

NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 655/2013

z 10. júla 2013,

ktorým sa stanovujú spoločné kritériá na odôvodnenie tvrdení používaných v súvislosti s kozmetickými výrobkami

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKA KOMISIA,

so zreteľom na Zmluvu o fungovaní Európskej únie,

so zreteľom na nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1223/2009 z 30. novembra 2009 o kozmetických výrobkoch⁽¹⁾, a najmä na jeho článok 20 ods. 2 druhý pododsek,

keďže:

- (1) Koneční užívatelia, ako sú zadefinovaní v článku 2 ods. 1 písm. f) nariadenia (ES) č. 1223/2009, sa stretávajú so širokou škálou tvrdení týkajúcich sa funkcie, obsahu a účinkov kozmetických výrobkov. Vzhľadom na to, že kozmetické výrobky hrajú veľmi významnú úlohu v živote konečných užívateľov, je dôležité zabezpečiť, aby informácie, ktoré sa im prostredníctvom takých tvrdení poskytujú, boli užitočné, zrozumiteľné a spoľahlivé a aby sa týmto užívateľom umožnilo prijímať informované rozhodnutia a vybrať si výrobky, ktoré najlepšie zodpovedajú ich potrebám a očakávaniam.
- (2) 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.
- (3) Na úrovni Únie by sa mali stanoviť spoločné kritériá s cieľom odôvodniť použitie určitého tvrdenia v súvislosti s kozmetickými výrobkami. Hlavným cieľom stanovenia spoločných kritérií je zabezpečiť vysokú úroveň ochrany konečných užívateľov, najmä pred zavádzajúcimi tvrdeniami, ktoré sa používajú v súvislosti s kozmetickými výrobkami. Spoločný prístup na úrovni Únie by mal tiež zabezpečiť lepšie zosúladenie opatrení, ktoré prijímajú príslušné orgány členských štátov, a zabrániť narušeniu vnútorného trhu. Taký prístup by mal zároveň posilniť spoluprácu medzi vnútroštátnymi orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa, ktorá je stanovená v nariadení Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa (nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa)⁽²⁾.

- (4) Článok 20 nariadenia (ES) č. 1223/2009 sa uplatňuje na výrobky, ktoré spadajú do vymedzenia pojmu kozmetického výrobku podľa článku 2 tohto nariadenia. Spoločné kritériá sa uplatňujú len vtedy, ak sa v prípade daného výrobku rozhodlo, že ide skutočne o kozmetický výrobok. Príslušné vnútroštátne orgány a súdy rozhodujú v každom jednotlivom prípade o tom, aký regulačný rámec sa uplatní.
- (5) Spoločné kritériá by sa mali uplatňovať bez toho, aby tým bola dotknutá smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (smernica o nekalých obchodných praktikách)⁽³⁾, smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame⁽⁴⁾ a iné uplatniteľné právne predpisy Únie.
- (6) Pokiaľ ide o podávanie správ konečným užívateľom, mal by sa použiť flexibilný prístup, aby sa zohľadnila sociálna, jazyková a kultúrna rozmanitosť Únie a zachovala inovatívnosť a konkurencieschopnosť európskeho priemyslu. Taký prístup je v súlade so zásadami sformulovanými Súdny dvorom, ktorý pri viacerých príležitostiach zdôraznil, že v záujme posúdenia toho, či má tvrdenie potenciál zavádzať spotrebiteľa, je potrebné zväziť očakávania spotrebiteľa, pričom sa majú zohľadniť konkrétne súvislosti a okolnosti, do ktorých je tvrdenie zasadené, a to vrátane sociálnych, kultúrnych a jazykových faktorov⁽⁵⁾.
- (7) Spoločné kritériá, ktoré majú zabezpečiť, aby sa v celej Únii dodržiavali rovnaké zásady, by však nemali mať za cieľ presne vymedziť a špecifikovať znenie, ktoré možno použiť v rámci tvrdení o kozmetických výrobkoch.
- (8) V snahe zabezpečiť, aby sa spoločné kritériá týkajúce sa tvrdení na kozmetických výrobkoch uplatňovali od rovnakého dátumu ako nariadenie (ES) č. 1223/2009, toto nariadenie by sa malo uplatňovať od 11. júla 2013.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 342, 22.12.2009, s. 59.⁽²⁾ Ú. v. EÚ L 364, 9.12.2004, s. 1.⁽³⁾ Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.⁽⁴⁾ Ú. v. EÚ L 376, 27.12.2006, s. 21.⁽⁵⁾ Pozri napr. vec C-220/98, Estée Lauder Cosmetics/Lancaster, Zb. 2000, s. I-00117, bod 29.

- (9) Opatrenia stanovené v tomto nariadení sú v súlade so stanoviskom Stáleho výboru pre kozmetické výrobky,

PRIJALA TOTO NARIADENIE:

Článok 1

Toto nariadenie sa vzťahuje na tvrdenia v podobe textov, názvov, ochranných známk, obrázkov a figuratívnych alebo iných označení, prostredníctvom ktorých sa explicitne alebo implicitne uvádzajú charakteristické znaky alebo funkcie výrobku pri označovaní, sprístupnení na trhu a propagácii kozmetických výrobkov. Vzťahuje sa na všetky tvrdenia bez ohľadu na prostriedok alebo druh marketingového nástroja, ktorý sa použil, na funkciu výrobku uvedenú v tvrdení alebo na cieľovú skupinu.

Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V Bruseli 10. júla 2013

Článok 2

Zodpovedná osoba uvedená v článku 4 nariadenia (ES) č. 1223/2009 zabezpečuje, aby znenie tvrdení v súvislosti s kozmetickými výrobkami bolo v súlade so spoločnými kritériami stanovenými v prílohe a v súlade s dokumentáciou, ktorá preukazuje uvádzaný účinok kozmetického výrobku a ktorá je súčasťou informačnej zložky o výrobku uvedenej v článku 11 nariadenia (ES) č. 1223/2009.

Článok 3

Toto nariadenie nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie*.

Uplatňuje sa od 11. júla 2013.

Za Komisiu
predseda
José Manuel BARROSO

PRÍLOHA

SPOLOČNÉ KRITÉRIÁ

1. Súlad s právnymi predpismi

1. Tvrdenia, ktoré uvádzajú, že výrobok bol schválený alebo povolený príslušným orgánom v rámci Únie, nie sú povolené.
2. Prípustnosť tvrdenia sa zakladá na vnímaní priemerného konečného užívateľa kozmetického výrobku, ktorý je dostatočne dobre informovaný, dostatočne pozorný a obozretný, s prihliadnutím na sociálne, kultúrne a jazykové faktory dotknutého trhu.
3. Tvrdenia, ktoré uvádzajú, že výrobok má osobitný prínos, pričom tento prínos predstavuje iba súlad s minimálnymi právnymi požiadavkami, nie sú povolené.

2. Pravdivosť

1. Ak sa na výrobku uvádza tvrdenie, že obsahuje konkrétnu zložku, táto zložka musí byť vo výrobku skutočne prítomná.
2. Z tvrdení o vlastnostiach konkrétnej zložky by nemalo vyplývať, že konečný výrobok má tie isté vlastnosti, ak to nie je pravda.
3. Z marketingových materiálov nesmie vyplývať, že v nich vyjadrené názory sú overené tvrdenia, pokiaľ názor nevychádza z overiteľných dôkazov.

3. Dôkazné prostriedky

1. Tvrdenia o kozmetických výrobkoch, či už explicitné alebo implicitné, musia byť podložené náležitými a overiteľnými dôkazmi bez ohľadu na to, aké druhy dôkazných prostriedkov sa použili na ich odôvodnenie, a to aj vrátane odborných posudkov tam, kde je to vhodné.
2. Dôkazy odôvodňujúce tvrdenie musia vychádzať z najmodernejších postupov dokazovania.
3. Ak sa používajú ako dôkazy štúdie, musia sa vzťahovať na výrobok a deklarovaný účinok, musia byť súlade so správne navrhnutými a správne vykonanými metódami (platné, spoľahlivé a reprodukovateľné) a rešpektovať etické hľadisko.
4. Sila dôkazov alebo odôvodnenia musí zodpovedať druhu daného tvrdenia, najmä pri takých tvrdeniach, v prípade ktorých by nedostatok účinnosti mohol spôsobiť problém z hľadiska bezpečnosti výrobku.
5. Zjavne zveličené tvrdenia, ktoré priemerný konečný užívateľ nemá brať doslovne (nadsádzka), alebo tvrdenia abstraktnej povahy obvykle odôvodnenie nevyžadujú.
6. Tvrdenie, podľa ktorého sa vlastnosti zložky pripisujú (explicitne alebo implicitne) aj konečnému výrobku, musí byť podložené náležitými a overiteľnými dôkazmi, napr. preukázaním prítomnosti zložky v účinnej koncentrácii.
7. Posúdenie prípustnosti tvrdenia sa zakladá na váhe dôkazov všetkých dostupných štúdií, údajov a informácií v závislosti od povahy tvrdenia a na prevládajúcich všeobecných znalostiach konečných užívateľov.

4. Čestnosť

1. Opis účinnosti výrobku nesmie ísť nad rámec dostupných podporných dôkazov.
2. V tvrdeniach sa nesmú príslušným výrobkom pripisovať osobitné (t. z. jedinečné) vlastnosti, ak podobné výrobky majú také isté vlastnosti.
3. Ak sa účinok výrobku viaže na konkrétne podmienky, napr. použitie v spojení s inými výrobkami, musí sa to jasne uviesť.

5. Korektnosť

1. Tvrdenia o kozmetických výrobkoch sú objektívne a nesmú očierňovať konkurentov ani zákonne používané zložky.
2. Tvrdenia o kozmetických výrobkoch nesmú spôsobiť zámenu s výrobkom konkurenta.

6. Prijímanie informovaných rozhodnutí

1. Tvrdenia musia byť jasné a zrozumiteľné pre priemerného konečného užívateľa.
 2. Tvrdenia sú neoddeliteľnou súčasťou výrobkov a obsahujú informácie, ktoré konečným užívateľom umožňujú uskutočniť informovaný výber.
 3. Pri marketingových materiáloch sa musí brať do úvahy schopnosť cieľovej skupiny (obyvatelia príslušných členských štátov alebo segmenty obyvateľov, napr. koneční užívatelia rôzneho veku a pohlavia) pochopiť správu. Marketingové materiály musia byť pre cieľovú skupinu jasné, presné, relevantné a zrozumiteľné.
-