



Bruxelles, 19.9.2016
COM(2016) 580 final

RAPORT AL COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIU

**privind declarații referitoare la produs pe baza criteriilor comune în domeniul
produselor cosmetice**

1. INTRODUCERE

Industria europeană a produselor cosmetice este un sector dinamic și competitiv. În fiecare an, aproximativ 25 % dintre produsele cosmetice introduse pe piața europeană sunt noi. Europa este lider mondial în domeniul produselor cosmetice, sectorul vânzărilor cu amănuntul fiind evaluat la 77 de miliarde de euro. Europa exportă o treime din cantitatea totală de produse cosmetice vândute la nivel mondial.

Produsele cosmetice cuprind un spectru foarte larg de produse clasificate într-o mare varietate de categorii de produse, de la șampoane, arome și vopsele de păr până la produse de protecție solară, pastă de dinți și deodorante. Având în vedere numărul mare de produse cosmetice disponibile pe piața UE (peste 1 milion de produse diferite), este foarte important ca informațiile care le sunt comunicate consumatorilor să fie specifice, ușor de înțeles și fiabile, justificate prin folosirea unor metode general acceptate care să le permită să ia decizii în cunoștință de cauză și să aleagă produsele care corespund cel mai bine nevoilor lor.

Declarațiile referitoare la produse și publicitatea sunt mijloace esențiale care servesc la informarea consumatorilor cu privire la caracteristicile și calitățile produselor și îi ajută să aleagă produsele care corespund cel mai bine nevoilor și așteptărilor lor. În prezent, practic fiecare produs cosmetic introdus pe piața UE este însoțit de un tip de comunicare, care se încadrează în domeniul de aplicare al declarațiilor referitoare la produse.

De asemenea, declarațiile referitoare la produse sunt instrumente de marketing folosite de către societățile din domeniul produselor cosmetice ca mijloace de diferențiere a produselor proprii față de produsele firmelor concurente, astfel, declarațiile respective ar putea contribui la funcționarea pieței interne, la stimularea inovării și la încurajarea concurenței între societăți.

Pentru ca declarațiile referitoare la produsele cosmetice să servească în mod adecvat scopului pentru care au fost elaborate, este important să fie pus în aplicare un cadru eficient cu ajutorul căruia să se asigure că acestea sunt corecte și nu induc în eroare consumatorii, având în vedere contextul și metodele de marketing (indiferent dacă este vorba despre materiale tipărite, reclame TV sau dacă se folosesc orice tipuri noi de mijloace de comunicare noi, cum ar fi internetul sau telefoanele inteligente) în care sunt prezentate aceste declarații.

În acest scop, autoritățile competente responsabile pentru supravegherea pieței trebuie să fie în măsură să verifice cu ușurință toate declarațiile pe baza unor criterii comune armonizate la nivelul UE. Comisia a adoptat criteriile comune prin Regulamentul (UE) nr. 655/2013 („Regulamentul privind declarațiile”)¹ criterii comune pentru justificarea declarațiilor utilizate în legătură cu produsele cosmetice. În plus, Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 („Regulamentul privind produsele cosmetice”)² prevede că, până la 11 iulie 2016, Comisia trebuie să prezinte Parlamentului European și Consiliului un raport privind utilizarea declarațiilor pe baza criteriilor comune adoptate.

Obiectivul principal al prezentului raport este de a evalua conformitatea juridică a declarațiilor referitoare la produsele cosmetice cu criteriile comune adoptate și de a specifica

¹ Regulamentul (UE) nr. 655/2013 din 10 iulie 2013 de stabilire a unor criterii comune pentru justificarea declarațiilor utilizate în legătură cu produsele cosmetice (JO L 190, 11.7.2013, p. 31).

² Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 al Parlamentului European și al Consiliului din 30 noiembrie 2009 privind produsele cosmetice (JO L 342, 22.12.2009, p. 59).

măsurile corespunzătoare pe care Comisia și statele membre trebuie să le adopte în caz de neconformitate, în cooperare cu statele membre.

2. LEGISLAȚIA UE APLICABILĂ DECLARAȚILOR REFERITOARE LA PRODUSELE COSMETICE

2.1. Articolul 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice

Declarațiile întocmite pentru produsele cosmetice („declarațiile referitoare la produsele cosmetice”) sunt mesaje de marketing voluntare utilizate de către operatorii economici în etichetarea, comercializarea sau promovarea produselor lor. În conformitate cu articolul 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice, declarațiile referitoare la produsele cosmetice sunt texte, nume, mărci, poze și semne figurative sau alte semne care sugerează în mod explicit sau implicit caracteristici sau funcții utilizate la etichetarea, punerea la dispoziție pe piață și promovarea produselor cosmetice pentru a prezenta, în mod explicit sau implicit, caracteristicii sau funcții ale produselor respective. Aceste declarații nu includ informațiile obligatorii care trebuie să figureze pe produsele cosmetice, de exemplu, cele prevăzute la articolul 19 din Regulamentul privind produsele cosmetice referitoare la etichetarea produselor.

Articolul 20 prevede că declarațiile nu trebuie folosite pentru a sugera faptul că produsele cosmetice [astfel cum sunt definite în conformitate cu articolul 2 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul privind produsele cosmetice] au caracteristici sau funcții pe care nu le posedă.

Cu toate acestea, articolul 20 nu acoperă toate declarațiile elaborate în legătură cu comercializarea produselor cosmetice. De exemplu, declarațiile care nu se referă la caracteristicile sau funcțiile produsului și care nu intră sub incidența Regulamentului privind produsele cosmetice (de exemplu, declarații referitoare la ambalaj sau la prețuri) sunt incluse în alte reglementări UE, cum ar fi Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori („Directiva privind practicile comerciale neloiale” – „DPCN”) ³ și Directiva 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă („DPIC”) ⁴.

În consecință, în sensul prezentului raport, termenul „declarații referitoare la produsele cosmetice” se referă numai la acele declarații care se încadrează în sfera de aplicare a articolului 20 din Regulament privind produsele cosmetice.

Adoptarea unor criterii comune pentru declarațiile referitoare la produsele cosmetice a fost cea mai importantă etapă în procesul de punere în aplicare a articolului 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice⁵. Criteriile comune au fost publicate în Regulamentul privind declarațiile din 11 iulie 2013 și au intrat imediat în vigoare⁶.

³ Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (JO L 149, 11.6.2005, p. 22).

⁴ Directiva 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă (JO L 376, 27.12.2006, p. 21).

⁵ Criteriile comune au fost elaborate de către Subgrupul de lucru privind declarațiile, înființat în cadrul Grupului de lucru privind produsele cosmetice, în scopul punerii în aplicare a articolului 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice. Subgrupul de lucru este prezidat de Comisie și este format din reprezentanți ai statelor membre, ai industriei produselor cosmetice, inclusiv ai întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri), precum și ai Organizației Europene a Consumatorilor BEUC.

⁶ Pentru a se asigura aplicarea armonizată a criteriilor comune, Comisia și Subgrupul de lucru privind declarațiile au elaborat, de asemenea, orientări fără caracter juridic obligatoriu, care sunt disponibile pe site-

2.2. Criteriile comune pentru justificarea declarațiilor referitoare la produsele cosmetice

Obiectivul principal al stabilirii unor criterii comune este acela de a garanta un nivel ridicat de protecție pentru consumatori, mai ales împotriva declarațiilor înșelătoare referitoare la produsele cosmetice. Criteriile comune asigură societăților un cadru european, oferă autorităților competente ale statelor membre un temei juridic mult mai complex pentru deciziile referitoare la controlul pe piață și, prin urmare, ar trebui să fie utilizate ca referință pentru orice analiză ulterioară. Autoritățile competente pot verifica declarațiile referitoare la produsele cosmetice mult mai ușor atunci când aplică criteriile comune.

Criteriile comune se aplică declarațiilor sub formă de texte, denumiri, mărci, imagini și semne figurative sau de alt tip care transmit în mod explicit sau implicit caracteristici sau funcții ale produsului și care sunt utilizate la etichetarea, punerea la dispoziție pe piață și promovarea produselor cosmetice. Ele se aplică oricărei declarații, indiferent de calea de comunicare sau de tipul de instrument de comercializare utilizat, de funcțiile declarate ale produsului și de publicul țintă.

Cele șase criterii comune sunt conformitatea juridică, veridicitatea, elementele probatorii, onestitatea, echitatea și alegerea în cunoștință de cauză.

2.3. Legislația orizontală a UE aplicabilă declarațiilor referitoare la produsele cosmetice

2.3.1. Raportul între Regulamentul privind cosmeticele și DPCN

Regulamentul privind produsele cosmetice și Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori au ca obiectiv similar să protejeze consumatorii împotriva declarațiilor înșelătoare, iar directiva se poate aplica în mod complementar declarațiilor referitoare la produsele cosmetice, în măsura în care acestea se încadrează în categoria practicilor comerciale care fac obiectul DPCN.

Dispozițiile Regulamentului privind produsele cosmetice prevalează ca *lex specialis* peste dispozițiile DPCN în cazul în care aspectele specifice ale practicilor comerciale neloiale sunt reglementate în regulamentul. Principiul respectiv este clar stabilit în DPCN, care prevede la articolul 3 alineatul (4) că, în cazul unui conflict cu „alte norme comunitare care reglementează aspecte specifice ale practicilor comerciale neloiale”, acestea din urmă prevalează și se aplică respectivelor aspecte specifice. Acest principiu este clarificat în considerentul 10 din DPCN care prevede că „prezenta directivă nu se aplică decât în cazul în care nu există dispoziții comunitare speciale care să reglementeze aspecte particulare ale practicilor comerciale neloiale, precum cerințele privind informațiile sau normele ce reglementează modul în care datele sunt prezentate consumatorilor.”⁷

ul web al Comisiei (http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/legislation_ro). Anexa I la orientări oferă o descriere detaliată a criteriilor comune prevăzute în Regulamentul privind declarațiile, inclusiv exemple ilustrative și neexhaustive de declarații. Anexa II prezintă cele mai bune practici referitoare în mod specific la tipul de elemente probatorii utilizate pentru justificarea declarațiilor utilizate în legătură cu produsele cosmetice.

⁷ A se vedea, de asemenea, secțiunea 3.3.3 privind aplicarea/transpunerea Directivei 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale, SEC(2009) 1666 final, p.54.

Odată cu adoptarea criteriilor comune și a orientărilor care le însoțesc, Regulamentul privind produsele cosmetice devine un cadru mai precis, mai detaliat și mai specific sectorului în baza căruia trebuie evaluate în primul rând declarațiile referitoare la produsele cosmetice care se încadrează în domeniul de aplicare al articolului 20.

2.3.2. Raportul între Regulamentul privind cosmeticele și DPIC

Directiva 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă are ca scop protejarea comercianților împotriva publicității înșelătoare și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă. Deși DPIC poate, în anumite cazuri, să reglementeze practici similare celor abordate în DPCN, evaluarea în conformitate cu DPIC a practicilor în cauză se concentrează pe impactul acestora asupra concurenților.

La rândul său, nici articolul 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice nu face distincție între protecția consumatorilor și cea a concurenților.

Deși considerentul 51 din Regulamentul privind produsele cosmetice subliniază necesitatea de a proteja consumatorii împotriva informațiilor înșelătoare, domeniul de aplicare al articolului 20 nu se limitează la protecția consumatorilor. „Echitatea” se numără printre criteriile comune, ca principiu fundamental care vizează protejarea intereselor concurenților și comerțul echitabil.

Cu toate acestea, deși vizează obiective similare, domeniul de aplicare al DPIC este mai cuprinzător decât cel al articolului 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice și nu se limitează la funcția și caracteristicile produselor. DPIC poate reglementa orice formă de publicitate utilizată pentru a promova furnizarea de produse.

2.4. Autoreglementarea în ceea ce privește declarațiile privind produsele cosmetice

Autoreglementarea este o practică comună în domeniul publicității, iar cei trei actori principali din industria publicității (agenți de publicitate, agenții și mass-media) colaborează și respectă anumite norme și coduri de practică și de conduită. Aceste coduri sunt de competența organismelor de autoreglementare din domeniul publicității („SRO”), responsabile pentru instituirea, revizuirea, implementarea și respectarea acestora.

Pachetul referitor la o mai bună legiferare⁸ adoptat de Comisie prevede că instrumentele de autoreglementare sunt importante și complementare instrumentelor de reglementare. Pachetul validează, ca criteriu de referință, principiile pentru o mai bună autoreglementare și coreglementare, precum și practica comunitară aferentă, elaborate de către Comunitatea pentru practica în domeniul autoreglementării și coreglementării a Comisiei Europene⁹. Autoreglementarea este, de asemenea, consacrată în legislație, de exemplu, articolul 2 litera (f) din DPIC.

Sistemele de autoreglementare oferă sprijin industriei în scopul asigurării unui nivel suplimentar de protecție a consumatorilor prin consolidarea încrederii consumatorilor în mărci, prin promovarea publicității responsabile.

În 2012, *Cosmetics Europe*, Asociația europeană pentru produsele cosmetice, a elaborat o carte și principii directoare privind publicitatea responsabilă și comunicarea în domeniul

⁸ Pachetul Comisiei Europene privind o mai bună legiferare, 13.4.2016: http://ec.europa.eu/smart-regulation/index_ro.htm.

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

marketingului („C&PD”)¹⁰, în ceea ce privește publicitatea produselor cosmetice în UE. Principiile directoare sunt puse în aplicare în mod treptat în codurile naționale în domeniul publicității, în măsura în care acest lucru este relevant.

În conformitate cu angajamentele asumate în principiile directoare privind publicitatea responsabilă și comunicarea în domeniul marketingului, primul exercițiu de monitorizare a fost efectuat în 2015 de Alianța Europeană pentru Standarde în Publicitate („EASA”) pe teritoriul a șase state europene: Franța, Ungaria, Italia, Polonia, Suedia și Regatul Unit. Organismele de autoreglementare din domeniul publicității au analizat un număr total de 1 861 de reclame (dintre care 577 reclame de televiziune și 1 284 reclame tipărite) pentru produse cosmetice, difuzate/publicate în septembrie 2014, martie 2015 și iunie 2015. Raportul EASA¹¹ indică un nivel de conformitate de 91 % cu toate codurile de publicitate relevante și cu legislația, precum și cu criteriile comune; acesta demonstrează astfel angajamentul operatorilor din industria produselor cosmetice de a respecta practicile responsabile în domeniul publicității.

Deși autoreglementarea nu înlocuiește reglementarea, principiile directoare privind publicitatea responsabilă și comunicarea în domeniul marketingului se aplică în afara cadrului legislativ și de reglementare la nivel național și european. Acestea completează lista criteriilor comune cu dispoziții suplimentare care abordează preocupări de ordin social.

3. ACȚIUNEA DE SUPRAVEGHERE A PIEȚEI STATELOR MEMBRE CU PRIVIRE LA DECLARAȚIILE REFERITOARE LA PRODUSELE COSMETICE

3.1. Introducere

Articolul 22 din Regulamentul privind produsele cosmetice prevede că statele membre trebuie să supravegheze respectarea dispozițiilor regulamentului prin intermediul controalelor efectuate pe piață asupra produselor cosmetice care sunt puse la dispoziție pe piața UE. În iulie 2014, Comisia a trimis o scrisoare tuturor statelor membre prin care le solicita să efectueze controale de supraveghere a pieței având ca obiect declarațiile referitoare la produsele cosmetice. Aceasta a solicitat statelor membre să comunice rezultatele controalelor până la 31 decembrie 2015.

Pentru a obține date corecte care urmau să fie introduse în raportul său, Comisia a solicitat ca autoritățile de supraveghere a pieței din statele membre să aibă în vedere următoarele principii:

1. Obiectivul

Acțiunea de supraveghere a pieței trebuie să se desfășoare în conformitate cu dispozițiile articolului 20 din Regulamentul privind produsele cosmetice și trebuie să se concentreze asupra utilizării declarațiilor pe baza criteriilor comune. Acțiunea ar trebui să se aplice produselor cosmetice după clarificarea eventualelor cazuri-limită referitoare la dispozitivele medicale sau produse medicinale.

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

¹¹ *Cosmetics Europe* și Alianța Europeană pentru Standarde în Publicitate: Auditul în sectorul publicității produselor cosmetice, 2015.

Având în vedere domeniul larg de aplicare al articolului 20, în raportul Comisiei vor avea prioritate declarațiile privind produsele cosmetice neconforme cu criteriile comune care ar putea avea un impact negativ asupra sănătății consumatorilor.

Autoritățile competente din fiecare stat membru trebuie să fi integrat criteriile comune și orientările aferente în practicile de control și trebuie să le utilizeze ca un instrument pentru a verifica dacă declarațiile ar putea induce în eroare consumatorii.

2. Domeniul de aplicare

Declarațiile verificate ar trebui să includă toate formele (text, semne, simboluri, etc.) și mijloacele (etichete pe ambalaj, publicitate tipărită sau la televizor, etc.) de comunicare a declarațiilor. Ele nu ar trebui să se limiteze la declarațiile sub formă de text de pe ambalaje.

3. Intervalul de timp

Controalele pe piață legate de acțiunea de supraveghere a pieței ar trebui să fie efectuate în cursul unui an calendaristic (pentru a permite acoperirea produselor sezoniere).

4. Metodologia

Autoritățile competente ar trebui să raporteze Comisiei numărul total al controalelor, precum și numărul de cereri neconforme.

În cazul declarațiilor de pe ambalaj care nu respectă criteriile comune, ar trebui să se verifice dacă criteriile comune erau aplicabile la momentul în care produsul a fost introdus pe piață, și anume dacă produsul a fost introdus pe piață înainte sau după 11 iulie 2013.

În cazurile în care există suspiciuni de neconformitate, persoana responsabilă ar trebui să fie contactată pentru a oferi explicații și ar trebui să se furnizeze un raport relevant.

Au fost primite contribuții din partea a 21 de state membre, care demonstrează faptul că autoritățile naționale din domeniul sănătății publice au folosit criteriile comune și orientările aferente pentru a evalua conformitatea declarațiilor referitoare la produsele cosmetice. Din momentul punerii în aplicare a Regulamentului privind produsele cosmetice, criteriile comune sunt folosite în mod regulat pentru supravegherea pieței, inclusiv atunci când persoana responsabilă sau distribuitorul introduce un produs pe piață. Unele state membre au utilizat, de asemenea, orientări suplimentare ale UE¹².

Pe lângă orientările UE cu privire la declarațiile referitoare la produsele cosmetice, unele state membre au introdus orientări naționale suplimentare, cu instrucțiuni și interpretări mai detaliate pentru a lua în considerare contextul social, cultural și lingvistic specific, în cadrul stabilit la nivelul UE.

Necesitatea luării în considerare a contextului național este deosebit de relevantă pentru evaluarea gradului de înțelegere de către consumatorul mediu a mesajelor comunicate prin intermediul unor declarații referitoare la produse. În plus, criteriile etice privind bunul-gust și decența nu sunt incluse în cadrul juridic al UE și sunt abordate exclusiv în conformitate cu

¹² Una dintre acestea este Manualul privind domeniul de aplicare al Regulamentului (CE) nr. 1223/2009 privind produsele cosmetice [articolul 2 alineatul (1) litera (a)], versiunea 1.0 (noiembrie 2013) sau Ghidul privind delimitarea între Directiva 76/768/CEE a Consiliului privind apropierea legislațiilor statelor membre cu privire la produsele cosmetice și Directiva 2001/83/CE de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman: http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/products/borderline-products_ro

legislația statelor membre, iar evaluarea acestora depinde de contextul lingvistic, social și cultural specific fiecărui stat membru¹³.

Unele țări s-au concentrat mai mult pe anumite criterii comune, cum ar fi „conformitatea juridică”, „veridicitatea”, „elementele probatorii” și „onestitatea”. Alte state și-au concentrat atenția doar pe criteriile „conformitate juridică”, „echitate” și „alegerea în cunoștință de cauză”. Din cauza dificultăților întâmpinate în anumite cazuri în ceea ce privește accesul la fișierele cu informații referitoare la produse primite de la persoanele responsabile care nu erau în aceeași țară, anumite criterii, cum ar fi „veridicitatea”, „elementele probatorii” și „onestitatea”, au fost verificate doar parțial.

Toate statele membre s-au concentrat pe mențiunile de sănătate, în conformitate cu recomandările Comisiei, potrivit cărora acestea trebuiau să acorde atenție mențiunilor care ar fi putut constitui un risc pentru sănătatea consumatorilor, în cazul în care erau neconforme și înșelătoare, având astfel un impact negativ asupra sănătății consumatorilor.

3.2. Metodologia utilizată de autoritățile statelor membre

Organismele de supraveghere a pieței din statele membre s-au concentrat în principal pe evaluarea produselor disponibile pe piețele lor naționale.

Verificările au fost efectuate fie ca parte a supravegherii periodice a pieței, fie sub forma unor controale specifice la fața locului în scopul elaborării acestui raport. Majoritatea statelor membre au organizat inspecții la distribuitori, persoane responsabile, instalații de producție, puncte de vânzare, magazine online și angroșiști implicați. Mai multe state membre au verificat, de asemenea, sediile importatorilor și exportatorilor.

Statele membre au examinat declarațiile găsite prin intermediul diverselor mijloace de comunicare (televiziune, radio, mass-media generală și specializată, online), ambalaje, pliante promoționale, broșuri, reviste și site-uri web (site-uri ale anumitor mărci, site-uri dedicate sănătății). Mijloacele de comunicare sociale selectate, care vizează diferite grupuri de consumatori, au fost, de asemenea, avute în vedere. Statele membre au prelevat, de asemenea, eșantioane din produsele vândute în farmacii și parafarmacii.

Cele mai multe eșantioane utilizate pentru analiză erau reprezentative pentru produsele însoțite de următoarele categorii de declarații:

- declarații care caracterizează ingredientele (de exemplu, „împotriva îmbătrânirii”);
- declarații referitoare la eficacitatea produsului (de exemplu, o cremă de piele cu factor de protecție solară);
- declarații care evidențiază absența anumitor substanțe (de exemplu, „fără parfum”);
- declarații care vizează compatibilitatea produsului cu pielea (de exemplu, „hipoalergenic”, „pentru piele sensibilă sau atopică”);
- declarații care prezintă beneficii pentru sănătate sau beneficii suplimentare, altele decât utilizarea în scop cosmetic (de exemplu, produse de protecție solară sau pentru igiena intimă).

¹³ A se vedea considerentul 7 din DPCN, precum și secțiunea 1.6 din Documentul orientativ al Comisiei privind aplicarea/transpunerea Directivei 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale, SEC(2009) 1666 final, p. 12.

Statele membre au analizat fișierele cu informații referitoare la produse, documentele de evaluare a siguranței și declarațiile privind produsele în sine, cum ar fi texte, imagini, simboluri, nume și denumiri comerciale. Eșantioanele au fost, de asemenea, verificate științific pentru a se examina prezența unui ingredient care a fost menționat ca prezent sau absent.

Unele state membre au monitorizat, de asemenea, notificările efectelor nedorite grave, în conformitate cu articolul 23 din Regulamentul privind produsele cosmetice și sistemul de alertă rapidă pentru produsele periculoase (RAPEX)¹⁴.

3.3. Rezultatele supravegherii pieței efectuate de către statele membre

În conformitate cu contribuțiile primite de la 21 de state membre, în perioada 2014-2015 au fost analizate în total 38 995 de declarații referitoare la produsele cosmetice. Dintre cele 38 995 de declarații, 3 730 au fost neconforme (10 %). Procentul de conformitate și de neconformitate variază semnificativ în funcție de modalitatea de distribuire a produsului. În unele state membre, până la 70 % dintre declarațiile neconforme au fost constatate online, doar 17 % au fost depistate pe produs, iar 13 % au fost găsite în broșuri.

3.3.1. Performanța produsului

Dintre cele 21 de state membre care au răspuns, 16 au declarat că au constatat cazuri în care criteriile „elemente probatorii” și „onestitate” au fost încălcate în cazul produselor pentru care s-a declarat o funcție care nu a putut fi susținută cu dovezi suficiente, iar studiile disponibile nu prezintă reproductibilitate și valoare științifică. Acest lucru este valabil și în cazul declarațiilor care evidențiază funcția uneia dintre substanțe ca fiind funcția produsului final. Din cauza concentrației scăzute a substanței în produs, eficacitatea acesteia nu a putut fi realizată, iar elementele probatorii pentru funcția declarată de producător au fost considerate insuficiente. De exemplu, pe astfel de produse se menționa că au un efect de protecție solară sau că nu conțin alergeni. Aceste afirmații au fost considerate ca fiind lipsite de onestitate.

3.3.2. Proprietățile medicinale, declarațiile referitoare la beneficii și efecte terapeutice

Zece state membre au găsit declarații în care se menționa un efect medicinal al unui produs, prin care încălcau mai multe criterii, și anume „alegerea în cunoștință de cauză” „onestitatea” „elementele probatorii” și „conformitatea juridică”. Acestea au subliniat dificultăți în a distinge și a clasifica produsele aflate la limită, adică dacă un produs este un produs cosmetic sau un medicament sau un dispozitiv medical.

Criteriile comune trebuie aplicate numai după ce s-a stabilit că produsul este un produs cosmetic în conformitate cu definiția de la articolul 2 din Regulamentul privind produsele cosmetice¹⁵. În caz contrar, există, de exemplu, riscul să se concluzioneze în mod greșit că produsele sunt produse cosmetice neconforme, când de fapt acestea sunt dispozitive medicale

¹⁴ Sistemul de alertă rapidă pentru produsele periculoase (RAPEX) oferă posibilitatea ca un număr de 31 de state europene și Comisia să facă schimb rapid de informații cu privire la produsele nealimentare periculoase care prezintă un risc pentru sănătatea și siguranța consumatorilor: http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/index_en.htm.

¹⁵ Produs cosmetic înseamnă orice substanță sau amestec destinate punerii în contact cu părțile externe ale corpului uman (epidermă, zonele cu păr, unghii, buze și organe genitale externe) sau cu dinții și mucoasele cavității orale, cu scopul exclusiv sau principal de a le curăța, de a le parfuma, de a schimba aspectul acestora, de a le proteja, de a le menține în condiții bune sau de a corecta mirosurile corpului.

sau medicamente. Prin urmare, controalele de supraveghere a pieței ar trebui să fie efectuate numai pentru produsele cosmetice, după soluționarea cazurilor-limită legate de dispozitivele medicale sau medicamente.

Majoritatea statelor membre au constatat faptul că declarațiile referitoare la efectul medicinal sunt cele mai periculoase declarații înșelătoare pentru consumatori. Impresia că un produs cosmetic are efecte terapeutice și proprietăți medicinale ar putea determina consumatorii să amâne consultarea medicului și să își administreze singuri medicamente. Astfel de declarații înșelătoare au inclus efecte terapeutice asupra pielii, circulației sângelui, țesuturilor mai profunde, mușchilor, articulațiilor, venelor sau asupra țesutului adipos, funcții antiinflamatorii și proprietăți vindecătoare. Produsele pretindeau a avea funcții medicinale sau efecte curative sau biocide, cu toate că persoana responsabilă nu a putut oferi dovezi care să susțină acest lucru.

3.3.3. Fără ingrediente autorizate

Zece state membre au abordat problema încălcării criteriului „echitate” în cazul declarațiilor verificate, din cauza denigrării unor ingrediente autorizate. Astfel de declarații includ, de exemplu, „fără parabeni” sau „fără aluminiu”.

Un procent de 20 % dintre produsele cosmetice monitorizate includeau o mențiune „fără” și multe dintre acestea specificau „fără parabeni”. Această declarație este atractivă în scopul comercializării, din cauza atenției mass-mediei. Cu toate acestea, statele membre au considerat că încalcă criteriul „echității”, deoarece denigrează ingrediente autorizate în mod legal.

Pe de altă parte, multe state membre au subliniat că declarațiile care prezintă absența unor ingrediente, cum ar fi alcoolul, uleiurile esențiale sau săpunul au fost considerate conforme, deoarece este esențial pentru consumator să poată să evite aceste ingrediente din anumite motive, cum ar fi religia sau alergiile.

3.3.4. Fără ingrediente interzise

Unele state membre au notificat că declarațiile în care se evidențiază absența ingredientelor interzise și declarațiile care menționează respectarea standardelor de calitate ale UE și a „bunelor practici de fabricație” au fost considerate neconforme, încălcând criteriul de „conformitate juridică”. Astfel de declarații pot crea confuzii pentru consumatori și pot crește concurența cu alți producători care respectă de asemenea Regulamentul privind produsele cosmetice, dar nu specifică în mod clar acest lucru.

3.3.5. Declarațiile referitoare la produse hipoalergenice

Un număr de șapte state membre au raportat cazuri de declarații „hipoalergenice” fără să prezinte documente justificative sau dovezi. Anumite autorități naționale au notificat declarații referitoare la vopselele de păr, potrivit cărora acestea conțineau ingrediente care garantau sau ofereau protecție împotriva unor probleme ale pielii (sau reduceau riscul de alergii) în timpul colorării. Cu toate acestea, produsele respective conțineau rezorcinol și para-fenilendiamină, substanțe cunoscute ca alergeni. Declarațiile care încearcă să subestimeze riscurile de reacții alergice asociate cu utilizarea vopselelor de păr prezintă un risc pentru sănătatea umană și ar putea priva consumatorii de posibilitatea de a face o alegere în cunoștință de cauză în ceea ce privește utilizarea produsului.

3.3.6. *Declarații referitoare la prezența/absența unor ingrediente, deși acestea nu au fost/au fost găsite în produs*

Cinci state membre au raportat cazuri de absență a ingredientelor menționate într-o declarație referitoare la produs, care încalcă criteriul „onestității”.

3.3.7. *„Nu este testat pe animale” și logoul care înfățișează un iepure*

Patru state membre au constatat cazuri de nerespectare a criteriului „elementelor probatorii” atunci când un logo care înfățișează un iepure sau un text constituia o afirmație de tipul „nu sunt testate pe animale” iar persoana responsabilă nu dispunea de dovezi care să susțină acest lucru pentru toate ingredientele produsului cosmetic. Începând cu anul 2013, Regulamentul privind produsele cosmetice interzice folosirea produselor cosmetice sau a substanțelor testate pe animale ca ingrediente în produsul cosmetic final.

3.4. Măsuri corective în caz de nerespectare a conformității

În conformitate cu contribuțiile primite din partea statelor membre, o gamă variată de acțiuni corective au fost adoptate ca reacție la lipsa de conformitate a declarațiilor cu criteriile comune. Acțiunile corective raportate cel mai frecvent au fost:

- notificare transmisă persoanei responsabile, importatorului sau producătorului prin care se solicită sau se interzice vânzarea până la respectarea conformității cu cerințele. Această acțiune a fost adoptată, de asemenea, în cazul magazinelor online care comercializează produse cosmetice neconforme;
- solicitarea înaintată persoanei responsabile de a modifica declarațiile dintr-o publicitate nu doar pe cele afișate pe produs, ci și pe cele publicate în mass-media și pe internet;
- ordin transmis persoanei responsabile, de a efectua în mod retroactiv testele de compatibilitate cu pielea pentru un anumit grup țintă;
- instrucțiuni transmise persoanei responsabile de a realiza noi studii destinate obținerii de elemente justificative ale declarațiilor în mod retroactiv;
- sancțiuni financiare impuse în unele state membre;
- în cazul traducerilor eronate, solicitarea corectării etichetelor;
- memento privind legislația sau somație transmisă persoanelor responsabile;
- asigurarea faptului că etichetarea este corectată prin acțiuni repetate de supraveghere a pieței sau ca urmare a primirii documentelor justificative relevante înainte de a accepta reintroducerea produselor pe piață.

4. CONCLUZII

Cadrul european de reglementare existent privind declarațiile și publicitatea referitoare la produsele cosmetice este foarte cuprinzător și asigură un nivel ridicat de protecție a consumatorilor. Totodată, acesta permite ca industria europeană a produselor cosmetice să fie competitivă atât la nivelul Uniunii, cât și la nivel mondial.

Pe baza contribuțiilor statelor membre la prezentul raport, s-a constatat că 90 % dintre declarațiile analizate referitoare la produsele cosmetice erau conforme cu criteriile comune prevăzute în Regulamentul (UE) nr. 655/2013.

Ar trebui remarcat faptul că criteriile comune ar trebui aplicate numai produselor care se încadrează în definiția produselor cosmetice prezentată în Regulamentul privind produsele cosmetice și pentru care s-a eliminat eventualitatea apartenenței acestora la categoria dispozitivelor medicale sau a medicamentelor. Este de competența statelor membre să decidă, de la caz la caz, dacă un produs se încadrează sau nu în categoria produselor cosmetice.

S-a constatat că majoritatea declarațiilor neconforme erau înșelătoare în ceea ce privește funcția și performanța produsului cosmetic. În plus, după cum s-a menționat în secțiunea cu privire la dificultățile cu care s-au confruntat autoritățile naționale în procesul de verificare a declarațiilor referitoare la produsele cosmetice, nu a fost clară modalitatea de reglementare a mențiunii „hipoalergenic” și mențiunea „fără (un ingredient autorizat)”. O astfel de declarație este considerată denigratoare, deoarece îi dă consumatorului o impresie negativă cu privire la un ingredient autorizat a cărui siguranță a fost dovedită în mod științific.

Toate statele membre care au contribuit la elaborarea prezentului raport au fost de acord că este necesar să se clarifice mențiunile „fără (...)” și „hipoalergenic”. Acest lucru putea fi realizat cu sprijinul subgrupului de lucru privind declarațiile existente și prin intermediul documentelor tehnice ad-hoc referitoare la cele două chestiuni.