

KOMMISSIONENS FÖRORDNING (EU) nr 655/2013

av den 10 juli 2013

om gemensamma kriterier för påståenden om kosmetiska produkter

(Text av betydelse för EES)

EUROPEISKA KOMMISSIONEN HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktions-sätt,

med beaktande av Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1223/2009 av den 30 november 2009 om kosmetiska produkter ⁽¹⁾, särskilt artikel 20.2 andra stycket, och

av följande skäl:

- (1) Slut användare enligt definitionen i artikel 2.1 f i förordning (EG) nr 1223/2009 ställs inför många olika påståenden om kosmetiska produkters funktion, innehåll och effekt. Eftersom kosmetiska produkter spelar en så stor roll i slutanvändarnas liv är det viktigt att dessa påståenden innehåller användbar, förstälilig och tillförlitlig information som hjälper dem att fatta välgrundade beslut och välja de produkter som bäst motsvarar deras behov och förväntningar.
- (2) Det främsta syftet med påståenden om kosmetiska produkter är att informera slutanvändarna om produkternas egenskaper och kvalitet. Påståendena är viktiga för att man ska kunna skilja på olika produkter. De bidrar också till att stimulera innovation och konkurrens.
- (3) Det bör fastställas gemensamma kriterier på unionsnivå för användningen av påståenden om kosmetiska produkter. Det viktigaste skälet till att fastställa gemensamma kriterier är att man ska kunna garantera en hög skyddsnivå för slutanvändarna, särskilt genom att skydda dem från vilseledande påståenden om kosmetiska produkter. Ett gemensamt förhållningssätt på unionsnivå bör också säkerställa ett mer samstämmigt agerande från medlemsstaternas behöriga myndigheter och förhindra snedvridning av konkurrensen på den inre marknaden. Ett sådant förhållningssätt bör också öka samarbetet mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella

tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen ("förordningen om konsumentskyddssamarbete") ⁽²⁾.

- (4) Artikel 20 i förordning (EG) nr 1223/2009 gäller produkter som omfattas av definitionen av kosmetisk produkt i artikel 2 i den förordningen. De gemensamma kriterierna är endast tillämpliga efter att det har konstaterats att produkten i fråga faktiskt är en kosmetisk produkt. De nationella behöriga myndigheterna och de nationella domstolarna måste besluta från fall till fall vilket regelverk som gäller.
- (5) De gemensamma kriterierna bör gälla utan att det påverkar tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otilbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otilbörliga affärsmetoder) ⁽³⁾, Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam ⁽⁴⁾ eller annan tillämplig unionslagstiftning.
- (6) Utformningen av budskapen till slutanvändarna bör vara flexibel, så att den anpassas till de sociala, språkliga och kulturella olikheterna i unionen och så att den europeiska industrins innovations- och konkurrenskraft bevaras. Ett sådant förhållningssätt är förenligt med de principer som fastställts av domstolen, som vid upprepade tillfällen har påpekat att man, för att avgöra om ett påstående kan vilseleda konsumenterna, måste beakta deras förväntningar med hänsyn till i vilket sammanhang och under vilka omständigheter påståendet görs, t.ex. sociala, kulturella och språkliga faktorer ⁽⁵⁾.
- (7) Det bör visserligen säkerställas att samma principer gäller i hela unionen, men syftet med de gemensamma kriterierna bör inte vara att i detalj ange hur påståenden om kosmetiska produkter ska formuleras.
- (8) För att säkerställa att de gemensamma kriterierna för påståenden om kosmetiska produkter börjar tillämpas samma dag som förordning (EG) nr 1223/2009 bör den här förordningen tillämpas från och med den 11 juli 2013.

⁽²⁾ EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

⁽³⁾ EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.

⁽⁴⁾ EUT L 376, 27.12.2006, s. 21.

⁽⁵⁾ Se t.ex. mål C-220/98, Estée Lauder Cosmetics mot Lancaster, REG 2000, s. I-00117, punkt 29.

⁽¹⁾ EUT L 342, 22.12.2009, s. 59.

- (9) De åtgärder som föreskrivs i denna förordning är förenliga med yttrandet från ständiga kommittén för kosmetiska produkter.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Denna förordning ska tillämpas på påståenden i form av text, namn, varumärken, bilder och tecken, figurativa eller ej, som direkt eller indirekt anger produktens egenskaper eller funktion i märkningen, vid tillhandahållande på marknaden och i reklam för kosmetiska produkter. Den ska tillämpas på alla påståenden, oberoende av medium eller marknadsföringsverktyg, av produktens påstådda funktion och av målgruppen.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Bryssel den 10 juli 2013.

Artikel 2

Den ansvariga person som avses i artikel 4 i förordning (EG) nr 1223/2009 ska se till att påståenden om kosmetiska produkter utformas i överensstämmelse med de gemensamma kriterierna i bilagan och är förenliga med bevisningen för den effekt som den kosmetiska produkten uppges ha enligt det produktinformationsdokument som avses i artikel 11 i förordning (EG) nr 1223/2009.

Artikel 3

Denna förordning träder i kraft dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Det ska tillämpas från och med den 11 juli 2013.

På kommissionens vägnar

José Manuel BARROSO

Ordförande

BILAGA

GEMENSAMMA KRITERIER

1. Lagenlighet

1. Påståenden som antyder att produkten har godkänts av en behörig myndighet i unionen är inte tillåtna.
2. Bedömningen av om ett påstående är godtagbart ska baseras på hur en genomsnittlig, normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst slutanvändare av en kosmetisk produkt uppfattar påståendet, med beaktande av sociala, kulturella och språkliga faktorer.
3. Påståenden om att en produkt har särskilda fördelar är inte tillåtna om dessa fördelar endast beror på lagstadgade krav.

2. Sanningsenlighet

1. Om det anges på produkten att den innehåller en viss ingrediens måste denna avsiktligt ingå i produkten.
2. Påståenden om en viss ingrediens särskilda egenskaper får inte antyda att även slutprodukten har samma egenskaper om detta inte är fallet.
3. I marknadsföringen får inte åsikter presenteras som styrka fakta om inte åsikten återspeglar kontrollerbara bevis.

3. Bevisning

1. Såväl direkta som indirekta påståenden om kosmetiska produkter ska styrkas av adekvata och kontrollerbara bevis, oberoende av vilken typ av bevis som använts för att styrka dem, i förekommande fall även expertbedömningar.
2. Bevisen som används för att styrka påståenden ska beakta bästa nuvarande praxis.
3. När studier används som bevis ska de vara relevanta för produkten och dess föregivna fördelar, följa väl utformade och väl utförda metoder (giltiga, tillförlitliga och reproducerbara) och beakta etiska hänsyn.
4. Kraven på bevis eller belägg ska vara i nivå med den typ av påståenden som görs, särskilt när det gäller påståenden om produkter där en utebliven effekt kan leda till säkerhetsproblem.
5. Det ska inte krävas belägg för uppenbart överdrivna påståenden som den genomsnittliga slutanvändaren inte tolkar bokstavligt eller för abstrakta påståenden.
6. Ett (direkt eller indirekt) påstående om att en ingrediens egenskaper är tillämpliga även på slutprodukten ska stödjas av adekvata och kontrollerbara bevis, t.ex. genom att man påvisar att ingrediensen förekommer i en effektiv koncentration.
7. Bedömningen av om ett påstående är godtagbart ska baseras på en sammanvägd bedömning av alla tillgängliga studier, data och uppgifter, beroende på typen av påstående och slutanvändarnas allmänna kunskapsläge.

4. Vederhäftighet

1. Presentationen av en produkts effekt ska inte gå utöver tillgänglig bevisning.
2. Man får inte påstå att en produkt har särskilda (dvs. unika) egenskaper om liknande produkter har samma egenskaper.
3. Om en produkts verkan är avhängig vissa villkor (t.ex. att den ska användas tillsammans med andra produkter) ska detta tydligt anges.

5. Skälighet

1. Påståenden om kosmetiska produkter ska vara objektiva och får inte vara nedsättande mot konkurrenterna eller mot ingredienser som används lagenligt.
2. Påståenden om kosmetiska produkter får inte orsaka förväxling med en konkurrents produkter.

6. Välgrundade beslut

1. Påståendena ska vara tydliga och begripliga för den genomsnittliga slutanvändaren.
 2. Påståenden utgör en integrerad del av produkter och ska innehålla information som ger den genomsnittliga slutanvändaren möjlighet att fatta välgrundade beslut.
 3. Vid marknadsföringen ska man ta hänsyn till målgruppens (befolkningen i berörda medlemsstater eller befolkningssegment, t.ex. slutanvändare i olika åldrar och av olika kön eller yrkesutövare) förmåga att förstå budskapet. Budskapen ska vara tydliga, precisa, relevanta och begripliga för målgruppen.
-