Zbornik sudske prakse

MIŠLJENJE NEZAVISNOG ODVJETNIKA
MANUELA CAMPOSA SÁNCHEZ-BORDONE
od 9. srpnja 2020.[1]

**Predmet C-667/19**

**A. M.**
**protiv**
**E. M.-a**

(zahtjev za prethodnu odluku koji je uputio Sąd Okręgowy w Warszawie (Okružni sud u Varšavi, Poljska))

„Zahtjev za prethodnu odluku – Usklađivanje zakonodavstava – Kozmetički proizvodi – Uredba (EZ) br. 1223/2009 – Članak 19. – Podaci za potrošače – Označivanje – Podaci koji se trebaju nalaziti na posudi i ambalaži – Funkcija kozmetičkog proizvoda – Zaštita zdravlja ljudi – Podaci koji se mogu nalaziti na priloženom ili pričvršćenom listiću, naljepnici, traci, markici ili kartici – Označivanje na stranom jeziku – Ambalaža kozmetičkih proizvoda koja sadržava upućivanje na katalog proizvoda sastavljen na potrošačevu jeziku”

1. U predmetnom zahtjevu za prethodnu odluku traži se tumačenje članka 19. Uredbe (EZ) br. 1223/2009[2] koji se odnosi na označivanje kozmetičkih proizvoda.

2. Konkretno, dva su sporna pitanja:

– što se smatra „funkcijom proizvoda” kao podatkom koji obvezno treba navesti na posudi i ambalaži kozmetičkog proizvoda koji se stavlja na tržište; i

– mogu li se određeni podaci za potrošače, koji su također obvezni, navesti samo u katalogu poduzeća, koje je proizvođač, koji se ne daje uvijek uz kupljen kozmetički proizvod.

3. Sud je dosad imao priliku odlučivati[3] o drugim člancima Uredbe br. 1223/2009, ali, ako ne griješim, ne i o posebnim zahtjevima iz njezina članka 19. stavaka 1. i 2.

1 Izvorni jezik: španjolski

2 Uredba Europskog parlamenta i Vijeća od 30. studenoga 2009. o kozmetičkim proizvodima (SL 2009., L 342, str. 59.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 27., str. 152.)

3 Presude od 3. rujna 2015., Colena (C-321/14, EU:C:2015:540), o kvalifikaciji kontaktnih leća kao kozmetičkih proizvoda; od 21. rujna 2016., European Federation for Cosmetic Ingredients (C-592/14, EU:C:2016:703), o sastojcima tih proizvoda koji su ispitani na životinjama i od 12. travnja 2018., Fédération des entreprises de la beauté (C-13/17, EU:C:2018:246), o osposobljenosti ocjenjivača navedenih proizvoda.

4. Međutim, Uredbom br. 1223/2009 preinačene su direktive kojima je to područje dotad bilo uređeno [4]. Sudska praksa koja se odnosi na pravila o označivanju, koja su te direktive sadržavale [5], nudi neke korisne smjernice kako odgovoriti na predmetni zahtjev za prethodnu odluku.

## I. Pravni okvir

### *A. Pravo Unije. Uredba br. 1223/2009*

5. Člankom 1. („Područje primjene i cilj”) propisuje se:

„Ovom se Uredbom utvrđuju pravila koja mora ispuniti svaki kozmetički proizvod koji se stavlja na tržište kako bi se osigurali funkcioniranje zajedničkog tržišta i visoka razina zaštite zdravlja ljudi”.

6. Članak 2. stavak 1. („Definicije”) glasi:

„U smislu ove Uredbe primjenjuju se sljedeće definicije:

(a) ‚kozmetički proizvod’ znači svaka tvar ili smjesa koja je namijenjena dodiru s vanjskim dijelovima ljudskog tijela (koža, kosa i vlasište, nokti, usnice i vanjski spolni organi) ili sa zubima i sluznicom usne šupljine isključivo ili prvenstveno radi njihova čišćenja, parfimiranja, i/ili zaštite i održavanja u dobrom stanju, mijenjanja njihova izgleda i/ili korekcije tjelesnih mirisa;

[…]”.

7. Člankom 3. („Sigurnost”) utvrđuje se:

„Kozmetički proizvod dostupan na tržištu mora biti siguran za zdravlje ljudi kada se koristi u uobičajenim ili razumno predvidljivim uvjetima uporabe, uzimajući posebno u obzir sljedeće:

(a) prezentaciju […];

(b) označivanje;

[…]”.

8. Člankom 19. („Označivanje”) predviđa se:

„1. Ne dovodeći u pitanje ostale odredbe ovog članka, kozmetički proizvodi stavljaju se na tržište samo ako se na posudi i ambalaži kozmetičkih proizvoda nalaze sljedeći podaci ispisani neizbrisivim, jasno čitljivim i vidljivim slovima:

[…]

(d) posebne mjere opreza koje je potrebno poštovati prilikom uporabe, te barem one iz priloga III. do VI. i bilo koja upozorenja o kozmetičkim proizvodima za profesionalnu uporabu;

4 Odnosno Direktiva Vijeća 76/768/EEZ od 27. srpnja 1976. o usklađivanju zakonodavstava država članica u odnosu na kozmetičke proizvode (SL 1976., L 262, str. 169.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 7., str. 29.), kako je izmijenjena Direktivom Vijeća 93/35/EEZ od 14. lipnja 1993. o šestoj izmjeni Direktive 76/768 (SL 1993., L 151, str. 32.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 9., str. 243.).

5 Među ostalim, presude od 28. siječnja 1999., Unilever (C-77/97, EU:C:1999:30); od 13. siječnja 2000., Estée Lauder (C-220/98, EU:C:2000:8); od 13. rujna 2001., Schwarzkopf (C-169/99, u daljnjem tekstu: presuda Schwarzkopf, EU:C:2001:439 i od 24. listopada 2002., Linhart i Biffl (C-99/01, EU:C:2002:618)

[…]

(f) funkcija kozmetičkog proizvoda, osim ako to nije jasno iz njegova izgleda;

(g) popis sastojaka. Ovaj se podatak može navesti samo na ambalaži. Ispred popisa mora stajati izraz: ‚sastojci'.

[…]

2. Ako iz praktičnih razloga nije moguće navesti podatke iz točaka (d) i (g) stavka 1., primjenjuje se sljedeće:

– podaci se navode na priloženom ili pričvršćenom listiću, naljepnici, traci, markici ili kartici,

– osim ako to nije neizvedivo, ti se podaci navode u skraćenom obliku ili putem simbola iz točke 1. Priloga VII., koji se moraju nalaziti na posudi ili ambalaži za podatke iz točke (d) stavka 1., odnosno na ambalaži za podatke iz točke (g) stavka 1.

[…]

5. Jezik na kojemu su napisani podaci iz točaka (b), (c), (d) i (f) stavka 1., te iz stavaka 2., 3. i 4. utvrđuje se pravnim propisima država članica u kojima je proizvod dostupan krajnjem korisniku.

[…]".

9. Članak 20. („Tvrdnje na proizvodima") glasi:

„1. Pri označivanju, osiguranju dostupnosti na tržištu i reklamiranju kozmetičkih proizvoda nije dopušteno koristiti tekst, imena, robne žigove, slike i simbolične ili druge oznake kojima se tim proizvodima pripisuju obilježja ili funkcije koje oni nemaju.

[…]"

10. Prilogom VII. („Simboli koji se upotrebljavaju na ambalaži/posudi") propisuje se:

„1. Uputa na priložene informacije



[…]”

***B. Poljsko pravo. Ustawa o kosmetykach z dnia 30 marca 2001 r. (Zakon o kozmetičkim proizvodima od 30. ožujka 2001.)***

11. Različiti stavci članka 6. sadržavaju te zahtjeve:

– Pojedinačnu ambalažu kozmetičkog proizvoda treba označiti na čitljiv i vidljiv način postupkom koji jamči da se oznaka ne može lako ukloniti (stavak 1.).

– U skladu sa stavkom 2., u pravilu, označivanje pojedinačne ambalaže kozmetičkog proizvoda na posudi ili vanjskoj pojedinačnoj ambalaži podrazumijeva, među ostalim, sljedeće podatke:

  – posebne mjere opreza koje je potrebno poštovati prilikom uporabe kozmetičkog proizvoda, kad je on namijenjen profesionalnoj uporabi u skladu s njegovom predviđenom namjenom, uz druge potrebne mjere opreza;

  – funkciju kozmetičkog proizvoda, ako to nije jasno iz njegova izgleda;

  – popis sastojaka definiranih u skladu s nazivima iz Međunarodnog nazivlja kozmetičkih sastojaka (INCI), ispred kojeg stoji izraz „sastojci” i u kojem se pojašnjava način na koji ih treba navesti ovisno o koncentraciji i vrsti.

– Podaci koji se odnose na popis sastojaka isključivo se mogu navesti na vanjskoj pojedinačnoj ambalaži kozmetičkog proizvoda (stavak 4.).

– Ako zbog dimenzija ili oblika ambalaže na vanjskoj pojedinačnoj ambalaži nije moguće navesti podatke koji se odnose na posebne mjere opreza kojih se treba pridržavati prilikom uporabe proizvoda i popis sastojaka, ti se podaci mogu navesti na listiću, naljepnici, traci ili kartici priloženoj proizvodu. U tom slučaju, na posudi ili vanjskoj pojedinačnoj ambalaži trebaju se nalaziti podaci u skraćenom obliku ili grafički simbol koji upućuje na to da su navedene informacije priložene proizvodu (stavak 6.).

– Ako zbog dimenzija ili oblika ambalaže na listiću, naljepnici, traci ili kartici priloženoj proizvodu nije moguće navesti podatke koji se odnose na popis sastojaka, ti se podaci izravno navode na posudi ili mjestu gdje je kozmetički proizvod izložen za prodaju a koje je dostupno kupcu (stavak 7.).

## II. Činjenice i prethodno pitanje

12. A. M., vlasnica salona za uljepšavanje, u poslovnom je odnosu s E. M.-om koji distribuira kozmetičke proizvode američkog proizvođača.

13. A. M. je za vrijeme tog poslovnog odnosa bila na osposobljavanju koje je održao E. M., a odnosilo se na te proizvode i uključivalo njihovo označivanje [6].

14. Nakon tog osposobljavanja, A. M. je 28. i 29. siječnja 2016. od E. M.-a kupila 40 primjeraka maloprodajnih brošura, 10 kataloga i različite proizvode (kreme, maske i pudere) [7].

15. Na ambalaži kupljenih kozmetičkih proizvoda nalazili su se podaci o odgovornoj osobi, izvornom nazivu proizvoda, sastavu, roku trajanja i njegov serijski broj te grafički simbol („ruka s knjigom”) kojim se upućuje na katalog.

16. A. M. je od Sąda Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Općinski sud u Varšavi, Poljska) zahtijevala da odluči o raskidu kupoprodajnog ugovora zbog nedostataka prodane robe. Tvrdila je da ambalaža ne sadržava informacije o funkciji proizvoda na poljskom jeziku, zbog čega ga nije moguće identificirati niti odrediti njegove učinke, te da ti podaci nisu jasni iz njegova izgleda. Na taj su se način povrijedila pravila koja se u Poljskoj primjenjuju na trgovinu kozmetičkim proizvodima i koja su istovjetna pravilima iz članka 19. Uredbe br. 1223/2009.

17. E. M. se usprotivio tužbi i pritom tvrdio da su proizvodi označeni u skladu s važećim nacionalnim odredbama, s obzirom na to da se na njima nalazi simbol („ruka s knjigom”) koji upućuje na katalog koji se daje uz svaki kozmetički proizvod. Taj je katalog na poljskom jeziku sadržavao cjelovit opis proizvoda i njihovih funkcija te su u njemu navedene njihove kontraindikacije, način primjene i sastojci. Stoga se poštovao članak 19. Uredbe br. 1223/2009.

18. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Općinski sud u Varšavi) odbio je tužbu primjenom članaka poljskog Građanskog zakonika [8] koji se odnose na jamstvo u pogledu nedostataka robe [9].

19. A. M. je tu presudu pobijala pred Sądom Okręgowy w Warszawie (Okružni sud u Varšavi, Poljska). Tvrdila je da je prvostupanjski sud netočno ocijenio dokaze o pruženim informacijama te je istaknula da na ambalaži nije bilo podataka o funkciji kozmetičkih proizvoda na poljskom jeziku. Smatrala je da upućivanje na katalog (koji se naplaćuje) nije bilo dovoljno i da te informacije nije bilo nemoguće navesti na svim proizvodima.

6 Objašnjeno joj je djelovanje svih proizvoda tako što joj se na raspolaganje stavila dokumentacija sastavljena na poljskom jeziku i maloprodajne brošure svakog proizvoda. Dobila je dokumentaciju za osposobljavanje te joj je rečeno da je na svakom kozmetičkom proizvodu otisnut simbol „ruka s knjigom” koji upućuje na zaseban katalog poduzeća, koji je bio sastavljen na poljskom jeziku (a bila je riječ o američkim proizvodima), a u kojem tekst označivanja nije bio preveden na poljski.

7 Bruto iznos proizvoda iznosio je 3 184,25 poljskih zlota (PLN).

8 Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. iz 2018., poz. 1025.) (Zakon od 23. travnja 1964. kojim se uspostavlja Građanski zakonik)

9 U svojoj je presudi, nakon što je tužiteljica priznala da su obje stranke ranije surađivale, naveo da njezina teza, prema kojoj do primitka robe nije znala da ona nije označena na poljskom, nije uvjerljiva.

20. Sud koji odlučuje o žalbi pita se, kao prvo, o dosegu članka 19. stavka 1. točke (f), u vezi s člankom 2. stavkom 1. točkom (a) Uredbe br. 1223/2009. Njegove se dvojbe odnose na stupanj preciznosti označivanja koje se treba nalaziti na posudi i ambalaži kozmetičkih proizvoda, funkciju tih proizvoda i obvezu uključivanja informacija o funkciji proizvoda koji se uvoze na potrošačevu jeziku.

21. Kao drugo, postavlja pitanje o tumačenju članka 19. stavka 2. Uredbe br. 1223/2009 u vezi s njezinom uvodnom izjavom 46. Konkretno, mora saznati može li se, radi ispunjavanja zahtjeva u pogledu određenih podataka koje treba navesti na posudi i ambalaži kozmetičkih proizvoda, upotrijebiti grafički simbol, u skladu s točkom 1. Priloga VII. toj uredbi, te je li dovoljno te informacije navesti u proizvođačevim katalozima, koji se ne daju s proizvodom.

22. U tim okolnostima, Sąd Okręgowy w Warszawie (Okružni sud u Varšavi) upućuje Sudu sljedeća prethodna pitanja:

„1. Treba li članak 19. stavak 1. točku (f) Uredbe (EZ) br. 1223/2009 […], u dijelu u kojem određuje da se na posudama i pakiranjima kozmetičkih proizvoda moraju nalaziti podaci o funkciji kozmetičkog proizvoda ispisani neizbrisivim, jasno čitljivim i vidljivim slovima, ako ona nije jasna iz njegova izgleda, tumačiti na način da se to odnosi na temeljne funkcije kozmetičkog proizvoda u smislu članka 2. stavka 1. točke (a) Uredbe, to jest na funkciju čišćenja (čišćenje), funkciju njege i zaštite (održavanje u dobrom stanju), utjecaj na miris i funkciju uljepšavanja (mijenjanje izgleda) ili da se moraju navesti detaljnije funkcije koje omogućuju određivanje svojstava pojedinog kozmetičkog proizvoda?

2. Treba li članak 19. stavak 2. Uredbe (EZ) br. 1223/2009 […] i uvodnu izjavu 46. te uredbe tumačiti na način da je moguće podatke o kojima je riječ u stavku 1. točkama (d), (g) i (f) te odredbe, to jest, mjere opreza, sastojke i funkcije, navesti u katalogu poduzeća koji obuhvaća i druge proizvode te na pakiranju upotrijebiti simbol određen u Prilogu VII. točki 1.?”

## III. Postupak pred Sudom

23. Tajništvo je Suda 1. rujna 2019. zaprimilo odluku kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku.

24. Pisana očitovanja podnijeli su A. M., belgijska, danska, grčka, litavska, nizozemska i poljska vlada te Europska komisija. Sud je odlučio da raspravu nije potrebno održati.

## IV. Analiza

### *A. Prvo prethodno pitanje*

25. Spor je usmjeren na pitanje treba li članak 19. stavak 1. točku (f) Uredbe br. 1223/2009 tumačiti na način da se obveznim upućivanjem na njegovu „funkciju", koju treba navesti na posudama [10] ili ambalaži [11] kozmetičkih proizvoda:

– samo obvezuje na navođenje, kao takve *funkcije*, neke od namjena istaknutih u članku 2. stavku 1. točki (a) navedene uredbe [12]; ili

– zahtijeva navođenje *detaljnijih funkcija* tako da potrošač može utvrditi osnovna obilježja ili svojstva po kojima je svaki proizvod jedinstven.

#### *1. Funkcija proizvoda i namjene iz definicije „kozmetičkog proizvoda"*

26. U skladu s člankom 19. stavkom 1. točkom (f) Uredbe br. 1223/2009, kozmetički proizvodi „stavljaju se na tržište samo ako se na posudi i ambalaži kozmetičkih proizvoda nalaze sljedeći podaci ispisani neizbrisivim, jasno čitljivim i vidljivim slovima: […] funkcija kozmetičkog proizvoda, osim ako to nije jasno iz njegova izgleda" [13].

27. Tom se odredbom ne definira sintagma „funkcija proizvoda"; ne definira se ni člankom 2. Uredbe br. 1223/2009. U stavku 1. točki (a) potonjeg članka u okviru objašnjenja što je „kozmetički proizvod" općenito se upućuje na njegovu „namjenu".

28. *Namjena* je jedan od elemenata koji se u sudskoj praksi upotrebljavaju radi definiranja pojma „kozmetički proizvod". Sud je raščlanio njegov sadržaj i izdvojio „tr[i] kumulativn[a] kriterij[a], i to, kao prvo, […] nara[v] predmetnog proizvoda (tvar ili smjesa), kao drugo, […] dijelov[e] ljudskog tijela s kojima je namijenjen dodir i, kao treće, […] ci[lj] koji se namjerava postići uporabom navedenog proizvoda" [14].

29. Budući da ne postoji precizna definicija pojma „funkcija proizvoda", sud koji je uputio zahtjev predlaže izjednačavanje „namjene proizvoda" i „funkcije proizvoda" [15].

30. Međutim, s obzirom na to da tekst članka 19. stavka 1. točke (f) Uredbe br. 1223/2009 ne dovodi do konačnog zaključka, radi tumačenja njegova konteksta valja uzeti u obzir ne samo njegov tekst, nego i ciljeve propisa kojeg je dio [16].

10 „Posude" su u pravilu staklene bočice, akrilne ili aluminijske posude, plastične tube, raspršivači, sprejevi, ručni dozatori i druge više ili manje slične posude u kojima se drže kozmetički proizvodi kako bi se očuvala njihova stabilnost tijekom vremena i spriječila promjena njegovih sastojaka.

11 „Ambalaža" kozmetičkog proizvoda znači vanjski omot (kutija ili drugi sličan predmet) u kojem se nalazi posuda ili izravno proizvod. U presudi od 12. srpnja 2011., L'Oréal i dr. (C-324/09, EU:C:2011:474, t. 82.) upotrebljava se izraz „vanjska ambalaža". Nezavisni odvjetnik N. Jaaskinen u točkama 72. i 74. svojeg mišljenja u tom predmetu (C-324/19, EU:C:2010:757) također govori o „vanjskoj ambalaži".

12 Te su namjene, koje se odnose na vanjske dijelove ljudskog tijela ili zube te sluznicu usne šupljine, sljedeće: „čišćenj[e], parfimiranj[e], i/ili zaštit[a] i održavanj[e] u dobrom stanju, mijenjanj[e] njihova izgleda i/ili korekcij[a] tjelesnih mirisa".

13 U tom pogledu postoje razlike između različitih jezičnih verzija. Dok je, na primjer, u francuskoj, engleskoj ili portugalskoj jezičnoj verziji dodan prilog „jasno" (*sauf si cela ressort clairement de sa présentation; unless it is clear from its presentation; salvo se esta decorrer claramente da respectiva apresentação*), u španjolskoj, talijanskoj ili njemačkoj jezičnoj verziji tog priloga nema (*salvo se risulta dalla sua presentazione; sofern dieser sich nicht aus der Aufmachung dessen ergibt*). Međutim, smatram da te razlike u ovom predmetu nisu relevantne.

14 Presuda od 3. rujna 2015., Colena (C-321/14, EU:C:2015:540, t. 19.)

15 Samo poljska vlada zagovara taj pristup prema kojem bi funkcija proizvoda odgovarala nekoj od namjena navedenih u članku 2. stavku 1. točki (a) Uredbe br. 1223/2009.

16 Presuda od 10. srpnja 2014., D. i G. (C-358/13 i C-181/14, EU:C:2014:2060, t. 32. i navedena sudska praksa)

31. U Uredbi br. 1223/2009 članak 19. nalazi se na početku poglavlja VI., naslovljenog „Podaci za potrošače”, i sadržava pravila o označivanju s kojima trebaju biti usklađeni svi kozmetički proizvodi koji se slobodno stavljaju na tržište u Uniji kako bi se njihovim kupcima omogućilo da dobiju sve potrebne informacije.

32. Zajedničko tumačenje članka 1. Uredbe br. 1223/2009 i njezinih uvodnih izjava 3. i 4. upućuje na to da se, kao i u prethodnom zakonodavstvu, nastoji *iscrpno* uskladiti važeća pravila u Uniji radi uspostave unutarnjeg tržišta kozmetičkih proizvoda i postizanja visoke razine zaštite zdravlja ljudi [17].

33. Članak 3. Uredbe br. 1223/2009 odnosi se na zaštitu zdravlja ljudi. Njegov se prvi stavak (točke (a) i (b)) odnosi na prezentaciju i označivanje kozmetičkog proizvoda u kontekstu sigurnosti za zdravlje ljudi.

34. Stoga postoji poveznica između cilja da se osigura sigurna uporaba tih proizvoda i zahtjevâ u pogledu njihove prezentacije i označivanja.

35. Članak 19. Uredbe br. 1223/2009 treba shvatiti s ta dva aspekta. Pravilima o ambalaži i označivanju kozmetičkih proizvoda:

– promiče se slobodno stavljanje proizvoda na tržište u Uniji te se time potrošačima olakšava donošenje odluka o kupnji na tržištu koje se odlikuje širokom ponudom proizvoda i alternativnim izborima;

– istodobno se nastoji zaštititi zdravlje ljudi, koje se može ugroziti neprimjerenim ili zavaravajućim informacijama o obilježjima kozmetičkog proizvoda koji se stavlja na tržište [18].

36. Članak 2. stavak 1. točka (a) Uredbe br. 1223/2009 u skladu je s drukčijim ciljem kad upućuje na (opće) *namjene* kozmetičkih proizvoda. To je tako kako bi se odredile granice tih proizvoda u odnosu na druge više ili manje slične proizvode (lijekove, medicinske proizvode) koji nisu obuhvaćeni njegovim područjem primjene. U tom je smislu uvodna izjava 6. nedvosmislena [19].

37. Komisija, s kojom se u tom pogledu slažem, u svojim očitovanjima ističe da primjeri iz uvodne izjave 7. Uredbe br. 1223/2009 [20] služe za utvrđivanje pojma kozmetičkih proizvoda i njihovo razlikovanje od drugih proizvoda koji nemaju to obilježje.

38. Stoga namjene iz članka 2. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 1223/2009 ne treba poistovjetiti s „funkcijom proizvoda” na koju se odnosi članak 19. stavak 1. točka (f) te uredbe. Svaki od tih članaka ima svoje ciljeve koji nisu istovjetni.

39. Prema mojem mišljenju, ta teza potkrepljuje analizu nastanka članka 19. stavka 1. točke (f) Uredbe br. 1223/2009.

17 Presude Schwarzkopf, t. 27. i 28. i od 24. siječnja 2008., Roby Profumi (C-257/06, EU:C:2008:35, t. 16. i 17.). U pogledu Uredbe br. 1223/2009, presuda od 12. travnja 2018., Fédération des entreprises de la beauté (C-13/17, EU:C:2018:246, t. 23. do 25. i navedena sudska praksa).

18 Presuda od 2. veljače 1994., Verband Sozialer Wettbewerb (C-315/92, EU:C:1994:34, t. 15.)

19 „Ova se Uredba odnosi samo na kozmetičke proizvode, a ne i na lijekove, medicinske proizvode i biocidne proizvode. To je razgraničenje posebno vidljivo iz podrobne definicije kozmetičkih proizvoda, koja se odnosi i na njihovo područje primjene i na njihovu namjenu.”

20 „Kozmetički proizvodi mogu uključivati kreme, emulzije, losione, gelove i ulja za kožu, maske za lice, obojene podloge (tekućine, paste, prah), pudere za šminkanje, pudere za poslije kupanja, higijenske pudere, toaletne sapune, sapune za dezodoriranje, parfeme, toaletne vodice i kolonjske vode, pripravke za kupanje i tuširanje (soli, pjene, ulja, gelove), depilatore, dezodoranse i sredstva protiv znojenja, bojila za kosu, proizvode za kovrčanje, ravnanje i fiksiranje kose, proizvode za učvršćivanje kose, proizvode za pranje kose (losione, suhe šampone, šampone), regeneratore (losione, kreme, ulja), proizvode za oblikovanje frizure (losione, lakove, briljantine), proizvode za brijanje (kreme, pjene, losione), šminku i proizvode za skidanje šminke, proizvode namijenjene za nanošenje na usne, proizvode za njegu zuba i usta, proizvode za njegu i bojenje noktiju, proizvode za vanjsku intimnu higijenu, proizvode za sunčanje, proizvode za samotamnjenje, proizvode za izbjeljivanje kože i proizvode protiv bora.”

40. Prvotnim tekstom Direktive 76/768 nije se predvidjela obveza navođenja funkcije kozmetičkog proizvoda ni na ambalaži ni na posudama. Taj je zahtjev prvi put uveden u Direktivi 93/35 tako što je u članak 6. stavak 1. Direktive 76/768 dodana točka (f), kojom je propisana obveza da se na posudu i ambalažu kozmetičkog proizvoda navede funkcija proizvoda, osim ako to nije jasno iz njegova izgleda.

41. U preambuli Direktive 93/35 pojašnjava se da „ako se potrošaču trebaju pribaviti bolje informacije[…][,] takva transparentnost treba [se] postići navođenjem svrhe proizvoda”.

42. Stoga svrha zakonodavne novine nije bila povezana s *definicijom* proizvoda poput kozmetičkog (koja se otpočetka temeljila na njegovim namjenama), nego s detaljnim podacima koje treba pružiti potrošaču [21].

*2. „Funkcija proizvoda” i „tvrdnje na proizvodima”*

43. S drugog gledišta, treba postaviti pitanje može li se „funkcija proizvoda” u smislu članka 19. stavka 1. točke (f) Uredbe br. 1223/2009 poistovjetiti s „tvrdnjama na proizvodima” iz članka 20. te uredbe [22].

44. U skladu s člankom 20. stavkom 2. Uredbe br. 1223/2009, Komisija treba donijeti „popis zajedničkih mjerila za tvrdnje koje se mogu koristiti u vezi s kozmetičkim proizvodima, i to u skladu s regulatornim postupkom s kontrolom iz članka 32. stavka 3. ove Uredbe, uzimajući u obzir odredbe Direktive 2005/29/EZ”.

45. Te se tvrdnje sada posebno uređuju u Uredbi (EU) br. 655/2013 [23]. U skladu s njezinom uvodnom izjavom 2., „[t]vrdnje 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.”

46. Članak 20. stavak 1. Uredbe br. 1223/2009 ima široko područje primjene:

– Njime se ne uređuje samo označivanje, nego i osiguranje dostupnosti na tržištu i reklamiranje kozmetičkih proizvoda.

– Ne odnosi se samo na tekstove, nego i na imena, robne žigove, slike i simbolične ili druge oznake.

– Pri izražavanju zabrane da se tim kozmetičkim proizvodim pripisuju „obilježja ili funkcije” koje oni nemaju, upotrijebljen je izraz „funkcije” u množini.

47. „Tvrdnjama” iz članka 20. osigurava se veća količina informacija („obilježja i funkcije”), ali se one nužno ne poistovjećuju s „funkcijom proizvoda” (u jednini) na koju se upućuje u članku 19. stavku 1. točki (f) Uredbe br. 1223/2009.

21 Sud je prilikom tumačenja članka 6. stavka 1. Direktive 76/768 „funkciju proizvoda” usmjerio prema tom području te je pritom povezao s uvjetima njegove uporabe (presuda od 12. srpnja 2011., L’Oréal i dr. (C-324/09, EU:C:2011:474, t. 76.)).

22 Iako sud koji je uputio zahtjev ne navodi tu odredbu, u tom članku Uredbe br. 1223/2009 nude se mogućnosti na koje taj sud upućuje u svojem zahtjevu za prethodnu odluku. Komisija ih razmatra u svojim očitovanjima.

23 Uredba Komisije od 10. srpnja 2013. o utvrđivanju zajedničkih kriterija za opravdanje tvrdnji koje se koriste u vezi s kozmetičkim proizvodima (SL 2013., L 190, str. 31.)

*3. Funkcija proizvoda*

48. Prema mojem mišljenju, člankom 19. stavkom 1. točkom (f) Uredbe br. 1223/2009 nastoji se osigurati da se na posudi i ambalaži navede najvažnija „funkcija" proizvoda, odnosno funkcija na temelju koje potrošač na prvi pogled može utvrditi čemu on konkretno služi kako ne bi ugrozio svoje zdravlje.

49. To tumačenje potkrepljuje okolnost da se opis funkcije kozmetičkog proizvoda može izostaviti ako je „to […] jasno iz njegova izgleda". Ako zbog same prezentacije proizvoda potrošač očito zna koja je njegova tipična funkcija, više je nije nužno navesti na posudi ili ambalaži [24].

50. Tako shvaćena „funkcija" smjestila bi se između pukih *namjena* iz članka 2. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 1223/2009 i širih *tvrdnji* iz njezina članka 20.:

– Ne može se svesti na izražavanje je li namjena proizvoda čišćenje, parfimiranje, mijenjanje tjelesnog izgleda, zaštita ili održavanje u dobrom stanju, ili pak korekcija tjelesnih mirisa, jer te općenite *namjene* kozmetičkih proizvoda, na temelju kojih se razlikuju od drugih više ili manje sličnih proizvoda, sadržavaju najmanju količinu informacija za potrošače.

– Njome se ne zahtijeva navođenje svih obilježja i kvaliteta (*tvrdnje*) kozmetičkog proizvoda jer bi s aspekta njegove funkcionalnosti bilo pretjerano navoditi ih na posudi i ambalaži.

51. Navođenje „funkcije proizvoda" na posudi ili ambalaži u smislu članka 19. stavka 1. točke (f) Uredbe znači označivanje, ponavljam, ključnog ili ključnih obilježja na temelju kojih potrošač može utvrditi njegovu primarnu korisnost. Tako može donijeti informiranu odluku i, u cijelom nizu kozmetičkih proizvoda, odabrati onaj koji najbolje odgovara njegovim potrebama, a da pritom nije doveden u zabludu i da tim odabirom ne nastanu negativni učinci za njegovo zdravlje.

52. Člankom 19. Uredbe nalaže se, kao što sam to već naveo, da se na posudi i ambalaži navede velika skupina informativnih podataka ispisanih neizbrisivim, jasno čitljivim i vidljivim slovima (stavak 1.). Međutim, njime se dopušta da se zbog svoje složenosti neki podaci (iz stavka 1. točaka (d) i (g), koji se odnose na posebne mjere opreza kojih se treba pridržavati prilikom uporabe i popis sastojaka) navedu drugim sredstvima (stavak 2.).

53. Značajno je da upozorenje na „funkciju" nije jedan od podataka koji se iznimno ne moraju nalaziti upravo na posudi i ambalaži [25]. Navođenje funkcije na posudi i ambalaži obvezno je (osim u ranije navedenoj situaciji) u svakom slučaju.

54. Zbog široke lepeze kozmetičkih proizvoda obuhvaćenih područjem primjene Uredbe br. 1223/2009 ne može se *a priori* utvrditi način navođenja funkcije na posudi i ambalaži. Svaki proizvođač slobodno može odabrati načine navođenja koji najbolje odgovaraju njegovoj trgovačkoj strategiji.

55. Međutim, smatram da pri navođenju „funkcije" na posudi i ambalaži, iz praktičnih razloga i radi ispunjavanja cilja iz članka 19. Uredbe br. 1223/2009, treba osigurati da je njezin opis jednostavan tako da potrošač na prvi pogled i s lakoćom može utvrditi prirodu proizvoda.

24 To može biti slučaj s određenim, posebno jednostavnim ili nedvosmislenim pakiranjima kozmetičkih proizvoda. U očitovanjima Danske (točka 25.) navodi se kao primjer olovka za usne.

25 Kad bi funkcija bila navedena samo na ambalaži, a ne i na posudi, nakon uklanjanja ambalaže više se ne bi mogla utvrditi funkcija proizvoda, što bi dovelo do opasnosti pri njegovoj kasnijoj uporabi.

56. Osim toga, treba uzeti u obzir očekivanje prosječnog potrošača, koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan [26]. Percepcija tog potrošača odnosi se na „uobičajen[e] ili razumno predvidljiv[e] uvjeti[e] uporabe", kao što se to ističe u članku 3. Uredbe br. 1223/2009 u dijelu u kojem se odnosi na to da proizvod dostupan na tržištu mora biti siguran za zdravlje ljudi.

57. Obilježja i svojstva svakog proizvoda odlučujuća su u svakom slučaju kako bi korisnik bio siguran što to točno kupuje. Iako se iznimno dopušta da se na posudama i ambalaži ne navede funkcija proizvoda ako je jasna iz njegova izgleda [27], ponavljam da je u ostalim slučajevima to navođenje obvezno.

58. Konačno, sve ovisi o većoj ili manjoj sposobnosti proizvođača da u nekoliko riječi sažme koja je funkcija proizvoda tako da se osobu koja ga kupuje ne dovede u zabludu niti ugrozi njezino zdravlje primjenom (ili konzumacijom) kozmetičkih proizvoda s čijom prirodom nije upoznata.

59. Dodat ću da se članak 19. stavak 5. Uredbe br. 1223/2009 odnosi na jezik upotrijebljen pri označivanju. Njegov je cilj da potrošač države članice u kojoj se proizvod stavlja na tržište dobije razumljivu informaciju o njegovoj funkciji.

60. Točno je da jezični zahtjevi i posljedična potreba za prilagodbom podataka navedenih na posudi i ambalaži jesu „prepreka trgovini unutar Zajednice". Međutim, ta je prepreka „opravdana […] ciljem u općem interesu koji čini zaštita javnog zdravlja" [28].

61. Stoga se „funkciju proizvoda" treba na posudi i ambalaži navesti na jeziku propisanom zakonodavstvom države članice u kojoj se stavlja na tržište, a troškovi i poteškoće povezane s prijevodima ili ponovnim označivanjem uvezenih kozmetičkih proizvoda u tu svrhu nisu relevantni.

### *B. Drugo prethodno pitanje*

62. Kao što sam to već više puta ponovio, člankom 19. stavkom 1. Uredbe br. 1223/2009 utvrđuje se da se informativni podaci na koje se u njemu upućuje [29] načelno trebaju nalaziti na posudi i ambalaži.

63. U skladu s uvodnom izjavom 46. [30], člankom 19. stavkom 2. ipak se iznimno [31] dopušta da se podaci o sastojcima i određenim posebnim mjerama opreza koje je potrebno poštovati prilikom uporabe (točke (d) i (g) stavka 1.) navedu negdje drugdje, a ne na posudi i ambalaži.

26 Presude od 13. siječnja 2000., Estée Lauder (C-220/98, EU:C:2000:8, t. 27.) i od 24. listopada 2002., Linhart i Biffl (C-99/01, EU:C:2002:618, t. 31.)

27 Vidjeti točku 49. i bilješku 24. ovog mišljenja.

28 Presuda Schwarzkopf, t. 39. U točki 40. objašnjava se da su „informacije koje su proizvođači ili distributeri kozmetičkih proizvoda, na koje se odnosi izmijenjena Direktiva 76/768, obvezni navesti na posudi i ambalaži proizvoda, osim ako se mogu učinkovito prenijeti primjenom piktograma ili drugih znakova koji nisu riječi, lišene praktične korisnosti ako nisu sastavljene na jeziku koji razumiju osobe kojima su namijenjene".

29 Ti podaci uključuju ime osobe odgovorne za stavljanje proizvoda na tržište, sastav proizvoda (sadržaj i popis sastojaka), upozorenja u pogledu njegove uporabe (funkcija i posebne mjere opreza koje je potrebno poštovati prilikom uporabe) ili njegova čuvanja (najkraći rok trajanja) i serijski broj proizvodnje ili referentni broj za njegovu identifikaciju (taj se podatak u posebnim okolnostima može navesti samo na ambalaži).

30 U skladu s tom uvodnom izjavom, treba „nav[esti] sastoj[ke] upotrijebljen[e] u kozmetičkom proizvodu na njegovoj ambalaži. Ako iz praktičnih razloga nije moguće navesti sastojke na ambalaži, te je podatke potrebno priložiti na način kako bi oni bili dostupni potrošaču".

31 Kao takve iznimke, treba ih usko tumačiti (presuda Schwarzkopf, t. 31.).

64. U ta dva slučaja [32], odgovarajuće podatke treba navesti „na […] listiću, naljepnici, traci, markici ili kartici [koji su priloženi proizvodu ili na njega pričvršćeni]” [33].

65. Polazišna pretpostavka za primjenu te iznimke jest: „[a]ko iz praktičnih razloga nije moguće navesti podatke iz točaka (d) i (g) stavka 1.”. S obzirom na tu okolnost, odredbom se dopušta da se taj podatak navede na nekom od drugih sredstava koja sam upravo prenio [34].

66. U predmetnom sporu na sudu je koji je uputio zahtjev da odluči, nakon što utvrdi činjenična pitanja koja je on sam u najboljem položaju ocijeniti, poštuju li se prethodno navedena pravila navođenjem informativnih podataka u katalogu na poljskom jeziku.

67. Slažem se s vladama koje su sudjelovale u postupku, kao i s A. M. i Komisijom, da sve indicije upućuju na to da taj katalog ne ispunjava zahtjeve iz članka 19. stavka 2. Uredbe br. 1223/2009.

68. Postoji više argumenata koji potvrđuju tu ocjenu.

69. Kao prvo, prema mišljenju Suda, „nemogućnost iz praktičnih razloga” nastaje zbog nepremostive tehničke poteškoće koja je povezana, na primjer, s dimenzijama posude ili ambalaže [35]. Suprotno tomu, sud koji je uputio zahtjev u ovom predmetu smatra da su ti problemi nastali zbog uvoza kozmetičkih proizvoda, da su organizacijske i financijske prirode te povezani s prevođenjem informacija i ponovnim označivanjem.

70. Dodatni dokaz da ta nemogućnost ovdje ne postoji jest činjenica da su, kao što to ističe danska vlada, obvezni podaci bili pravilno tiskani na ambalaži i posudi, iako na engleskom a ne poljskom jeziku, u skladu s odlukom kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku.

71. Kao drugo, čak i pod pretpostavkom (*quod non*) da postoji ta nemogućnost iz praktičnih razloga, katalog se prikazuje kao element koji se daje zasebno tako da se ne može kvalificirati čak ni kao dokument „priložen ili pričvršćen” na prodani proizvod [36].

72. Kao treće, katalog čini se sadržava opis proizvoda iz asortimana koji nudi proizvođač te stoga nije isključivo povezan s jednim od njih. U tim okolnostima, potrošač bi čitanjem tog kataloga mogao pogriješiti pri svojem odabiru jer bi jedne proizvode mogao zamijeniti drugima.

73. Ukratko, iako je na sudu koji je uputio zahtjev da odluči o relevantnim činjeničnim pitanjima, smatram da upućivanje na „katalog poduzeća” u okolnostima ovog spora nije u skladu s člankom 19. stavkom 2. Uredbe br. 1223/2009.

32 Člankom 19. stavkom 3. Uredbe br. 1223/2009 utvrđuje se *iznimka od iznimke* u odnosu na sastojke, kad iz praktičnih razloga nije moguće upotrijebiti čak ni opciju iz stavka 2. U tim okolnostima, ti se podaci mogu navesti „na obavijesti u neposrednoj blizini posude u kojoj je predmetni kozmetički proizvod izložen za prodaju”. Dvojbe suda koji je uputio zahtjev ne odnose se na podatke o sastojcima, nego samo na to može li u ovom predmetu katalog poslužiti kao „listi[ć], naljepnic[a], tra[ka], markic[a] ili kartic[a] [koji su priloženi proizvodu ili na njega pričvršćeni]”.

33 Ponovno treba istaknuti jezične razlike u sadržaju pravila: tako se na francuskom, njemačkom, talijanskom ili portugalskom upućuje na „proizvod”, dok se u španjolskom ili engleskom na njega ne upućuje, iako se to podrazumijeva.

34 Potrošača se obavješćuje da postoji „uputa na priložene informacije” tako da se na proizvod tiska simbol ruke koja pokazuje na otvorenu knjigu (vidjeti prilog VII., na koji se upućuje u članku 19. stavku 2. Uredbe br. 1223/2009).

35 Do toga dolazi u „[…] slučajevima u kojima je potpuno prenošenje propisanih upozorenja objektivno moguće, ali samo primjenom toliko malih slova da bi ona bila gotovo nečitljiva, kao i u slučajevima u kojima bi cjelovita upozorenja, tiskana čitljivim slovima, prekrila gotovo cijeli proizvod tako da proizvođač na proizvod više ne bi mogao jasno napisati njegov naziv ni druge s njim povezane podatke” (presuda Schwarzkopf, t. 32. i 33.).

36 Iz odluke kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku proizlazi da je katalog trebalo pročitati na prodajnom mjestu ili zasebno kupiti. Kao što to tvrdi litavska vlada, upitno je kako zbog broja kataloga koje je kupila tužiteljica (10), na koji se upućuje u toj odluci, uz svaku jedinicu proizvoda dati jedan katalog.

## V. Zaključak

74. S obzirom na prethodno navedeno, predlažem da se na prethodna pitanja Sąda Okręgowy w Warszawie (Okružni sud u Varšavi, Poljska) odgovori na sljedeći način:

„1. Članak 19. stavak 1. točku (f) Uredbe (EZ) br. 1223/2009 Europskog parlamenta i Vijeća od 30. studenoga 2009. o kozmetičkim proizvodima treba tumačiti na način da ‚funkcija proizvoda' ne odgovara namjenama navedenim u definiciji iz članka 2. stavka 1. točke (a) iste uredbe. Prilikom opisa te funkcije na posudi i ambalaži treba navesti ključno ili ključna obilježja proizvoda na temelju kojih potrošač na prvi pogled može utvrditi njegovu namjenu ili primarnu korisnost.

2. Članak 19. stavak 2. Uredbe br. 1223/2009 treba tumačiti na način da nije moguće podatke o kojima je riječ u stavku 1. točkama (d), (g) i (f) te odredbe, to jest, mjere opreza, funkcije i popis sastojaka, navesti u katalogu poduzeća koji se nudi neovisno o prodanom kozmetičkom proizvodu i koji obuhvaća i druge proizvode te na pakiranju upotrijebiti samo simbol određen u točki 1. Prilogu VII. navedenoj uredbi?