

## UREDBA KOMISIJE (EU) br. 655/2013

od 10. srpnja 2013.

## o utvrđivanju zajedničkih kriterija za opravdanje tvrdnji koje se koriste u vezi s kozmetičkim proizvodima

(Tekst značajan za EGP)

EUROPSKA KOMISIJA,

27. listopada 2004. o suradnji između nacionalnih tijela odgovornih za provedbu zakona o zaštiti potrošača (Uredba o suradnji u zaštiti potrošača) <sup>(2)</sup>.

uzimajući u obzir Ugovor o funkcioniranju Europske unije,

uzimajući u obzir Uredbu (EZ) br. 1223/2009 Europskog parlamenta i Vijeća od 30. studenoga 2009. o kozmetičkim proizvodima <sup>(1)</sup>, a posebno njezin članak 20. stavak 2. drugi podstavak,

budući da:

(1) Krajnji korisnici, kako su definirani u članku 2. stavku 1. točki (f) Uredbe (EZ) br. 1223/2009, susreću se s raznim tvrdnjama u vezi s funkcijom, sadržajem i učincima kozmetičkog proizvoda. S obzirom na to da kozmetički proizvodi igraju veliku ulogu u životima krajnjih korisnika, važno je osigurati da su informacije koje su im u tim tvrdnjama priopćene korisne, razumljive i pouzdane i da im se tim informacijama omogućí donošenje informiranih odluka i odabir proizvoda koji najbolje odgovaraju njihovim potrebama i očekivanjima.

(2) Tvrdnje o kozmetičkim proizvodima služe uglavnom za informiranje krajnjih korisnika o obilježjima i kvaliteti proizvoda. Te su tvrdnje ključne za razlikovanje proizvoda. Pridonose i poticanju inovativnosti i konkurentnosti.

(3) Potrebno je utvrditi zajedničke kriterije na razini Unije kako bi se opravdala uporaba tvrdnje u vezi s kozmetičkim proizvodima. Glavni je cilj utvrđivanja zajedničkih kriterija osigurati visoki stupanj zaštite krajnjih korisnika, posebice u odnosu na zavaravajuće tvrdnje u vezi s kozmetičkim proizvodima. Zajedničkim pristupom na razini Unije osigurala bi se i bolja usklađenost mjera koje poduzimaju nadležna tijela država članica i spriječila narušavanja unutarnjeg tržišta. Tim bi se pristupom poboljšala i suradnja između nacionalnih tijela odgovornih za zaštitu potrošača, kako je utvrđeno u Uredbi (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća od

(4) Članak 20. Uredbe (EZ) br. 1223/2009 primjenjuje se na proizvode koji su obuhvaćeni definicijom kozmetičkog proizvoda iz članka 2. te Uredbe. Zajednički se kriteriji primjenjuju samo ako je ocijenjeno da je dotični proizvod uistinu kozmetički proizvod. Nacionalna nadležna tijela i nacionalni sudovi odlučuju, ovisno o pojedinačnom slučaju, koji se regulatorni okvir primjenjuje.

(5) Zajednički kriteriji primjenjuju se ne dovodeći u pitanje Direktivu 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu („Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi”) <sup>(3)</sup>, Direktivu 2006/114/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o zavaravajućem i komparativnom oglašavanju <sup>(4)</sup> i drugo primjenjivo zakonodavstvo Unije.

(6) Krajnjim se korisnicima poruke trebaju priopćiti uz prilagodljiv pristup kako bi se uzela u obzir socijalna, jezična i kulturna raznolikost Unije i očuvala inovativnost i konkurentnost europske industrije. Takav je pristup usklađen s načelima koje je izrekao Sud koji je u nekoliko navrata istaknuo da je radi utvrđivanja može li određena tvrdnja zavarati potrošača potrebno uzeti u obzir njegova očekivanja, s obzirom na specifični kontekst i okolnosti u kojima je tvrdnja navedena, uključujući društvene, kulturne i jezične čimbenike <sup>(5)</sup>.

(7) Iako se zajedničkim kriterijima osigurava da se u Uniji poštuju jednaka načela, njima nije cilj definirati i odrediti koji se tekst može koristiti u tvrdnjama o kozmetičkim proizvodima.

(8) Kako bi se osiguralo da se zajednički kriteriji za tvrdnje o kozmetičkim proizvodima primjenjuju od istog datuma kao i Uredba (EZ) br. 1223/2009, ova se Uredba treba primjenjivati od 11. srpnja 2013.

<sup>(2)</sup> SL L 364, 9.12.2004., str. 1.

<sup>(3)</sup> SL L 149, 11.6.2005., str. 22.

<sup>(4)</sup> SL L 376, 27.12.2006., str. 21.

<sup>(5)</sup> Vidjeti primjerice Predmet C-220/98, Estée Lauder Cosmetics protiv Lancaster [2000] ECR I-00117, stavak 29.

<sup>(1)</sup> SL L 342, 22.12.2009., str. 59.

- (9) Mjere predviđene ovom Uredbom u skladu su s mišljenjem Stalnog odbora za kozmetičke proizvode,

DONIJELA JE OVU UREDBU:

*Članak 1.*

Ova se Uredba primjenjuje na tvrdnje u obliku teksta, imena, žigova, slika i simboličnih ili drugih oznaka kojima se eksplicitno ili implicitno navode obilježja ili funkcije proizvoda pri označivanju, osiguranju dostupnosti na tržištu i reklamiranju kozmetičkih proizvoda. Primjenjuje se na svaku tvrdnju, neovisno o mediju ili vrsti upotrijebljenog marketinškog alata, naznačenih funkcija proizvoda i ciljne publike.

Ova je Uredba u cijelosti obvezujuća i izravno se primjenjuje u svim državama članicama.

Sastavljeno u Bruxellesu 10. srpnja 2013.

*Članak 2.*

Odgovorna osoba iz članka 4. Uredbe (EZ) br. 1223/2009 osigurava da je tekst tvrdnje u vezi s kozmetičkim proizvodima usklađen sa zajedničkim kriterijima iz Priloga I. i s dokumentacijom o učinku za koji se u dokumentaciji s podacima o proizvodu iz članka 11. Uredbe (EZ) br. 1223/2009. tvrdi da ga posjeduje kozmetički proizvod.

*Članak 3.*

Ova Uredba stupa na snagu sljedećeg dana od dana objave u *Službenom listu Europske unije*.

Ona se primjenjuje od 11. srpnja 2013.

Za Komisiju  
Predsjednik  
José Manuel BARROSO

## PRILOG I.

## ZAJEDNIČKI KRITERIJI

**1. Poštovanje zakonodavstva**

- (1) Tvrdnje u kojima se navodi da je proizvod potvrdilo ili odobrilo nadležno tijelo u Uniji nisu dopuštene.
- (2) Prihvatljivost tvrdnje temelji se na percepciji koju prosječni krajnji korisnik, koji je u razumnoj mjeri obaviješten, pažljiv i oprezan, stvori o kozmetičkom proizvodu, uzimajući u obzir socijalne, kulturne i jezične čimbenike na dotičnom tržištu.
- (3) Tvrdnje kojima se stvara dojam da proizvod ima specifičnu pogodnost nisu dopuštene ako ta pogodnost predstavlja jednostavnu usklađenost s minimalnim pravnim zahtjevima.

**2. Vjerodostojnost**

- (1) Ako se tvrdi da proizvod sadržava određeni sastojak, taj je sastojak izričito prisutan.
- (2) Tvrdnjama o sastojcima kojima se upućuje na svojstva određenog sastojka gotovom proizvodu ne smiju se pripisivati jednaka svojstva ako ih on nema.
- (3) Promidžbenim sadržajima ne podrazumijeva se da su izražena mišljenja provjerene tvrdnje, osim ako se mišljenje temelji na provjerljivim dokazima.

**3. Dokazna građa**

- (1) Tvrdnje o kozmetičkim proizvodima, implicitne ili eksplicitne, potkrijepljene su odgovarajućim i provjerljivim dokazima, bez obzira na vrstu dokazne građe na kojoj se tvrdnje temelje, uključujući prema potrebi procjene stručnjaka.
- (2) U dokazima kojima se tvrdnje potkrepljuju uzima se u obzir najsuvremenija praksa.
- (3) Ako se kao dokaz koriste studije, one su relevantne za proizvod i pogodnosti koje se za njega tvrde, odvijaju se prema dobro osmišljenim i dobro provedenim metodologijama (valjanim, pouzdanim i ponovljivim) i u skladu su s etičkim načelima.
- (4) Dokazi ili potkrepljenja na razini su koja odgovara vrsti navedene tvrdnje, posebice kod tvrdnji gdje neučinkovitost može uzrokovati sigurnosni problem.
- (5) Potkrepljenje nije potrebno očito preuveličanim izjavama koje prosječni krajnji korisnik ne treba shvaćati doslovno (hiperbole) ili apstraktnim izjavama.
- (6) Tvrdnja kojom se (eksplicitno ili implicitno) ekstrapoliraju svojstva sastojaka na gotovom proizvodu potkrepljuje se odgovarajućim i provjerljivim dokazima, primjerice dokaz prisutnosti sastojka pri učinkovitoj koncentraciji.
- (7) Ocjena prihvatljivosti tvrdnje temelji se na valjanosti i utemeljenosti svih studija, dostupnih podataka i informacija, ovisno o prirodi tvrdnje i prevladavajućeg općeg znanja krajnjih korisnika.

**4. Poštenje**

- (1) Prezentiranjem učinkovitosti proizvoda ne izlazi se iz okvira dostupnih potkrepljujućih dokaza.
- (2) Dotičnom se proizvodu tvrdnjama ne pripisuju specifična (odnosno jedinstvena) obilježja ako slični proizvodi posjeduju jednaka obilježja.
- (3) Ako je djelovanje proizvoda povezano sa specifičnim uvjetima, poput uporabe zajedno s drugim proizvodima, to se jasno navodi.

**5. Pravednost**

- (1) Tvrdnje o kozmetičkim proizvodima objektivne su i njima se ne ocrnjuju konkurenti ni zakonito upotrijebljeni sastojci.
- (2) Tvrdnjama o kozmetičkim proizvodima ne stvara se zabuna s proizvodom konkurenta.

**6. Donošenje informiranih odluka**

- (1) Tvrđnje su jasne i razumljive prosječnom krajnjem korisniku.
  - (2) Tvrđnje čine sastavni dio proizvoda i sadržavaju informacije kojima se prosječnom krajnjem korisniku omogućuje informirani izbor.
  - (3) Promidžbenim sadržajima uzima se u obzir mogućnost ciljne publike (stanovništvo odgovarajućih država članica ili dijelovi stanovništva, primjerice krajnji korisnici razne dobi i spola) da razumije sadržaj. Promidžbeni sadržaji jasni su, točni i razumljivi ciljnoj publici.
-