

**Polska**



# Certyfikacja halal

2018-05-15 13:34:47



Istnieje możliwość rozwoju sprzedaży kosmetyków na dużych rynkach zbytu w krajach, w których dominuje ludność wyznania muzułmańskiego: certyfikacja halal. Choć potencjał certyfikacji halal jest ogromny, nadal pozostaje w dużym stopniu niewykorzystany.



Islam narzuca wyznawcom precyzyjnie zdefiniowane zasady postępowania w życiu codziennym, zarówno pod względem zachowania, jak i odżywiania oraz pielęgnacji ciała. Ogranicza lub wręcz zabrania styczności z produktami, które nie są zgodne z nakazami religijnymi. Aby kosmetyk był dopuszczony do użytku, musi pomyślnie przejść rygorystyczny proces weryfikacji, czyli tak zwaną certyfikację halal, która potwierdza zgodność produktu z obowiązującymi zasadami.

Zasady regulujące stosowanie kosmetyków mają swoje główne źródło w Koranie, jednak pośrednio uwzględniają także aspekt bezpieczeństwa dla konsumenta. Produkty kosmetyczne odgrywają bardzo istotną rolę w świecie muzułmańskim, przede wszystkim wśród kobiet. Według islamu każdy człowiek otrzymuje ciało jako dar od Boga, który oddaje ciało pod jego opiekę. Tym samym odpowiednia pielęgnacja ciała, z wykorzystaniem właściwych produktów kosmetycznych zgodnych z regułami halal, ma kluczowe znaczenie - przy zastrzeżeniu, że przestrzegany jest nakaz skromności. Nieprzestrzeganie ustalonych zasad postępowania uważane jest za grzech.

Arabskim słowem „halal” określa się w islamie sferę rzeczy i czynów dozwolonych. Halal wyraża się praktyką religijną, która reguluje każdą czynność dnia codziennego wyznawcy islamu. Dotyczy to nie tylko spożywanej żywności i napojów oraz używanych przedmiotów, ale także postępowania, które musi spełniać nakazy Koranu (słowa bożego), muzułmańskich norm oraz sunny (zbioru wzorców postępowania). Zgodnie z obowiązującymi zasadami religijnymi dozwolone („halal”) jest wszystko to, co nie jest jednoznacznie zakazane („haram”).

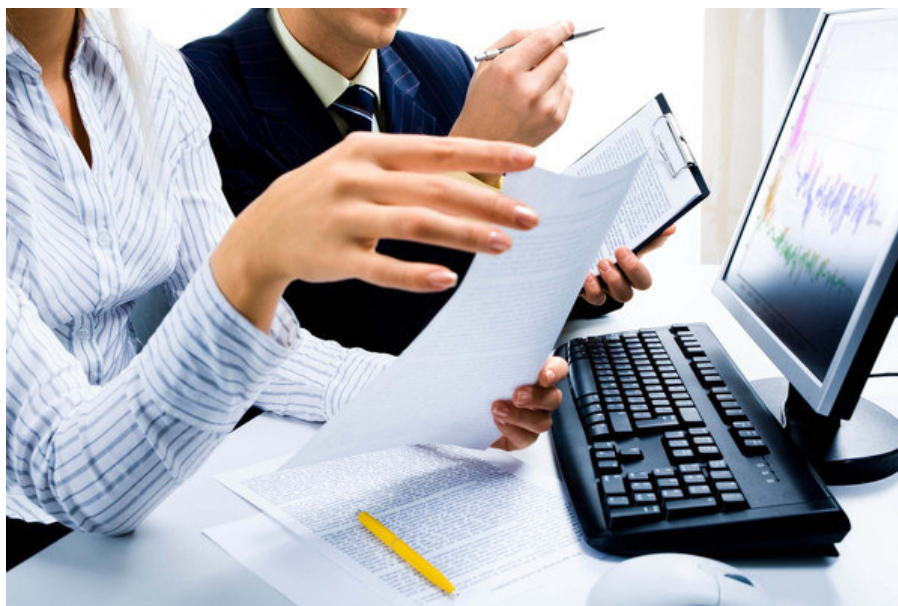
### **Produkty haram**

Arabskie słowo „haram” opisuje wszystko to, co jest niedozwolone według religii islamskiej. W odniesieniu do produktów oznacza artykuły zabronione i niezdatne do spożycia przez muzułmanów. Produkt spożywczy uznawany jest za „haram”, jeśli zawiera składniki z zakazanych kategorii bądź w procesie wytwarzania miał z nimi styczność. Zabronione surowce i ich pochodne obejmują między innymi:

- mięso zwierząt mięsożernych, mięso osła i wieprzowinę,
- mięso pochodzące z uboju niezgodnego z muzułmańskim rytuałem. W kontekście kosmetyków należy zwracać uwagę na pochodzenie kolagenu, keratyny, kwasu hialuronowego, aminokwasów oraz hydrolizatu białka zwierzęcego,
- krew i produkty pochodne,
- owady i produkty pochodne (np. koszenila, karmina, CI 75470 - pozyskiwane z czerwców kaktusowych (*Dactylopius coccus*)),
- alkohol etylowy, gałka muszkatołowa, narkotyki i substancje odurzające,
- zasadniczo zakazane są wszystkie substancje szkodliwe dla zdrowia ludzkiego.

Organizmy modyfikowane genetycznie również są zabronione, ponieważ nie można wykluczyć ich szkodliwego wpływu na zdrowie człowieka. Alkohol (a dokładniej etanol) uważany jest za substancję toksyczną w każdej postaci, nie tylko po spożyciu. Zakaz ten ma bardzo długą historię i jest związany ze skutkami konsumpcji alkoholu na terenach o gorącym klimacie, gdzie narodził się i rozwijał islam.

Alkohol może również przenikać przez skórę, wywołując toksyczne działanie. W związku z tym należy unikać styczności z kosmetykami, które zawierają ten składnik. Alkoholu nie można również używać w procesie ekstrakcji chemicznej ani syntezy surowców. Kolejne ograniczenie, które wpływa (choć w niewielkim stopniu) na preparaty kosmetyczne, dotyczy wieprzowiny i jej pochodnych (np. żelatyny). Zakaz ten jest związany z szybkim rozkładem tego typu mięsa w gorącym klimacie oraz wysokim stopniem zanieczyszczenia środowiska powodowanym przez hodowlę trzody chlewnej w rejonach pustynnych, gdzie praktycznie nie rosną drzewa liściaste.



### Rynek zbytu

Podobnie jak w przypadku produktów „organicznych” i „naturalnych”, uznawanych początkowo za element określonego stylu życia, niszową filozofię, która pierwotnie obejmowała rolnictwo, a następnie stała się impulsem do dynamicznego rozwoju branży spożywczej, odzieżowej i kosmetycznej, idea halal (wywodząca się z nakazów religijnych) jest niezwykle perspektywiczna pod względem wielkości sprzedaży i liczby kategorii produktowych.

Rosnąca liczba imigrantów z krajów muzułmańskich w Europie i na świecie, a także upodobanie konsumentów zamieszkujących kraje islamskie do zachodnich kosmetyków i marek z najwyższej półki (z których większość nie ma linii halal), tworzy jedyną w swoim rodzaju szansę dla producentów kosmetyków na całym świecie.

Rynek produktów z certyfikacją halal charakteryzuje się wysokim tempem wzrostu: 10-15% rocznie. Przyczyny tego zjawiska są oczywiste. Ogólnoświatowa populacja muzułmanów liczy prawie dwa miliardy osób, stanowiąc aż 26,8% całej ludności świata, przy czym szacuje się, że przed końcem kolejnej dekady odsetek ten wzrośnie do 30%. W populacji wyznawców islamu przeważają osoby młode (60%).

Szacuje się, że łączna wartość zakupów produktów pielęgnacyjnych i kosmetycznych w rejonie Azji i Pacyfiku wynosi około 70 mld dolarów, przy czym kosmetyki certyfikowane stanowią ok. 5-6% tej kwoty. Według firmy analitycznej Euromonitor International, „ta rozbieżność wynika z faktu, że niektóre z państw w tym regionie to kraje rozwijające się, co oznacza ograniczoną siłę nabywczą; drugim czynnikiem jest brak świadomości, że produkty tego typu są dostępne w sprzedaży”. Kolejnym czynnikiem jest prawdopodobnie ich ograniczona dystrybucja.

Sprzedaż kosmetyków z certyfikatem halal aktualnie koncentruje się w największych krajach, w których dominuje ludność wyznania muzułmańskiego: Indonezji, Pakistanie, Turcji, Iranie, Arabii Saudyjskiej, Malezji, ZEA itp. Wraz z Egiptem i Algierią w krajach tych mieszka łącznie ponad 800 milionów muzułmanów. Znacząca jest również liczba wyznawców islamu w innych dużych krajach (Chinach, Rosji, USA) - ponad 200 milionów. W czterech największych państwach europejskich populacja muzułmańska liczy prawie 15 milionów osób.

Produkty z certyfikatem halal nie są jednak przeznaczone wyłącznie dla konsumentów muzułmańskich. Kosmetyki zgodne z regułami halal nie są już postrzegane wyłącznie jako produkty etniczne. Dzięki kompleksowej i rygorystycznej kontroli, jakiej są poddawane w procesie certyfikacji, są uznawane za artykuły zdrowe oraz bezpieczne, i cenione przez wszystkich konsumentów, niezależnie od wyznania. Duże zainteresowanie ze strony największych sieci dystrybucji produktów kosmetycznych, które chcą wykorzystywać ten potencjał potwierdza, że sprzedaż rozwija się także w USA i na rynkach europejskich.

*Autor: Sebastiano Rigano, ISPE*



**INNOWACYJNA GOSPODARKA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO  
ROZWOJU**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego