proLékaře.cz | 12.11.2026

Čes-slov Derm, 85, 2010, No. 6, p. 307–308

Dermatologicky testováno, hypoalergenní kosmetika a klamavá reklama

Jednou z pracovních skupin České dermatovenerologické společnosti ČLS JEP je sekce pro dermatologickou alergologii a kožní choroby z povolání. Kožní lékaři, kteří se zabývají problematikou kontaktních alergií, shromažďuji informace o vývoji a trendech přecitlivělosti pozdního typu v naší populaci. Některé aktivity obchodních společností si občas vyžádají vyslovení jasného stanoviska a uvedení deklarovaných tvrzení na pravou míru. Reklama v nejrůznější podobě se stala samozřejmou součástí našeho běžného života. Působí na nás, a i když se domníváme, že těmto vlivům nepodléháme, mnohokrát opakovaný název výrobku a jeho vychvalované přednosti si najdou místo v našem podvědomí. Při nákupu je naše rozhodnutí do jisté míry ovlivněno informacemi, které k nám pronikly. Kdo o sobě může říci, že si nikdy nekoupil zboží právě podporované reklamní kampaní v televizi? V roli spotřebitele se každý z nás s nátlakem marketingových kampaní dokáže vyrovnat, ale my si musíme umět poradit s reklamou také jako lékaři a odborní poradci našich pacientů a klientů a v této chvíli se někdy dostáváme do složité situace. Pacient očekává od lékaře především, že stanoví diagnózu a naplánuje léčbu. Často se ale přichází poradit také o tom, jak má dále o kůži pečovat. Poučení, které předává zdravotnický personál během návštěv v ordinaci, se pacient podle svého ještě snaží doplnit o rady a doporučení z jiných zdrojů, často z internetu a z dalších médií. Ošetřující lékař musí při dalších návštěvách vysvětlovat a uvádět tyto informace na pravou míru. Těmto trendům asi nelze zabránit. Nezbývá, než se s tím smířit a o to více vysvětlovat a snažit se předvídat, kde by mohl problém nastat. Běžně jsou přeceňována tvrzení na obalu: Kosmetika určená pro citlivou pleť, hypoalergenní výrobek, přírodní produkt... Za informace na obalu je zodpovědný ten, kdo výrobek uvádí na trh. V České republice je kvalita tuzemské i dovážené kosmetiky pod velmi přísnou kontrolou – tedy ta část výrobků, která prošla řádným schválením podle norem platných v ČR. Jaký proces testování by si tedy měl kožní lékař představit, pokud je na obalu uvedeno označení: „Dermatologicky testováno“? Nejpíše jde o produkt, který splňuje zákonné normy uvedené níže, který byl testován podle mezinárodních pravidel pod dohledem dermatologa. Na regulaci kosmetických prostředků se vztahuje § 25–29 zákona č. 258/2000 Sb. a vyhláška č. 26/2001 Sb. V příloze č. 1 citované vyhlášky je uveden ve svých přílohách příkladný výčet kosmetických prostředků (tj. jaké typy výrobků jsou považovány za kosmetické prostředky, s ohledem na definici kosmetického prostředku danou zákonem). Příloha č. 2 uvádí seznam látek, které nesmějí být součástí složení kosmetických prostředků. V příloze č. 3 je uveden seznam látek přípustných v kosmetických prostředcích s omezením, včetně nejvyšší přípustné koncentrace vybraných látek a podmínek použití. Pokud kosmetický prostředek obsahuje látku, která není uvedena v seznamu látek povolených v kosmetických prostředcích, o přípustnosti takové látky rozhoduje na návrh výrobce či dovozce příslušný orgán ochrany veřejného zdraví.

Dohled v této oblasti zajišťuje Státní zdravotní ústav, přesněji jeho specializované oddělení – Národní referenční centrum pro kosmetiku, odborná skupina dermatotoxikologie a imunotoxikologie. U přípravků, které se zavádějí nově do distribuce, se kromě jiného provádějí zkoušky kožní snášenlivosti u lidí (Cosmetic Product Test Guidelines for Assessment of Human Skin Compatibility, Colipa, Bruxelles 1995, COLIPA = The European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association). Výběr pokusných osob a postup testování se řídí principy zakotvenými v Mezinárodní etické směrnici pro biomedicínský výzkum zahrnující lidské účastníky (CIOMS Ženeva 1993). Studie je realizována se souhlasem etické komise. Výběr osob je prováděn na principu úplné dobrovolnosti. Všichni testující musí splnit podmínky pro zařazení do studie, součástí je vstupní vyšetření a vyplnění dotazníku, který zahrnuje i podepsání informovaného souhlasu. Veškerá dokumentace o studii je důvěrná. Výrobce, dovozce nebo distributor je povinen zajistit, aby jím vyráběné nebo dovážené kosmetické prostředky byly při uvedení na trh bezpečné, zejména aby nezpůsobily poškození zdraví osob a vyhovovaly hygienickým požadavkům stanoveným vyhláškou. Před uvedením kosmetického prostředku na trh je výrobce nebo dovozce povinen zajistit hodnocení jeho bezpečnosti pro zdraví fyzických osob oprávněnou (kvalifikovanou) osobou. Před uvedením kosmetického prostředku na trh je výrobce nebo dovozce povinen provést tzv. notifikaci, tj. oznámit příslušnému orgánu ochrany veřejného zdraví (krajské hygienické stanici) mj. datum zahájení výroby nebo dovozu včetně seznamu kosmetických prostředků, které hodlá vyrábět nebo dovážet, a dále místo, kde je uchovávána povinná dokumentace k výrobku. Na adrese uvedené na obalu kosmetického prostředku musí být veřejnosti snadno dostupné údaje o kvalitativním složení kosmetického prostředku, o kvantitativním složení, pokud jde o obsah

proLékaře.cz | 12.11.2026

nebezpečných chemických látek, a o nežádoucích účincích kosmetického prostředku plynoucích z jeho používání. Skutečnost, zda konkrétní výrobek má veškerou dokumentaci v pořádku, může být předmětem zkoumání až ve chvíli, kdy se při jeho použití vyskytne nějaký problém. Tímto následným posouzením se pak už zabývají jiné instituce – hygienická služba. Je chybou označit za hypoalergenní barvu na vlasy, která obsahuje deriváty paraaminosloučenin, a jako argument použít tvrzení, že neobsahuje amoniak, resorcin a parabeny. Vzhledem k tomu, že nejčastějším vyvolavatelem přecitlivělosti v barvách na vlasy jsou paraaminosloučeniny (parafenylendiamin, 2,5-toluen diaminsulfat), mohli by se pacienti senzibilizovaní na tyto látky podle textu na obalu mylně domnívat, že pro ně bude tento hypoalergenní výrobek bezpečný a že se nemusí obávat nežádoucí reakce. Občan-pacient i občan-lékař se tedy spoléhají na to, že tento systém dozoru nad kosmetickými prostředky funguje a že se jen výjimečně může stát, že díky individuální dispozici – alergii, kterou nebylo možno předvídat – dojde k poškození zdraví. Bohužel, reklamní slogany občas zahrnují i tvrzení, která vzbuzují ve spotřebiteli nesprávný dojem, že právě pro jeho osobu bude daný výrobek vyhovující, nebo dokonce zdraví prospěšný. Pokud inzerce proklamuje vlastnosti, které výrobek nemá nebo mít nemůže, je toto považováno za klamavou reklamu.

Dovolím si využít této příležitosti a pozdravit Vás všechny, kteří budete toto číslo Česko-Slovenské dermatologie číst ve správnou chvíli, a popřát Vám hodně zdraví a klidu v nadcházejícím roce 2011. Měla jsem vždycky to štěstí pracovat s lidmi, kteří kolem sebe vytvářeli pohodovou atmosféru. Vliv prostředí považuji za nesmírně důležitý faktor, který ovlivňuje utváření osobnosti lékaře, přála bych takové podmínky i všem mladším kolegům a kolegyním, kteří si kožní lékařství vybrali jako svou specializaci.

Andrea Vocilková