

Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru na téma „Harmonizace tvrzení uváděných pro spotřebitele na kosmetických přípravcích“ (stanovisko z vlastní iniciativy)

(2011/C 318/06)

Zpravodaj: **pan OSTROWSKI**

Dne 20. ledna 2011 se Evropský hospodářský a sociální výbor, v souladu s čl. 29 odst. 2 jednacího řádu, rozhodl vypracovat stanovisko k tématu

Harmonizace tvrzení uváděných pro spotřebitele na kosmetických přípravcích

(stanovisko z vlastní iniciativy).

Specializovaná sekce Jednotný trh, výroba a spotřeba, kterou Výbor pověřil přípravou podkladů na toto téma, přijala stanovisko dne 23. června 2011.

Na 473. plenárním zasedání, které se konalo ve dnech 13. a 14. července 2011 (jednání dne 13. července), přijal Evropský hospodářský a sociální výbor následující stanovisko 115 hlasy pro, žádný hlas nebyl proti a 7 členů se zdrželo hlasování.

1. Závěry a doporučení

1.1 EHSV se domnívá, že rychlé přijetí společných kritérií a praktických pokynů pro tvrzení o kosmetických přípravcích bude přínosem pro firmy působící na vnitřním trhu, pro spotřebitele i pro kontrolní orgány.

1.2 Z tohoto důvodu EHSV vítá skutečnost, že Evropská komise již začala vypracovávat společná kritéria pro tvrzení o kosmetických přípravcích a že příprava pokynů značně pokročila.

1.3 V souladu s nařízením č. 1223/2009 o kosmetických přípravcích má Komise Evropskému parlamentu a Radě předložit zprávu o používání tvrzení na základě přijatých společných kritérií. EHSV se však domnívá, že by měla být zkrácena lhůta pro předložení této zprávy, jež byla stanovena na červenec 2016.

1.4 EHSV proto vyzývá Komisi, aby urychlila proces přijetí společných kritérií, což umožní vypracovat zprávu minimálně o jeden rok dříve.

1.5 EHSV žádá Komisi, aby zvážila využití nových pokynů týkajících se etických a environmentálních marketingových tvrzení, než Mezinárodní organizace pro normalizaci stanoví kritéria pro ekologická tvrzení (např. na základě nových pokynů sestavených dánským ochráncem práv spotřebitelů).

2. Obecné připomínky

2.1 Tvrzení o kosmetických přípravcích

2.1.1 V případě tvrzení o kosmetických přípravcích se jedná o prohlášení o působení přípravku, uváděná zpravidla pro reklamní účely (R. Schueller a P. Romanowski, C&T, leden

1998). Tvrzením může být slovo, věta, odstavec nebo jen implicitní informace. Např. „během 10 dnů snižuje výskyt jemných linek a vrásek“ nebo jen „zabraňuje projevu stárnutí“. Jako další příklad lze uvést tvrzení na barvě na vlasy, že „100 % kryje šediny“, či tvrzení „70 % žen se shodlo na tom, že jejich vlasy byly bez lupů už po prvním použití“ jako výsledek průzkumu zaměřeného na to, jak spotřebitelé vnímají šampony proti lupům.

2.1.2 Prohlášení uváděná na přípravcích a reklama, včetně dalších forem marketingové komunikace (souhrnně je označujeme jako „tvrzení o přípravcích“), jsou nejdůležitějším nástrojem pro informování spotřebitelů o charakteristikách a vlastnostech přípravků a pomáhají jim zvolit přípravek, který nejlépe odpovídá jejich potřebám a očekáváním. Vzhledem ke značné důležitosti kosmetických přípravků pro spotřebitele je zásadní, aby měli spotřebitelé k dispozici jasné, užitečné, srozumitelné, porovnatelné a spolehlivé informace, jež jim umožní fundovaně se rozhodnout.

2.1.3 Tvrzení o přípravcích mají zásadní význam pro kosmetické firmy, protože umožňují odlišit jejich výrobky od konkurenčních výrobků, a mohou rovněž přispět k fungování vnitřního trhu podporou inovací a hospodářské soutěže mezi firmami.

2.1.4 Aby tvrzení o přípravcích řádně plnila svůj účel, tj. sloužit výše jmenovaným zájmům spotřebitelů a také kosmetických firem, je důležité zavést účinný rámec, který zaručí, že tato tvrzení budou pravdivá a nebudou klamat spotřebitele, a zohlední při tom souvislosti, v nichž jsou tato tvrzení prezentována, a použité marketingové nástroje (bez ohledu na to, zda se jedná o tištěné materiály, televizní reklamu či některý z nových sdělovacích prostředků, jako jsou inteligentní telefony a internet).

2.2 Právní předpisy EU týkající se tvrzení o kosmetických přípravcích

2.2.1 Nařízení o kosmetických přípravcích (nařízení (ES) č. 1223/2009) v červenci 2013 plně nahradí směrnici 76/768/EHS o sblížení právních předpisů členských států týkajících se kosmetických prostředků. Hlavním cílem nového nařízení je zajistit vysokou úroveň ochrany spotřebitele a řádné fungování vnitřního trhu. Toto nařízení požaduje, aby byl spotřebitel „chráněn před zavádějícími tvrzeními týkajícími se účinnosti a dalších vlastností kosmetických přípravků“.

2.2.2 Nařízení se vztahuje pouze na kosmetické přípravky, a nikoli na léčivé přípravky, zdravotnické prostředky nebo biocidní přípravky. Pro účely tohoto nařízení se „kosmetickým přípravkem“ rozumí jakákoli látka nebo směs určená pro uvedení do styku s vnějšími částmi lidského těla nebo se zuby a sliznicemi ústní dutiny, výhradně nebo převážně za účelem jejich čištění, parfemace, změny jejich vzhledu, jejich ochrany, jejich udržování v dobrém stavu nebo úpravy tělesných pachů. Látka nebo směs určená k požití, vdechování, injekční aplikaci nebo k implantaci do lidského těla se nepovažuje za kosmetický přípravek.

Mezi kosmetické přípravky patří např. prostředky určené k péči o vlasy (šampony, kondicionéry atd.), prostředky pro péči o pokožku (tělová mléka, pleťové krémy, přípravky na nehty atd.), prostředky pro osobní hygienu (koupelové a sprchové přípravky, zubní pasty, deodoranty a antiperspiranty atd.), barvicí kosmetické přípravky (barvy na vlasy, make-up atd.), vonné přípravky (parfémy, toaletní vody atd.).

2.2.3 Článek 20 nařízení stanoví, že při „propagaci kosmetických přípravků nesmějí být používány texty, názvy, ochranné známky, vyobrazení ani názorné nebo jiné znaky, které by přisuzovaly těmto přípravkům vlastnosti nebo funkce, jež nemají“.

2.2.4 Pokud jde o zavádějící tvrzení o kosmetických přípravcích, musí být vzaty v potaz rovněž příslušné články směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu.

2.2.5 V článku 6 směrnice (týkající se klamavých jednání) se uvádí, že „obchodní praktika je považována za klamavou, pokud obsahuje nesprávné informace, a je tedy nepravdivá, nebo pokud jakýmkoli způsobem, včetně celkového předvedení, uvádí nebo je schopná uvést průměrného spotřebitele v omyl“ mimo jiné ve vztahu k hlavním znakům výrobku, jako je způsobilost k účelu použití, možnosti či očekávané výsledky jeho použití nebo výsledky a podstatné části zkoušek nebo kontrol provedených na výrobku, a to i když jsou tyto informace věcně správné.

2.2.6 Článek 7 směrnice (týkající se klamavých opomenutí) zdůrazňuje, že „obchodní praktika je považována za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést závažné informace, které v dané souvislosti průměrný spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí o obchodní transakci“. Za závažné informace jsou považovány hlavní znaky výrobku popsané v tvrzení o výrobku (v rozsahu odpovídajícím danému sdělovacímu prostředku a výrobku).

2.2.7 Kromě toho se zadavatelé reklamy musí řídit pravidly, jež stanoví směrnice 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě.

2.3 Současná praxe na vnitřním trhu

2.3.1 Případy, jež v současnosti řeší soudní a správní orgány v Evropě, ukazují, že různé orgány v členských státech interpretují stejně, výše uvedené právní předpisy různými způsoby. Neexistuje tudíž jednotná interpretace pravidel pro tvrzení o kosmetických přípravcích, což pro kosmetické firmy působící na společném trhu představuje značnou zátěž, protože nemají jistotu, že proti jimi zadané reklamě, jež byla legální např. ve Francii, nevnesou námitky příslušné vnitrostátní orgány v Maďarsku či ve Velké Británii. Většina těchto případů končí vysokou pokutou pro kosmetické firmy. Např. v roce 2007 prohlásil maďarský Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, že vzhledem k tomu, že klinické testy byly provedeny v USA a ve Francii, nemohou být tvrzení ohledně účinnosti kosmetických přípravků podložena procentuálními statistikami zjištěnými během těchto klinických testů použita v Maďarsku. Tento úřad uvedl, že typ pokožky se v jednotlivých zemích a zeměpisných oblastech liší. V důsledku toho neposkytují výsledky takovýchto testů (uskutečněných v odlišných klimatických podmínkách, za různé vlhkosti vzduchu, u žen s různými stravovacími návyky) maďarským spotřebitelům odpovídající informace o účinnosti těchto kosmetických přípravků. Ke stejnému závěru zatím nedospěl žádný jiný členský stát EU. Kromě toho existují různé místní požadavky na přírodní, bio či organické výrobky. Rozdílná interpretace právních předpisů nepřízní prospěch ani spotřebitelům, jelikož se může stát, že v jednom členském státě budou chráněni lépe než ve státě jiném.

2.3.2 Kvůli rozdílné interpretaci v důsledku absence společných kritérií a praktických pokynů pro tvrzení o přípravcích musí kosmetické firmy působící na vnitřním trhu samy posoudit a prověřit každé tvrzení a každou reklamu ve všech členských státech, aby se ujistily, že neporušují právo příslušné země. Na základě toho jim vznikají značné dodatečné náklady, které by se daly snížit uplatňováním společných pokynů pro tvrzení o kosmetických přípravcích v EU. Ušetřené finanční prostředky by mohly být použity na inovace, výzkum a snižování cen přípravků. Stojí za zmínku, že evropský trh s kosmetickými přípravky představuje téměř třetinu celosvětového trhu s těmito přípravky – více než 4 000 firem vyrábí své přípravky v Evropské unii a přímo či nepřímo zaměstnává 1,7 milionu lidí.

Nutnost nechat posoudit a prověřit každé tvrzení a každou reklamu ve všech členských státech pro kosmetické firmy působící na vnitřním trhu také znamená, že vnitřní trh v tomto segmentu trhu neexistuje.

2.3.3 Rozdílná interpretace v důsledku absence společných pokynů pro tvrzení o kosmetických přípravcích v EU nepřináší prospěch ani spotřebitelům, poněvadž si při nákupu stejného výrobku v různých členských státech nemohou být jisti odpovídajícím významem daného tvrzení, což je může zmást. Neexistují-li společná kritéria např. pro přírodní, bio či organické výrobky, nemohou si být spotřebitelé jisti skutečnou kvalitou těchto výrobků. V současném internetovém světě mohou spotřebitelé rovněž snadno nakupovat v zahraničí a mohou si pořídit různé výrobky v různých zemích jedním kliknutím myši. Jestliže např. vidí, že přípravek proti celulitidě je v jedné zemi prezentován s tím, že se „výskyt celulitidy sníží během pouhých 10 dnů“, bez dalšího vysvětlení, zatímco v jiných zemích následuje dodatek „při pravidelném cvičení a dietě“, mohou mít pochybnosti o skutečné účinnosti daného přípravku. Společná kritéria jsou zapotřebí i proto, aby spotřebitelé mohli porovnávat různé přípravky stejné kategorie (např. dva druhy pleťových krémů). Pro tento účel musí mít spotřebitelé možnost snadno si ověřit veškerá tvrzení na základě společných kritérií. Pouze jasná a konkrétní tvrzení vycházející z obecně přijímaných metod spotřebitelům umožní porovnávat přípravky a fundovaně se rozhodnout o tom, co nejlépe odpovídá jejich potřebám.

2.4 Potřeba společných praktických pokynů v EU

2.4.1 V souladu s článkem 20 nařízení o kosmetických přípravcích má Komise ve spolupráci s členskými státy a po konzultaci s Vědeckým výborem pro bezpečnost spotřebitele (VVBS) nebo s jinými příslušnými orgány vytvořit akční plán a přijmout seznam společných kritérií pro tvrzení, která lze používat v souvislosti s kosmetickými přípravky, s přihlédnutím k ustanovením směrnice o nekalých obchodních praktikách.

2.4.2 Evropská komise začala vypracovávat společná kritéria pro tvrzení o kosmetických přípravcích v minulém roce a spolupracuje na nich s různými zainteresovanými subjekty (vnitrostátní orgány, spotřebitelské organizace, kosmetický průmysl, dodavatelský průmysl, malé a střední podniky atd.). EHSV vítá, že příprava těchto pokynů značně pokročila.

2.4.3 Do 11. července 2016 má Komise Evropskému parlamentu a Radě předložit zprávu o používání tvrzení na základě přijatých společných kritérií. Pokud ze zprávy vyplyne, že se tvrzení o kosmetických přípravcích neřídí společnými kritérii, pak musí Komise přijmout odpovídající přísnější opatření k zajištění souladu těchto tvrzení s kritérii ve spolupráci s členskými státy. V takovém případě se může stát, že bude Komise muset znovu zvážit rozsah působnosti pokynů a přejít od obecných pokynů k detailnějšímu přístupu (např. k legislativnímu opatření, jaké bylo přijato v případě tvrzení o potravinách).

2.4.4 EHSV důrazně podporuje myšlenku zavedení společných kritérií, jež by poskytla harmonizovaný rámec na úrovni EU pro odůvodnění používaných tvrzení u všech kosmetických přípravků. Tato kritéria mají platit pro všechna tvrzení o kosmetických přípravcích, ať již primární či sekundární, ve všech sdělovacích prostředcích, a mají umožnit přizpůsobení charakteristiky výrobku, obalu, tvrzením a jejich souvislostem, aniž by bránila inovacím a aby zároveň zaručila dodržování stejných pravidel.

2.4.5 EHSV se však domnívá, že by Evropská komise měla tento proces urychlit. Příprava společných pokynů opravdu značně pokročila, proto EHSV soudí, že by je Evropská komise měla zavést s platností pokud možno od začátku roku 2012, díky čemuž by mohla být zpráva předložena Evropskému parlamentu mnohem dříve než v roce 2016.

2.4.6 Pokyny ke společným kritériím navrhované Evropskou komisí v současnosti konkrétně nezmiňují ekologická tvrzení. O této problematice se jedná na úrovni ISO. Momentálně je však těžké posoudit, zda budou dohodnuté standardy použitelné v Evropské unii a kdy budou k dispozici. Z tohoto důvodu EHSV žádá Evropskou komisi, aby zvážila, zda by do té doby nemohly být používány nové pokyny týkající se etických a environmentálních marketingových tvrzení (např. na základě nových pokynů sestavených dánským ochráncem práv spotřebitelů).

2.4.7 EHSV se domnívá, že tvrzení by měla být podložena buď objektivními vědeckými studiemi (např. klinickými studiemi), nebo průzkumy subjektivního vnímání ze strany spotřebitelů. V obou případech by však měla být splněna určitá obecně uznávaná kritéria (počet dotázaných spotřebitelů, řádné zastoupení atd.), aby nedocházelo ke klamání spotřebitelů.

V Bruselu dne 13. července 2011.

předseda
Evropského hospodářského a sociálního výboru
Staffan NILSSON