

REGULAMENTUL (UE) NR. 655/2013 AL COMISIEI

din 10 iulie 2013

de stabilire a unor criterii comune pentru justificarea declarațiilor utilizate în legătură cu produsele cosmetice

(Text cu relevanță pentru SEE)

COMISIA EUROPEANĂ,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene,

având în vedere Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 al Parlamentului European și al Consiliului din 30 noiembrie 2009 privind produsele cosmetice ⁽¹⁾, în special articolul 20 alineatul (2) al doilea paragraf,

întrucât:

- (1) Utilizatorii finali, astfel cum sunt definiți la articolul 2 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009, se confruntă cu o mare varietate de declarații legate de funcția, conținutul și efectele produselor cosmetice. Având în vedere că produsele cosmetice joacă un rol atât de important în viața utilizatorului final, este important să se asigure faptul că informațiile care îi sunt comunicate prin astfel de declarații sunt utile, ușor de înțeles și fiabile și că îi permit să ia decizii în cunoștință de cauză și să aleagă produsele care corespund cel mai bine nevoilor și așteptărilor sale.
- (2) Declarațiile referitoare la produsele cosmetice servesc în principal la informarea utilizatorilor finali cu privire la caracteristicile și calitățile produselor. Aceste declarații reprezintă mijloace esențiale de diferențiere a produselor. Ele contribuie, de asemenea, la stimularea inovării și la încurajarea concurenței.
- (3) Ar trebui stabilite criterii comune la nivelul Uniunii care să justifice utilizarea declarațiilor în legătură cu produsele cosmetice. Obiectivul principal al stabilirii unor criterii comune este acela de a garanta un nivel ridicat de protecție pentru utilizatorii finali, mai ales împotriva declarațiilor înșelătoare referitoare la produsele cosmetice. O abordare comună la nivelul Uniunii ar trebui, de asemenea, să asigure o mai bună convergență a acțiunilor întreprinse de autoritățile competente ale statelor membre și să evite distorsiunile pe piața internă. O astfel de abordare ar trebui, de asemenea, să consolideze cooperarea dintre autoritățile naționale responsabile cu asigurarea protecției consumatorilor, în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 octombrie 2004 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure aplicarea legislației în materie de protecție a consumatorului („Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului”) ⁽²⁾.

- (4) Articolul 20 din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 se aplică în cazul produselor care se încadrează în definiția noțiunii de produs cosmetic prevăzută la articolul 2 din regulamentul menționat. Criteriile comune se aplică numai după ce s-a stabilit că produsul respectiv este într-adevăr un produs cosmetic. Este de datoria autorităților competente naționale și a instanțelor naționale să decidă de la caz la caz cu privire la cadrul de reglementare care se aplică.
- (5) Criteriile comune ar trebui să se aplice fără a aduce atingere Directivei 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 și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) ⁽³⁾, Directivei 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă ⁽⁴⁾, precum și altor acte legislative aplicabile ale Uniunii.
- (6) Ar trebui adoptată o abordare flexibilă în vederea comunicării mesajelor către utilizatorii finali, astfel încât să se țină seama de diversitatea socială, lingvistică și culturală a Uniunii și să se mențină inovarea și competitivitatea industriei europene. O astfel de abordare este în concordanță cu principiile enunțate de Curtea de Justiție, care a subliniat cu mai multe ocazii că, pentru a determina dacă o declarație este capabilă să inducă în eroare consumatorul, este necesar să fie luate în considerare așteptările acestuia, ținându-se seama de contextul și circumstanțele specifice în care a fost formulată declarația respectivă, precum și de factorii sociali, culturali și lingvistici ⁽⁵⁾.
- (7) Criteriile comune nu ar trebui să aibă ca scop definirea și specificarea formulărilor care pot fi utilizate pentru declarațiile referitoare la produsele cosmetice și, în același timp, ar trebui să garanteze că aceleași principii sunt respectate în întreaga Uniune.
- (8) Pentru a se garanta aplicarea criteriilor comune pentru declarațiile referitoare la produsele cosmetice de la aceeași dată ca Regulamentul (CE) nr. 1223/2009, prezentul regulament ar trebui să se aplice începând cu 11 iulie 2013.

⁽³⁾ JO L 149, 11.6.2005, p. 22.⁽⁴⁾ JO L 376, 27.12.2006, p. 21.⁽⁵⁾ A se vedea, de exemplu, cauza C-220/98, Estée Lauder Cosmetics/Lancaster, Rec., 2000, p. I-00117, punctul 29.⁽¹⁾ JO L 342, 22.12.2009, p. 59.⁽²⁾ JO L 364, 9.12.2004, p. 1.

- (9) Măsurile prevăzute în prezentul regulament sunt în conformitate cu avizul Comitetului permanent pentru produse cosmetice,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

Articolul 1

Prezentul regulament 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 în etichetarea, în punerea la dispoziție pe piață și în publicitatea produselor cosmetice. 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.

Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Bruxelles, 10 iulie 2013.

Articolul 2

Persoana responsabilă menționată la articolul 4 din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 se asigură că formularea declarației referitoare la un produs cosmetic este în conformitate cu criteriile comune prevăzute în anexă și în concordanță cu documentația care demonstrează efectele declarate ale produsului cosmetic în dosarul cu informații despre produs, menționat la articolul 11 din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009.

Articolul 3

Prezentul regulament intră în vigoare la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Se aplică de la 11 iulie 2013.

Pentru Comisie
Președintele
José Manuel BARROSO

ANEXA

CRITERII COMUNE**1. Conformitatea juridică**

1. Nu sunt permise declarațiile care indică faptul că produsul a fost autorizat sau aprobat de către o autoritate competentă din cadrul Uniunii.
2. Acceptabilitatea unei declarații trebuie să se bazeze pe percepția pe care o are despre produs un utilizator final obișnuit, suficient de bine informat, atent și circumspect și să țină seama de factorii sociali, culturali și lingvistici de pe piața respectivă.
3. Nu sunt permise declarațiile care transmit ideea că un produs prezintă un beneficiu specific, în situația în care acest beneficiu nu reprezintă decât simpla conformitate cu cerințele minime prevăzute în mod legal.

2. Veridicitatea

1. Declarațiile nu pot menționa prezența unui ingredient care în realitate nu există în acel produs.
2. Declarațiile referitoare la proprietățile unui anumit ingredient nu trebuie să sugereze că produsul finit prezintă aceleași proprietăți, dacă nu este cazul.
3. Comunicările cu caracter comercial nu trebuie să sugereze că opiniile exprimate reprezintă declarații verificate, cu excepția cazului în care respectivele opinii se sprijină pe dovezi verificabile.

3. Elementele probatorii

1. Declarațiile referitoare la produsele cosmetice, explicite sau implicite, trebuie susținute de elemente probatorii adecvate și verificabile, indiferent de tipul acestora; pot fi prezentate inclusiv evaluări ale experților, dacă este cazul.
2. Dovezile care susțin declarațiile trebuie să țină seama de practicile cele mai avansate.
3. În cazul în care drept dovezi sunt utilizate studii, acestea trebuie să fie relevante pentru produs și pentru beneficiul declarat, trebuie să urmeze metode bine concepute și bine puse în practică (valabile, fiabile și reproductibile) și trebuie să respecte considerente etice.
4. Nivelul dovezilor sau al elementelor de susținere trebuie să corespundă cu tipul de declarație efectuată, în special atunci când siguranța utilizatorului poate fi afectată de lipsa eficacității.
5. Declarațiile clar exagerate care nu trebuie înțelese în sens literal de către utilizatorul final obișnuit (hiperbolele) sau declarațiile de natură abstractă nu necesită elemente de susținere.
6. O declarație care extrapolează (explicit sau implicit) la produsul finit proprietățile unuia dintre ingredientele sale trebuie să se sprijine pe dovezi adecvate și verificabile, precum demonstrarea prezenței ingredientului respectiv în produs într-o concentrație eficientă.
7. Evaluarea acceptabilității unei declarații trebuie să se bazeze pe forța probantă a tuturor studiilor, datelor și informațiilor disponibile, în funcție de natura declarației și de cunoștințele generale predominante ale utilizatorilor finali.

4. Onestitatea

1. Prezentarea performanțelor unui produs nu trebuie să depășească elementele probatorii disponibile.
2. Declarațiile nu trebuie să atribuie produsului în cauză caracteristici specifice (adică unice) dacă produse similare posedă aceleași caracteristici.
3. Dacă acțiunea unui produs este legată de condiții specifice, de exemplu, folosirea în asociație cu alte produse, acest lucru trebuie precizat în mod clar.

5. Echitatea

1. Declarațiile referitoare la produsele cosmetice trebuie să fie obiective, să nu denigreze concurența și nici ingredientele utilizate în mod legal.
2. Declarațiile privind produsele cosmetice nu trebuie să creeze confuzie cu produsele concurenței.

6. Alegerea în cunoștință de cauză

1. Declarațiile trebuie să fie clare și ușor de înțeles de către utilizatorul final obișnuit.
 2. Declarațiile sunt parte integrantă a produselor și trebuie să conțină informații care să permită utilizatorului final obișnuit să facă o alegere în cunoștință de cauză.
 3. Comunicările cu caracter comercial trebuie să ia în considerare capacitatea publicului țintă (populația din statele membre în cauză sau anumite categorii de persoane, precum utilizatorii finali de un anumit sex sau vârstă) de a înțelege aceste informații. Comunicările cu caracter comercial trebuie să fie clare, precise, pertinente și ușor de înțeles de către publicul țintă.
-