntatie. 2007.
- Prakash AV & Davis M. (2010) Contact dermatitis in older adults: a review of the literature. *Am J Clin Dermatol.* **11**, 373-381.
- Westerhof W. & Kooyers T.J. (2005) Hydroquinone and its analogues in dermatology - a potential health risk. *J.Cosmet.Dermatol.* **4**, 55-59.
- Wijnhoven, S. W. P., Ezendam, J, Schuur, A. G., van Loveren, H., and van Engelen, J. G. M. Allergens in Consumer Products. RIVM report 320025001/2008. 2008.
- Zirwas M M.J. (2011) Shampoos. *Dermatitis* **20**, 106-110.

7 Bijlagen

Bijlage 1 Vragenlijst publieke route



rivm

Vragenlijst CESES – Publieke route

Algemene informatie

U kunt hier klachten melden die zijn ontstaan na het gebruik van cosmetica. U kunt de klacht ook voor iemand anders melden. Het invullen van de vragenlijst is anoniem.

- Houd de verpakking van het product bij de hand, als u deze nog heeft.
- De vragenlijst kan voor één product tegelijk worden ingevuld.
- Als u voor iemand anders een klacht meldt, lees dan voor 'u' of 'uw' degene voor wie u de klacht meldt.

Het invullen duurt ongeveer 10-15 minuten.

Algemene vragen

1. Datum: dd-mm-jjjj
2. Bij wie is de klacht ontstaan (één antwoord mogelijk)?
 - Bij uzelf
 - Bij een ander (bijvoorbeeld familielid, vriend, kennis)
3. Wat is uw leeftijd? _____ jaar
4. Wat is uw geslacht?
 - man
 - vrouw
5. Wat is uw postcode? _____

Beschrijving van uw klacht

6. Waar hebt u de klacht (gehad)? (meerdere antwoorden mogelijk)

<input type="checkbox"/> Gezicht	<input type="checkbox"/> Rug
<input type="checkbox"/> Ogen	<input type="checkbox"/> Armen
<input type="checkbox"/> Oogleden	<input type="checkbox"/> Oksels
<input type="checkbox"/> Lippen	<input type="checkbox"/> Elleboogholte
<input type="checkbox"/> Mondholte/moederslijmvlies	<input type="checkbox"/> Handen
<input type="checkbox"/> Tandem/tandvlees	<input type="checkbox"/> Benen
<input type="checkbox"/> Tong	<input type="checkbox"/> Liesen
<input type="checkbox"/> Haar	<input type="checkbox"/> Gebied rond de anus/geslachtsorgaan
<input type="checkbox"/> Huid onder hoofdhaar	<input type="checkbox"/> Knieholte
<input type="checkbox"/> Oren/gehoorgang	<input type="checkbox"/> Voeten
<input type="checkbox"/> Nek/hals	<input type="checkbox"/> Nagels (hand en/of teen)
<input type="checkbox"/> Borst	<input type="checkbox"/> Hele lichaam
<input type="checkbox"/> Buik	<input type="checkbox"/> Inwendig
<input type="checkbox"/> Billen	<input type="checkbox"/> Anders, namelijk: _____



rivm

7. Welke verschijnselen hebt u (gehad)? (meerdere antwoorden mogelijk)

<input type="checkbox"/> Jek	<input type="checkbox"/> Brandwonden
<input type="checkbox"/> Branderg gevoel	<input type="checkbox"/> Meer pigment
<input type="checkbox"/> Pijn	<input type="checkbox"/> Minder pigment
<input type="checkbox"/> Roodheid	<input type="checkbox"/> Tranende ogen
<input type="checkbox"/> Schilfering/schraal	<input type="checkbox"/> Haaruitval
<input type="checkbox"/> Zwellling	<input type="checkbox"/> Duitzelligheid
<input type="checkbox"/> Bobbeltjes	<input type="checkbox"/> Benauwdheid/ademhalingsmoeilijkheden
<input type="checkbox"/> Plekjes	<input type="checkbox"/> Misselijkheid
<input type="checkbox"/> Blaasjes	<input type="checkbox"/> Anders, namelijk: _____
<input type="checkbox"/> Blaarvorming	
8. Wanneer kreeg u de klacht? (indien bekend)
 - Datum: ____-____-____ of
 - _____ dagen geleden (aantal invullen)
 - _____ weken geleden (aantal invullen)
 - _____ maanden geleden (aantal invullen)
 - Onbekend
9. Hebt u nog steeds last van de klacht?
 - Ja (ga door naar vraag 11)
 - Nee (ga door naar vraag 10)
 - Onbekend
10. Hoeveel dagen heeft u last gehad van de klacht? (indien bekend) _____
11. Hoe snel na gebruik van het product kreeg u de klacht(en)?
 - Binnen 30 min
 - Binnen 30 min tot 1 uur
 - Binnen 1 dag
 - meer dan 1 dag, namelijk _____
 - Anders, namelijk _____
 - Onbekend
12. Hebt u al eerder klachten gehad bij het gebruik van dit product?
 - Nee (ga naar vraag 13)
 - Ja (ga naar vraag 12a)

12a De klacht was toen:

 - minder ernstig
 - even ernstig
 - ernstiger
13. Hebt u ook klachten gehad nadat u gestopt bent met het gebruik van het product?
 - Ja
 - Nee
 - Onbekend



rivm

Diagnose en behandeling van uw klacht

14. Hebt u zelf geprobeerd de klacht te behandelen?
- Nee (ga door naar vraag 15)
- Ja, wat hebt u gedaan om de klacht te behandelen? _____
15. Bent u met de klacht bij de huisarts geweest?
- Nee (ga door naar vraag 16)
- Ja (ga door naar vraag 15a)
- 15a Heeft de huisarts een behandeling geadviseerd?
- Nee
- Ja (ga door naar vraag 15b-d)
- 15b Welke behandeling heeft de huisarts geadviseerd? (indien bekend) _____
- 15c Heeft de huisarts medicijnen voorgeschreven?
- Nee
- Ja (ga door naar vraag 15d)
- 15d Welke medicijnen heeft de huisarts voorgeschreven? (indien bekend) _____
16. Bent u met de klacht bij de dermatoloog geweest?
- Nee (ga door naar vraag 17)
- Ja (ga door naar vraag 16a-f)
- 16a. Heeft de dermatoloog een behandeling geadviseerd?
- Nee (ga door naar vraag 16c)
- Ja (ga door naar vraag 16b)
- 16b Welke behandeling heeft de dermatoloog geadviseerd? (indien bekend) _____



rivm

16c. Heeft de dermatoloog medicijnen voorgeschreven? (indien bekend)

Nee (ga door naar vraag 16e)

Ja (ga door naar vraag 16d)

16d Welke medicijnen heeft de dermatoloog voorgeschreven? _____

16e. Heeft de dermatoloog een plaktest/patchtest bij u uitgevoerd?

Nee (ga door naar vraag 17)

Ja (ga door naar vraag 16f)

16f Wat was de uitslag van de plaktest/patchtest?

Positief (voor tenminste één stof)

Indien positief, voor welke stof(fen) bent u allergisch? (indien bekend) _____

Negatief (voor alle stoffen)

Geen idee

17. Indien u last van oogklachten hebt gehad bent u met de klacht bij de oogarts geweest?

Nee (ga door naar vraag 18)

Ja (ga door naar vraag 17a)

17a Heeft de oogarts een behandeling geadviseerd?

Nee

Ja (ga door naar vraag 17b-d)

17b Welke behandeling heeft de oogarts geadviseerd? (indien bekend) _____

17c Heeft de oogarts medicijnen voorgeschreven?

Nee

Ja (ga door naar vraag 17d)



verhaal en wettelijke achtergrond

rivm

17d Welke medicijnen heeft de oogarts voorgeschreven? (indien bekend)

Andere huidandoeningen of -klachten

18. Hebt u ook last van andere huidandoeningen of -problemen?

- Nee (ga door naar vraag 19)
 Ja (ga door naar vraag 18a)

18a Van welke huidandoeningen of -problemen hebt u last?

- Contacteczeem door allergie of irritatie
 Constitutioneel eczeem of atopisch eczeem (begint meestal op jonge leeftijd)
 Netelroos/urticaria
 Anders, namelijk: _____
 Geen idee

19. Bent u allergisch of overgevoelig voor andere stoffen, medicijnen en/of voedingsmiddelen?

- Nee (ga door naar vraag 20)
 Ja (ga door naar vraag 19a)



verhaal en wettelijke achtergrond

rivm

19a Ik ben allergisch voor (meerdere antwoorden mogelijk):

- Metalen (bijvoorbeeld sieraden), namelijk: _____
 Geurstoffen/parfums
 Rubber
 Wasmiddelen
 Medicijnen (ook in de vorm van zalf/crème), namelijk: _____
 Voedingsmiddelen, namelijk: _____
 Pollen (hooikoorts)
 Anders, namelijk: _____

20. Medicijnen kunnen een reactie op cosmetica beïnvloeden. Gebruikt u medicijnen (anders dan de medicijnen die u voor de behandeling van de klacht kreeg voorgeschreven)?

- Nee (ga door naar vraag 21)
 Deze vraag beantwoord ik liever niet. (ga door naar vraag 21)
 Ja (ga door naar vraag 20a-d)

20a Welke medicijnen gebruikt u? (indien bekend) _____

20b Waarvoor gebruikt u deze medicijnen? (indien bekend) _____

20c Hoe lang gebruikt u deze medicijnen al?

_____ (aantal maanden) dagen/(maanden) jaren (doorstrepen wat niet van toepassing is)

20d Gebruikte u deze medicijnen ook toen u het cosmetische product gebruikte?

- Nee
 Ja

Productgegevens

21. Weet u welk product de klacht mogelijk veroorzaakt heeft?

- Nee (ga door naar vraag 22)
 Ja (ga door met vraag 21 a t/m s)

Het product behoort tot de categorie:

21a

- Bad- en doucheproducten
- Douchegel of douche crème
 - Badschuim
 - Badzout
 - Badparels
 - Bruistabletten voor in bad
 - Badolie
 - Scrub
 - Anders, namelijk: _____



rivm

- Deodorant/anti-transpirant
 - Sputbus/spray
 - Roller
 - Stick
 - Crème
 - Anders, namelijk: _____
- Geuren
 - Parfum
 - Eau de parfum
 - Eau de toilette
 - Eau de cologne
 - Pre & aftershaves (bijvoorbeeld balm, conditioner, crème)
 - Haarparfum
 - Bodymist, bodyspray
 - Anders, namelijk: _____
- Haarproducten
 - Verzorging
 - Shampoo, ook droogshampoo of babyshampoo
 - Crèmespoeling
 - Haarversteviger
 - Haarmasker
 - Haarlotion of haarwater
 - Haarkuur
 - Serum
 - Anti-haaruitvalproduct
 - Product voor de hoofdhuid (bijvoorbeeld anti-roosproduct)
 - Zonneproduct speciaal voor het haar
 - Haarparfum
 - Anders, namelijk: _____
 - Kleur
 - Heeft de kapper uw haar gekleurd of heeft u dit zelf gedaan?
 - De kapper
 - Zelf gedaan
 - Om wat voor haarkleuring gaat het?
 - Permanente haarkleuring (blijvend)
 - Semi-permanente haarkleuring (kleurspoeling)
 - Tijdelijke uitwasbare haarkleuring (kleurversteviger)
 - Blondeermiddel
 - Ontkleuringscrème
 - Anders, namelijk: _____
 - Styling
 - Schuim of mousse
 - Gel of crème
 - Wax
 - Haarlak
 - Haarversteviger
 - Brillantine
 - Glansproduct
 - Anders, namelijk: _____
 - Permanentvloeistof
 - Relaxer (ontkroezler)
 - Straightener (ontkruller)
 - Anders, namelijk: _____



rivm

- Huidverzorging
 - Handverzorging
 - Handcrème
 - Hands scrub
 - Anders, namelijk: _____
 - Voetverzorging
 - Voetscrub
 - Deodorant (spray, poeder of gelvorm)
 - Voeten crème (bijvoorbeeld tegen hielkloven of eelt)
 - Product voor voetbad (bijvoorbeeld bruistablet)
 - Anders, namelijk: _____
 - Gezichtsreiniging
 - Milk
 - Crème
 - Was crème of wasgel
 - Olie
 - Lotion of tonic
 - Masker
 - Peeling
 - Scrub
 - Anders, namelijk: _____
 - Gezichtsverzorging
 - Crème, lotion of gel voor dag of nacht
 - Oogcontourverzorging
 - Gezichtsmasker
 - Anti-acné
 - Anders, namelijk: _____
 - Lichaam
 - Bodycrème, -milk, -lotion of -butter
 - Huidverstevigende producten of anti-celluliteproducten
 - Ontharingsproducten (crème, hars (koud en warm) of ontharingsstrips)
 - Soft-tanningproducten (bodylotion of gezichts crème met bruiningsmiddel)
 - Huidbleekmiddel
 - Anders, namelijk: _____
- Kinderverzorging
 - Bad- en doucheproducten
 - Kindermake-up, schmink en nagelverzorging
 - Deodorant
 - Geur
 - Haarverzorging
 - Huidverzorging (bijvoorbeeld babyolie)
 - Mondverzorging (bijvoorbeeld kindertandpasta)
 - Zeep
 - Zonnecrème
 - Vochtige doeljes
 - Talkpoeder
 - Anders, namelijk: _____
- Make-up (decorative cosmetica)
 - Ogen
 - Mascara
 - Oogschaduw
 - Oogpotlood



rivm

- Eyeliner
- Wenkbrauwpotlood, -poeder en -gel
- Remover speciaal voor oogmake-up
- Kunstwimper (-lijm)
- Anders, namelijk: _____
- o Lippen
 - Lipstick
 - Lipgloss
 - Lippotlood
 - Lippencrème of -balsem
 - Anders, namelijk: _____
- o Teint
 - Foundation
 - Camouflageproduct (crème, stick)
 - Compacte of losse poeder
 - Blusher of rouge, bronzing (poeder of crème)
 - Glansproduct (poeder, crème, stick)
 - Anders, namelijk: _____
- o Nagels
 - Nagellak
 - Nagelversteviger
 - Nagellakremover
 - Kunstnagel (-lijm)
 - Anders, namelijk: _____
- Mondverzorging
 - o Tandpasta voor volwassenen
 - o Tandpasta voor kinderen
 - o Tandfloss
 - o Mondverzorgingsproducten
 - o Tandbleekmiddel
 - o Anders, namelijk: _____
- Scheerproducten
 - o Scheerschuim, -mousse, -gel, -crème of -olie
 - o Scheerzeep
 - o Scheerroller
 - o Ontharingsproducten (crème, hars (koud en warm), ontharingsstrip)
 - o Ontkleuringscrème
 - o Pre & aftershave (balm, conditioner of crème)
 - o Anders, namelijk: _____
- Zeep
 - o Vloeibaar
 - o Tabletten
 - o Zeepvrije wasemulsie of -gel
 - o Anders, namelijk: _____
- Zonnecosmetica
 - o Pre-sun producten
 - o Anti-zonnebrandproducten
 - Crème, milk, lotion, mousse of olie
 - Spray
 - Lippenbalsem of -stick
 - o After-sunproducten
 - o Bruin-zonder-zon producten
 - o Producten speciaal voor gebruik onder of na de zonnebank
 - o Anders, namelijk: _____
- Overig



rivm

- o Vochtige doekjes (doekjes met lotion)
- o Talkpoeder
- o Producten voor de intiemhygiëne (mousse, gel of wasoplossing)
- o Anders, namelijk: _____
- 21b) Productnaam (Bv. *iedere dag shampoo*) _____
- 21c) Merknaam (Bv. *Andréx*) _____
- 21d) Batchcode (indien bekend) _____
- 21e) Variant (indien bekend) _____
- Inhoud (invullen in gram of ml) _____
- 21f) Is het product voorzien van het houdbaarheidsymbool of een houdbaarheidsdatum?
 - Ja, een houdbaarheidsdatum, namelijk: _____
 - Ja, het houdbaarheidsymbool
 Welke maandaanduiding staat bij het houdbaarheidsymbool?
 Hoe lang geleden hebt u het product geopend?
 - minder dan 3 maanden
 - minder dan 6 maanden
 - minder dan 12 maanden
 - meer dan 12 maanden
 - onbekend
- 21g) Wanneer hebt u het product gekocht of gekregen? (indien bekend) _____
 _____ (aantal invullen) weken/maanden/jaren geleden (doorstrepen wat niet van toepassing is)
- 21h) Op welk lichaamsdeel hebt u het product gebruikt? (meerdere antwoorden mogelijk)

<input type="checkbox"/> Gezicht	<input type="checkbox"/> Ooglid of wimpers
<input type="checkbox"/> Lippen	<input type="checkbox"/> Mond
<input type="checkbox"/> Tanden	<input type="checkbox"/> Haar
<input type="checkbox"/> Huid onder hoofdhaar	<input type="checkbox"/> Nek of hals
<input type="checkbox"/> Borst	<input type="checkbox"/> Buik
<input type="checkbox"/> Rug	<input type="checkbox"/> Billen
<input type="checkbox"/> Armen	<input type="checkbox"/> Oksels
<input type="checkbox"/> Handen	<input type="checkbox"/> Benen
<input type="checkbox"/> Voeten	<input type="checkbox"/> Nagels (hand en/of voet)
<input type="checkbox"/> Gehele lichaam	<input type="checkbox"/> Inwendig
<input type="checkbox"/> Anders, namelijk _____	
- 21i) Hebt u al eerder klachten gehad bij het gebruik van dezelfde soort producten (bijvoorbeeld producten van een ander merk)?
 - Ja, toelichting _____
 - Nee
- 21j) Hoe lang gebruikt u het product al?
 - Onbekend
 - Bekend, al _____ (aantal invullen) dagen/weeken/maanden/jaren
 - Eenmalig



verhaal en weten achterlat

rivm

21k) Gebruikt u het product in combinatie met andere producten (op hetzelfde lichaamsdeel)?

- Ja, namelijk met: _____
 Nee

21l) Hoe bewaart u het product? (indien bekend)

21m) Gebruikt u het product volgens de aanwijzing op de verpakking?

- Ja, toelichting _____
 Nee, toelichting _____
 Onbekend
 Niet van toepassing

21n) Hebt u nog aanvullende opmerkingen over het product?

Contact met het verkooppunt of de fabrikant

21o) Waar hebt u het product gekocht?

- Apotheek
 Drogist
 DA
 De Tuinen
 Henk van der Doelen
 Kruidvat
 D.J.O
 Dtx drogisterij
 Etos
 Anders, namelijk: _____
 Grootwinkelketen/warenhuis
 Bijenkorf
 Hema
 V&D
 Anders, namelijk: _____
 Huisamerverkoop (bijvoorbeeld tijdens een cosmetica party)
 Avon
 Mylene
 Griflame
 LR health and beauty systems
 Anders, namelijk: _____
 Via internet
 Websiteadres: _____
 Kapper
 Markt
 Parfumerie
 DA



verhaal en weten achterlat

rivm

- Douglas
 ICI Paris
 Anders, namelijk: _____
 Postorderbedrijf
 Neckermann
 Yves Rocher
 Wehkamp
 Anders, namelijk: _____
 Reformwinkel
 Erica
 De Tuinen
 Anders, namelijk: _____
 Schoonheidsspecialist/salon
 Supermarkt
 Tandarts/mondhygiënist
 Tatoesagehop
 Via TV (bijvoorbeeld Telfsetl)
 Toko
 Gekregen
 Anders, namelijk: _____

21p) Wat is het adres van het verkooppunt? (indien bekend)

21q) Bent u teruggegaan naar de winkel of verkoper om uw klacht te melden?

- Ja (ga door naar vraag 21q1 en q2)
 Nee (ga door naar vraag 21r)

21q1 Wanneer bent u terug gegaan? (indien bekend)

- Minder dan 1 week geleden
 Minder dan 1 maand geleden
 Meer dan 1 maand geleden

21q2 Welke reactie of welk advies kreeg u van de winkel of verkoper? _____

21r) Hebt u contact gehad met de fabrikant of importeur van het product om uw klacht te melden?

- Ja (ga door naar vraag 21r1-r3)
 Nee (ga door naar vraag 21s)



rivm

21r1 Wanneer hebt u contact met de fabrikant of importeur gehad? (indien bekend)

- Minder dan 1 week geleden
- Minder 1 maand geleden
- Meer dan 1 maand geleden

21r2 Hoe hebt u contact opgenomen?

- Telefonisch telefonische helpdesk
- Via Internet helpdesk op internet
- Schriftelijk

21r3 Welke reactie of welk advies kreeg u van de fabrikant of importeur? (indien bekend) _____

21s) Hebt u ook klachten bij gebruik van andere cosmetische producten?

- Nee (ga verder naar vraag 22)
- Ja. Voor dit product doorloopt u nogmaals vraag 21 van deze vragenlijst.

Contact met chemische stoffen in uw beroep

22. Houdt uw klacht verband met het beroep dat u nu uitoefent of hebt uitgeoefend?

- Ja, namelijk _____
- Mogelijk, namelijk _____
- Nee
- Deze vraag vul ik liever niet in

23. Wat is uw beroep? _____



rivm

Dw gegevens

Op de registratie van uw gegevens is de Wet bescherming persoonsgegevens van toepassing. De ingevulde antwoorden worden door het RIVM naar de VWA gestuurd. Uw melding wordt beoordeeld waarna de VWA bepaalt welke vervolgstappen worden ondernomen

24. Kan de VWA contact met u opnemen voor aanvullende informatie?

- Nee, dat heb ik liever niet.
- Ja, wilt u dan het product en de verpakking bewaren en hier uw gegevens invullen.

Naam: _____

Adres: _____

Postcode/Plaats: _____

Telefoonnummer: _____

E-mail: _____

Wij danken u hartelijk voor het invullen van het vragenformulier.

Bijlage 2 Vragenlijst NIVEL huisartsen peilstations



Project Consumer Exposure Skin Effects and Surveillance (CESES)

Vragenlijst over cosmeticaklachten

Het invullen van de vragenlijst is uitsluitend gewenst indien de verdenking bestaat dat de klacht wordt veroorzaakt door cosmetische producten.

Code peilstationarts:	Datum melding:
Patiëntcode:	Beroep patiënt:
Geboortedatum patiënt:	Postcode patiënt:
Geslacht patiënt: M/V	

Beschrijving klacht

- Localisatie van de klacht (meerdere antwoorden tegelijk mogelijk)

<input type="checkbox"/> Gelaat	<input type="checkbox"/> Nek/hals	<input type="checkbox"/> Liesen
<input type="checkbox"/> Ogen	<input type="checkbox"/> Borst	<input type="checkbox"/> Gebied rond de anus/geslachtsorgaan
<input type="checkbox"/> Oogleden	<input type="checkbox"/> Buik	<input type="checkbox"/> Knieholte
<input type="checkbox"/> Lippen	<input type="checkbox"/> Ellen	<input type="checkbox"/> Voeten
<input type="checkbox"/> Mondholte/mondslimvies	<input type="checkbox"/> Rug	<input type="checkbox"/> Nagels (hand en/of teen)
<input type="checkbox"/> Tandem/tandvlees	<input type="checkbox"/> Armen	<input type="checkbox"/> Gehele lichaam
<input type="checkbox"/> Tong	<input type="checkbox"/> Oxels	<input type="checkbox"/> Inwendig
<input type="checkbox"/> Haar	<input type="checkbox"/> Elleboogholte	<input type="checkbox"/> Anders, nl. _____
<input type="checkbox"/> Huid onder hoofdhaar	<input type="checkbox"/> Handen	
<input type="checkbox"/> Oren/gehoorgang	<input type="checkbox"/> Benen	
- Door patiënt gepresenteerde symptomen (meerdere antwoorden tegelijk mogelijk)

<input type="checkbox"/> Jeuk	<input type="checkbox"/> Plekjes	<input type="checkbox"/> Haartuitval
<input type="checkbox"/> Branderig gevoel	<input type="checkbox"/> Blaasjes	<input type="checkbox"/> Duizeligheid
<input type="checkbox"/> Pijn	<input type="checkbox"/> Blaarvorming	<input type="checkbox"/> Benaauwdheid/Ademhalingsmoeilijkheden
<input type="checkbox"/> Roodheid	<input type="checkbox"/> Brandwonden	<input type="checkbox"/> Misselijkheid
<input type="checkbox"/> Schilfering/schraal	<input type="checkbox"/> Meer pigment	<input type="checkbox"/> Anders, nl. _____
<input type="checkbox"/> Zwelling	<input type="checkbox"/> Minder pigment	
<input type="checkbox"/> Bobbeltjes	<input type="checkbox"/> Tranende ogen	
- Hoe lang geleden trad de klacht voor het eerst op? _____
- Hoe snel na gebruik van het cosmetische product trad de klacht op?

<input type="checkbox"/> Binnen 30 min	<input type="checkbox"/> Meer dan 1 dag
<input type="checkbox"/> 30 min tot 1 uur	<input type="checkbox"/> Anders, nl. _____
<input type="checkbox"/> Binnen 1 dag	<input type="checkbox"/> Onbekend
- Heeft de patiënt nu nog steeds last van de klacht?

<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nee
-----------------------------	------------------------------
- Traden al eerder klachten op bij gebruik van hetzelfde product?

<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nee
-----------------------------	------------------------------
- Traden ook effecten op nadat de patiënt gestopt is met het gebruiken van het product?

<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nee	<input type="checkbox"/> Onbekend
-----------------------------	------------------------------	-----------------------------------

Diagnose en behandeling

- Wat is uw (voortopige) diagnose?

<input type="checkbox"/> Contacteczeem door allergie of irritatie	<input type="checkbox"/> Urticaria	<input type="checkbox"/> Anders, nl. _____
<input type="checkbox"/> Constitutioneel eczeem	<input type="checkbox"/> Pigmentstoring	<input type="checkbox"/> Geheel onbekend
	<input type="checkbox"/> Alopecia	



9. Welke medicatie/behandeling schrijft u voor? _____

10. Verwijst u de patiënt door naar de dermatoloog?
 Ja Nee

Productgegevens

11. Welk product/welke producten zou(den) de klacht veroorzaakt kunnen hebben?
 Product is onbekend (ga door naar vraag 12).
 Product is (mogelijk) bekend. Vul dan onderstaande tabel in (maximaal drie producten noemen).

	Product 1	Product 2	Product 3
Productcategorie (letter invullen, zie categorieënlijst ¹)			
Productnaam Bv. iedere dag shampoo			
Merksnaam Bv. Andreon			
Lokatie toepassing product			
Hoe lang gebruikt de patiënt het product al?			
Zijn er bijzonderheden t.a.v. kwaliteit van het product (Bv. houdbaarheidsdatum)			
Relatie product en bijwerking (1 = onzeker, 5 = heel zeker) (nummer omschrijven)	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1 - 2 - 3 - 4 - 5	1 - 2 - 3 - 4 - 5

¹Productcategorie (per product zijn meerdere categorieën mogelijk):

- | | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| A Bad-en doucheproducten | E Huidverzorging | I Scheerproducten |
| B Deodorants/anti-transpirants | F Kinderverzorging | J Zeep |
| C Geuren | G Make-up (decoratieve cosmetica) | K Zonnecosmetica |
| D Haarproducten | H Mondverzorging | L Overig, nl. (invullen in tabel) |

Andere aandoeningen/klachten

- Heeft de patiënt een historie met andere huidaandoeningen?

<input type="checkbox"/> Ja, namelijk _____
<input type="checkbox"/> Nee
- Vertoont de patiënt een reactie (allergie en/of irritatie) op andere stoffen/materialen?

<input type="checkbox"/> Nee								
<input type="checkbox"/> Ja, namelijk op (meerdere antwoorden mogelijk) <table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Metalen (bv. sieraden)</td> <td><input type="checkbox"/> Medicamenteuze zalf/crème</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Geurstoffen/parfums</td> <td><input type="checkbox"/> Voedingsmiddelen</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Rubber</td> <td><input type="checkbox"/> Anders, nl. _____</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Wasmiddelen</td> <td><input type="checkbox"/> Onbekend</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Metalen (bv. sieraden)	<input type="checkbox"/> Medicamenteuze zalf/crème	<input type="checkbox"/> Geurstoffen/parfums	<input type="checkbox"/> Voedingsmiddelen	<input type="checkbox"/> Rubber	<input type="checkbox"/> Anders, nl. _____	<input type="checkbox"/> Wasmiddelen	<input type="checkbox"/> Onbekend
<input type="checkbox"/> Metalen (bv. sieraden)	<input type="checkbox"/> Medicamenteuze zalf/crème							
<input type="checkbox"/> Geurstoffen/parfums	<input type="checkbox"/> Voedingsmiddelen							
<input type="checkbox"/> Rubber	<input type="checkbox"/> Anders, nl. _____							
<input type="checkbox"/> Wasmiddelen	<input type="checkbox"/> Onbekend							
- Gebruikt de patiënt medicatie, anders dan de medicatie ter behandeling van de klacht (alleen invullen indien van invloed op de klacht)?

<input type="checkbox"/> Nee
<input type="checkbox"/> Ja, namelijk (naam van het middel) _____

Opmerkingen: _____

CESES en NIVEL danken u hartelijk voor het invullen!

Bijlage 3 Persbericht 5 november 2009

Huidklachten door cosmetica? Gewoon melden!

Online meldpunt vandaag van start

Vanaf vandaag kunnen consumenten huidklachten en andere overgevoeligheidsreacties na het gebruik van cosmetica melden op www.cosmeticaklachten.nl. Om het aantal en de oorzaak van deze klachten te monitoren lanceert het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) in opdracht van de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) dit online meldpunt.

Op dit moment is niet duidelijk hoeveel mensen huidklachten of overgevoeligheidsreacties krijgen na het gebruik van cosmetica. Omdat de klachten meestal vanzelf weer verdwijnen, is een bezoek aan een arts of dermatoloog niet altijd nodig. Het is dan ook onduidelijk hoeveel mensen last hebben van cosmetica gerelateerde klachten. Het is belangrijk dat alle klachten centraal via de website gemeld worden, ook de klachten die vanzelf weer verdwijnen. Met behulp van het meldingsformulier wordt informatie ingewonnen over de klacht en het product, waardoor meer inzicht ontstaat in alle huidklachten die mogelijk door cosmetica veroorzaakt worden. Hierdoor kunnen deze mogelijk op termijn in aantal worden teruggedrongen.

Aard van de klacht

Cosmeticaproducten die op de huid worden aangebracht of op een andere manier in contact komen met de huid, kunnen soms klachten veroorzaken. Deze klachten variëren van milde huidirritatie tot een allergische reactie. Sommige mensen zijn erg gevoelig voor bepaalde ingrediënten in cosmeticaproducten. Een gevoeligheid voor een ingrediënt kan ook na verloop van tijd worden ontwikkeld.

Cosmetica

Onder cosmetica vallen alle producten die gebruikt worden voor de persoonlijke verzorging. Een breed scala aan producten wordt tot cosmetica gerekend, zoals bad- en doucheproducten, deodorants, geuren, haarverzorging, huidverzorging, make-up, mondverzorging, scheerproducten, zeep en zonnebrandmiddelen.

Het online meldpunt www.cosmeticaklachten.nl maakt deel uit van een driejarig onderzoek. Dit onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met aangesloten dermatologen, huisartsen en de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV). Het onderzoek wordt in 2011 geëvalueerd.

EINDE BERICHT

Noot voor de redacties:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Jessica Grootenboer, persvoorlichter RIVM, 030 274 3005

Bijlage 4 Persbericht 20 mei 2010

RIVM: BIJNA 600 MELDINGEN VIA COSMETICAKLACHTEN.NL

Het meldpunt cosmeticaklachten (www.cosmeticaklachten.nl) van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) heeft sinds de lancering in november 2009 bijna 600 meldingen van klachten gehad die mogelijk door cosmetica zijn veroorzaakt. De meest voorkomende klachten betreffen irritaties aan gezicht, ogen, hals en oksels. Make-up (vooral oogmake-up) en huidverzorgingsproducten zijn de meest gemelde productcategorieën.

“We zijn tevreden met de belangstelling voor het meldpunt, maar het is nu nog te vroeg om conclusies te trekken. Trends kun je pas na langere tijd signaleren. Daarom roepen we consumenten op hun klachten te blijven melden,” aldus onderzoeker Jacqueline van Engelen van het RIVM.

Meldpunt

Om het aantal en de oorzaak van deze klachten te monitoren heeft het RIVM het meldpunt ingesteld, in opdracht van de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA). Het meldpunt www.cosmeticaklachten.nl is onderdeel van een driejarig onderzoek, dat wordt uitgevoerd in samenwerking met aangesloten dermatologen, huisartsen en de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV). Met behulp van een aantal vragen wordt informatie ingewonnen over de klacht en het product, waardoor meer inzicht ontstaat in alle huidklachten die mogelijk door cosmetica veroorzaakt worden.

Het onderzoek wordt in 2011 geëvalueerd.

Cosmetica

Onder cosmetica vallen alle producten die gebruikt worden voor de persoonlijke verzorging. Een breed scala aan producten wordt tot cosmetica gerekend, zoals bad- en doucheproducten, deodorants, geuren, haarverzorging, huidverzorging, make-up, mondverzorging, scheerproducten, zeep en zonnebrandmiddelen.

Bijlage 5 Artikel WEI (november 2009)



VWA en RIVM monitoren klachten door cosmeticagebruik

Beauty of bijwerking

De VWA is samen met het RIVM een pilotproject gestart om in kaart te brengen hoeveel mensen klachten krijgen na gebruik van cosmeticaproducten. Rammelt van Dijk, medewerker signalering en ontwikkeling bij de VWA in Groningen: "Dan kunnen we bijtijds ingrijpen."

Een bepaalde shampoo veroorzaakte ruim tien jaar geleden allergische reacties bij gebruikers. Enkele duizenden mensen kregen na het douchen klachten als haaruitval, psoriasisachtige schilfers en zelfs gedeeltelijke kaalheid. De shampoo werd uit de handel genomen en na overleg met de toenmalige Keuringsdienst van Waren waarschuwde het bedrijf de consumenten om het product niet meer te gebruiken. In die tijd noteerden dermatologen klachten van consumenten na het gebruik van cosmetica en gaven deze door aan de dienst. Dit leverde destijds jaarlijks zo'n 150 meldingen over bijwerkingen van cosmetica

op. Later werd dit systeem opgeheven. De meldkamer van de VWA ontvangt nu nog geen twintig klachten per jaar.

Klinische en publieke route

Dermatoloog A.C. de Groot voerde in 1985 een onderzoek uit, waaruit bleek dat een op de tien ondervraagden wel eens klachten ondervond door cosmeticagebruik. Het is onbekend hoe het nu gesteld is met dergelijke klachten. Rammelt: "We hebben totaal geen beeld van het aantal mensen dat last heeft van nadelige gezondheidseffecten door het gebruik van cosmetica. Hierdoor kunnen we niet

snel genoeg ingrijpen als het nodig is." De VWA wil meer inzicht in het aantal klachten dat wordt veroorzaakt door cosmetica en de aard van dergelijke aandoeningen. Daarom is zij in samenwerking met het RIVM en dermatologen het CESES-project gestart, wat staat voor *Consumer Exposure Skin Effects and Surveillance*. De opdrachtgever van het CESES-project is het ministerie van VWS. Sinds 1 juli 2009 loopt een pilot die twee jaar zal duren. Aan het einde van deze periode vindt een evaluatie plaats, om te beoordelen of het project daadwerkelijk relevante informatie oplevert en of het kan worden uitgebreid naar andere consumentenproducten.

Plaktest

Het CESES-project bestaat uit twee routes: een klinische route en een publieke route. Voor de eerste route werken de VWA en het RIVM samen met vijf dermatologische centra en huisartsen. Joanne Nijhof, projectleider bij het RIVM, vertelt: "Als een dermatoloog een patiënt op bezoek krijgt met klachten, geeft hij aan ons door om wat voor bijwerkingen het gaat en door welk product of ingrediënt ze waarschijnlijk worden veroorzaakt."

Voor de publieke route heeft het RIVM de website www.cosmetica.klachten.nl ontwikkeld, waarop consumenten een meldingsformulier kunnen invullen. Deze site is sinds 5 november in de lucht. Ook kunnen mensen met hun klachten bij de meldkamer van de VWA terecht.

Het RIVM bundelt alle klachten van de website en speelt ze door aan de VWA. Joanne: "Doordat wij alle klachten

binnenkrijgen, kunnen we ook trends waarnemen en rapporteren." Als de VWA over een bepaald product klachten ontvangt, vraagt Rammelt aan de betreffende fabrikant welke grondstoffen het product bevat. "Met deze stoffen maken de laboranten van de VWA mengsels, die de dermatoloog kan gebruiken voor een zogenaamde 'plaktest'. Hij plakt de mengsels met pleisters op de rug van de patiënt om te kijken of er een huidreactie ontstaat. Is dit inderdaad het geval, dan last de dermatoloog dat aan ons weten." Als het om een individuele klacht gaat, onderneemt de VWA in principe verder geen actie. Maar als een product bij veel consumenten klachten geeft, wordt het tijd om navraag te doen bij de fabrikant. "We vragen hem bijvoorbeeld hoe hij test of een nieuw product wel veilig is", licht Rammelt toe. "Mocht de veiligheid van een product echt niet in orde zijn, dan kan de VWA zelfs de verkoop ervan stilleggen."

Strenge veiligheidseisen

De monitoring is ook een *early warning system* in geval van ernstige klachten. Volgens Rammelt voorkomt een goed werkend klachtensysteem incidenten als de shampoo-affaire in de jaren negentig. "We kunnen veel sneller een signaal afgeven aan de fabrikant. Gelukkig is dit bijna nooit nodig. Cosmetica in Europa moeten aan zeer strenge eisen voldoen en grote merken kunnen het zich echt niet veroorloven om producten op de markt te brengen die niet aan deze eisen voldoen. Het gaat ons er vooral om dat we klachten van consumenten in kaart brengen." ■

Bijlage 6 Artikel vakblad de Nieuwe Drogist (januari 2010)

Nieuw online meldpunt voor cosmeticaklachten

Sinds 1 november kunnen consumenten huidklachten en andere overgevoelheidsreacties na het gebruik van cosmetica melden op www.cosmeticaklachten.nl. Dit online meldpunt is gelanceerd om het aantal en de oorzaak van deze klachten te monitoren. Het is een initiatief van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) in opdracht van de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA).

Onder cosmetica worden alle producten gerekend die gebruikt worden voor de persoonlijke verzorging. Een breed scala aan producten zoals bad- en doucheproducten, deodorants, geuren, haarverzorging, huidverzorging, make-up, mondverzorging, scheerproducten, zeep en zonnebrandmiddelen.

Waarom melden?
Melden is belangrijk, benadrukt het RIVM, ook wanneer men geen last meer heeft van de klacht. Omdat de klachten meestal vanzelf weer verdwijnen, gaan veel mensen niet naar een arts of dermatoloog. Daardoor is niet bekend hoeveel mensen last hebben van huidklachten na het gebruik van cosmetica. En om welke klachten het dan gaat. Op de website staat een vragenformulier waarmee stap voor stap alle nodige informatie wordt verzameld over de klacht en het product. Het invullen duurt 10 tot 15 minuten. Hoe meer mensen hun klachten melden, hoe meer inzicht het RIVM en de VWA krijgen in huidklachten die mogelijk door cosmetica veroorzaakt worden. En hoe beter dergelijke klachten op termijn mogelijk te verminderen zijn.

Welke klachten?
De meeste mensen krijgen geen klachten na gebruik van cosmetica. Sommige mensen zijn echter gevoelig voor bepaalde ingrediënten of bouwen deze gevoeligheid in de loop van de tijd op. Klachten ontstaan soms spontaan na jarenlang probleemloos gebruik van het product maar kunnen ook optreden als iemand een product voor de eerste keer gebruikt. Meestal verdwijnen de klachten vanzelf als je stopt met het gebruik van het product dat de klacht mogelijk veroorzaakt heeft. Huidklachten na gebruik van cosmetica kunnen variëren van lichte irritatie of allergie tot in een enkel geval ernstige klachten. De meest voorkomende klachten zijn: rode huid, jeuk, bultjes, schilfers, branderige of schrale huid en rode ogen. Soms kan duizeligheid of benauwdheid optreden.

Irritatie of allergie?
Bij klachten gaat het meestal om huidirritatie. Soms is er sprake van een allergische reactie. Het verschil is vaak niet te zien. Irritatie is een prikkeling van de huid als reactie op één of meer ingrediënten in het cosmeticaproduct. Huidirritatie kan eenmalig zijn. Een allergische reactie is een reactie van het afweersysteem waarbij een overgevoeligheid optreedt voor één of meer ingrediënten in cosmetica. De reactie kan direct optreden of in de loop van enkele uren of dagen. Het ziet er meestal uit als huiduitslag. Soms komen ook slijmvliesklachten of benauwdheid voor. In alle gevallen kan men de klacht melden via de nieuwe website.




Is cosmetica de oorzaak?
Als iemand direct na gebruik van cosmetica klachten krijgt of als de klachten ontstaan op de plek waar hij/zij een product heeft gebruikt, is de kans groot dat dit door het gebruikte product komt. Als de klachten op een andere plaats op het lichaam ontstaan of als ze later ontstaan, is het moeilijker te zeggen of dit door het product komt.

Wat gebeurt er met een klacht?
Joanne Nijhof, projectleider, licht toe: "Klachten komen via 2 verschillende wegen bij ons binnen. Via artsen of rechtstreeks via de consument die de klacht meldt via de website. In het eerste geval gaat om ernstige klachten waarmee iemand al naar een huisarts of dermatoloog is gestapt. De dermatoloog beoordeelt of vervolgonderzoek nodig is om uit te zoeken welk ingrediënt in het product de klacht veroorzaakt. Omdat op een cosmetisch product alle ingrediënten staan vermeld, kan de consument dit ingrediënt dan vervolgens gaan mijden, waardoor nieuwe klachten mogelijk voorkomen kunnen worden. De dermatologen die zijn aangesloten bij het project zullen de klacht aan het RIVM doorgeven. De patiënt blijft daarbij anoniem. Hiermee verzamelt het RIVM tegelijkertijd meer informatie over het aantal mensen dat klachten heeft en de ingrediënten die deze klachten veroorzaken. Consumenten melden hun klacht rechtstreeks op www.cosmeticaklachten.nl. Meestal gaat het dan om milde klachten die weer verdwijnen wanneer je stopt met het gebruik van een product. De meldingen die consumenten zelf doen via de website www.cosmeticaklachten.nl zijn waardevolle signalen voor het vroegtijdig oppikken van effecten van stoffen. De meldingen door consumenten worden doorgegeven aan de VWA, die beoordeelt welke eventuele vervolgstappen nodig zijn."

Tips voor uw klanten
Het is niet te voorspellen of uw klanten klachten krijgen door het gebruik van cosmetica. Klachten kunnen soms spontaan optreden na jarenlang probleemloos gebruik. Er is wel een aantal dingen waar op gelet kan worden om klachten zoveel mogelijk te voorkomen. U kunt uw klanten de volgende adviezen meegeven:

- Let op de houdbaarheidsdatum op het etiket, gebruik geen producten waarvan de houdbaarheidsdatum is verlopen.
- Gebruik cosmeticaproducten waar ze voor bedoeld zijn.
- Koop geen producten waarvan u weet dat ze ingrediënten bevatten waar u klachten van krijgt.
- Als bij u een allergie is vastgesteld door een arts kunt u een allergiepas bij de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV) aanvragen. Hierop staat aangegeven voor welke ingrediënten u allergisch bent en die u dus het beste kunt vermijden.
- Stop met het gebruik van het cosmeticaproduct waarvan u denkt dat het de klachten veroorzaakt.
- Raadpleeg de huisarts wanneer de klacht ernstig is of lang aanhoudt, of wanneer u opnieuw klachten krijgt na gebruik van andere producten. De huisarts kan u indien nodig doorverwijzen naar een dermatoloog. Een dermatoloog kan testen of er sprake is van allergie voor een of meerdere ingrediënten.
- Bewaar het product en de verpakking. Ze kunnen nodig zijn voor de arts om te achterhalen welk ingrediënt uw klachten veroorzaakt.

Eerste resultaten
Het online meldpunt www.cosmeticaklachten.nl maakt deel uit van een driejarig onderzoek. Dit onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met aangesloten dermatologen, huisartsen en de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV). Het onderzoek wordt in 2011 geëvalueerd. Hoe zijn de resultaten tot nu toe? Joanne Nijhof: "Diverse media hebben aandacht aan de lancering van de website besteed. Het is nog wat vroeg om nu al veel over de resultaten te kunnen vertellen, maar inmiddels hebben in een maand tijd ruim 360 mensen de vragenlijst op de site ingevuld. De komende periode blijven wij via verschillende kanalen het online meldpunt onder de aandacht brengen."

Soms is er sprake van een allergische reactie

Huidklachten door cosmetica? Gewoon melden!



Bijlage 7 Artikel Consumentengids (februari 2010)

MELDPUNT COSMETICAKLACHTEN

Vrouwen gebruiken dagelijks gemiddeld vijf cosmetica-producten. Meestal gaat dat zonder problemen, maar soms veroorzaken ze huidklachten en andere gevoeligheidsreacties. Hoe vaak dat voorkomt is niet bekend. De klachten verdwijnen meestal vanzelf, waardoor een bezoek aan de huisarts of dermatoloog niet nodig is. Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) heeft samen met de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) een meldpunt op www.cosmeticaklachten.nl. Het onlinemeldpunt maakt deel uit van een onderzoek dat in 2011 wordt geëvalueerd.

Bijlage 8 Artikel Kosmetiek (september 2010)

COSMETICA EN ALLERGIEËN

ONDERZOEK NAAR ALLERGISCHE REACTIES

ALLERGISCHE REACTIES OP COSMETICA KOMEN VOOR, MAAR HOE VAAK EN BIJ WELKE PRODUCTEN? DAT WEEFT NIEMAND. DE OVERHEID GING DAAROM VAN START MET EEN ONDERZOEK NAAR DE KLACHTEN EN DE PRODUCTEN OF INGREDIËNTEN HIERVAN DIE DEZE KLACHTEN VEROORZAKEN. ER IS EEN SITE INGESCHEMAKT MET TWEE MELDPUNTEN VOOR ALLERGISCHE REACTIES: EEN VOOR CONSUMENTEN EN EEN VOOR DERMATOLOGEN.



Gemiddeld gebruiken we negen cosmetica-producten per dag. Dien hebben we het niet alleen over dagcrème, make-up en make-up, maar ook over shampoo, handzeep en zonnebeschermingsproducten. Ongeveer twintig procent van de mensen op het gebied van dermatologie komt door vanwege plagiatische reacties of irritatie door cosmetica. De klachten variëren van roodheid, jeuk en uitslag tot pijn. Soms alleen lokaal, bijvoorbeeld rond de ogen, maar vaak ook uitgebreid, soms zelfs over het hele lichaam. Het grootste deel van de mensen met klachten bij cosmetica-gebruik heeft echter helemaal geen huisarts of dermatoloog omdat de klachten meestal vanzelf verdwijnen. Daarom is het duidelijk hoeveel mensen klachten hebben en wat die klachten precies zijn. Er is weliswaar Europees onderzoek gedaan, maar hierna is niet al te veel naar de situatie in Nederland is.

De Voedstuf en Waren Autoriteit (VWA) heeft eerder daarom een onderzoek. Met twee online klachtenlijnen, één voor dermatologen en één voor consumenten, onderzoekt het RIVM welke producten het vaak welke klachten veroorzaken. Tevens ging een onderzoek van start in acht dermatologische klinieken, waaronder de afdeling dermatologie en allergologie van VU Medisch Centrum in Amsterdam en dermatologie van UMC Groningen. Metten die via de klachtenlijn een huisartsaansluiting metten, krijgen aan onderzoek om te achterhalen waar ze precies allergisch voor zijn. Als blijkt dat bepaalde stoffen of merken tot veel klachten leiden, worden deze producten opgevraagd en nader onderzocht. Ook wordt er nog steeds onderzoek bij een aantal huisartsen om na te gaan hoeveel mensen in Nederland met welke cosmetica-klachten naar hun huisarts gaan.

PARABENEN

Haveld het onderzoek nog zeker twee jaar duurt, duurt dermatoloog dr. drs. Thomas Rustemeyer, die het onderzoek leidt, nu al het vermoeden uit te spreken dat sommige cosmetica niet inderdaad allergische reacties oproepen als goedkopers. Dat geldt niet alleen voor consumenten, maar ook voor schoonheidspecialisten, die dagelijks met hun handen in contact staan met de producten. Minder vaak handen met zeep wassen, leidt het idee van Rustemeyer. "Daarmee vormen die tot nu toe natuurlijke manier weg", zegt hij. "Stel je het om de bacteriën aan te pakken met een beetje alcohol. Als je vervolgens een klein beetje zelf gebruikt, houd je de huid gezond."

Het als conserveringsmiddel werkt zeer sterk. Reactieve conservatiemiddelen hebben over het algemeen een sterke rechte op de huid. "Als je minder krachtig zijn, moeten ze in een hogere concentratie worden of in combinatie met andere stoffen. Niet parabenen bijvoorbeeld", zegt Rustemeyer. "Het is jammer dat die nog steeds een beetje naam hebben. Het vermoeden bestaat dat ze dermatieker veroorzaken, maar dat is niet zo. Ook het gebruik van alcohol is helemaal niet zo schadelijk als men vaak wordt verteld."

TEST

Wanneer wij de allergie kan alleen met een test. Er kan ook sprake zijn van irritatie, bijvoorbeeld door een ontharingsproduct te lang op de huid te laten zitten. De huid wordt rood en misschien pijnlijk. Haveld de verschijnselen van irritatie en allergie hetzelfde kunnen zijn, wordt een contactallergie door een sterke uitgesproken van de patiënt specifiek onderzoek is geworden. Hoe kort en in welke mate het contact met de stof ook is, maakt voor de allergische reactie niet veel uit. De reacties verschillen per persoon. De huid kan rood worden, gaan schilfen, blaasjes vormen, verticillen of juist juist knopen. Ook ontstaan soms puistjes met sul. Bij de een gebeurt dit direct na het aanbrengen van de cosmetica en

Cosmetica klachten

Cosmetica-klachten kunnen genakk worden op de site www.cosmetica-klachten.nl. Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) wilt zowel de klachten die herkennen via dermatologen als klachten die consumenten hebben. Samen worden zo de website de lucht te grip, en het zijn door de consumenten is makkelijker te zien. Het zijn de klachten opbrengt naar bekend, maar dat de meeste klachten gaat met huidroodheid en make-up. "Mogelijk werkt de naam 'cosmetica-klachten' verkeerd. Het gaat immers ook over shampoo, zep en schuimbad, dus ook onderzoeker Jacqueline van Duijn.

Bij ernstige klachten of als een product, merk of ingrediënt vermoedelijk wordt genoemd als veroorzaker van een allergische reactie, contact met RIVM de Voedstuf- & Waren Autoriteit is voor nader onderzoek. Meer informatie: www.cosmetica-klachten.nl




rivm

Vlekken en blaren in de zon

Wie cosmetica in de zon gebruikt, kan ook een allergische reactie krijgen. Veel voorkomend is bijvoorbeeld de ferymmonine in de huid. Op plekken waar je de zon de laatste helderheidsbericht, verschijnen kleine vlekken. Ook de zon zelf kan allergische reacties geven, zoals blaren, zonnende vlekjes, rode vlekken en jeuk.



NIET ALLES UIT DE NATUUR IS GOED VOOR ONS. STERKER. DE MEESTE STOFFEN DIE PROBLEEM OPLEVEREN, KOMEN UIT DE NATUUR

Bij de ander pas enkele dagen later. Vooral in het laatste geval is het moeilijk te achterhalen wat de oorzaak van de allergie is. De enige mogelijkheid om te achterhalen wat de oorzaak is, is het verrichten van allergietests. Tijdens de allergietest krijg je het stof, waarvan vermoed wordt dat het de allergische reactie oproept, in de juiste verdunding en oplosmiddel gedurende 48 uur op de huid. Daarna wordt gekeken of er een reactie volgt.

IN DE SALON

Haveld de schoonheidsspecialist zelf geen diagnose kan stellen, is ze zeker niet machteloos. "Om te beginnen moet ze niet denken dat natuurlijke producten geen klachten geven", stelt Rustemeyer. "Niet alles uit de natuur is goed voor ons. Sterker: de meeste stoffen die problemen opleveren, komen uit de natuur. Maar natuurlijke geneesmiddelen, zoals etherische oliën, kunnen een reactie veroorzaken. Als een client zegt dat hij of zij een gevoelige huid heeft, gebruik dan producten zonder geurstoffen en zonder natuurlijke, etherische oliën." Ook kan de schoonheidsspecialist de client van dienst zijn met behandelingen en advies als bekend is waar hij of zij allergisch voor is. Veel mensen weten immers niet wat de ingrediënten op de verpakking betekenen. Daarom krijg je na

aan allergietest een lijstje mee waarop staat welke ingrediënten ze moeten vermijden. "Wij geven ook vaak een lijstje mee met merken en producten die ze wel kunnen gebruiken", zegt Rustemeyer. "Om de indruk van belangverstregeling te voorkomen, noemen wij meerdere merken. Dan kan de patiënt zelf kiezen."

BELANGEN

Een allergie is nooit al vanaf de geboorte aanwezig. Meestal ontwikkelt een mens de allergie door langdurige blootstelling aan een stof. Dit wil niet zeggen dat iedereen uiteindelijk een allergie ontwikkelt. De een is immers gevoeliger voor een stof dan een ander. Helaas stroomt de visie van Rustemeyer niet altijd met de wensen van de consument en met de commerciële belangen van de producent. De consument wil natuurlijke ingrediënten, producten die lang houdbaar zijn en die bijzonder lekker ruiken. De producent wil de producten langer houdbaar en zonder natuurlijke ingrediënten. "Producten willen geen producten verkopen die allergische reacties geven. Daarbij lijkt hun angst te verdwijnen dat hun receptuur bekend wordt. Zij hebben er uiteindelijk baat bij als hun product veilig en betrouwbaar is", aldus Rustemeyer. "Ook het

ministerie heeft hard gewerkt om de producenten te overtuigen van het nut. En dat nut is er zeker, is hoop dat ook dat we het onderzoek kunnen continueren. De klachten aanpakken omringt start met nieuwe ingrediënten en het is voor hen niet betalen om de producten bij duizenden mensen te testen. In kleine groepen vallen veel bijwerkingen niet of onvoldoende op en dat is deze aanpak een mooie oplossing."

Opvallend aan het onderzoek is de samenwerking van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) en de Voedstuf en Waren Autoriteit met producenten of wetenschappelijke instellingen. Zij geven immers veel recepturen, bloot en kunnen wellicht te horen krijgen dat hun producten meer allergische reacties opleveren dan ze zelf dachten. Dat ze zich niet bewust zijn van door de inzet van de Voedstuf en Waren Autoriteit, veel producenten realiseren zich ook dat ze samen kunnen werken uit het project. Onderzoek gaat immers al jaren met de grote bedrijven, welke aanvullende onderzoeken is het mogelijk om de recepturen te verbeteren. Bovendien vraagt inzicht in de klachten en het vermindert daarvan bij een goede imago van cosmetische producten.

DERMATOLOGIE

Blaren van de bodylotion

Cosmeticaproducten kunnen allergische reacties veroorzaken. Wie alleen naar de dokter gaat, pakt de oorzaak niet aan. Daarom is er een meldpunt

Desiré de Jonge

Een jonge vrouw met een allergie voor parfum werkte op een basisschool als onderwijzeres. Haar collega's Neven verzorgingsproducten gebruiken waarin parfum was verwerkt. Daardoor kon ze haar beroep niet langer uitoefenen. Waar mensen met een cosmetica-allergie kunnen van een lekker geurtje al serieuze klachten krijgen. Zelfs al dat luchtje van iemand anders is.

De jonge vrouw is een patiënt met cosmetica-allergie, zoals dermatoloog Marcus Meindard, gespecialiseerd in allergieën, nu regelmatig op zijn spreekuur ziet bij de Meurikskinderen in Den Haag. Volgens Meindard zijn geneesmiddelen de grootste veroorzakers van allergieën. Ook kunnen conserveermiddelen de oorzaak zijn. Deze middelen zijn in bijna elk cosmetica-product verwerkt. En dat zijn niet alleen make-up en lekkere luchtjes, zoals vaak wordt gedacht, maar bijvoorbeeld ook bodylotions en shampoos.

Sommige vrouwen gebruiken wel twintig verschillende soorten cosmetica per dag. En door het overmatig gebruik van producten ontwikkelen ook steeds meer mensen allergieën. Een reactie op cosmetica kan volgens Meindard twee vormen aannemen: het kan gaan om huidirritatie of om contactallergie. Als een product een huidirritatie veroorzaakt, met een tekenrijk, brandend gevoel in het milde geval, en eccrem in zwaardere gevallen, kan dat komen doordat de huid te droog is of doordat het middel te vaak of verkeerd wordt gebruikt. Bij een allergie reageert het lichaam sterk op een afzonderlijk ingrediënt. Zolang producten worden gebruikt met dat ene ingrediënt, blijft de reactie optreden.

Testen en melden
Maatregelen tegen cosmetica-allergie

- Probeer nieuw product eerst uit op klein stukje huid
- Stop bij klachten meteen met het gebruik
- Bewaar het product en de verpakking
- Ga bij ernstige klachten naar de huisarts
- Laat eventueel uitgebreide allergietest doen
- Meld klooft bij www.cosmetieklachten.nl



Een allergische reactie op de huid kan verschillende symptomen hebben. Het eerste is jeuk. Bij een heftiger reactie komt er roodheid en kunnen hobbeltjes (de zogenaamde papels) en eventueel zelfs blaasjes ontstaan. Bij de ernstigste reactie ontstaan zwellingen en blaren. Over het algemeen duurt het twee dagen voordat de symptomen op gang komen na gebruik van het product, maar bij een hevige allergie kan dat sneller gaan. De reacties ontstaan ook sneller op plekken waar de huid dun is, zoals bij de ogen, de oren of aan de zijkant van de hals.

Geen enkel middel is zo veilig dat het geen klachten kan veroorzaken. Zelfs niet als het dermatologisch is getest of als 'hypo-allergeen' wordt bestempeld. 'Dermatologisch getest' zegt niet zoveel,' zegt Jacqueline van Engelen (44) van het Centrum voor Stoffen en Integrale Risicoschatting van het RIVM. 'Het is geen wettelijk beschermde term. Het betekent alleen dat het middel is getest op vrijwilligers en dat daar een dermatoloog bij was betrokken. Het zegt niets over de resultaten van de test.' De kwalificatie geeft aan dat er een kleine kans is op een reactie.

Om een beeld te krijgen van alle soorten klachten die mensen ondervinden bij gebruik van cosmetica, wilde de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) een onderzoek. Het Rijksinstituut voor Veiligheid en Milieu (RIVM) is eind 2009 een online-meldpunt begonnen waar mensen allergische reacties op cosmetica kunnen melden: www.cosmetieklachten.nl. Daar kan een uitgebreide vragenlijst worden ingevuld over de klacht, wat ongeveer vijftien minuten duurt.

Op deze manier hoopt het RIVM alle problemen met cosmetica in kaart te brengen. Op 31 juli dit jaar waren er 833 meldingen. 'Het is moeilijk te zeggen of dat veel is of niet,' aldus onderzoeker Van Engelen. 'Ook is nog niet duidelijk welke klachten het meeste voorkomen.' Na twee jaar wordt gekeken of het meldpunt wel worden vastgesteld, door het middel twee keer per dag in een olieoplossing aan te brengen. Als er dan geen roodheid en jeuk optreden, is er ook geen sprake van allergie.

sten kan de Voedsel en Waren Autoriteit evenredig de regulering voor cosmetica aanpassen.

Immiddels worden al wel steeds meer eisen aan cosmetica gesteld. Sinds enkele jaren is een uiterste houdbaarheidsdatum verplicht voor alle lichaamsverzorgingsproducten. Als deze wordt overschreden, kunnen infecties optreden doordat er te veel bacteriën in het middel zitten. Daarnaast is het belangrijk een middel te gebruiken voor het doel waar het voor is bestemd en de gebruiksaanwijzing goed op te volgen. Een ontstrijgingsrube die te lang blijft zitten, veroorzaakt gemakkelijk brandwonden.

Opgelet

Nuttige info bij allergie

- Productnaam
- Toepassingen
- Fabrikant/importeur
- Contactadres
- Lijst met stoffen
- Houdbaarheid
- Streeplijncode

Als mensen een allergische reactie krijgen, kunnen ze naar de huisarts gaan. Daar krijgen ze horezooraaf om de klachten te verhelpen. 'Zo wordt het echte probleem, de oorzaak, niet ontmaskerd,' zegt Meindard. Dat ontmaskeren van de boosdoener is overigens gemakkelijker gezegd dan gedaan. Er zijn heel veel grondstoffen die allergisch kunnen veroorzaken, soms ook in combinatie met elkaar.

Door testen kan duidelijk worden welke stof de allergische reactie veroorzaakt. De patiënt krijgt een kaartje, een allergie-pac, mee met de naam van deze stof. Door cosmetica met de stof in kwestie te mijden, is het probleem opgelost. Als bij een test niet duidelijk wordt welk ingrediënt de reactie veroorzaakt, kan het onderscheid tussen een allergische reactie op een ingrediënt of een irriterende reactie op het product wel worden vastgesteld, door het middel twee keer per dag in een olieoplossing aan te brengen. Als er dan geen roodheid en jeuk optreden, is er ook geen sprake van allergie.

SPIRITUEEL

Rechtse spreekbuis

Commentary werd 65 jaar geleden opgericht als platform voor de Joodse intelligentsia, maar groeide uit tot een invloedrijk conservatief blad

Voor dat hij een bekende Nederlander werd, zweegde Maarten van Rossum lang in de anonimiteit op weinig gelezen wetenschappelijke publicaties. Zo werkte de Utrechtse historicus twaalf jaar aan een profschrijft, wat hijzelf later als Het Grote Lijken zou omschrijven. Onderwerp van de dissertatie was de Puritan Revue, een Amerikaans tijdschrift dat een keur aan behaarde auteurs een platform bood en vooral in de jaren veertig en vijftig van de vorige eeuw een aanzienlijke invloed uitteefende op het intellectuele leven in de Verenigde Staten.

De Amerikanen kennen meer van die politiek-culturele Naden met een, gezien hun beschelden oplage, opvallende bekendheid en macht. Zoals Commentary. Het tijdschrift werd in 1945 opgericht en vierde dus dit jaar zijn 65-jarig bestaan. Dit jubileum vormt mede de aanleiding voor de verschijning van Rensing Commentary (uitgeverij Public Affairs), waarin de Joods-Amerikaanse filosoof Benjamin Balint uitgebreid zijn licht laat schijnen over het blad.

Commentary werd opgericht door de American Jewish Committee en deed aanvankelijk vooral dienst als platform voor de Joodse intelligentsia. Zo besteedde het in de beginjaren veel aandacht aan de Holocaust. In 1952 maakten de Amerikanen kennis met het dagboek van Anne Frank door publicatie in Commentary. Vanaf het begin was Elliot Cohen de hoofdredacteur, een briljante academicus die al sinds zijn jeugd een tijdschrift wilde beginnen om de wereld te veranderen. De dominante, veelvuldig Cohen leidt echter onder depressies en zou in 1959 een eind aan zijn leven maken.

Zijn opvolger zou Commentary 35 jaar leiden en was zo magisch nog kleuterijk Norman Podhoretz, in 1930 geboren als zoon van een Joodse melkboer in Brooklyn, New York, had als jongeling de burelen van het blad bezocht en wilde daarmee niets liever dan daar in dienst treden. Dat lukte in 1955, vijf jaar later was hij al de baas. De jonge hoofdredacteur vol bruisende maakte naam met polemische verhalen. Zo schreef hij in 1963 een gerschtmakend essay over het 'negersprobleem', het feit dat praktisch alle blanken racistische vooroordelen koesteren.

Onder Podhoretz bleef Commentary aanvankelijk een progressieve koers varen. De Democratische Amerikaanse president John F. Kennedy sprak dan ook met waardering over het blad. Maar vanaf de tweede helft van de jaren zestig zag de redactie de Verenigde Staten geheel de verkeerde kant op gaan. Ze voed al die hippies en activisten maar on-Amerikaans en behaarde hun kritiek op de netie burgerij en het kapitalisme als ongepast. Vanaf begin jaren zeventig nam Commentary radicaal stelling tegen het linkse levensgevoel.

De breuk met zijn eigen ideologische achtergrond kostte Podhoretz een hoop vrienden, maar hij genoot volop van de nieuwe inzichten die zijn politieke bekering tot gevolg had. Het inzicht dat goede bedoelingen in de politiek vaak heel slechte gevolgen hebben bijvoorbeeld. Dat het communisme een zeer agressieve en gevaarlijke ideologie was. Dat de Amerikaanse inspanningen om de oprukkende Vietnam oorlog te roepen, heel begrijpelijk en zinvol waren geweest.

De neoconservatieven, zoals Podhoretz en de zijnen gingen heten, besanden de ideologische weg voor Ronald Reagan. De latere Republikeinse president toonde zich duidelijk geïnspireerd door het godschermgoud van Commentary en gaf medewerkers een plaats in zijn regering. De redacteurs van het blad waren nu de makers and shakers in Washington, schrijft Benjamin Balint in zijn boek, zij oefenden een invloed uit die in geen verhouding stond tot de oplage van hun tijdschrift.

Podhoretz was verbergd. Hij voelde zich uiteindelijk worstuut groeien door de hoogste machten. Maar hij raakte ook wel snel teleurgesteld. Zelfs Reagan, die toch met een kruisvocht tegen het 'Rijk van het kwaad' bezig leek, was in zijn ogen soft en communisten.

Nu wordt Commentary geleid door de zoon van Norman Podhoretz, John. Het blad is al lang niet meer zo spraakmakend en machtig als in de jaren tachtig. Het is er zeker ook niet in geslaagd de oorspronkelijke doelgroep te overtuigen van het gelijk van rechts. Bij de verkiezingen van 2008 steunde 78 procent van de Amerikanen Joden op Barack Obama.

Gerry van der List



Norman Podhoretz

Bijlage 10 Artikel Schoonheidsspecialist (december 2010)

Al duizend meldingen van cosmeticaklachten

Tot vorig jaar was niet duidelijk hoeveel mensen huidklachten krijgen na het gebruik van cosmetica en om welke klachten het gaat. Daarom lanceerde het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) in opdracht van de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) in november 2009 een online meldpunt (www.cosmeticaklachten.nl) voor klachten veroorzaakt door cosmetica.

Een jaar later zijn er ruim duizend klachten binnengekomen. Wij vroegen projectleider Joanne Salverda, woordvoerder Jacqueline van Engelen, beiden van het RIVM en senior adviseur productveiligheid Peter Bragt van de VWA naar de tussenstand van het meldpunt.

Waarom heeft het RIVM het meldpunt Cosmeticaklachten geïncoeerd?

Jacqueline: "Het gebruik van cosmetica kan soms leiden tot huidklachten. Meestal gaat het om klachten zoals een rode of branderige huid, jeuk, huiltjes, schilfers of rode ogen. De meeste klachten verdwijnen vanzelf als het gebruik van het product wordt gestaakt. In een enkel geval zijn de klachten ernstiger en is een bezoek aan een arts of dermatoloog noodzakelijk. Maar omdat de klachten meestal vanzelf weer verdwijnen, gaan veel mensen niet naar een arts of dermatoloog. Daardoor is niet precies bekend hoeveel mensen last hebben van huidklachten na het gebruik van cosmetica. Daarom zijn we dit meldpunt voor de consument gestart."

Wat is het doel van het meldpunt?

Peter: "Het meldpunt is onderdeel van een driejarig onderzoek, dat wordt uitgevoerd in samenwerking met aangesloten dermatologen, huisartsen en de Nederlandse Cosmetica Vereniging (NCV). Het doel van het meldpunt is meer inzicht te krijgen in de aard en de omvang van klachten na het gebruik van cosmetica. Daarnaast is het een goed controlemiddel om te toetsen of de wetgeving, voor wat betreft veiligheid van de producten, wel voldoet. Op termijn kan het aantal klachten door dit meldpunt mogelijk worden teruggedrongen."

Waar gaan de meeste klachten over?

Peter: "We zijn op 5 november 2009 gestart met het meldpunt. Ruim dertienduizend mensen hebben inmiddels de site bezocht. Het is wel opvallend dat we via de klachtenlijn van de VWA per jaar gemiddeld 'maar' twintig klachten binnen kregen. Via dit meldpunt zijn het er tot nu toe al duizend in een jaar. Wellicht wisten mensen dus niet dat ze bij de VWA ook met zulke klachten terecht konden. In 2011 zullen we het meldpunt evalueren en bekijken in hoeverre de consument behoefte heeft aan een dergelijk meldpunt."

Joanne: "Van de consumenten die een klacht melden, weet 86 procent door welk product de klacht is ontstaan. De meest voorkomende klachten betreffen irritaties aan gezicht, ogen, hals en oksels. Make-up, vooral oogmake-up (31 procent) en huidverzorgingsproducten (36 procent) zijn de meest gemelde productcategorieën. Toch is het lastig om hier een conclusie aan te verbinden, want veel mensen associëren het woord cosmetica met crèmes en make-up. Maar onder cosmetica vallen alle producten die gebruikt worden voor de persoonlijke verzorging. Dus ook bad- en doucheproducten, deodorants, geuren, haarverzorging, mondverzorging, scheerproducten, zeep en zonnebrandmiddelen. 11 procent van de klachten gaat over haarverzorging en 9 procent over deodorant. Van de 36 procent klachten die gaan over huidverzorging, gaat ongeveer 80 procent over dag- en nachtcrèmes en 5 procent over bodylotion."

Wat gebeurt er met de melding?

Joanne: "De consument meldt de klacht door het invullen van een vragenlijst. Dit kan anoniem. Met behulp van een aantal vragen wordt informatie ingewonnen over de klacht en het product, waardoor meer inzicht ontstaat in alle huidklachten die mogelijk door cosmetica veroorzaakt worden. Het invullen duurt ongeveer tien tot vijftien minuten. Zodra het RIVM de klacht heeft ontvangen, beoordeelt het Centrum voor Stoffen en Integrale Risicoschatting (SIR) van het RIVM de klachten. De gegevens worden gerapporteerd aan de VWA."

Peter: "Wanneer trends worden gesignaleerd of in korte tijd ernstige klachten binnenvallen, kan de VWA optreden. Het is vooral de bedoeling om de dialoog aan te gaan met het bedrijfsleven zodra we veel klachten over een product binnen krijgen. Het kan bijvoorbeeld zijn dat de samenstelling van het product niet veranderd is en dat deze toch moet worden aangepast. Of een product wordt vaker verkeerd gebruikt door consumenten; dan kan de fabrikant bijvoorbeeld de gebruiksaanwijzing aanpassen. Het is dus een leermoment voor zowel de fabrikant als voor ons. Tot nu toe is het nog niet nodig geweest om producten uit de schappen te laten halen."

Cosmeticaklachten kan je melden via www.cosmeticaklachten.nl of telefonisch via de Warenklachtenlijn van de VWA, 0800 0488.



'Make-up en huidverzorgingsproducten zijn de meest gemelde productcategorieën'

Bijlage 11 Overzicht van publiciteit CESES

Tijdschriften en kranten		
Nederlands Dagblad	Juni 2009	Bericht dat er een website komt
Huidmagazine	Juni 2009	Bericht dat er een website komt
De Stem	November 2009	Artikel met interview M. van Raaij
Wei	November 2009	Uitgebreid artikel met interview P. Bragt, R. van Dijk (VWA) en J. Salverda-Nijhof (RIVM)
AD vrouw	November 2009	Artikel met interview J. van Engelen
NCV-nieuwsbrief	Januari 2010	Kort artikel
Nieuwe Drogist Magazine (CBD)	Februari/mei 2010	Uitgebreid artikel met interview J. Salverda-Nijhof
Consumentengids	Februari 2010	Kort bericht
Health, Zilveren Kruis, Achmea	Voorjaar 2010	Kort bericht
De Pers	Mei 2010	Kort bericht
Estheticienne	September 2010	Kort bericht
Visagie	September 2010	Kort bericht
Voetvakplus	September 2010	Kort bericht
Kosmetiek	December 2010	Uitgebreid artikel met interview J. van Engelen
Elsevier	Oktober 2010	Uitgebreid artikel met interview J. van Engelen
Huis-aan-huisbladen	December 2010	Kort bericht met banner
Vakblad De Schoonheidsspecialist	December 2010	Uitgebreid artikel met interview J. van Engelen/ J. Salverda-Nijhof
AD	December 2010	Kort bericht met interview J. Salverda-Nijhof
Telegraaf	December 2010	Kort bericht met interview J. Salverda-Nijhof
Radio		
Kassa	Mei 2010	http://kassa.vara.nl/radio/afspeelpagina/fragment/meldpunt-cosmetica/speel/1?vHash=c749c73j
Televisie		
Rtl4	November 2009	http://www.rtl.nl/components/actueel/rtlnieuws/miMedia/2009/week45/do_1930_cosmetica.avi_plain.xml

Internet		
Gezondheidsplein	www.gezondheidsplein.nl	www. gezondheidsplein.nl /.../185/allergie.html
Gezondheidsnet	www.gezondheidsnet.nl	http://www.gezondheidsnet.nl/tips-voor-een-mooiere-huid/nieuws/4153/online-meldpunt-krijgt-600-huidklachten
KiesBeter.nl	www.kiesbeter.nl	http://www.kiesbeter.nl/algemeen/actueel/cosmeticaklachten/
Nu.nl	www.nu.nl November 2009	http://www.nu.nl/gezondheid/2116635/online-meldpunt-huidklachten-van-start.html
Santé Magazine	www.santeonline.nl November 2009	http://www.santeonline.nl/beauty/online-meldpunt-huidklachten.php
50plusser	www.vijftigplusser.nl November 2009	http://www.50plusser.nl/?page=magazine&p=artikelen&article_id=2682
Beautyjournaal	November 2009	http://www.beautyjournaal.nl/2009/11/rivm-opent-onafhankelijk-meldpunt-cosmeticaklachten/
Website CBD	December 2009	http://www.drogistensite.nl/index.cfm/4,977,3.html
Drogisterij nieuws	www.drogisterijnieuws.nl December 2010	www.drogisterijnieuws.nl/cosmeticaklachten-worden-veelvuldig-gemeld.html
Arbeidsmarkt.com	Januari/februari 2010	http://arbeidsmarkt.com/overheid/nieuws/41539/consument-kan-cosmeticaklachten-online-melden/
Site VU mc	Januari 2010	http://www.vumc.nl/zorg/nieuws/3628444/
InfoNu		http://mens-en-gezondheid.infonu.nl/aandoeningen/61747-meldpunt-voor-cosmetica-allergie.html
Mijnschoonheidssalon		http://www.mijnschoonheidssalon.nl/2010/05/23/nagenoeg-600-meldingen-via-cosmeticaklachten-nl/
Gezondheidssite Vlaanderen		http://www.gezondheid.be/index.cfm?fuseaction=art&art_id=6976
Oog voor IT talent	Februari 2010	http://www.oogvooritalent.nl/index.php/ict-nieuws/consument-kan-cosmeticaklachten-online-melden/
Xead	Mei 2010	www.xead.nl/aloe-vera-het-natuurlijke-alternatief-voor-mens-en-dier
Gezonderworden.nl	Mei 2010	http://www.gezonderworden.nl/2010/05/bijna-600-meldingen-via-cosmeticaklachten-nl/
Gezondheidskrant.nl	Mei 2010	http://www.gezondheidskrant.nl/15736/cosmeticaklachten-nl-bijna-600-meldingen
MedicalFacts	Mei 2010	http://www.medicalfacts.nl/2010/05/20/bijna-600-meldingen-via-cosmeticaklachten-nl/
Telegraaf, nl	Vrijdag 21 mei, 2010	www.telegraaf.nl/binnenland/6755299/ Klachten over cosmetica .html?cid=short
Rtlnieuws.nl	Vrijdag 21 mei, 2010	
DePers.nl	Vrijdag 21 mei, 2010	

Blogs, fora etc.		
Forum.fok.nl		http://forum.fok.nl/topic/1364249
Beautyjournaal	November 2009	http://www.beautyjournaal.nl/2009/11/rivm-opent-onafhankelijk-meldpunt-cosmeticaklachten/
Yunomi	Februari 2010	http://www.yunomi.nl/node/157316
Beautyblog.nl	Mei 2010	http://beauty.blog.nl/?s=cosmeticaklachten
Dermaforum	Augustus 2010	http://www.dermaforum.nl/index.php?option=com_content&view=article&id=72:meldpunt-voor-klachten-door-cosmetica&catid=1:laatste-nieuws&Itemid=64
Mens-en-gezondheid	Oktober 2010	http://mens-en-gezondheid.kwero.nl/ziekten/9259-allergisch.html
Cosmopinie	Oktober 2010	http://www.cosmopinie.nl/forum/topic/1910
Forum.viva.nl	Oktober 2010	http://forum.viva.nl/forum/Mode_Beauty/Shampoo_allergie/list_messages/93685
Forum.ellegirl.nl	Oktober 2010	http://forum.ellegirl.nl/showthread.php?p=18058003#post18058003
Kassa.vara.nl	Oktober 2010	http://kassa.vara.nl/vraag-beantwoord/vraag/cpagina/0/?vHash=c749c73j&cHash=bc45f20b5c&tx_varakassavragen-beantwoord%5Buid%5D=534169&cHash=125ee5c64e
Babybytes.nl	Oktober 2010	http://www.babybytes.nl/answers/1287995931?x=1288006962
Anders		
Libelle zomerweek	Mei 2010	Informatiekaartjes in goodiebag
Narrowcasting apotheken/DA	Juni/november 2010	Informatiefilmpje in wachtkamer/winkel
RIVM Toolkit	Juni 2010	Beschikbaar stellen van informatie om te downloaden door professionals
Ladies night	November 2010	Informatiekaartjes met make-up spiegelkje in goodiebag
Google Adwords	Vanaf start project	Zorgen voor goede vindbaarheid
Kaartjes bij huisartsen en apotheken	September 2010 – december 2010	Informatiekaartjes voor op balie/folderdisplay

Dit is een uitgave van:

**Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu**

Postbus 1 | 3720 BA Bilthoven
www.rivm.nl