



Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEHO ADVOKÁTA
MANUEL CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA
prednesené 9. júla 2020¹

Vec C-667/19

**A. M.
proti
E. M.**

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Sąd Okręgowy w Warszawie (Krajský súd Varšava, Poľsko)]

„Prejudiciálne konanie – Aproximácia právnych predpisov – Kozmetické výrobky – Nariadenie (ES) č. 1223/2009 – Článok 19 – Informácie pre spotrebiteľov – Označovanie – Údaje, ktoré musia byť uvedené na vnútornom a vonkajšom obale – Funkcia kozmetického výrobku – Ochrana zdravia ľudí – Údaje, ktoré môžu byť uvedené na vloženom alebo pripevnenom letáku, obale, páske, štítku alebo kartičke – Označenie v cudzom jazyku – Vonkajší obal kozmetických výrobkov, ktorý obsahuje odkaz na katalóg výrobkov zostavený v jazyku spotrebiteľa“

1. V prejednávanom návrhu na začatie prejudiciálneho konania sa žiada o výklad článku 19 nariadenia (ES) č. 1223/2009², ktorý sa týka označovania kozmetických výrobkov.

2. Sporné sú najmä dve otázky:

- čo sa má rozumieť pod „funkciou výrobku“ ako údajom, ktorý musí byť povinne uvedený na vnútornom a vonkajšom obale kozmetického výrobku sprístupneného na trhu, a
- či určité informácie pre spotrebiteľa, ktoré sú tiež povinné, môžu byť uvedené len v katalógu výrobcu, ktorý sa vždy nedodáva so zakúpeným kozmetickým výrobkom.

3. Súdny dvor doteraz rozhodoval³ o iných článkoch nariadenia č. 1223/2009, ale – pokiaľ sa nemýlim – nerozhodoval o konkrétnych požiadavkách stanovených v článku 19 ods. 1 a 2 tohto nariadenia.

¹ Jazyk konania: španielčina.

² Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady z 30. novembra 2009 o kozmetických výrobkoch (Ú. v. EÚ L 342, 2009, s. 59).

³ Rozsudok z 3. septembra 2015, Colena (C-321/14, EU:C:2015:540), ktorý sa týkal posudzovania kontaktných šošoviek ako kozmetických výrobkov; rozsudok z 21. septembra 2016, European Federation for Cosmetic Ingredients (C-592/14, EU:C:2016:703), ktorý sa týkal zložiek týchto výrobkov, ktoré boli testované na zvieratách, a rozsudok z 12. apríla 2018, Fédération des entreprises de la beauté (C-13/17, EU:C:2018:246), ktorý sa týkal kvalifikácie osôb, ktoré posudzujú uvedené výrobky.

4. Nariadením č. 1223/2009 však boli prepracované smernice, ktoré dovtedy upravovali danú oblasť.⁴ Judikatúra týkajúca sa pravidiel označovania, ktoré obsahovali uvedené smernice,⁵ poskytuje viaceré užitočné usmernenia pre zodpovedanie prejednávaného návrhu na začatie prejudiciálneho konania.

I. Právny rámec

A. Právo Únie. Nariadenie č. 1223/2009

5. Článok 1 („Rozsah pôsobnosti a cieľ“) stanovuje:

„Týmto nariadením sa ustanovujú pravidlá, ktoré musí spĺňať každý kozmetický výrobok sprístupnený na trh, aby sa tak zaistilo fungovanie vnútorného trhu a vysoká úroveň ochrany zdravia ľudí.“

6. Článok 2 („Vymedzenie pojmov“) v odseku 1 stanovuje:

„Na účely tohto nariadenia sa používajú tieto vymedzenia pojmov:

a) ‚kozmetický výrobok‘ je každá látka alebo zmes, ktorá je určená na kontakt s rôznymi vonkajšími časťami ľudského tela (pokožka, vlasové systémy, nechty, pery a vonkajšie pohlavné orgány) alebo so zubami a sliznicou ústnej dutiny na účely výlučne, alebo najmä ich čistenia, parfumovania, zmeny ich vzhľadu, ich ochrany, udržiavania v dobrom stave alebo úpravy telesného pachu;

...“

7. Článok 3 („Bezpečnosť“) stanovuje:

„Kozmetický výrobok sprístupnený na trh musí byť bezpečný pre zdravie ľudí, ak je použitý za bežných alebo racionálne predvídateľných podmienok, pričom sa berie do úvahy najmä:

a) prezentácia...;

b) označenie;

...“

8. V článku 19 („Označovanie“) sa uvádza:

„1. Bez toho, aby boli dotknuté iné ustanovenia tohto článku, kozmetické výrobky sa sprístupňujú na trh len vtedy, ak majú na vnútornom a vonkajšom obale nezmazateľným, ľahko čitateľným a viditeľným písmom uvedené tieto údaje:

...

d) príslušné upozornenia, ktoré treba dodržať pri používaní, a minimálne tie upozornenia, ktoré sú uvedené v prílohách III až VI, a akékoľvek špecifické bezpečnostné informácie o kozmetických výrobkoch určených na profesionálne použitie;

4 Konkrétne smernica Rady 76/768/EHS z 27. júla 1976 o aproximácii právnych predpisov členských štátov týkajúcich sa kozmetických výrobkov (Ú. v. ES L 262, 1976, s. 169; Mim. vyd. 13/003, s. 285), zmenená smernicou Rady 93/35/EHS zo 14. júna 1993, ktorou sa šiestykrát mení a dopĺňa smernica 76/768 (Ú. v. ES L 151, 1993, s. 32; Mim. vyd. 13/012, s. 75).

5 Okrem iného rozsudky z 28. januára 1999, Unilever (C-77/97, EU:C:1999:30); z 13. januára 2000, Estée Lauder (C-220/98, EU:C:2000:8); z 13. septembra 2001, Schwarzkopf (C-169/99, ďalej len „rozsudok Schwarzkopf“, EU:C:2001:439), a z 24. októbra 2002, Linhart a Biffl (C-99/01, EU:C:2002:618).

...

- f) funkcia kozmetického výrobku, ak nie je zrejmá z jeho prezentácie;
- g) zoznam zložiek. Táto informácia môže byť uvedená iba na vonkajšom obale. Tomuto zoznamu má predchádzať slovo ‚ingredients‘.

...

2. Ak nie je z praktických dôvodov možné uviesť informácie uvedené v odseku 1 písm. d) a g) tak, ako je stanovené, uplatňuje sa toto:

- informácie sa uvedú na vloženom alebo pripevnenom letáku, obale, páske, štítku alebo kartičke;
- ak to nie je z praktických dôvodov nemožné, tieto informácie sa uvedú skráteným tvarom alebo symbolom uvedeným v bode 1 prílohy VII, ktorý sa vyznačí na vnútornom alebo vonkajšom obale, pokiaľ ide o informácie uvedené v odseku 1 písm. d), a na vonkajšom obale, pokiaľ ide o informácie uvedené v odseku 1 písm. g).

...

5. Jazyk, v ktorom sa uvádzajú informácie v ods. 1 písm. b), c), d) a f) a ods. 2, 3 a 4, sa určí podľa právnych predpisov členských štátov, v ktorých je výrobok sprístupnený konečnému užívateľovi.

...“

9. V článku 20 („Tvrdenia o výrobku“) sa uvádza:

„1. Pri označovaní, propagácii a sprístupnení kozmetických výrobkov na trh sa nesmú používať texty, názvy, obchodné značky, obrázky a názorné alebo iné symboly, ktoré by pripisovali týmto výrobkom vlastnosti alebo funkcie, ktoré nemajú.

...“

10. V prílohe VII („Symboly uvádzané na vonkajšom/vnútornom obale“) je stanovené:

„1. Odkaz na informácie priložené ku kozmetickému výrobku alebo pripevnené na ňom



...“

B. Poľské právo. Ustawa o kosmetykach z dnia 30 marca 2001 r. (zákon o kozmetických výrobkoch z 30. marca 2001)

11. § 6 v jednotlivých odsekoch stanovuje:

- jednotlivý obal kozmetického výrobku musí byť viditeľne a čitateľne označený spôsobom, ktorý zaručí, že označenie nemožno ľahko odstrániť (odsek 1),
- podľa odseku 2 platí pravidlo, že označenie jednotlivého obalu kozmetického výrobku, ktoré sa nachádza na vnútornom a jednotlivom vonkajšom obale, zahŕňa okrem iného nasledujúce údaje:
 - príslušné upozornenia, ktoré treba dodržať pri používaní kozmetického výrobku, ak je v súlade so svojím zamýšľaným účelom určený na profesionálne použitie, ako aj ďalšie potrebné upozornenia,
 - funkciu kozmetického výrobku, ak jednoznačne nevyplýva z jeho prezentácie,
 - zoznam zložiek definovaných v súlade s názvami podľa medzinárodného názvoslovía kozmetických zložiek (INCI), ktorému predchádza slovo „zložky“ a v ktorom sú jednotlivé zložky rozpísané podľa koncentrácie a druhu,
- údaje o zozname zložiek môžu byť uvedené len na jednotlivom vonkajšom obale kozmetického výrobku (odsek 4),
- ak z dôvodu rozmerov alebo tvaru obalu nie je možné uviesť na jednotlivom vonkajšom obale údaje o príslušných upozorneniach, ktoré treba dodržať pri používaní kozmetického výrobku, a zozname zložiek, tieto údaje môžu byť uvedené v letáku alebo na etikete, páske alebo kartičke, ktoré sú pripojené k výrobku. V takom prípade musí byť na vnútornom alebo jednotlivom vonkajšom obale uvedená skratka alebo grafický symbol, z ktorých vyplýva, že tieto informácie sú pripojené k výrobku (odsek 6),

- ak z dôvodu rozmerov alebo tvaru vonkajšieho obalu nie je možné uviesť údaje zodpovedajúce zoznamu zložiek v letáku alebo na etikete, páske alebo kartičke, ktoré sú pripojené k výrobku, tieto údaje sa uvedú priamo na vnútornom obale alebo na mieste dostupnom pre kupujúceho, na ktorom sa kozmetický výrobok ponúka na predaj (odsek 7).

II. Skutkový stav a prejudiciálne otázky

12. A. M., vlastníčka salónu krásy, udržiava obchodné vzťahy s E. M., ktorá distribuuje kozmetické výrobky od výrobcu so sídlom v Spojených štátoch amerických.

13. E. M. v rámci uvedených obchodných vzťahov poskytla A. M. školenie o spomenutých výrobkoch, ktoré sa týkalo aj označovania týchto výrobkov.⁶

14. A. M. na základe tohto školenia kúpila 28. a 29. januára 2016 od E. M. 40 kusov maloobchodných letákov, 10 katalógov a rôzne výrobky (krémy, masky a púdre).⁷

15. Na vonkajšom obale zakúpených kozmetických výrobkov sa nachádzal údaj o zodpovednej osobe, pôvodný názov, zloženie, dátum spotreby a sériové číslo kozmetického výrobku, ako aj grafický symbol („ruka s knihou“), ktorý odkazuje na katalóg.

16. A. M. navrhla, aby Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Okresný súd Varšava, Poľsko) rozhodol, že kúpna zmluva zanikla odstúpením z dôvodu väd predanej veci. Tvrdila, že súčasťou vonkajšieho obalu neboli informácie o funkcii výrobku v poľskom jazyku, čo neumožňovalo identifikovať ho a zistiť jeho účinky, a že tieto údaje jednoznačne nevyplývali z jeho prezentácie. To znamená, že neboli dodržané poľské predpisy vzťahujúce sa na obchodovanie s kozmetickými výrobkami, ktoré sa zhodujú s článkom 19 nariadenia č. 1223/2009.

17. E. M., ktorá vyjadrila nesúhlas so žalobou, tvrdila, že výrobky boli označené v súlade s platnými vnútroštátnymi predpismi, lebo na nich bol uvedený symbol („ruka s knihou“), ktorý odkazoval na katalóg dodaný s každým kozmetickým výrobkom. Uvedený katalóg poskytoval v poľskom jazyku kompletnú prezentáciu výrobkov a ich funkcií a boli v ňom uvedené kontraindikácie, spôsob použitia a zložky výrobkov. Článok 19 nariadenia č. 1223/2009 bol teda dodržaný.

18. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Okresný súd Varšava) žalobu zamietol, pričom uplatnil ustanovenia poľského Občianskeho zákonníka⁸ týkajúce sa záruky za vady tovaru.⁹

19. A. M. napadla uvedený rozsudok odvolaním na Sąd Okręgowy w Warszawie (Krajský súd Varšava, Poľsko). Uviedla, že súd prvého stupňa nesprávne posúdil dôkazy, ktoré sa týkajú poskytnutých informácií, a zdôraznila, že na obaloch chýba údaj o funkcii kozmetických výrobkov v poľskom jazyku. Odkaz na (spoplatnený) katalóg bol nedostatočný, pričom nebolo nemožné poskytnúť uvedené informácie s každým výrobkom.

6 Bolo jej vysvetlené, ako všetky tieto výrobky pôsobia, prostredníctvom dokumentácie zostavenej v poľštine a maloobchodných letákov ku každému výrobku. Dostala podklady týkajúce sa školenia a bolo jej oznámené, že na každom kozmetickom výrobku je vytlačený symbol „ruka s knihou“, ktorý odkazuje na samostatný podnikový katalóg zostavený v poľštine (išlo o výrobky pochádzajúce zo Spojených štátov amerických), pričom texty uvedené na obale neboli preložené do poľštiny.

7 Cena výrobkov v hrubom predstavovala 3 184,25 zlotých (PLN).

8 Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (zákon z 23. apríla 1964, Občiansky zákonník, v zmenenom a doplnenom znení) (Dz. U. z roku 2018, položka 1025).

9 Vo svojom rozsudku uviedol, že nepovažuje tvrdenie žalobkyne, že do dňa prijatia tovaru nevedela o chýbajúcom označení výrobkov v poľskom jazyku, za presvedčivé, keďže žalobkyňa priznala predchádzajúcu spoluprácu oboch účastníkov konania.

20. Súd, ktorý prejednáva odvolanie, sa v prvom rade pýta na dosah článku 19 ods. 1 písm. f) v spojení s článkom 2 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 1223/2009. Jeho pochybnosti sa týkajú miery presnosti označenia, ktoré sa musí nachádzať na vnútornom a vonkajšom obale kozmetických výrobkov, funkcie týchto výrobkov a povinnosti uviesť informácie o funkcii dovezených kozmetických výrobkov v jazyku spotrebiteľa.

21. V druhom rade sa pýta na výklad článku 19 ods. 2 nariadenia č. 1223/2009 v spojení s odôvodnením 46 tohto nariadenia. Konkrétne potrebuje overiť, či na účely splnenia požiadaviek týkajúcich sa určitých údajov, ktoré musia byť uvedené na vnútornom a vonkajšom obale kozmetických výrobkov, možno uviesť grafický symbol v súlade s bodom 1 prílohy VII uvedeného nariadenia a či je postačujúce, aby táto informácia bola uvedená v katalógoch výrobcu, ktoré sa nedodávajú spolu s výrobkom.

22. Za týchto okolností Sąd Okręgowy w Warszawie (Krajský súd Varšava) kladie Súdnemu dvoru nasledujúce prejudiciálne otázky:

- „1. Má sa článok 19 ods. 1 písm. f) nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1223/2009... v rozsahu, v akom stanovuje, že na vnútornom a vonkajšom obale kozmetických výrobkov musia byť nezmazateľným, ľahko čitateľným a viditeľným písmom uvedené údaje o funkcii kozmetického výrobku, ak to nie je zrejmé z jeho prezentácie, vykladať v tom zmysle, že sa tým myslia základné funkcie kozmetického výrobku v zmysle článku 2 ods. 1 písm. a) tohto nariadenia, a to čistenie, starostlivosť a ochrana (udržiavanie v dobrom stave), parfumovanie, skrášlenie (zmena vzhľadu), alebo sa majú uviesť aj podrobnejšie funkcie, ktoré umožňujú rozpoznať vlastnosti kozmetického výrobku?
2. Majú sa článok 19 ods. 2 nariadenia... (ES) č. 1223/2009..., ako aj odôvodnenie 46 uvedeného nariadenia vykladať v tom zmysle, že je možné uviesť informácie uvedené v odseku 1 písm. d), g) a f) tohto článku, to znamená upozornenia, ktoré treba dodržať pri používaní kozmetického výrobku, zložky a funkcie, v podnikovom katalógu zahŕňajúcom aj iné výrobky a na vonkajšom obale uviesť symbol, ktorý sa nachádza v prílohe VII bode 1?“

III. Konanie na Súdnom dvore

23. Návrh na začatie prejudiciálneho konania bol doručený do kancelárie Súdného dvora 1. septembra 2019.

24. Písomné pripomienky predložili A. M., belgická, dánska, grécka, litovská, holandská a poľská vláda, ako aj Európska komisia. Nariadenie pojednávania sa nepovažovalo za potrebné.

IV. Posúdenie

A. Prvá prejudiciálna otázka

25. Diskusia sa zameriava na otázku, či sa má článok 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009 vykladať v tom zmysle, že povinný údaj o „funkcii“ kozmetických výrobkov, ktorý musí byť uvedený na ich vnútorných¹⁰ alebo vonkajších obaloch¹¹:

- vyžaduje len to, aby sa ako taká *funkcia* uviedol jeden z účelov spomenutých v článku 2 ods. 1 písm. a) tohto nariadenia¹², alebo
- vyžaduje uviesť *podrobnejšie funkcie*, aby spotrebiteľ mohol zistiť, aké konkrétne charakteristické znaky alebo základné vlastnosti má každý výrobok.

1. Funkcia výrobku a účely uvedené v definícii pojmu „kozmetický výrobok“

26. Podľa článku 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009 sa kozmetické výrobky „sprístupňujú na trh len vtedy, ak majú na vnútornom a vonkajšom obale nezmazateľným, ľahko čitateľným a viditeľným písmom uvedené tieto údaje:... funkcia kozmetického výrobku, ak nie je zrejmá z jeho prezentácie“.¹³

27. V tomto ustanovení nie je vymedzené slovné spojenie „funkcia výrobku“, ktoré nie je vymedzené ani v článku 2 nariadenia č. 1223/2009. V odseku 1 písm. a) tohto posledného uvedeného článku, v ktorom je vysvetlené, čo je „kozmetický výrobok“, sa všeobecne hovorí o jeho „účele“.

28. Účel patrí k prvkom, ktoré sa v judikatúre používajú na vymedzenie pojmu „kozmetický výrobok“. Súdny dvor rozčlenil jeho obsah, pričom vyvodil „tr[i] kumulatív[n]e] kritéri[á], ktorými sú po prvé povaha predmetného výrobku (látka alebo zmes), po druhé časť ľudského tela, s ktorou má mať tento výrobok kontakt, a po tretie účel sledovaný používaním uvedeného výrobku“.¹⁴

29. Vzhľadom na to, že pojem „funkcia výrobku“ nie je presne vymedzený, vnútroštátny súd navrhuje, aby sa pojmy „účel výrobku“ a „funkcia výrobku“ považovali za rovnocenné.¹⁵

30. Keďže však znenie článku 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009 nie je jednoznačné, je potrebné ísť nad rámec jeho doslovného znenia a preskúmať jeho kontext, ako aj ciele sledované právnou úpravou, ktorej je súčasťou.¹⁶

10 „Vnútorné obaly“ zvyčajne pozostávajú zo sklenených flakónov, akrylových alebo hliníkových téglíkov, plastových túb, rozprašovačov, sprejov, ručných dávkovačov a iných viac či menej podobných pomôcok, v ktorých sa uchovávajú kozmetické výrobky, aby sa si aj po čase zachovali svoje vlastnosti a aby nedošlo k ich zmenám.

11 Pod „vonkajším obalom“ kozmetického výrobku treba rozumieť vonkajšiu schránku (škatuľu alebo iný podobný predmet), v ktorej sa nachádza vnútorný obal alebo priamo výrobok. V rozsudku z 12. júla 2011, L'Oréal a i. (C-324/09, EU:C:2011:474, bod 82), je použitý výraz „obal“. Generálny advokát Jääskinen v návrhoch, ktoré predniesol v uvedenej veci (C-324/19, EU:C:2010:757, body 72 a 74), použil pojem „vonkajší obal“.

12 Uvedené účely, ktoré sa týkajú vonkajších častí ľudského tela alebo zubov a sliznice ústnej dutiny, sú: „ich čistenie, parfumovanie, zmena ich vzhľadu, ich ochrana, udržiavanie v dobrom stave alebo úprava telesného pachu“.

13 V tomto smere sa jednotlivé jazykové znenia líšia. Zatiaľ čo napríklad vo francúzskom, anglickom alebo portugalskom znení je doplnená príslovka „jednoznačne“ (*sauf si cela ressort clairement de sa présentation; unless it is clear from its presentation; salvo se esta decorrer claramente da respectiva apresentação*), v španielskom, talianskom alebo nemeckom jazykovom znení sa uvedená príslovka nenachádza (*salvo se risulta dalla sua presentazione; sofern dieser sich nicht aus der Aufmachung dessen ergibt*). Nemyslím si však, že tieto rozdiely sú v prejednávanej veci dôležité.

14 Rozsudok z 3. septembra 2015, Colena (C-321/14, EU:C:2015:540, bod 19).

15 Tento prístup podporuje len poľská vláda: funkcia výrobku sa podľa jej názoru zhoduje s niektorým s účelov vymenovaných v článku 2 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 1223/2009.

16 Rozsudok z 10. júla 2014, D. a G. (C-358/13 a C-181/14, EU:C:2014:2060, bod 32 a citovaná judikatúra).

31. Článok 19 sa v nariadení č. 1223/2009 nachádza na začiatku kapitoly VI, ktorej predmetom sú „informácie pre spotrebiteľa“, a obsahuje pravidlá označovania, ktoré musia spĺňať všetky kozmetické výrobky, ktoré sa voľne sprístupňujú na trhu v Únii, aby osoby, ktoré si ich kúpia, mali k dispozícii potrebné informácie.

32. Z výkladu článku 1 nariadenia č. 1223/2009 v spojení s odôvodneniami 3 a 4 tohto nariadenia vyplýva, že – tak ako v predchádzajúcich právnych predpisoch – zámerom je *komplexne* harmonizovať pravidlá platné v Únii s cieľom vytvoriť vnútorný trh s kozmetickými výrobkami a zároveň zaistiť vysokú úroveň ochrany ľudského zdravia.¹⁷

33. Ochrana zdravia ľudí je predmetom článku 3 nariadenia č. 1223/2009. Jeho prvý odsek [písmená a) a b)] upravuje prezentáciu a označenie kozmetického výrobku v kontexte bezpečnosti pre zdravie ľudí.

34. Existuje teda súvislosť medzi cieľom spočívajúcim v zaručení bezpečnosti používania týchto výrobkov a požiadavkami týkajúcimi sa ich prezentácie a označenia.

35. Článok 19 nariadenia č. 1223/2009 treba chápať z uvedeného dvojakého hľadiska. Pravidlá týkajúce sa balenia a označovania kozmetických výrobkov:

- podporujú voľný obchod s týmito výrobkami v rámci Únie tým, že spotrebiteľovi uľahčujú rozhodovanie o nákupe, na trhu, ktorý sa vyznačuje širokou ponukou výrobkov a možnosťou výberu,
- ich cieľom je zároveň ochrana zdravia ľudí, ktoré môžu ohroziť nedostatočné alebo klamlivé informácie o vlastnostiach predávaného kozmetického výrobku.¹⁸

36. Článok 2 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 1223/2009, v ktorom sa hovorí o (všeobecných) *účeloch* kozmetických výrobkov, sleduje odlišný cieľ. Jeho cieľom je vymedziť tieto výrobky vo vzťahu k iným viac alebo menej podobným výrobkom (liečivám, zdravotníckym pomôckam), ktoré nepatria do pôsobnosti tohto nariadenia. Výslovne sa to uvádza v odôvodnení 6.¹⁹

37. Komisia, s ktorou v tomto smere súhlasím, vo svojich pripomienkach zdôrazňuje, že príklady uvedené v odôvodnení 7 nariadenia č. 1223/2009²⁰ slúžia na vymedzenie pojmu kozmetické výrobky a ich odlišenie od iných výrobkov, ktoré nemajú tento charakter.

38. Účely vymenované v článku 2 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 1223/2009 teda nemožno stotožňovať s „funkciou výrobku“, ktorú upravuje článok 19 ods. 1 písm. f) tohto nariadenia. Každý z týchto článkov sleduje vlastné ciele, ktoré nie sú zhodné.

39. Domnievam sa, že tento názor potvrdzuje analýza vzniku článku 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009.

¹⁷ Rozsudok Schwarzkopf, body 27 a 28, a rozsudok z 24. januára 2008, Roby Profumi (C-257/06, EU:C:2008:35, body 16 a 17). Pokiaľ ide o nariadenie č. 1223/2009, pozri rozsudok z 12. apríla 2018, Fédération des entreprises de la beauté (C-13/17, EU:C:2018:246, body 23 až 25 a citovaná judikatúra).

¹⁸ Rozsudok z 2. februára 1994, Verband Sozialer Wettbewerb (C-315/92, EU:C:1994:34, bod 15).

¹⁹ „Toto nariadenie sa vzťahuje len na kozmetické výrobky a nie na liečivá, zdravotnícke pomôcky alebo biocídne výrobky. Vymedzenie vyplýva najmä z podrobnej definície kozmetických výrobkov, ktorá obsahuje tak oblasti aplikácie, ako aj účel ich použitia“.

²⁰ „... Kozmetické výrobky môžu zahŕňať krémy, emulzie, lotiony, gély a oleje na pokožku, pleťové masky, tónovacie základy (tekuté, krémy, púdre), púdrový mejkap, púdre po kúpeli, hygienické púdre, toaletné mydlá, dezodoračné mydlá, parfumsy, toaletné vody a kolínske vody, výrobky do kúpeľa a na sprchovanie (solí, peny, oleje, tekuté mydlá), výrobky na depiláciu, dezodoranty a antiperspiranty, farby na vlasy, výrobky na onduláciu, vyrovnávanie a spevnenie vlasov, výrobky na formovanie účesu, výrobky na umývanie vlasov (lotiony, práškové, šampóny), vlasové kondicionéry (tekuté, krémové, olejové), výrobky na úpravu vlasov (lotiony, laky, brilantíny), výrobky na holenie (krémy, peny, lotiony), výrobky na líčenie a odlíčenie, výrobky na pery, výrobky na starostlivosť o zuby a ústnu dutinu, výrobky na starostlivosť o nechty a úpravu nechtov, výrobky na vonkajšiu intímnu hygienu, výrobky na slnenie, samoopaľovacie výrobky, výrobky na bielenie pokožky a výrobky proti vráskam“.

40. V pôvodnom znení smernice 76/768 nebola stanovená povinnosť uviesť funkciu kozmetického výrobku na vonkajšom ani vnútornom obale. Táto požiadavka bola zavedená po prvý raz v smernici 93/35 tým, že do článku 6 ods. 1 smernice 76/768 bolo vložené písmeno f), ktoré ukladalo povinnosť uviesť na vnútornom a vonkajšom obale kozmetického výrobku funkciu výrobku, ak nie je zrejmá z jeho prezentácie.

41. V preambule smernice 93/35 je vysvetlené, že „je potrebná väčšia transparentnosť[,],... ak majú byť poskytnuté spotrebiteľovi lepšie informácie[, a] takáto transparentnosť by mala byť dosiahnutá označením funkcie výrobku“.

42. Cieľ novelizácie právnej úpravy preto nesúvisel s *definíciou* výrobku ako kozmetického výrobku (ktorá bola už od začiatku založená na jeho účeloch), ale s podrobnými informáciami, ktoré sa mali poskytnúť spotrebiteľovi.²¹

2. „Funkcia výrobku“ a „tvrdenia o výrobku“

43. Z iného hľadiska by bolo potrebné položiť si otázku, či by sa „funkcia výrobku“ v zmysle článku 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009 dala spojiť s „tvrdeniami o výrobku“ uvedenými v článku 20 tohto nariadenia.²²

44. Podľa článku 20 ods. 2 nariadenia č. 1223/2009 mala Komisia schváliť „zoznam spoločných kritérií pre tvrdenia, ktoré sa môžu použiť v súvislosti s kozmetickými výrobkami[,] v súlade s regulačným postupom s kontrolou uvedeným v článku 32 ods. 3 tohto nariadenia, pričom sa zohľadnia ustanovenia smernice 2005/29/ES“.

45. Uvedené tvrdenia sú v súčasnosti samostatne upravené v nariadení (EÚ) č. 655/2013²³. Podľa odôvodnenia 2 tohto nariadenia „hlavným účelom tvrdení o kozmetických výrobkoch je informovať konečných užívateľov o charakteristických znakoch a vlastnostiach výrobkov. Tieto tvrdenia predstavujú základný spôsob rozlišovania medzi výrobkami. Zároveň prispievajú k podpore inovácií a posilňovaniu hospodárskej súťaže“.

46. Článok 20 ods. 1 nariadenia č. 1223/2009 má veľmi široký dosah:

- vzťahuje sa nielen na označovanie, ale aj na propagáciu a sprístupnenie kozmetických výrobkov na trhu,
- netýka sa len textov, ale aj názvov, obchodných značiek, obrázkov a iných názorných symbolov,
- v súvislosti so zákazom pripisovať kozmetickým výrobkom „vlastnosti alebo funkcie“, ktoré nemajú, používa výraz „funkcie“ v množnom čísle.

47. „Tvrdenia“ uvedené v článku 20 poskytujú väčšie množstvo informácií („charakteristické znaky a vlastnosti“), a preto nie sú nevyhnutne totožné s „funkciou výrobku“ (v jednotnom čísle), ktorá je spomenutá v článku 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009.

21 Súdny dvor pri výklade článku 6 ods. 1 smernice 76/768 nasmeroval „funkciu výrobku“ do tejto oblasti, pričom ju spojil s podmienkami jeho používania [rozsudok z 12. júla 2011, L'Oréal a i. (C-324/09, EU:C:2011:474, bod 76)].

22 Hoci vnútroštátny súd neuvádza toto ustanovenie, tento článok nariadenia č. 1223/2009 poskytuje možnosti, ktoré uvedený súd spomína vo svojom rozhodnutí. Komisia sa nimi zaoberá vo svojich pripomienkach.

23 Nariadenie Komisie z 10. júla 2013, ktorým sa stanovujú spoločné kritériá na odôvodnenie tvrdení používaných v súvislosti s kozmetickými výrobkami (Ú. v. EÚ L 190, 2013, s. 31).

3. Funkcia výrobku

48. Podľa môjho názoru má článok 19 ods. 1 písm. f) nariadenia č. 1223/2009 za cieľ dosiahnuť, aby na vnútornom a vonkajšom obale bola uvedená najcharakteristickejšia „funkcia“ výrobku, teda funkcia, ktorá umožňuje spotrebiteľovi na prvý pohľad zistiť, na čo konkrétne výrobok slúži, bez toho, aby bolo ohrozené jeho zdravie.

49. Uvedený výklad potvrdzuje skutočnosť, že opis funkcie kozmetického výrobku možno vynechať, ak „je zrejmá z jeho prezentácie“. Ak spotrebiteľ na základe samotnej prezentácie výrobku zjavne vie, aká je jeho charakteristická funkcia, už nie je nevyhnutné uvádzať ju na vnútornom alebo vonkajšom obale výrobku.²⁴

50. Takto chápaná „funkcia“ by sa nachádzala na polceste medzi samotnými *účelmi* v zmysle článku 2 ods. 1 písm. a) nariadenia č. 1223/2009 a širšími *tvrdeniami* uvedenými v článku 20 tohto nariadenia:

- nemôže len vyjadrovať, či výrobok slúži na čistenie, parfumovanie, zmenu vzhľadu častí ľudského tela, ich ochranu, udržiavanie v dobrom stave alebo úpravu telesného pachu, lebo tieto všeobecné účely kozmetických výrobkov, ktorými sa tieto výrobky odlišujú od iných viac či menej podobných výrobkov, poskytujú spotrebiteľovi minimum informácií,
- nevyžaduje uviesť všetky charakteristické znaky a vlastnosti kozmetického výrobku (*tvrdenia o ňom*), lebo z hľadiska jeho funkčnosti by bolo prehnané uvádzať ich na vnútornom a vonkajšom obale.

51. Pripomínam, že uviesť „funkciu výrobku“ v zmysle článku 19 ods. 1 písm. f) nariadenia na vnútornom alebo vonkajšom obale znamená označiť jednu alebo viaceré kľúčové vlastnosti, ktoré umožňujú spotrebiteľovi zistiť, na čo výrobok v prvom rade slúži. Spotrebiteľ si tak môže s úplnou znalosťou veci vybrať zo širokej škály kozmetických výrobkov ten, ktorý najviac zodpovedá jeho potrebám, pričom nebude uvedený do omylu a toto rozhodnutie nebude mať nepriaznivé účinky na jeho zdravie.

52. Ako už bolo uvedené, článok 19 nariadenia vyžaduje, aby bolo na vnútornom a vonkajšom obale nezmazateľným, ľahko čitateľným a viditeľným písmom uvedené veľké množstvo informácií (odsek 1). Pripúšťa však, aby sa niektoré z nich [informácie uvedené v odseku 1 písm. d) a g), ktoré sa týkajú príslušných upozornení, ktoré treba dodržať pri používaní, a zoznamu zložiek] z dôvodu ich zložitosti uviedli inými prostriedkami (odsek 2).

53. Je dôležité, že údaj o „funkcii“ nepatrí k údajom, ktoré nemusia byť uvedené práve na vnútornom a vonkajšom obale.²⁵ Tento údaj musí byť (s výnimkou vyššie uvedenej situácie) v každom prípade uvedený na vnútornom a vonkajšom obale.

54. Keďže do pôsobnosti nariadenia č. 1223/2009 patria rôznorodé kozmetické výrobky, nie je možné vopred určiť, ako sa má funkcia uviesť na vnútornom a vonkajšom obale. Každý výrobca si môže vybrať spôsob uvádzania údajov, ktorý najviac zodpovedá jeho obchodnej stratégii.

55. Domnievam sa však, že pri uvedení „funkcie“ na vnútornom a vonkajšom obale je potrebné – z praktických dôvodov a na uľahčenie dosiahnutia cieľa článku 19 nariadenia č. 1223/2009 – zabezpečiť, aby bol jej opis jednoduchý, aby spotrebiteľ mohol na prvý pohľad jednoducho zistiť povahu výrobku.

²⁴ Tak to môže byť v prípade niektorých druhov kozmetických výrobkov, ktoré sú mimoriadne jednoduché alebo majú jednoznačný tvar. Dánska vláda vo svojich pripomienkach (bod 25) uvádza ako príklad rúž.

²⁵ Ak by sa tento údaj nachádzal len na vonkajšom, a nie na vnútornom obale, po odhodení vonkajšieho obalu by už nebolo možné rozlíšiť funkciu výrobku, čo by spôsobovalo riziká, pokiaľ ide o jeho ďalšie používanie.

56. Okrem toho treba vziať do úvahy očakávanie riadne informovaného, primerane pozorného a obozretného priemerného spotrebiteľa.²⁶ Vnímanie tohto spotrebiteľa zodpovedá „bežný[m] alebo racionálne predvídateľný[m] podmien[kam]“, ako sa v článku 3 nariadenia č. 1223/2009 uvádza v súvislosti so sprístupnením na trhu, ktoré je bezpečné pre zdravie ľudí.

57. Charakteristické znaky a vlastnosti každého výrobku sú v každom prípade rozhodujúce na dosiahnutie toho, aby používateľ presne zistil, čo si kupuje. Hoci je výnimočne prípustné, aby na vnútornom a vonkajšom obale nebola uvedená funkcia výrobku, ak je zrejmá z jeho prezentácie,²⁷ zdôrazňujem, že v ostatných prípadoch musí byť tento údaj uvedený na vnútornom a vonkajšom obale.

58. V konečnom dôsledku záleží na schopnosti výrobcu stručne vyjadriť charakteristickú funkciu výrobku niekoľkými slovami, aby kupujúcemu nehrozilo, že sa pomýli alebo že si poškodí zdravie tým, že použije (či dokonca zje alebo vypije) kozmetické výrobky, ktorých charakter nepozná.

59. Chcel by som dodať, že článok 19 ods. 5 nariadenia č. 1223/2009 upravuje jazyk použitý pri označovaní. Jeho cieľom je dosiahnuť, aby spotrebiteľ v členskom štáte, v ktorom sa výrobok predáva, dostal zrozumiteľné informácie o jeho funkcii.

60. Je nesporné, že jazykové požiadavky a následná potreba prispôbiť údaje uvedené na vnútornom a vonkajšom obale predstavujú „prekážku obchodu v rámci Spoločenstva“. Uvedená prekážka je však „odôvodnená... cieľom všeobecného záujmu, ktorým je ochrana verejného zdravia“.²⁸

61. Preto sa „funkcia výrobku“ musí uviesť na vnútornom a vonkajšom obale v jazyku určenom právnymi predpismi členského štátu, v ktorom sa výrobok predáva, pričom náklady a ťažkosti spojené s prekladmi alebo opätovným označením dovezených kozmetických výrobkov na tento účel nie sú podstatné.

B. Druhá prejudiciálna otázka

62. Ako som viackrát uviedol, článok 19 ods. 1 nariadenia č. 1223/2009 stanovuje, že informácie, ktoré sú v ňom spomenuté,²⁹ musia byť v zásade uvedené na vnútornom a vonkajšom obale.

63. Článok 19 ods. 2 napriek tomu v súlade s odôvodnením 46³⁰ výnimočne³¹ dovoľuje, aby boli informácie o zložkách a o určitých príslušných upozorneniach, ktoré treba dodržať pri používaní [písmená d) a g) odseku 1], uvedené mimo vnútorného a vonkajšieho obalu.

26 Rozsudky z 13. januára 2000, Estée Lauder (C-220/98, EU:C:2000:8, bod 27), a z 24. októbra 2002, Linhart a Biffi (C-99/01, EU:C:2002:618, bod 31).

27 Pozri bod 49 a poznámku pod čiarou 24 vyššie.

28 Rozsudok Schwarzkopf, bod 39. V bode 40 tohto rozsudku sa uvádza, že „informácie, ktoré výrobcovia alebo distribútori kozmetických výrobkov uvedení v smernici 76/768 v zmenenom znení musia uviesť na vnútornom a vonkajšom obale výrobku, pokiaľ ich nemožno efektívne poskytnúť pomocou piktogramov alebo iných znakov, ktoré neobsahujú text, sú prakticky nepoužiteľné, ak nie sú sformulované v jazyku, ktorému osoby, ktorým sú tieto informácie určené, rozumejú“.

29 Patrí k nim totožnosť osoby zodpovednej za sprístupnenie na trhu, zloženie výrobku (obsah a zoznam zložiek), upozornenia týkajúce sa jeho používania (funkcia a príslušné upozornenia, ktoré treba dodržať pri používaní) alebo jeho uchovávaní (dátum minimálnej trvanlivosti) a číslo výrobnej šarže alebo odkaz umožňujúci identifikáciu výrobku (tento údaj môže byť za osobitných okolností uvedený len na vonkajšom obale).

30 Podľa tohto odôvodnenia je potrebné uviesť „označen[ie] zložiek použitých v kozmetickom výrobku na obale výrobku. V prípadoch, kde nie je z praktických príčin možné uviesť zloženie na obale výrobku, by mali byť takéto informácie priložené k výrobku, aby k nim mohol mať spotrebiteľ prístup“.

31 Keďže ide o výnimky, musia sa vykladať striktné (rozsudok Schwarzkopf, bod 31).

64. V týchto dvoch prípadoch³² musia byť príslušné údaje uvedené na „vloženom alebo pripevnenom letáku, obale, páske, štítku alebo kartičke“.³³

65. Predpokladom uplatnenia uvedenej výnimky je, že „nie je z praktických dôvodov možné uviesť informácie uvedené v odseku 1 písm. d) a g) tak, ako je stanovené“. Ak je táto podmienka splnená, uvedené ustanovenie dovoľuje, aby sa tieto informácie uviedli na niektorom z iných nosičov, ktoré som vymenoval vyššie.³⁴

66. V prejednávanej spore musí vnútroštátny súd po zistení skutkového stavu, ktorý môže sám najlepšie posúdiť, rozhodnúť, či by uvedenie informácií v katalógu, ktorý je zostavený v poľštine, bolo v súlade s vyššie uvedenými predpismi.

67. Pokiaľ ide o mňa, súhlasím s vládami, ktoré vstúpili do tohto konania, ako aj s A. M. a s Komisiou v tom, že všetky okolnosti nasvedčujú záveru, že uvedený katalóg nespĺňa požiadavky uvedené v článku 19 ods. 2 nariadenia č. 1223/2009.

68. Tento záver podporujú viaceré argumenty.

69. V prvom rade podľa Súdneho dvora „praktická nemožnosť“ vyplýva z neprekonateľnej technickej prekážky, ktorá je spojená napríklad s rozmermi vnútorného alebo vonkajšieho obalu.³⁵ Naproti tomu vnútroštátny súd uvádza, že v prejednávanej veci ide o problémy organizačnej a finančnej povahy, ktoré vyplývajú z toho, že kozmetické výrobky boli dovezené, a súvisia s prekladom informácií a opätovným označením.

70. Ďalším dôkazom neexistencie uvedenej nemožnosti je, že – ako zdôrazňuje dánska vláda – požadované údaje boli podľa rozhodnutia vnútroštátneho súdu riadne uvedené na vonkajšom a vnútornom obale, aj keď nie v poľštine, ale v angličtine.

71. V druhom rade za predpokladu (čo nie je tak), že by existovala uvedená praktická nemožnosť, katalóg sa prezentuje ako vec, ktorá sa dodáva samostatne, takže by sa ani nemohol považovať za dokument, ktorý je „vložený alebo pripevnený“ k predávanému výrobku.³⁶

72. V treťom rade katalóg podľa všetkého obsahuje opis sortimentu výrobkov, ktoré ponúka výrobca, a preto nesúvisí výlučne s jedným z nich. Za uvedených okolností by nahliadnutie spotrebiteľa do tohto katalógu mohlo spôsobiť riziko omylov pri jeho rozhodovaní, keďže by si zamenil jednotlivé výrobky.

73. Aby som to zhrnul, hoci vnútroštátnemu súdu prináleží rozhodnúť o relevantných skutkových aspektoch, domnievam sa, že odkaz na „podnikový katalóg“ za okolností prejednávanej spory nie je v súlade s článkom 19 ods. 2 nariadenia č. 1223/2009.

32 Článok 19 ods. 3 nariadenia č. 1223/2009 stanovuje výnimku z výnimky týkajúcu sa zložiek, ak z praktických dôvodov nie je možné použiť ani možnosť uvedenú v odseku 2. V takom prípade môžu byť tieto informácie uvedené „na ozname nachádzajúcom sa v bezprostrednej blízkosti miesta, kde je kozmetický výrobok vystavený na predaj“. Pochybnosti vnútroštátneho súdu sa netýkajú údajov o zložkách: sú obmedzené na otázku, či katalóg môže v prejednávanej veci slúžiť ako „vložený alebo pripevnený leták, obal, páska, štítok alebo kartička“.

33 V znení tohto ustanovenia opäť badať jazykové rozdiely: vo francúzštine, nemčine, taliančine alebo portugalčine sa hovorí o „výrobku“, zatiaľ čo v španielčine alebo angličtine tento pojem nie je spomenutý, hoci vyplýva z kontextu.

34 Skutočnosť, že existuje „odkaz na informácie priložené ku kozmetickému výrobku alebo pripevnené na ňom“, sa spotrebiteľovi oznamuje vytlačením symbolu ruky, ktorá ukazuje na otvorenú knihu (pozri prílohu VII, na ktorú odkazuje článok 19 ods. 2 nariadenia č. 1223/2009).

35 Ide o „... prípady, v ktorých objektívne nie je možné uviesť predpísané upozornenia v úplnom znení, ale len za cenu použitia takých malých písmen, že by boli takmer nečitateľné, ako aj prípady, v ktorých by upozornenia v úplnom znení, vytlačené čitateľnými písmenami, pokrývali takmer celý výrobok, takže výrobca by na ňom už nemohol jednoznačne uviesť svoj názov ani iné údaje, ktoré s ním súvisia“ (rozsudok Schwarzkopf, body 32 a 33).

36 Z rozhodnutia vnútroštátneho súdu vyplýva, že katalóg mal byť k dispozícii na nahliadnutie v predajni alebo sa mal kúpiť samostatne. Ako uvádza litovská vláda, je sporné, či by počet katalógov, ktoré si zakúpila žalobkyňa (10), uvedený v spomenutom rozhodnutí, umožnil dodať katalóg s každým kusom výrobku.

V. Návrh

74. Vzhľadom na vyššie uvedené navrhujem odpovedať na prejudiciálne otázky, ktoré položil Sąd Okręgowy w Warszawie (Krajský súd Varšava, Poľsko), takto:

1. Článok 19 ods. 1 písm. f) nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1223/2009 z 30. novembra 2009 o kozmetických výrobkoch sa má vykladať v tom zmysle, že „funkcia výrobku“ sa nezhoduje s účelmi uvedenými v definícii, ktorá sa nachádza v článku 2 ods. 1 písm. a) tohto nariadenia. Pri opise uvedenej funkcie na vnútornom a vonkajšom obale treba uviesť jednu alebo viaceré kľúčové vlastnosti výrobku, ktoré umožňujú spotrebiteľovi na prvý pohľad zistiť, na čo je výrobok určený alebo na čo v prvom rade slúži.
2. Článok 19 ods. 2 nariadenia č. 1223/2009 sa má vykladať v tom zmysle, že nie je možné poskytnúť informácie o upozorneniach, ktoré treba dodržať pri používaní, zložkách a funkciách, ktoré sú uvedené v odseku 1 písm. d), f) a g) spomenutého článku, v podnikovom katalógu, ktorý sa dodáva nezávisle od predávaného kozmetického výrobku a ktorý zahŕňa aj iné výrobky, a na vonkajšom obale uviesť len symbol, ktorý sa nachádza v bode 1 prílohy VII uvedeného nariadenia.