

Na całym świecie co 6 sekund giną zwierzaki w laboratoriach!

14 października 2010

Większość spośród dostępnych w naszych sklepach kosmetyków jest testowana na zwierzętach w okrutny sposób! Skuteczność tych testów także jest wątpliwej jakości. Wiadomo – mysz czy królik to nie człowiek.

Na całym świecie co 6 sekund ginie w męczarniach jakiś zwierzak w laboratorium!

Pachnące, delikatne, piękne lub też silne, niezawodne, skuteczne – KOSMETYKI. Proszki, szampony, pasty, kremy, balsamy, emulsje itd. Kupując je zwracamy uwagę na zapach, kolor, cenę, opakowanie, firmę, czasem skład. Wybieramy często te, których reklamy zamęczają nas na co dzień w telewizji i na plakatach ulicznych. Lecz ile spośród kupujących osób szuka na etykietce znaku królika w trójkącie – nie testowany na zwierzętach, i na ilu kosmetykach ma szansę taki znak znaleźć? Ano właśnie. Większość spośród dostępnych w naszych sklepach kosmetyków jest testowana na zwierzętach w okrutny sposób! Skuteczność tych testów także jest wątpliwej jakości. Wiadomo – mysz czy królik to nie człowiek. Ich skóra różni się od naszej, więc to, że krewny królika Rogera nie jest uczulony na krem X nie oznacza, że specyfik ten nie wywoła czerwonych placków, krosteczek, krost czy wrzodów u pani Kowalskiej. Można też podejść do sprawy z nieco innej – etycznej strony. Czy Homo sapiens ma moralne prawo w imię URODY, LUKSUSU i WYGODY znęcać się nad osobnikami innych gatunków, z tej tylko przyczyny, że są one mniejsze, słabsze i dały się złapać do laboratoryjnej klatki? Otóż NIE – takie jest moje zdanie. Tym bardziej, że znane są już (i stosowane) metody alternatywne np. badania na hodowanych tkankach.

Spójrzmy teraz na problem ekonomicznym okiem. Zasada jest prosta – to się sprzedaje, co się kupuje. Tak więc tylko od NAS zależy, czy na sklepowych półkach znajdą się pudełeczka i butelki ozdobione znakiem nie testowane. Musimy tylko często i namolnie dopytywać się o nie w sklepach, bojkotując jednocześnie wszystkie inne kosmetyki. Jak sytuacja wygląda na naszym – łódzkim podwórku? Przeprowadziliśmy wśród sprzedawców w sklepach kosmetycznych ankietę, w której pytaliśmy min. o to, czy potrafią odróżnić kosmetyk testowany od nie testowanego, czy mają te ostatnie w swoim sklepie i jakie jest nimi zainteresowanie. Wyniki tej ankiety okazały się tragiczne. 75% sprzedawców nie potrafiło wskazać, który ze sprzedawany przez nich kosmetyków jest, a który nie jest testowany. Odwrotnie też interpretowali symbol kosmetyku nie testowanego. Zresztą co tu się dziwić owej niewiedzy, przecież gdyby klienci częściej poruszali ten temat, sprzedawca szybko by się nauczył. A tu – jak wynikało z ankiety – zainteresowanie marne, a i doksztalcić się nie ma skąd.

Tak więc życzę przyjemnych kąpielei wśród pachnącej piany, pięknych makijaży, udanych sprzątań, zmywań, skrobań i pucowań, w których cenę nie będzie wliczone cierpienie puszystych królików, myszek i kotów – bo ich miejsce jest na łące, w polu i w lesie.

ZNANE FIRMY TESTUJĄCE NA ZWIERZĘTACH

Beiersdorf: Nivea

BP

Chloe

Christian Dior

Clinique

Coca Cola: Burn, Cappy, Cherry Coke, Fanta, Kinley Tonic, Kropla Beskidu, illy Caffè, Lift, Multivita, Nestea, Powerade,

Sprite

Colgate – Palmolive: Ajax, Artiic, Caprice, Cleopatra, Colgate, Crystal, Colodent, Dynamo, Fafulosa, Nutrition, Palmolive, Protex, Softsoap, Suavitel

Coty: Adidas, Astor, Calgon, Celine Dion, David & Victoria Beckham, Davidoff, Esprit, Isabella Rossellini, Joop, Masumi, Miss Sixty, Miss Sporty, Pret a Porter, Rimmel, Pierre Cardin, Playboy, Shiania Twain, Stetson, The Healing Garden

Cussons: Luksja

Danone: Actimel, Activia, Danacol, Danio, Danonki, CHOCHO, Fantasia, Gratka, Jogurty, Kefir, Lu Petitki

Dr Irene Eris: Eris, Lerene

Drogerie Natura

Electrolux

GUCCI GROUP: Oscar de la Renta, Roger&Gallet, Stella McCartney, Yves Saint Laurent

Henkel (Schwarzkopf & Dep):,Palette, Pattex, Persil, Perwoll, Rex, Schauma, Seborin,Sergio Tacchini, Silan, Somat, Spee, Taft, Teraxyl, Terra, Teroson, Vademecum

Herbapol Wrocław

Hershey's

Johnson & Johnson: Acuvue, Bausch & Lomb, Carefree, Clean & Clear, Compeed Style SOS, Johnsons' Baby, K-Y, Listerine Freshburst, Neutrogena, Nizoral, o.b., Penaten

Kraft Foods: Milka, 3Bit, Alpen Gold, Belvita, Cadbury, Carte Noire, Davidoff Cafe, Delicje Szampańskie, Gevalia (kawa), Jacobs, Łakotki (herbatniki San), Maxwell House, Prince Polo, Toblerone

L'oreal: Garnier, Ambre Solaire, Armani, Biotherm, Diesel, Giorgio Armani, Kerastase, Lancome, La Roche Posay, Matrix, Maybelline, Ombrelle, Paloma Picasso, Phas, Ralph Lauren, Vichy

Lancaster Group: Jennifer Lopez, Lancaster, Calvin Klein, Sarah Jessica Parker, Vivienne Westwood, Marc Jacobs, Adidas, Davidoff

Lidl

LVHM: Givenchy, Guerlain, Hard Candy, Kenzo, Christian Dior, Givenchy

MasterFoods: Dolimo, Dove, Frolic, Greenies, Katkins, Kitekat, M&M's, Mars, Milky Way, Pal, Pedigree, Royal Canine, Sheba, Skittles, Snickers, Twix, Uncle Ben's, Whiskas

Mc Donald's

Nestlé: Felix, Friskies, Aquarel, Caro, Mazowszanka, Nescafe, Nałęczowianka, Nesquik, Nestea, Ricore, Winiary, Corn Flakes, Cheerios, Chocapic, Cini Minis, Fitness, Frutina, Kangus, NAN, Aero, After Eight, Jojo, Lion, KitKat, Manhattan, Nesquik, Princessa, Scholler, Solidarność

Oceanic (AA)

Pepsico: 7up, Aqua Minerale, Fanta, Gatorade, Lipton Ice Tea, Mirinda, Mountain Dew, Pepsi, Schweppes, Slice, Sprite, Toma

Pharmena

Procter & Gamble: Ace, Always, Alldays, Ariel, Blend-a-med, Bold, Bonux, Boss, Braun, Bruno Banani, Christina Aguielera, Dolce&Gabbana, Gillette, Gucci, Head & Shoulders, Herbal Essences, Hugo Boss, Lacoste, MAX Factor, Mexx, Montblanc, Naturella, Noami Campbell, Olay, Old Spice, Oral B, Pampers, Pantene Pro V, Puma, Tampax, Venus, Vizir

Rossmann

Sara Lee Corporation: Ambi Pur, Brylcreem, Catch, Kiwi, Prima, Prodent
Sephora

Shell

Tchibo

Tesco

Unilever: Axe, Clear, Dove, Lux, Rexona, Signal, Sun Silk, Timotei, Amino, Brooke Bond, Delma, Flora, Hellmann's, Kasia, Knorr, Lipton, Planta, Rama, Saga, Slim Fast, Cif, Coccolino, Domestos, Omo, Pollena 2000

Autor: Miko Teo

Zdjęcie: [Rick Eh?](#)

Źródło: [iThink](#)