



Brüsszel, 2016.9.19.
COM(2016) 580 final

A BIZOTTSÁG JELENTÉSE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK ÉS A TANÁCSNAK
a kozmetikai termékekre vonatkozó közös kritériumok alapján tett állításokról

1. BEVEZETÉS

Az európai kozmetikai ipar dinamikus és versenyképes ágazat. Az európai piacon megtalálható kozmetikai termékek 25 %-a minden évben új termék. A kiskereskedelmi piac által lebonyolított, összesen 77 milliárd eurós forgalmával Európa globális vezető szerepet tölt be a kozmetikai iparban. Európa exportálja továbbá a globálisan értékesített kozmetikai termékek egyharmadát.

A kozmetikai ipar termékei között a termékkategóriák széles skálája megtalálható a samponoktól, a parfümöktől és a hajfestékektől kezdve a fényvédő termékekig, a fogkrémig és a dezodorokig. Az uniós piacon elérhető kozmetikai termékek nagy számát tekintve (több mint 1 millió különböző termék létezik) rendkívül fontos a konkrét, érthető, megbízható és általánosan elfogadott módszerek alapján alátámasztott információk nyújtása a fogyasztóknak, lehetővé téve számukra a körültekintő döntéshozatalt és a termékek összehasonlítását, hogy megtalálhassák az igényeiknek leginkább megfelelőt.

A termékre vonatkozó állítások és a reklámok kulcsfontosságú szerepet játszanak abban, hogy a fogyasztókat megismertessék a termék jellemzőivel és tulajdonságaival, segítve őket az igényeiknek és elvárásaiknak megfelelő termékek kiválasztásában. Manapság gyakorlatilag az uniós piacon forgalmazott minden kozmetikai termékkel kapcsolatban olyan típusú kommunikációt alkalmaznak, amely a termékre vonatkozó állítások körébe tartozik.

A termékekkel kapcsolatos állítások a kozmetikai cégek marketingeszközei is egyúttal, amelyek segítségével megkülönböztetik termékeiket a versenytársakétól, így ezek hozzá tudnak járulni a belső piac működéséhez, valamint az innováció és a vállalkozások közötti verseny ösztönzéséhez.

Annak érdekében, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások megfelelő módon ériék el céljaikat, hatékony jogi keretre van szükség, amely biztosítja ezek tisztességes és a fogyasztókat nem félrevezető voltát, figyelembe véve kontextusukat és a használt marketingeszközöket (függetlenül attól, hogy ezek nyomtatott anyagok, televíziós reklámok vagy új típusú médiát – például az internetet vagy okostelefonokat – használó eszközök).

Ennek elérése érdekében a piacfelügyeletért felelős illetékes hatóságoknak könnyen kell tudniuk azonosítani minden állítást az uniós szintű harmonizált közös kritériumok alapján. A Bizottság a 655/2013/EU rendeletben (a továbbiakban: a termékekre vonatkozó állításokról szóló rendelet)¹ közös kritériumokat fogadott el a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások indokolásáról. Ezenkívül az 1223/2009/EK rendelet (a továbbiakban: a kozmetikai termékekről szóló rendelet)² előírja a Bizottságnak, hogy az elfogadott közös kritériumok alapján 2016. július 11-ig tegyen jelentést az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak az állítások használatáról.

E jelentés fő célja annak vizsgálata, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások jogszabályi szempontból megfelelnek-e az elfogadott közös kritériumoknak, valamint azon korrekciós intézkedések vázolása, amelyeket a Bizottság és a tagállamok az előírásoknak való meg nem felelés esetén szándékoznak megtenni.

¹ A Bizottság 2013. július 10-i 655/2013/EU rendelete a kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról (HL L 190/31., 2013.7.11.).

² Az Európai Parlament és a Tanács 2009. november 30-i 1223/2009/EK rendelete a kozmetikai termékekről (HL L 342/59., 2009.12.22.).

2. A KOZMETIKAI TERMÉKEKRE VONATKOZÓ ÁLLÍTÁSOKRA ALKALMAZANDÓ UNIÓS JOGSZABÁLYOK

2.1. A kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikke

A kozmetikai termékekre vonatkozó állítások a gazdasági szereplők által használt önkéntes marketingüzenetek termékeik címkézése, forgalmazása vagy reklámozása során. A kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikke szerint az állítások a kozmetikai termékek címkézésekor, forgalmazásakor és reklámozásakor használt olyan megszövegezések, megnevezések, védjegyek, képek és egyéb képi vagy más megjelölések, amelyek explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek tulajdonságaira, illetve funkcióira vonatkoznak. Az állítások nem tartalmazzák a kozmetikai termékekkel kapcsolatos, pl. a kozmetikai termékekről szóló rendelet 19. cikkében a termékek címkézését érintő kötelező információkat.

A 20. cikk tiltja az olyan állítások használatát, amelyek – a kozmetikai termékekről szóló rendelet 2. cikke (1) bekezdésének a) pontjában meghatározott – kozmetikai termékekre vonatkozóan olyan tulajdonságok vagy funkciók meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik.

Ugyanakkor a 20. cikk nem fedti le a kozmetikai termékek forgalmazásával kapcsolatos összes állítást. Azon állítások például, amelyek nem a termék tulajdonságaira vagy funkcióira vonatkoznak, és amelyek nem tartoznak a kozmetikai termékekről szóló rendelet hatálya alá (pl. a csomagolásra vagy az árazásra vonatkozó állítások), egyéb uniós jogszabályok, például az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelv³ és a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv⁴ hatálya alá tartoznak.

Ennek megfelelően e jelentés alkalmazásában a „kozmetikai termékekre vonatkozó állítások” kifejezés csak a kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikke hatálya alá eső állításokra vonatkozik.

A kozmetikai termékekkel kapcsolatban használt állításokra vonatkozó közös kritériumok elfogadása volt a legfontosabb lépés a kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikkének végrehajtásában.⁵ A közös kritériumok 2013. július 11-én jelentek meg a kozmetikai termékekre vonatkozó állításokról szóló rendeletben, és azonnal hatályba is léptek.⁶

³ Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, HL L 149/22., 2005.6.11.

⁴ Az Európai Parlament és a Tanács 2006/114/EK irányelve (2006. december 12.) a megtévesztő és összehasonlító reklámról, HL L 376/21., 2006.12.27.

⁵ A közös kritériumokat a kozmetikai termékekkel foglalkozó munkacsoport keretén belül felállított, a termékekre vonatkozó állításokkal foglalkozó almunkacsoport dolgozta ki a kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikkének végrehajtása céljából. Az almunkacsoportot a Bizottság irányítja, tagjai pedig a tagállamok, a kozmetikai ipar – ideértve a kis- és középvállalkozásokat (kkv-kat) – és az Európai Fogyasztók Szervezete (BEUC) képviselői.

⁶ A közös kritériumok harmonizált alkalmazásának biztosítása érdekében a Bizottság és a termékekre vonatkozó állításokkal foglalkozó almunkacsoport jogilag nem kötelező erejű iránymutatásokat is kidolgozott, amelyek a Bizottság weboldalán érhetők el (http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/legislation/index_en.htm). Az iránymutatások I. melléklete részletes leírást nyújt a termékekre vonatkozó állításokról szóló rendeletben meghatározott közös kritériumokról, valamint szemléltető és nem kimerítő jellegű példákat is tartalmaz. A II. melléklet a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások indokolására használt bizonyíték típusokhoz kapcsolódó bevált gyakorlatokat tartalmazza.

2.2. A kozmetikai termékekre vonatkozó állítások indokolásának közös kritériumai

A közös kritériumok fő célja a fogyasztók magas szintű védelmének biztosítása mindenekelőtt a félrevezető kozmetikai termékekre vonatkozó állításokkal szemben. A közös kritériumok uniós szintű keretet nyújtanak a vállalkozások számára, illetve sokkal erősebb jogalapot biztosítanak a tagállamok illetékes hatóságainak a belső piaci ellenőrzési döntésekhez, ennél fogva minden további elemzés referenciájaként kell tekinteni rájuk. A közös kritériumok segítségével az illetékes hatóságok sokkal könnyebben ellenőrizhetik a kozmetikai termékekre vonatkozó állításokat.

A közös kritériumok azon megszövegezések, elnevezések, védjegyek, képek és képi vagy egyéb megjelölések formájában feltüntetett állításokra alkalmazandóak, amelyek a címkézés, a forgalmazás és a reklámozás során explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek tulajdonságaira, illetve funkcióira vonatkoznak. A kritériumok a használt médium, illetve marketingeszköz típusától, a termék állítólagos funkciójától és a célcsoporttól függetlenül valamennyi állításra alkalmazandóak.

A hat közös kritérium a következő: a jogszabályok betartása, hitelesség, bizonyítékokkal való alátámasztás, megbízhatóság, méltányosság és körültekintő döntéshozatal.

2.3. A kozmetikai termékekre vonatkozó állításokra alkalmazandó horizontális uniós jogszabályok

2.3.1. A kozmetikai termékekről szóló rendelet és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv kapcsolata

A kozmetikai termékekről szóló rendelet és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv célja hasonló: a fogyasztók védelme a félrevezető állításokkal szemben. Az utóbbi jogszabály kiegészítő jelleggel alkalmazható a kozmetikai termékekre vonatkozó állításokra, amennyiben ezek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek.

A kozmetikai termékekről szóló rendelet előírásai *lex specialis* („különös jogszabály”) helyzetben vannak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvhez képest, ugyanis a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok egyes különös vonatkozásait az előbbi jogszabály szabályozza. Ez az alapelv világosan megjelenik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben, amely a 3. cikk (4) bekezdésében kimondja, hogy az irányelv és „a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb közösségi szabályok” közötti összeütközés esetén az utóbbiak az irányadóak, és e különös vonatkozások tekintetében azokat kell alkalmazni. Ezt az alapelvet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (10) preambulumbekkezdése tovább pontosítja, amely kimondja, hogy „ennek megfelelően ezt az irányelvet csak abban az esetben kell alkalmazni, ha nincsenek olyan különös közösségi jogi rendelkezések, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok sajátos vonatkozásait szabályozzák, úgymint a tájékoztatási követelmények és a tájékoztatás fogyasztók felé történő megjelenítésének módjára vonatkozó szabályok.”⁷

A közös kritériumok és az azokhoz készített iránymutatások elfogadásával a kozmetikai termékekről szóló rendelet pontosabb, részletesebb és ágazatspecifikusabb jogi keret lett,

⁷ Lásd még a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv végrehajtásáról/alkalmazásáról szóló iránymutatás 3.3.3. pontját, SEC(2009) 1666 final, 54. o.

amelyen belül a 20. cikk hatálya alá tartozó kozmetikai termékekre vonatkozó állítások elsődleges vizsgálata történik.

2.3.2. A kozmetikai termékekről szóló rendelet és a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv kapcsolata

A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv célja a kereskedők megóvása a megtévesztő reklámoktól, valamint olyan feltételek kidolgozása, amelyek lehetővé teszik az összehasonlító reklámozást. Bár a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv bizonyos esetekben hasonló gyakorlatokra vonatkozik, mint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, az ilyen gyakorlatoknak az előbbi irányelv alapján történő értékelése a versenytársakra tett hatásra helyezi a hangsúlyt.

A kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikke a maga részéről nem tesz különbséget a fogyasztók és a versenytársak védelme között.

Bár a kozmetikai termékekről szóló rendelet (51) preambulumbekkezdése hangsúlyozza, hogy a fogyasztókat védeni kell a megtévesztő állításokkal szemben, a 20. cikk hatálya nem korlátozódik a fogyasztók védelmére. A méltányosság a versenytársak érdekvédelmére és a tisztességes kereskedelemre irányuló kulcsfontosságú alapelveként jelenik meg a közös kritériumokban.

Ugyanakkor pedig – bár hasonló célkitűzéseket foglal magába – a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv hatálya tágabb a kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikkénél, és nem korlátozódik a termékek funkciójára és tulajdonságaira. A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv a termékek rendelkezésre bocsátásának előmozdítására használt bármilyen reklámra vonatkozhat.

2.4. A kozmetikai termékekre vonatkozó állításokkal kapcsolatos önszabályozás

A reklámozás területén régóta bevett gyakorlat az önszabályozás, amelyben a reklámpiar három fő résztvevője (a hirdetők, az ügynökségek és a média) működnek együtt, és konkrét szabályok, illetve gyakorlati és magatartási kódexek mellett kötelezik el magukat. A kódexek létrehozása, felülvizsgálata, alkalmazása és végrehajtása a reklámpari önszabályozó szervezetek felelőssége.

A Bizottság minőségi jogalkotási csomagja⁸ az önszabályozási eszközöket fontos és a jogszabályi eszközöket kiegészítő eszközökként tárgyalja. A csomag az Európai Bizottság ön- és társszabályozási gyakorlati közössége által létrehozott ön- és társszabályozási bevált gyakorlatok alapelveit referenciaértékként használja.⁹ Az önszabályozás a jogszabályban is megjelenik, például a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének f) pontjában.

Az önszabályozó rendszerek támogatják az iparágakat egy további fogyasztóvédelmi szint nyújtásában, növelve a márkákba vetett fogyasztói bizalmat a felelős reklámozás elősegítésével.

⁸ Az Európai Bizottság minőségi jogalkotási csomagja, 2016.4.13.: http://ec.europa.eu/info/strategy/better-regulation-why-and-how_hu

⁹ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/best-practice-principles-better-self-and-co-regulation>.

A Cosmetics Europe – az európai kozmetikumgyártók egyesülete – 2012-ben készített egy dokumentumot¹⁰, amely a felelős reklámozással és marketingkommunikációval kapcsolatos chartát és a kapcsolódó irányadó alapelveket tartalmazza a kozmetikai termékek EU-ban történő reklámozását illetően. A chartát és az irányadó alapelveket fokozatosan, a megfelelő mértékig hajtják végre a nemzeti reklámkódexekben.

A chartában és az irányadó alapelvekben megfogalmazott kötelezettségvállalásokkal összhangban az Európai Önszabályozó Reklámszervezet (EASA) 2015-ben egy első ellenőrzést hajtott végre a következő hat európai országban: Franciaország, Magyarország, Olaszország, Lengyelország, Svédország és az Egyesült Királyság. A reklámpari önszabályozó szervezetek összesen 1861 kozmetikai termékkel kapcsolatos (577 televíziós és 1284 nyomtatott) hirdetést elemeztek. Ezeket 2014 szeptemberében, valamint 2015 márciusában és júniusában sugározták/jelentették meg. Az EASA jelentése¹¹ alapján a releváns reklámozási kódexeknek és jogszabályoknak való megfelelés, valamint a közös kritériumoknak való megfelelés szintje egyaránt 91 %, ami jelzi a kozmetikai ipar elköteleződését a felelős reklámozás mellett.

Bár az önszabályozás nem helyettesíti a jogszabályokat, a charta és az irányadó alapelvek a nemzeti és európai jogi és szabályozási kereten túlmenően is érvényesek, és a közös kritériumok listáját további, társadalmi vonatkozású rendelkezésekkel is kiegészítik.

3. A TAGÁLLAMOK PIACFELÜGYELETI TEVÉKENYSÉGE A KOZMETIKAI TERMÉKEKRE VONATKOZÓ ÁLLÍTÁSOK TEKINTETÉBEN

3.1. Bevezetés

A kozmetikai termékekről szóló rendelet 22. cikke kimondja, hogy a tagállamok kötelessége az uniós piacon forgalmazott kozmetikai termékek belső piaci ellenőrzésével megállapítani, hogy azok megfelelnek-e a rendelet előírásainak. 2014 júliusában a Bizottság minden tagállamnak levelet írt, amelyben felszólította őket a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások piacfelügyeleti ellenőrzésének elvégzésére. A tagállamoknak az ellenőrzések eredményeit 2015. december 31-ig kellett közölniük.

A jelentéshez szükséges megfelelő adatok megszerzése érdekében a Bizottság a következő alapelvek figyelembevételét kérte a tagállamok piacfelügyeleti hatóságaitól:

1. Célkitűzés

A piacfelügyeleti tevékenységet a kozmetikai termékekről szóló rendelet 20. cikkének értelmében kell lefolytatni, azaz a közös kritériumok alapján megfogalmazott állítások használatára összpontosítva. Az ellenőrzést a kozmetikai termékekre kell alkalmazni az orvostechikai eszközökkel és gyógyszerekkel kapcsolatos határterületi kérdések tisztázása után.

A 20. cikk széles körű hatálya miatt a Bizottság jelentésében prioritást élveznek azon állítások, amelyek esetében a közös kritériumoknak való meg nem felelés esetleges negatív hatással lehet a fogyasztók egészségére.

¹⁰ <https://www.cosmeticseurope.eu/publications-cosmetics-europe-association/guidelines.html?view=item&id=87>.

¹¹ A Cosmetics Europe és az Európai Önszabályozó Reklámszervezet: A kozmetikai termékek reklámozásának vizsgálata, 2015.

Az egyes tagállamok illetékes hatóságainak integrálniuk kellett a közös kritériumokat és a kapcsolódó iránymutatásokat az ellenőrzési gyakorlatukba, és ezeket eszközként kell használniuk annak ellenőrzésére, hogy az állítások potenciálisan megtéveszthetik-e a fogyasztót.

2. Hatály

A vizsgált állításoknak minden kommunikációs formát (megszövegezés, jelek, szimbólumok stb.) és közvetítői felületet (csomagoláson levő címkézés, televíziós reklám, nyomtatott hirdetés stb.) fel kell ölelniük, és nem korlátozódhatnak a csomagoláson levő címkézések állításaira.

3. Időkeret

A piacfelügyelethez kapcsolódó belső piaci ellenőrzések időkerete egy naptári év (a szezonális termékek vizsgálatának lehetővé tétele érdekében).

4. Módszertan

Az illetékes hatóságoknak jelenteniük kell a Bizottságnak az elvégzett ellenőrzések, valamint a nem megfelelő állítások számát is.

Amennyiben a csomagoláson levő állítások nem felelnek meg a közös kritériumoknak, ellenőrizni kell, hogy a közös kritériumok alkalmazandóak voltak-e a termék forgalomba hozatalakor, vagyis hogy a terméket 2013. július 11-e előtt vagy után hozták-e forgalomba.

Vélt meg nem felelés esetén magyarázatot kell kérni a felelős személytől, valamint erre vonatkozóan jelentést kell tenni.

Huszonegy tagállam szolgáltatott információkat, jelezve, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások megfelelőségének ellenőrzése során a nemzeti közegészségügyi hatóságok alkalmazták a közös kritériumokat és a kapcsolódó iránymutatásokat. A kozmetikai termékekről szóló rendelet végrehajtása óta a közös kritériumokat rendszeresen használják a piacfelügyeletben, ideértve azokat az eseteket is, amikor a felelős személy vagy a forgalmazó forgalomba hoz egy terméket. Bizonyos tagállamok további uniós iránymutatásokat tartalmazó dokumentációt is használtak¹².

A kozmetikai termékekre vonatkozó állításokra alkalmazandó uniós iránymutatásokon kívül néhány tagállam további, az uniós szinten létrehozott jogi kereten belül elhelyezkedő részletesebb útmutatást és értelmezést nyújtó nemzeti iránymutatásokat vezetett be a társadalmi, kulturális és nyelvi kontextus figyelembe vétele érdekében.

A nemzeti kontextus figyelembevételének szükségessége különösen releváns annak felmérésekor, hogy az átlagfogyasztó hogyan értelmez bizonyos, termékkel kapcsolatos állításokat. Ezenkívül pedig az ízlés és az illem etikai kritériumai nem jelennek meg az uniós

¹² Ilyenek például a kozmetikai termékekről szóló 1223/2009/EK rendelet (2. cikk (1) bekezdés a) pont) alkalmazási körét bemutató kézikönyv (2013 novemberében készült 1.0 változat), vagy a kozmetikai termékekről szóló 76/768 irányelv és a gyógyszerekről szóló 2001/83 irányelv elhatárolására vonatkozó, iránymutatásokat tartalmazó útmutató: http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/products/borderline-products/index_en.htm.

jogi keretben, és ezeket kizárólag a tagállamok törvényei szabályozzák – értékelésük pedig az egyes tagállamok sajátos nyelvi, társadalmi és kulturális kontextusától függ.¹³

Egyes országok jobban összpontosítottak néhány közös kritériumra, mint például a jogszabályok betartása, a hitelesség, a bizonyítékokkal való alátámasztás és a megbízhatóság. Mások csak a jogszabályok betartását, a méltányosságot és a körültekintő döntéshozatalt elemezték mélyrehatóan. Mivel bizonyos esetekben a termékinformációs dokumentáció hozzáférhetősége nehézségekbe ütközött amiatt, hogy a felelős személy más országban tartózkodott, a hitelesség, a bizonyítékokkal való alátámasztás és a megbízhatóság kritériumait csak részben ellenőrizték.

Az ellenőrzés középpontjában minden tagállamban az egészségre vonatkozó állítások álltak. Ez megegyezett a Bizottság azon javaslatával, hogy az ellenőrzéseknek az olyan meg nem felelő vagy megtévesztő, egészségre vonatkozó állításokra kellene összpontosítaniuk, amelyek negatív hatással lehetnek a fogyasztók egészségére.

3.2. A tagállamok hatóságai által használt módszertan

A tagállamok piacfelügyeleti szervei elsősorban a nemzeti piacokon elérhető termékek ellenőrzésére összpontosítottak.

Az ellenőrzéseket a rendszeres piacfelügyeleti ellenőrzések vagy pedig konkrét helyszíni szemlék keretén belül végezték el e jelentés megszövegezésének előkészítéséként. A legtöbb tagállamban az ellenőrök megvizsgálták az érintett forgalmazókat, a felelős személyeket, a gyártási helyszíneket, a viszonteladókat, az online boltokat és a nagykereskedelmi egységeket. Több tagállam az importőrök és exportőrök telephelyeit is ellenőrizte.

A tagállamok megvizsgálták a különböző médiumokban (televízió, rádió, általános és szaksajtó, online felületek), a csomagoláson, a promóciós szórólapokon, a brosúrákban, a magazinokban és a weboldalakon (bizonyos márkák weboldalain, egészséggel kapcsolatos weboldalakon) található állításokat. Figyelembe vették a különböző fogyasztói csoportokat megcélzó közösségi médiumokat is. A tagállamok a gyógyszertárakban és a drogériákban megtalálható termékeket is megvizsgálták.

Az elemzéshez használt mintákat általában olyan termékekből vették, amelyekkel kapcsolatban a következő kategóriákba sorolható állításokat tették:

- az összetevőket jellemző állítások (pl. öregedésgátló),
- a termék hatékonyságára vonatkozó állítások (pl. napvédő hatású krém),
- egyes anyagok mellőzését kiemelő állítások (pl. nem tartalmaz illatanyagot),
- a termék és a bőrtípus összeférhetőségére vonatkozó állítások (pl. hipoallergén, érzékeny vagy atópiás bőrre),
- egészségügyi vagy egyéb, nem kozmetikai előnyökre vonatkozó állítások (pl. fényvédő vagy intimhigiéniai termékek).

A tagállamok ellenőrizték a termékinformációs dokumentációt, a biztonsági értékelési dokumentumokat, valamint a termékeken lévő állításokat (megszövegezés, képek,

¹³ Lásd a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (7) preambulumbekzdését, valamint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv végrehajtásáról/alkalmazásáról szóló bizottsági iránymutatás 1.6. pontját, SEC(2009) 1666 final, 12. o.

szimbólumok, márkanevek és megnevezések) is. A mintákat tudományos elemzésnek is alávetették az állításban szereplő összetevő meglétének vagy hiányának ellenőrzése érdekében.

Bizonyos tagállamok nyomon követték a kozmetikai termékekről szóló rendelet 23. cikkében és a riasztási rendszerben (RAPEX)¹⁴ megfogalmazott súlyos nemkívánatos hatásokkal kapcsolatos értesítéseket is.

3.3. A tagállamok által végzett piacfelügyeleti tevékenység eredményei

Huszonegy tagállamtól érkezett információ az ellenőrzésekről. Ezekből kiderül, hogy 2014-ben és 2015-ben összesen 38 995 kozmetikai termékekre vonatkozó állítást vizsgáltak meg. A 38 995 állítás közül 3730 (10 %) nem felelt meg az előírásoknak. A megfelelés és meg nem felelés százalékban kifejezett arányai a termék forgalmazási típusától függően jelentős mértékben változnak. Bizonyos tagállamokban a meg nem felelő állítások akár 70 %-a online volt megtalálható, alig 17 %-uk jelent meg magán a terméken, és 13 %-uk brosrúrákban.

3.3.1. A termékek használhatósága

Az információkat szolgáltató huszonegy tagállam közül tizenhat jelezte, hogy találtak olyan eseteket, amelyek során sérültek a bizonyítékokkal történő alátámasztás és a hitelesség kritériumai a jellemzőket elégséges bizonyítékkal alátámasztani nem tudó termékek esetén, mivel az elérhető tanulmányok nem voltak megismételhetők, valamint nem tudományos alapra épültek. Ez történt azon állítások esetében is, amelyek az egyik anyag jellemzőjét a végtermék jellemzőjeként tüntették fel. A termékben található anyag alacsony koncentrációja miatt a termék nem érte el az ígért hatást, a gyártó által a funkció bizonyítására rendelkezésre bocsátott bizonyítékokat pedig a hatóságok nem találták kielégítőnek. Az ilyen termékekről például azt állították, hogy fényvédő hatásuk van, vagy hogy nem tartalmaznak allergéneket. Ezeket az állításokat tisztességtelennek minősítették.

3.3.2. A gyógyító hatásra, a kezelési képességre és a terápiás hatásra vonatkozó állítások

Tíz tagállam talált egy kozmetikai termék gyógyító hatására vonatkozó, több kritériumot is megsértő állításokat, például a körütekintő döntéshozatalt, a megbízhatóságot, a bizonyítékokkal való alátámasztást és a jogszabályok betartását. Kiemelték, hogy a határterületi termékek megkülönböztetése és osztályozása során jelentős nehézségekbe ütköztek, amikor egy termékről meg kellett határozni, hogy kozmetikumnak, gyógyszernek vagy orvostechikai eszköznek minősül-e.

A közös kritériumok csak akkor használandók, ha a terméket kozmetikai terméként határozták meg a kozmetikai termékekről szóló rendelet 2. cikke alapján.¹⁵ Ellenkező esetben fennáll a veszélye annak, hogy bizonyos termékeket hibásan minősítenek a kritériumoknak nem megfelelő kozmetikumnak, miközben ezek orvostechikai eszközök vagy gyógyszerek.

¹⁴ A riasztási rendszer (RAPEX) harmincegy európai ország és a Bizottság számára teszi lehetővé a fogyasztók egészségére és biztonságára veszélyes nem élelmiszer jellegű termékekről való gyors információcserét. http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/index_en.htm

¹⁵ Kozmetikai terméknek minősül minden olyan anyag vagy keverék, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberi test különböző külső részeivel (hámréteg, haj és testszőrzet, körmök, ajkak és külső nemi szervek) vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezésbe kerüljön, kizárólag vagy elsősorban azok tisztítása, illatosítása, kinézetük megváltoztatása, védelme, megfelelő állapotban tartása céljából, vagy a testszag megszüntetése érdekében.

Következésképpen a piacfelügyeleti ellenőrzéseket kizárólag a kozmetikai termékekre vonatkozóan, az orvostechnikai eszközökkel és gyógyszerekkel kapcsolatos határterületi problémák tisztázása után szabad elvégezni.

A tagállamok többsége a gyógyhatást tartalmazó állításokat tartotta a fogyasztókra leginkább veszélyes megtévesztő állításoknak. Az a feltételezés, hogy egy kozmetikai termék terápiás és gyógyító hatással rendelkezik, késleltetheti a fogyasztókat orvosuk felkeresésében és a kezelés elvégzésében. A megtévesztő állítások között megtalálhatók voltak a bőrre, a vérkeringésre, a mélyebb szövetekre, az izomzatra, az ízületekre, a vérerekre és a zsírszövetre, valamint a gyulladáscsökkentő és gyógyító hatásra vonatkozó állítások. A termékeknek gyógyító vagy biocid hatást tulajdonító állításokat a felelős személy nem tudta bizonyítékokkal alátámasztani.

3.3.3. Engedélyezett összetevőket nem tartalmazó termékekre vonatkozó állítások

Tíz tagállam jelezte a méltányosság kritériumának megsértését az ellenőrzött állításokban, mivel ezek az engedélyezett összetevőket rossz színben tüntették fel. Ilyenek például a „parabénmentes” vagy az „alumíniummentes” állítások.

A vizsgált kozmetikai termékek 20 %-a tartalmazott valamilyen „-mentes” állítást, és sokuk állította, hogy „parabénmentes”. Ez az állítás a médiafigyelem miatt forgalmazási szempontból rendkívül vonzó. A tagállamok azonban úgy ítélték meg, hogy ez a gyakorlat sérti a méltányosság kritériumát, mivel rossz színben tünteti az engedélyezett összetevőket.

Másrészt viszont több tagállam jelezte, hogy az alkohol-, illóolaj- vagy szappanmentességre vonatkozó állítások megfelelnek a kritériumoknak, mivel a fogyasztó számára alapvető fontosságú ezen összetevők elkerülésének lehetősége vallási okok vagy allergia miatt.

3.3.4. Tiltott összetevőket nem tartalmazó termékekre vonatkozó állítások

Néhány tagállam jelezte, hogy a tiltott összetevők hiányát kiemelő, illetve az uniós minőségi előírások és a „helyes gyártási gyakorlat” betartását megemlítő állításokat nem megfelelőnek minősítették, mivel megsértették a jogszabályok betartására vonatkozó kritériumot. Az ilyen állítások összezavarhatják a fogyasztókat, és növelik a versenyt azon gyártókkal, akik ugyanúgy betartják a kozmetikai termékekről szóló rendeletet, azonban ezt nem mondják ki.

3.3.5. Hipoallergén tulajdonságra vonatkozó állítások

Hét tagállam jelezte, hogy dokumentációval vagy bizonyítékokkal alá nem támasztott, hipoallergén tulajdonságra vonatkozó állításokat talált. Bizonyos nemzeti hatóságok olyan hajfestékekre vonatkozó állításokat találtak, amelyek szerint a hajfesték a festés során a bőrproblémákat garantáltan vagy részben megszüntető (vagy az allergia kockázatát csökkentő) összetevőket tartalmaz. Ezek a termékek ugyanakkor jól ismert allergéneket: rezorcinolt és para-feniléndiamint tartalmaztak. A hajfestékek használatával kapcsolatos allergiás reakciók kockázatának alulbecslését megkísérlő állítások veszélyesek az emberi egészségre, és megakadályozhatják a fogyasztókat abban, hogy körültekintő döntést hozhassanak a termék használatáról.

3.3.6. Azon összetevők jelenlétére/hiányára vonatkozó állítások, amelyek nem voltak megtalálhatók/megtalálhatók voltak a termékben

Öt tagállam jelentett olyan esetet, amikor az állításban megjelölt összetevő hiányzott a termékből, ez pedig sérti a hitelesség kritériumát.

3.3.7. Az „állatokon nem tesztelt” felirat és a nyúl logó

Négy tagállam jelentett a bizonyítékkal való alátámasztás kritériumának meg nem felelő eseteket, amelyekben bár a termékre vonatkozó szövegben vagy a nyúl logó feltüntetésével a termékekről azt állították, hogy azokat nem tesztelték állatokon, a felelős személy nem tudta ezen kijelentéseket az összes kozmetikai összetevő tekintetében bizonyítani. A kozmetikai termékekről szóló rendelet 2013 óta tiltja az állatokon tesztelt kozmetikumok vagy anyagok kozmetikai végtermékben történő használatát.

3.4. Korrekciós intézkedések meg nem felelés esetén

A tagállamok a beérkezett információk alapján a korrekciós intézkedések széles skáláját alkalmazták a közös kritériumoknak meg nem felelő állításokkal kapcsolatban. A leggyakrabban jelentett korrekciós intézkedések közé tartoznak a következők:

- A felelős személynek, az importőrnek vagy a gyártónak címzett írásbeli tanács, valamint az értékesítés leállítása és betiltása addig, amíg a termék meg nem felel az előírásoknak. Ezt az intézkedést a kritériumoknak nem megfelelő kozmetikai termékeket forgalmazó online boltokra is alkalmazták.
- A felelős személy felkérése a reklámban szereplő állítás módosítására. A módosítást nemcsak a terméken, hanem a médiában és az interneten is el kell végezni.
- A felelős személy utasítása arra, hogy visszamenőleg végezzen a termék és a bőrtípus összeférhetőségét vizsgáló teszteket egy bizonyos célcsoport esetében.
- A felelős személy felszólítása új tanulmányok elvégzésére az állítások elégséges bizonyítékkal történő visszamenőleges alátámasztása céljából.
- Pénzügyi szankciók bizonyos tagállamokban.
- Hibás fordítások esetében a címkézés javításának előírása.
- A jogszabályi előírásokra történő emlékeztetés vagy bírósági meghagyás kiküldése a felelős személyeknek.
- A címkézés megfelelő javításának biztosítása ismételt piacfelügyeleti ellenőrzésekkel, vagy pedig a releváns dokumentált bizonyítékok beérkezésének megvárása a hatóságokhoz a termék újbóli forgalmazásának engedélyezése előtt.

4. KÖVETKEZTETÉSEK

A kozmetikai termékre vonatkozó állításokat és e termékek reklámozását szabályozó jelenlegi európai szabályozási keret rendkívül átfogó, ezenkívül pedig magas szintű fogyasztóvédelmet biztosít, ugyanakkor lehetővé teszi az európai kozmetikai ipar számára, hogy versenyképes legyen az Unióban és a világon.

A tagállamok által a jelentéshez nyújtott információk alapján a vizsgált kozmetikai termékekre vonatkozó állítások 90 %-a megfelelt a 655/2013/EU rendeletben megfogalmazott közös kritériumoknak.

Meg kell jegyezni, hogy a közös kritériumok csak a kozmetikai termékekről szóló rendeletben meghatározott, kozmetikai termékeknek minősülő termékekre alkalmazandók az orvostechikai eszközökkel és gyógyszerekkel kapcsolatos határterületi problémák tisztázása

után. A tagállamok feladata annak eseti elbírálása, hogy egy termék kozmetikumnak minősül-e vagy sem.

A legtöbb nem megfelelő állítás a kozmetikai termék funkciójára és teljesítményére vonatkozó megtévesztő állítások kategóriájába tartozott. Ezenkívül – amint azt a nemzeti hatóságok is megemlítették a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások ellenőrzése kapcsán – nehézségekbe ütközött annak megítélése, hogy hogyan kellene a „hipoallergén” és az „(engedélyezett összetevőtől) mentes” állításokat kezelni. Az ilyen állítások rossz színben tüntetik fel az adott összetevőt, mivel negatív benyomást keltenek a fogyasztóban az engedélyezett és tudományosan bizonyított biztonságos összetevőről.

A jelentéshez hozzájáruló valamennyi tagállam egyetértett abban, hogy szükség van a „mentes” és a „hipoallergén” típusú állítások tisztázására. Ez az állításokkal foglalkozó meglévő alunkacsoport és a két problémával kapcsolatos ad hoc technikai dokumentumok segítségével oldható meg.