

VERORDENING (EU) Nr. 655/2013 VAN DE COMMISSIE

van 10 juli 2013

tot vaststelling van gemeenschappelijke criteria voor de rechtvaardiging van beweringen over cosmetische producten

(Voor de EER relevante tekst)

DE EUROPESE COMMISSIE,

Gezien het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie,

Gezien Verordening (EG) nr. 1223/2009 van het Europees Parlement en de Raad van 30 november 2009 betreffende cosmetische producten⁽¹⁾, en met name artikel 20, lid 2, tweede alinea,

Overwegende hetgeen volgt:

- (1) Eindgebruikers zoals gedefinieerd in artikel 2, lid 1, onder f), van Verordening (EG) nr. 1223/2009 worden geconfronteerd met een grote verscheidenheid aan beweringen over de functie, de inhoud en de werking van een cosmetisch product. Aangezien cosmetische producten een grote rol spelen in het leven van de eindgebruikers, is het belangrijk te garanderen dat de informatie die zij via dergelijke beweringen krijgen nuttig, begrijpelijk en betrouwbaar is, en dat deze hen in staat stelt om met kennis van zaken te beslissen en de producten te kiezen die het best aan hun behoeften en verwachtingen beantwoorden.
- (2) Beweringen over cosmetische producten dienen hoofdzakelijk om eindgebruikers te informeren over de kenmerken en kwaliteiten van de producten. Die beweringen zijn van groot belang om producten van elkaar te onderscheiden. Verder dragen zij bij tot het aanmoedigen van innovatie en concurrentie.
- (3) Op het niveau van de Unie moeten gemeenschappelijke criteria voor de rechtvaardiging van een bewering over cosmetische producten worden vastgelegd. Hoofddoel van het vaststellen van gemeenschappelijke criteria is eindgebruikers een hoog niveau van bescherming te garanderen, met name tegen misleidende beweringen over cosmetische producten. Een gemeenschappelijke aanpak op het niveau van de Unie moet ook waarborgen dat de maatregelen die door de bevoegde instanties van de lidstaten worden genomen, meer convergeren, en moet verstoringen van de interne markt voorkomen. Een dergelijke benadering moet verder de onderlinge samenwerking verbeteren van de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de consumentenbescherming zoals vastgelegd in Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad van 27 oktober 2004 betreffende samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming („verordening betreffende samenwerking met betrekking tot consumentenbescherming”)⁽²⁾.

(4) Artikel 20 van Verordening (EG) nr. 1223/2009 is van toepassing op de producten die onder de definitie van cosmetische producten in artikel 2 van die verordening vallen. De gemeenschappelijke criteria zijn uitsluitend van toepassing wanneer wordt geoordeeld dat het product in kwestie inderdaad een cosmetisch product is. Het is aan de bevoegde nationale instanties en nationale rechterlijke instanties om per geval te besluiten welk regelgevingskader van toepassing is.

(5) De gemeenschappelijke criteria zijn van toepassing onverminderd Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („Richtlijn oneerlijke handelspraktijken”)⁽³⁾, Richtlijn 2006/114/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame⁽⁴⁾, en andere toepasselijke wetgeving van de Unie.

(6) De communicatie van de boodschappen aan eindgebruikers vereist een soepele benadering om rekening te houden met de sociale, taalkundige en culturele diversiteit van de Unie en om de innovatie en het concurrentievermogen van de Europese industrie in stand te houden. Een dergelijke aanpak is verenigbaar met de beginselen geformuleerd door het Hof van Justitie, dat er meermaals op heeft gewezen dat het om te bepalen of een bewering de consument kan misleiden nodig is de verwachtingen van de consument in overweging te nemen en daarbij rekening te houden met de specifieke context en de omstandigheden van de bewering, inclusief sociale, culturele en taalkundige factoren⁽⁵⁾.

(7) Hoewel de gemeenschappelijke criteria de inachtneming van dezelfde beginselen in de hele Unie waarborgen, is het niet de bedoeling dat zij de formulering die gebruikt mag worden in beweringen over cosmetische producten, precies bepalen.

(8) Om te waarborgen dat de gemeenschappelijke criteria voor beweringen over cosmetische producten vanaf dezelfde datum als Verordening (EG) nr. 1223/2009 van toepassing zijn, moet deze verordening ingaan op 11 juli 2013.

⁽³⁾ PB L 149 van 11.6.2005, blz. 22.

⁽⁴⁾ PB L 376 van 27.12.2006, blz. 21.

⁽⁵⁾ Zie bijvoorbeeld zaak C-220/98, Estée Lauder Cosmetics tegen Lancaster, Jurispr. 2000, blz. I-117, punt 29.

⁽¹⁾ PB L 342 van 22.12.2009, blz. 59.

⁽²⁾ PB L 364 van 9.12.2004, blz. 1.

- (9) De in deze verordening vervatte maatregelen zijn in overeenstemming met het advies van het Permanent Comité voor cosmetische producten,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

Deze verordening is van toepassing op beweringen in de vorm van teksten, benamingen, merken en afbeeldingen of andere al dan niet figuratieve tekens die expliciet of impliciet kenmerken of functies van producten kenbaar maken bij het etiketteren, het op de markt aanbieden en het maken van reclame voor cosmetische producten. Zij is van toepassing op elke bewering, ongeacht het gebruikte communicatiemiddel of marketinginstrument, de functies waarop het product aanspraak maakt, en het doelpubliek.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke lidstaat.

Gedaan te Brussel, 10 juli 2013.

Artikel 2

De verantwoordelijke persoon als bedoeld in artikel 4 van Verordening (EG) nr. 1223/2009 waarborgt dat de formulering van de bewering over cosmetische producten voldoet aan de gemeenschappelijke criteria van de bijlage en overeenkomt met de documentatie waaruit de werking blijkt waarop het cosmetisch product aanspraak maakt en die is opgenomen in het productinformatiedossier als bedoeld in artikel 11 van Verordening (EG) nr. 1223/2009.

Artikel 3

Deze verordening treedt in werking op de dag na die van de bekendmaking ervan in het *Publicatieblad van de Europese Unie*.

Zij is van toepassing met ingang van 11 juli 2013.

Voor de Commissie

De voorzitter

José Manuel BARROSO

BIJLAGE I

GEMEENSCHAPPELIJKE CRITERIA

1. Naleving van de wettelijke eisen

- 1) Beweringen die stellen dat het product door een bevoegde instantie in de Unie is toegelaten of goedgekeurd, zijn niet toegestaan.
- 2) Bij de beoordeling van de aanvaardbaarheid van een bewering wordt uitgegaan van de perceptie van de gemiddelde eindgebruiker van een cosmetisch product, die redelijk goed geïnformeerd, redelijk oplettend en voorzichtig is; daarbij moet rekening worden gehouden met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren van de markt in kwestie.
- 3) Beweringen die de indruk wekken dat een product een specifiek voordeel biedt terwijl het enkel en alleen aan de wettelijke minimumeisen voldoet, zijn niet toegestaan.

2. Juistheid

- 1) Indien op een product wordt vermeld dat het een specifiek ingrediënt bevat, moet dat ingrediënt ook daadwerkelijk aanwezig zijn.
- 2) Beweringen over de eigenschappen van een specifiek ingrediënt mogen niet de indruk wekken dat het eindproduct ook die eigenschappen bezit terwijl dat niet het geval is.
- 3) Reclameboodschappen mogen niet de indruk wekken dat daarin geuite meningen getoetste beweringen zijn, behalve indien de mening een weerspiegeling is van toetsbare feiten.

3. Bewijsmateriaal

- 1) Beweringen over cosmetische producten, zowel expliciet als impliciet, moeten onderbouwd zijn met voldoende en toetsbaar bewijsmateriaal, ongeacht de soort bewijsmateriaal die wordt gebruikt om ze aannemelijk te maken — waar nodig met inbegrip van beoordelingen door deskundigen.
- 2) Bij het onderbouwen van beweringen moet rekening worden gehouden met de beste praktijken.
- 3) Indien studies als bewijsmateriaal worden gebruikt, moeten deze relevant zijn voor het product en voor het voordeel waarop het product aanspraak maakt. Bovendien moeten de studies zijn uitgevoerd volgens goed opgezette en correct toegepaste methoden (geldig, betrouwbaar en reproduceerbaar) en moeten zij rekening houden met ethische overwegingen.
- 4) Het niveau van de bewijsvoering of onderbouwing moet overeenstemmen met de soort bewering, in het bijzonder voor beweringen waarbij een gebrek aan werkzaamheid een veiligheidsprobleem kan creëren.
- 5) Voor duidelijk overdreven uitspraken die door de gemiddelde eindgebruiker niet letterlijk worden genomen (hyperbolen) of voor uitspraken van abstracte aard is geen onderbouwing nodig.
- 6) Een bewering waarbij de eigenschappen van een ingrediënt (expliciet of impliciet) worden geëxtrapoleerd naar het eindproduct, moet worden gestaafd met voldoende en toetsbaar bewijsmateriaal, bijvoorbeeld door aan te tonen dat het ingrediënt in een werkzame concentratie aanwezig is.
- 7) De aanvaardbaarheid van een bewering moet worden beoordeeld op basis van de bewijskracht van alle beschikbare studies, gegevens en informatie, afhankelijk van de aard van de bewering en de gangbare algemene kennis van de eindgebruikers.

4. Eerlijkheid

- 1) Bij het presenteren van de prestaties van een product mag niet verder worden gegaan dan wat met het beschikbare bewijsmateriaal kan worden onderbouwd.
- 2) Beweringen mogen aan een bepaald product geen specifieke (d.w.z. unieke) kenmerken toedichten indien soortgelijke producten dezelfde kenmerken bezitten.
- 3) Indien de werking van een product afhangt van specifieke voorwaarden zoals van het gebruik in combinatie met andere producten, moet dit duidelijk worden aangegeven.

5. Billijkheid

- 1) Beweringen over cosmetische producten moeten objectief zijn en mogen de concurrentie noch ingrediënten die op een wettelijke manier worden gebruikt, in een kwaad daglicht stellen.
- 2) Beweringen over cosmetische producten mogen geen verwarring scheppen met het product van een concurrent.

6. Met kennis van zaken beslissen

- 1) Beweringen moeten duidelijk en begrijpelijk zijn voor de gemiddelde eindgebruiker.
 - 2) Beweringen maken een wezenlijk onderdeel uit van producten en moeten informatie bevatten die de gemiddelde eindgebruiker in staat stelt met kennis van zaken een beslissing te nemen.
 - 3) Reclameboodschappen moeten rekening houden met het vermogen van het doelpubliek (de bevolking van de betrokken lidstaten of bepaalde delen van de bevolking, bijvoorbeeld eindgebruikers van een bepaalde leeftijd en een bepaald geslacht) om de boodschap te begrijpen. Reclameboodschappen moeten duidelijk, precies, relevant en voor het doelpubliek begrijpelijk zijn.
-