

A BIZOTTSÁG 655/2013/EU RENDELETE

(2013. július 10.)

a kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról

(EGT-vonatkozású szöveg)

AZ EURÓPAI BIZOTTSÁG,

tekintettel az Európai Unió működéséről szóló szerződésre,

tekintettel a kozmetikai termékekről szóló, 2009. november 30-i 1223/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletre ⁽¹⁾ és különösen annak 20. cikke ⁽²⁾ bekezdésének második albekezdésére,

mivel:

- (1) Az 1223/2009/EK rendelet 2. cikke (1) bekezdésének f) pontjában meghatározott végfelhasználók a kozmetikai termékek funkciójára, tartalmára és hatásaira vonatkozó állítások széles skálájával találkozhatnak. Mivel a kozmetikai termékek a végfelhasználók életében lényeges szerepet töltenek be, fontos annak biztosítása, hogy az állítások információtartalma hasznos, érthető és megbízható legyen, és lehetővé tegye számukra a körültekintő döntéshozatalt, valamint azt, hogy igényeiknek és elvárásainak a leginkább megfelelő termékeket választhassák.
- (2) A kozmetikai termékekre vonatkozó állítások főként azt a célt szolgálják, hogy tájékoztassák a végfelhasználókat a termékek tulajdonságairól és jellemzőiről. Az említett állítások a termékek megkülönböztetése szempontjából rendkívül lényegesek. Ezenkívül ösztönzik az innovációt és elősegítik a versenyt.
- (3) A kozmetikai termékekről tett állítások indokolása érdekében uniós szinten közös kritériumokat kell megállapítani. A közös kritériumok megállapításának fő célja a végfelhasználók magas szintű védelmének biztosítása, különösen a kozmetikai termékekre vonatkozó megtévesztő állításokkal szemben. Egy uniós szintű közös megközelítés a tagállamok illetékes hatóságai által tett intézkedések fokozottabb összehangoltságát, valamint a belső piac torzulásainak megelőzését is szolgálja. Ez a megközelítés a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről szóló, 2004. október 27-i 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet) ⁽²⁾ által meghatározott, a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok közötti együttműködést is fokozza.

(4) Az 1223/2009/EK rendelet 20. cikke vonatkozik az ezen rendelet 2. cikke szerint kozmetikai terméknek minősülő termékekre. A közös kritériumok csak abban az esetben alkalmazandók, ha a szóban forgó termékről az értékelés során bebizonyosodott, hogy kozmetikai termék. Az alkalmazandó szabályozási keretet az illetékes nemzeti hatóságok és a nemzeti bíróságok határozzák meg eseti alapon.

(5) A közös kritériumokat a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) ⁽³⁾, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽⁴⁾, valamint más vonatkozó uniós jogszabályok sérelme nélkül kell alkalmazni.

(6) A végfelhasználóknak szóló üzenetek esetében rugalmas megközelítést kell alkalmazni, a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezők figyelembevételével, valamint az európai gazdasági ágazat innovációjának és versenyképességének megőrzése érdekében. Ez a megközelítés összhangban van a Bíróság által kimondott elvekkel, amely több ízben kifejtette, hogy annak meghatározásához, hogy egy állítás megtévesztheti-e a fogyasztót, mérlegelni kell a fogyasztó elvárásait, az állítás adott szövegkörnyezetének és körülményeinek figyelembevételével, ideértve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is ⁽⁵⁾.

(7) A közös kritériumok biztosítják ugyan, hogy Unió-szerte azonos elveket tartsanak be, azonban céljuk nem az, hogy meghatározzák és megnevezzék a kozmetikai termékekre vonatkozó állításoknál használatos szöveget.

(8) Annak érdekében, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó közös kritériumok alkalmazásának időpontja megegyezzen az 1223/2009/EK rendelet alkalmazásának időpontjával, ezt a rendeletet 2013. július 11-től kell alkalmazni.

⁽³⁾ HL L 149., 2005.6.11., 22. o.

⁽⁴⁾ HL L 376., 2006.12.27., 21. o.

⁽⁵⁾ Lásd például a C-220/98. sz. Estée Lauder Cosmetics kontra Lancaster ügyet (EBHT 2000., I-00117. o., 29. pont.).

⁽¹⁾ HL L 342., 2009.12.22., 59. o.

⁽²⁾ HL L 364., 2004.12.9., 1. o.

- (9) Az ebben a rendeletben foglalt intézkedések összhangban vannak a Kozmetikai Termékek Állandó Bizottságának véleményével,

ELFOGADTA EZT A RENDELETET:

1. cikk

Ez a rendelet a szövegek, nevek, védjegyek, képek és képi vagy egyéb jelek formájában feltüntetett állításokra alkalmazandó, amelyek a címkézés, a piaci hozzáférhetőség biztosítása és a reklámozás során explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek jellemzőire, illetve funkcióira vonatkoznak. A rendelet a használt médium, illetve marketingeszköz típusától, a termék általános funkcióitól és a célcsoporttól függetlenül valamennyi állításra alkalmazandó.

2. cikk

Az 1223/2009/EK rendelet 4. cikkében meghatározott felelős személy biztosítja, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások szövegezése megfeleljen a mellékletben felsorolt közös kritériumoknak, és összhangban legyen a kozmetikai terméktől várt hatást igazoló dokumentációval, amelyet az 1223/2009/EK rendelet 11. cikkében előírt termékinformációs dokumentáció tartalmaz.

3. cikk

Ez a rendelet az *Európai Unió Hivatalos Lapjában* való kihirdetését követő napon lép hatályba.

Ezt a rendeletet 2013. július 11-től kell alkalmazni.

Ez a rendelet teljes egészében kötelező és közvetlenül alkalmazandó valamennyi tagállamban.

Kelt Brüsszelben, 2013. július 10-én.

a Bizottság részéről

az elnök

José Manuel BARROSO

MELLÉKLET

KÖZÖS KRITÉRIUMOK**1. A jogszabályok betartása**

1. Nem megengedett az arra hivatkozó állítás, hogy a terméket egy, az Unió területén található illetékes hatóság engedélyezte vagy elfogadta.
2. Az állítás elfogadhatóságának a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó megítélésén kell alapulnia, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket figyelembe véve.
3. Nem megengedettek az olyan állítások, amelyek azt sugallják, hogy egy termék különleges előnyt nyújt, miközben csupán arról van szó, hogy megfelel a minimális jogi követelményeknek.

2. Hitelesség

1. Amennyiben egy terméken feltüntették, hogy egy bizonyos összetevőt tartalmaz, a terméknek az összetevőt valóban tartalmaznia kell.
2. Az egy bizonyos összetevő tulajdonságaira vonatkozó állítások nem sugallhatják azt, hogy a késztermék is ugyanazon tulajdonságokkal rendelkezik, amennyiben ez nem felel meg a valóságnak.
3. A marketingtájékoztatók nem sugallhatják azt, hogy a véleménynyilvánítások bizonyított állítások, hacsak nincs valóban bizonyítható alapjuk.

3. Bizonyítékokkal való alátámasztás

1. A kozmetikai termékekre vonatkozó, akár explicit akár implicit állításokat megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal kell igazolni, az alátámasztó bizonyítékok típusától függetlenül, ideértve szükség esetén a szakértői értékeléseket is.
2. Az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatokat.
3. Amennyiben az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódniuk, kellően megtervezett és kivitelezett (érvényes, megbízható és megismételhető) módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.
4. A bizonyítékok szintjének meg kell felelnie az állítás típusának, különösen az olyan állítások esetében, amelyeknél a termék hatásának hiánya biztonságossági problémát okozhat.
5. A kimondottan túlzó állításokat, amelyeket egy átlagos végfelhasználó nem szó szerinti értelemben használ (hiperbolák), vagy az absztrakt állításokat nem kell alátámasztani.
6. Az olyan állításokat, amelyek az összetevő tulajdonságait (explicit vagy implicit módon) a késztermékre vetítik ki, megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal alá kell támasztani, például annak kimutatásával, hogy a termék az összetevőt hatékony koncentrációban tartalmazza.
7. Az állítás elfogadhatóságának megítélése az összes tanulmány, adat és rendelkezésre álló információ bizonyító erején kell, hogy alapuljon – az állítás természetétől és az átlagos végfelhasználók általános ismereteitől függően.

4. Megbízhatóság

1. A termék hatásának jellemzése nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat.
2. Az állítások nem tulajdoníthatnak az adott terméknek sajátos (például egyedülálló) tulajdonságokat, ha hasonló termékek azonos tulajdonságokkal rendelkeznek.
3. Ha egy termék hatása bizonyos körülményektől függ, mint például más termékek együttes használatától, ezt világosan meg kell nevezni.

5. Méltányosság

1. A kozmetikai termékekre vonatkozó állításoknak objektívnak kell lenniük, és nem kelthetik rossz hírét sem a konkurenciának, sem a legálisan használható összetevőknek.
2. A kozmetikai termékekre vonatkozó állítások nem vezethetnek olyan helyzethez, hogy a terméket egy konkurens termékkel összetévesszék.

6. Körültekintő döntéshozatal

1. Az állításoknak világosnak és az átlagos végfelhasználó számára érthetőnek kell lenniük.
 2. Az állítások szorosan a termékekhez tartoznak, és olyan információkat kell, hogy tartalmazzanak, amelyek lehetővé teszik az átlagos végfelhasználóknak, hogy körültekintően dönthessenek.
 3. A marketingtájékoztatóknak figyelembe kell vennie a célcsoport (az egyes tagállamok lakossága vagy lakosságainak csoportjai, pl. különböző korú és nemű végfelhasználók) abbéli képességét, hogy a tájékoztatót megértsék. A marketingtájékoztatóknak világosnak, pontosnak, relevánsnak és a célcsoport számára érthetőnek kell lenniük.
-