

## KOMISIJOS REGLAMENTAS (ES) Nr. 655/2013

2013 m. liepos 10 d.

## kuriuo nustatomi bendrieji teiginių apie kosmetikos gaminius pagrindimo kriterijai

(Tekstas svarbus EEE)

EUROPOS KOMISIJA,

apsaugos teisės aktų vykdymą, bendradarbiavimo (toliau – Reglamentas dėl bendradarbiavimo vartotojų apsaugos srityje) <sup>(2)</sup>;

atsižvelgdama į Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo,

- (4) Reglamento (EB) Nr. 1223/2009 20 straipsnis taikomas gaminiams, kuriems taikoma šio reglamento 2 straipsnyje pateikta kosmetikos gaminių apibrėžtis. Bendrieji kriterijai taikomi tik atlikus įvertinimą ir nustatčius, kad nagrinėjamas gaminytis tikrai yra kosmetikos gaminytis. Nacionalinės kompetentingos institucijos ir nacionaliniai teismai nusprendžia, kokią teisinę sistemą taikyti kiekvienu atveju;

atsižvelgdama į 2009 m. lapkričio 30 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 1223/2009 dėl kosmetikos gaminių <sup>(1)</sup>, ypač į jo 20 straipsnio 2 dalies antrą pastraipą,

kadangi:

(1) Reglamento (EB) Nr. 1223/2009 2 straipsnio 1 dalies f punkte apibrėžtiems galutiniams naudotojams pateikiama labai įvairių teiginių apie kosmetikos gaminių funkciją, sudėtį ir poveikį. Kosmetikos gaminiams galutinių naudotojų gyvenime tenka tokia didelė reikšmė, todėl svarbu, kad tokiuose teiginiuose apie gaminius pateikiama informacija būtų naudinga, suprantama ir patikima, ir kad remdamiesi tokia informacija naudotojai galėtų priimti pagrįstus sprendimus ir pasirinkti jų reikmes bei lūkesčius geriausiai atitinkantį gaminį;

(2) pagrindinė teiginių apie kosmetikos gaminių paskirtis – informuoti galutinius naudotojus apie gaminių savybes ir kokybę. Minėti teiginiai yra esminės priemonės gaminiams atskirti. Jie taip pat padeda skatinti inovacijas ir stiprinti konkurencingumą;

(3) siekiant pagrįsti teiginių apie kosmetikos gaminius naudojimą, reikėtų nustatyti bendruosius Sąjungos lygmens kriterijus. Nustatant bendruosius kriterijus siekiama pagrindinio tikslo – užtikrinti aukšto lygio galutinių naudotojų apsaugą, visų pirma nuo klaidinančių teiginių apie kosmetikos gaminius. Bendrosiomis Sąjungos lygmens priemonėmis taip pat turėtų būti užtikrinta geresnė valstybių narių kompetentingųjų institucijų veiksmų konvergencija ir užkirstas kelias vidaus rinkos iškraipymui. Toks požiūris taip pat turėtų padėti bendradarbiauti nacionalinėms institucijoms, atsakingoms už vartotojų apsaugos teisės aktų vykdymo užtikrinimą, kaip nustatyta 2004 m. spalio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (EB) Nr. 2006/2004 dėl nacionalinių institucijų, atsakingų už vartotojų

(5) bendrieji kriterijai turėtų būti taikomai nepažeidžiant 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičiančios Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 (toliau – Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva) <sup>(3)</sup>, 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos <sup>(4)</sup> ir kitų taikomų Sąjungos teisės aktų;

(6) siekiant atsižvelgti į Sąjungos socialinę, kalbinę ir kultūrinę įvairovę ir išsaugoti Europos pramonės novatoriškumą bei konkurencingumą, informacija galutiniams naudotojams turėtų būti teikiama lanksčiai. Toks požiūris dera su Teisingumo Teismo taikomais principais; Teisingumo Teismas ne kartą pabrėžė, kad norint nustatyti, ar teiginys gali suklaidinti naudotoją, būtina atsižvelgti į pastarojo lūkesčius, konkrečias teiginio parengimo aplinkybes bei sąlygas, įskaitant socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius <sup>(5)</sup>;

(7) nors bendraisiais kriterijais užtikrinama, kad visoje Sąjungoje būtų laikomasi tų pačių principų, jais neturėtų būti siekiama apibrėžti ir nustatyti teiginių apie kosmetikos gaminius teksto;

(8) siekiant užtikrinti, kad bendrieji teiginių apie kosmetikos gaminius kriterijai būtų taikomi nuo tos pačios datos, kaip Reglamentas (EB) Nr. 1223/2009, šis reglamentas turėtų būti taikomas nuo 2013 m. liepos 11 d.;

<sup>(2)</sup> OL L 364, 2004 12 9, p. 1.

<sup>(3)</sup> OL L 149, 2005 6 11, p. 22.

<sup>(4)</sup> OL L 376, 2006 12 27, p. 21.

<sup>(5)</sup> Pvz., žr. 2000 m. bylą C-220/98, *Estée Lauder Cosmetics* prieš *Lancaster*. Rink. p. I-00117, 29 punkta.

<sup>(1)</sup> OL L 342, 2009 12 22, p. 59.

- (9) šiame reglamente nustatytos priemonės atitinka Kosmetikos gaminių nuolatinio komiteto nuomonę,

PRIĖMĖ ŠĮ REGLAMENTĄ:

*1 straipsnis*

Šis reglamentas taikomas teiginiams, pateikiamiems teksto, pavadinimų, prekių ženklų, paveikslų ir metaforinių ar kitų ženklų pavidalu, kurie yra tiesiogiai arba netiesiogiai susiję su gaminio savybėmis bei funkcijomis ir yra naudojami ženklinant, tiekiant rinkai ir reklamuojant kosmetikos gaminius. Jis taikomas visiems teiginiams, nepaisant naudojamos rinkodaros priemonės būdo ar tipo, teiginyje nurodytų gaminio funkcijų ir tikslinių grupių.

Šis reglamentas privalomas visas ir tiesiogiai taikomas visose valstybėse narėse.

Priimta Briuselyje 2013 m. liepos 10 d.

*2 straipsnis*

Reglamento (EB) Nr. 1223/2009 4 straipsnyje nurodytas atskaitingas asmuo užtikrina, kad teiginio apie kosmetikos gaminių tekstas atitiktų priede nustatytus bendruosius kriterijus ir derėtų su dokumentuose, kuriuose aprašomas teiginyje apie kosmetikos gaminių nurodytas poveikis ir kurie yra Reglamento (EB) Nr. 1223/2009 11 straipsnyje nurodytos gaminio informacijos bylos dalis, pateikta informacija.

*3 straipsnis*

Šis reglamentas įsigalioja kitą dieną po jo paskelbimo *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje*.

Jis taikomas nuo 2013 m. liepos 11 d.

*Komisijos vardu*

*Pirmininkas*

José Manuel BARROSO

## PRIEDAS

**BENDRIEJI KRITERIJAI****1. Teisinė atitiktis**

- 1) Teiginių, kuriuose nurodoma, kad gaminių Sąjungoje leido naudoti arba patvirtino kompetentinga valdžios institucija, vartoti neleidžiama.
- 2) Teiginio priimtumas grindžiamas kosmetikos gaminio vidutinio galutinio naudotojo, kuris yra pagrįstai gerai informuotas ir gana atidus bei apdairus, atsižvelgiant į susijusios rinkos socialinius, kultūrinius ir kalbinius veiksnius.
- 3) Teiginių, leidžiančių manyti, kad gaminys turi ypatingos naudos, kai ši nauda tėra tik atitiktis būtiniausiems teisiniams reikalavimams, vartoti neleidžiama.

**2. Tiesa**

- 1) Jei gaminio teiginyje nurodyta konkreti sudedamoji dalis, ji tame gaminyje ir turi būti.
- 2) Teiginiai apie sudedamąsias dalis, kuriuose nurodomos konkrečios sudedamosios dalies savybės, neleidžia manyti, kad galutinis gaminys turi tas pačias savybes, jei taip iš tikrųjų nėra.
- 3) Rinkodaros pranešimai neleidžia manyti, kad nuomonės yra patikrinti teiginiai, jei tos nuomonės nėra pagrįstos patikrinamais įrodymais.

**3. Pagrindimas įrodymais**

- 1) Kosmetikos gaminių teiginiai (tiesioginiai arba netiesioginiai) yra pagrįsti tinkamais ir patikrinamais įrodymais, nepaisant to, kokie įrodymai naudojami jiems pagrįsti, prireikus remiamasi ekspertų įvertinimu.
- 2) Pateikiant įrodymus teiginiui pagrįsti atsižvelgiama į gerąją patirtį.
- 3) Jei kaip įrodymai naudojami tyrimai, jie turi būti susiję su gaminiu bei nurodyta nauda ir atliekami vadovaujantis tinkamai parengta ir taikoma metodika (galiojančia, patikima ir atkuriamą) ir laikantis etikos reikalavimų.
- 4) Įrodymų ar pagrindimo lygis atitinka tam tikro tipo teiginį; tai itin svarbu teiginių, dėl kurių neveiksmingumo gali kilti su sauga susijusių problemų, atveju.
- 5) Tačiau akivaizdžiai perdėtų pareiškimų, kuriuos vidutinis galutinis naudotojas neturi suprasti tiesiogine prasme (hiperbolė), arba abstraktaus pobūdžio teiginių paprastai pagrįsti nereikia.
- 6) Teiginyje, kuriuo ekstrapoliuojamos (tiesiogiai arba netiesiogiai) gatavo gaminio sudedamųjų dalių savybės, yra pagrįstas tinkamais ir patikrinamais įrodymais, pvz., įrodančiais veiksmingą sudedamųjų dalių koncentraciją.
- 7) Vertinimas, ar teiginys priimtinas, yra pagrįstas visų esamų tyrimų, duomenų ir informacijos įrodymų svarumu, atsižvelgiant į teiginio pobūdį ir paplitusias galutinių naudotojų bendrąsias žinias.

**4. Sąžiningumas**

- 1) Gaminio veiksmingumo pristatymas grindžiamas tik turimais patvirtinančiais įrodymais.
- 2) Teiginyje nenurodomos ypatingos (t. y. unikalios) susijusio gaminio savybės, jei tas pačias savybes turi panašūs gaminiai.
- 3) Jei gaminio naudojimas susijęs su tam tikromis sąlygomis (pvz., jis naudojamas kartu su kitais gaminiiais), tai aiškiai nurodoma.

**5. Teisingumas**

- 1) Kosmetikos gaminių teiginiai yra objektyvūs ir jais nemenkinami konkurentų gaminiai bei teisėtai naudojamos kosmetikos gaminių sudedamosios dalys.
- 2) Kosmetikos gaminių teiginiai nekelia painiavos dėl konkurentų gaminių.

**6. Pagrįstų sprendimų priėmimas**

- 1) Teiginiai yra aiškūs ir suprantami vidutiniam galutiniam naudotojui.
  - 2) Teiginiai yra neatskiriama gaminių dalis, todėl juose pateikiama informacija, kuria remdamasis vidutinis galutinis naudotojas galėtų pagrįstai pasirinkti gaminius.
  - 3) Rinkodaros pranešimuose atsižvelgiama į tikslinės grupės (atitinkamų valstybių narių gyventojų arba gyventojų dalies, pvz., skirtingo amžiaus ir lyties galutinių naudotojų) gebėjimą suvokti pranešimus. Rinkodaros pranešimai yra aiškūs, tikslūs, aktualūs ir suprantami tikslinei grupei.
-