

UREDBA KOMISIJE (EU) št. 655/2013

z dne 10. julija 2013

o določitvi skupnih meril za utemeljitev navedb, uporabljenih v zvezi s kozmetičnimi izdelki

(Besedilo velja za EGP)

EVROPSKA KOMISIJA JE –

ob upoštevanju Pogodbe o delovanju Evropske unije,

ob upoštevanju Uredbe (ES) št. 1223/2009 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 30. novembra 2009 o kozmetičnih izdelkih ⁽¹⁾ ter zlasti drugega pododstavka člena 20(2) Uredbe,

ob upoštevanju naslednjega:

- (1) Končni uporabniki, kot so opredeljeni v členu 2(1)(f) Uredbe (ES) št. 1223/2009, se srečujejo s številnimi navedbami v zvezi z delovanjem, vsebino in učinki kozmetičnega izdelka. Ker so kozmetični izdelki v življenju končnih uporabnikov tako zelo pomembni, je pomembno, da so informacije, ki so jim s temi navedbami sporočene, koristne, razumljive in zanesljive, ter da jim omogočajo sprejemanje ozaveščenih odločitev in izbiro izdelkov, ki najbolje ustrezajo njihovim potrebam in pričakovanjem.
- (2) Navedbe na kozmetičnih izdelkih služijo zlasti obveščanju končnih uporabnikov o lastnostih in značilnostih izdelkov. Te navedbe so ključnega pomena za razlikovanje med izdelki. Obenem spodbujajo tudi inovacije in konkurenčnost.
- (3) Na ravni Unije bi bilo treba določiti skupna merila, da se utemelji uporaba navedb v zvezi s kozmetičnimi izdelki. Glavni cilj določanja skupnih meril je zagotavljati visoko raven varstva končnih uporabnikov, zlasti pred zavajajočimi navedbami v zvezi s kozmetičnimi izdelki. Skupen pristop na ravni Unije bi moral zagotoviti tudi boljšo usklajenost ukrepov, ki jih sprejemajo pristojni organi držav članic, in preprečiti izkrivljanja na notranjem trgu. Tak pristop bi moral okrepiti tudi sodelovanje med nacionalnimi organi, odgovornimi za varstvo potrošnikov, kot je določeno v Uredbi (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. oktobra 2004 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov (Uredba o sodelovanju na področju varstva potrošnikov) ⁽²⁾.

- (4) Člen 20 Uredbe (ES) št. 1223/2009 se uporablja za izdelke, ki so v členu 2 te uredbe opredeljeni kot kozmetični izdelek. Skupna merila se uporabljajo samo, kadar je bilo ocenjeno, da je zadevni izdelek dejansko kozmetični izdelek. Pristojni organi in nacionalna sodišča za vsak posamezni primer odločijo, kateri regulativni okvir se uporablja.
- (5) Skupna merila bi se morala uporabljati brez poseganja v Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) ⁽³⁾, v Direktivo 2006/114/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju ⁽⁴⁾ in drugo veljavno zakonodajo Unije.
- (6) Pri sporočanju končnim uporabnikom bi bilo treba uporabiti prilagodljiv pristop, pri katerem bi bilo treba upoštevati družbene, jezikovne in kulturne razlike znotraj Unije ter ohraniti inovativnost in konkurenčnost evropske industrije. Tak pristop je skladen z načeli, ki jih je izreklo Sodišče, ko je ob več priložnostih poudarilo, da je za določanje, ali navedba lahko zavaja potrošnika, treba upoštevati njegova pričakovanja, pa tudi posebne okoliščine, v katerih je navedba izrečena, vključno z družbenimi, kulturnimi in jezikovnimi dejavniki ⁽⁵⁾.
- (7) Ob zagotavljanju, da so enaka načela spoštovana po celotni Uniji, splošna merila ne bi smela opredeljevati in natančneje določati besedila, ki se lahko uporablja za navedbe o kozmetičnih izdelkih.
- (8) Za zagotavljanje, da se splošna merila za navedbe o kozmetičnih izdelkih uporabljajo od istega dne kot Uredba (ES) št. 1223/2009, bi se ta uredba morala začeti uporabljati dne 11. julija 2013.

⁽³⁾ UL L 149, 11.6.2005, str. 22.⁽⁴⁾ UL L 376, 27.12.2006, str. 21.⁽⁵⁾ Glej na primer sodbo z dne 13. januarja 2000 v zadevi C-220/98, Estée Lauder Cosmetics proti Lancaster Group GmbH (C-220/98, Recueil, str. I-00117, točka 29).⁽¹⁾ UL L 342, 22.12.2009, str. 59.⁽²⁾ UL L 364, 9.12.2004, str. 1.

- (9) Ukrepi iz te uredbe so v skladu z mnenjem Stalnega odbora za kozmetične izdelke –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

Člen 1

Ta uredba se uporablja za navedbe v obliki besedil, imen, blagovnih znamk, slik ter figurativnih ali drugih znakov, ki eksplicitno ali implicitno navajajo značilnosti ali delovanje izdelka pri označevanju, dostopnosti na trgu in oglaševanju kozmetičnih izdelkov. Uporablja se za vsako navedbo, ne glede na medij ali vrsto uporabljenega tržnega orodja, navedeno delovanje izdelka ter ciljno publiko.

Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju, 10. julija 2013

Za Komisijo

Predsednik

José Manuel BARROSO

Člen 2

Odgovorna oseba iz člena 4 Uredbe (ES) št. 1223/2009 zagotovi, da je besedilo navedbe glede kozmetičnega izdelka skladno s skupnimi merili iz Priloge in skladno z dokumentacijo, ki dokazuje učinek, naveden za kozmetični izdelek v dokumentaciji z informacijami o izdelku iz člena 11 Uredbe (ES) št. 1223/2009.

Člen 3

Ta uredba začne veljati dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.

Uporablja se od 11. julija 2013.

PRILOGA I

SKUPNA MERILA

1. Skladnost z zakonodajo

1. Navedbe, ki nakazujejo, da je izdelek odobril pristojni organ v Uniji, niso dovoljene.
2. Sprejemljivost navedbe temelji na zaznavanju kozmetičnega izdelka s strani povprečnega končnega uporabnika, ki je razumno obveščen, pozoren in pazljiv, ob upoštevanju družbenih, kulturnih in jezikovnih dejavnikov zadevnega trga.
3. Navedbe z opisom, da ima izdelek posebne koristi, ko gre dejansko za skladnost z minimalnimi zakonskimi zahtevami, niso dovoljene.

2. Verodostojnost

1. Če je na izdelku navedeno, da vsebuje določeno sestavino, je ta dejansko prisotna.
2. Navedbe o sestavinah, ki navajajo lastnosti specifične sestavine, ne smejo navajati, da ima končni izdelek enake lastnosti, če jih nima.
3. Tržna sporočila ne nakazujejo, da so podana mnenja preverjene navedbe, razen če mnenje temelji na preverljivih dokazih.

3. Dokazno gradivo

1. Eksplicitne ali implicitne navedbe o kozmetičnih izdelkih so podprte z ustreznimi in preverljivimi dokazi, ne glede na vrste dokaznega gradiva, ki se uporablja za njihovo podporo, vključno s strokovnimi ocenami, če je primerno.
2. Dokazi v podporo navedbam upoštevajo najsodobnejše prakse.
3. Če so za dokaz uporabljene študije, so te relevantne za izdelek in njegove navedene koristi, skladne z dobro načrtovanimi in dobro izvedenimi metodologijami (veljavnimi, zanesljivimi in ponovljivimi) ter spoštujejo etična načela.
4. Količina dokazov ali podpore mora biti skladna z vrsto navedbe, zlasti za navedbe, pri katerih bi lahko pomanjkanje učinkovitosti ogrožalo varnost.
5. Očitno pretirane izjave, ki jih povprečen končni uporabnik ne sme razumeti dobesedno (hiperbole), ali abstraktne navedbe ne zahtevajo utemeljevanja.
6. Navedbo, ki ekstrapolira (eksplicitno ali implicitno) lastnosti sestavine na končni izdelek, podpirajo ustrezni in preverljivi dokazi, na primer dokaz prisotnosti sestavine pri učinkoviti koncentraciji.
7. Ocena sprejemljivosti navedbe temelji na zanesljivosti dokazov vseh študij, razpoložljivih podatkih in informacijah glede na naravo navedbe in prevladujočem splošnem znanju končnih uporabnikov.

4. Odkritost

1. Predstavitve učinkovitosti izdelka ne presegajo razpoložljivih dokazil.
2. Navedbe zadevnemu izdelku ne pripisujejo posebnih (edinstvenih) značilnosti, če imajo podobni izdelki enake značilnosti.
3. Če je delovanje izdelka povezano s posebnimi pogoji, na primer z uporabo z drugimi izdelki, je to jasno navedeno.

5. Pravičnost

1. Navedbe o kozmetičnih izdelkih so objektivne ter ne podcenjujejo konkurentov in zakonito uporabljenih sestavin.
2. Navedbe o kozmetičnih izdelkih ne povzročajo nejasnosti v zvezi z izdelkom konkurenta.

6. Ozaveščeno odločanje

1. Navedbe so jasne in razumljive povprečnemu končnemu uporabniku.
 2. Navedbe so sestavni del izdelkov in vsebujejo informacije, na podlagi katerih lahko povprečni končni uporabnik ozaveščeno izbira.
 3. Tržna sporočila upoštevajo sposobnost ciljne skupine (prebivalstva zadevne države članice ali segmentov prebivalstva, na primer končnih uporabnikov različne starosti in spola), da razume sporočilo. Tržna sporočila so jasna, natančna, ustrezna in razumljiva ciljni skupini.
-