Zbiór Orzeczeń

OPINIA RZECZNIKA GENERALNEGO
MANUELA CAMPOSA SÁNCHEZA-BORDONY
przedstawiona w dniu 9 lipca 2020 r.[1]

Sprawa C-667/19

A.M.
przeciwko
E.M.

(wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Sąd Okręgowy w Warszawie, Polska)

Odesłanie prejudycjalne – Zbliżanie ustawodawstw – Produkty kosmetyczne – Rozporządzenie (WE) nr 1223/2009 – Artykuł 19 – Informacje dla konsumentów – Oznakowanie – Informacje, które należy zamieścić na pojemniku i opakowaniu – Funkcja produktu kosmetycznego – Ochrona zdrowia ludzi – Informacje, które należy zamieścić na załączonej lub doczepionej ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie – Oznakowanie w języku obcym – Opakowanie produktów kosmetycznych zawierające odesłanie do katalogu produktów sporządzone w języku konsumenta

1. W przedstawionym wniosku o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym sąd odsyłający zwraca się o dokonanie wykładni art. 19 rozporządzenia (WE) nr 1223/2009[2] w zakresie dotyczącym oznakowania produktów kosmetycznych.

2. W szczególności chodzi o dwie sporne kwestie:

– jak należy rozumieć „funkcję produktu" stanowiącą informację, którą koniecznie należy zamieścić na pojemniku i opakowaniu produktu kosmetycznego wprowadzanego do obrotu oraz

– czy jest możliwe, aby pewne, obowiązkowe informacje przeznaczone dla konsumenta zostały zamieszczone jedynie w katalogu producenta, który nie zawsze jest dostarczany wraz z zakupionym produktem kosmetycznym.

3. Trybunał Sprawiedliwości miał dotychczas możliwość wypowiedzenia się[3] w przedmiocie innych przepisów rozporządzenia nr 1223/2009, lecz, o ile się nie mylę, nie wypowiadał się w przedmiocie wymogów zawartych w art. 19 ust. 1 i 2.

1 Język oryginału: hiszpański.

2 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczące produktów kosmetycznych (Dz.U. 2009, L 342, s. 59).

3 Wyroki: z dnia 3 września 2015 r., Colena, C-321/14, EU:C:2015:540, w sprawie uznania soczewek kontaktowych za produkty kosmetyczne; z dnia 21 września 2016 r., European Federation for Cosmetic Ingredients, C-592/14, EU:C:2016:703, w sprawie składników produktów, które były testowane na zwierzętach oraz z dnia 12 kwietnia 2018 r., Fédération des entreprises de la beauté, C-13/17, EU:C:2018:246, w sprawie kwalifikacji osób odpowiedzialnych za dokonanie oceny bezpieczeństwa tych produktów.

4. Rozporządzenie nr 1223/2009 zastąpiło dyrektywy, które uprzednio regulowały tę dziedzinę [4]. Orzecznictwo dotyczące zawartych we wspomnianych dyrektywach [5] zasad oznakowania produktów kosmetycznych dostarcza pewnych wskazówek przydatnych do udzielenia odpowiedzi na przedstawiony wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym.

I. Ramy prawne

A. Prawo Unii. Rozporządzenie nr 1223/2009

5. Artykuł 1 („Zakres zastosowania i cel") stanowi:

„Aby zapewnić funkcjonowanie rynku wewnętrznego i wysoki poziom ochrony zdrowia ludzi, niniejsze rozporządzenie ustanawia przepisy, które musi spełniać każdy produkt kosmetyczny udostępniany na rynku".

6. Artykuł 2 („Definicje") w ust. 2 stanowi:

„Do celów niniejszego rozporządzenia stosuje się następujące definicje:

a) »produkt kosmetyczny« oznacza każdą substancję lub mieszaninę przeznaczoną do kontaktu z zewnętrznymi częściami ciała ludzkiego (naskórkiem, owłosieniem, paznokciami, wargami oraz zewnętrznymi narządami płciowymi) lub z zębami oraz błonami śluzowymi jamy ustnej, którego wyłącznym lub głównym celem jest utrzymywanie ich w czystości, perfumowanie, zmiana ich wyglądu, ochrona, utrzymywanie w dobrej kondycji lub korygowanie zapachu ciała;

[…]".

7. Artykuł 3 („Bezpieczeństwo") wskazuje:

„Produkt kosmetyczny udostępniany na rynku powinien być bezpieczny dla zdrowia ludzi w normalnych lub dających się przewidzieć warunkach stosowania, z uwzględnieniem w szczególności:

a) prezentacji […];

b) oznakowania;

[…]".

8. Artykuł 19 („Oznakowanie") stanowi:

„1. Bez uszczerbku dla innych przepisów niniejszego artykułu, na rynku udostępniane są wyłącznie produkty kosmetyczne, na których pojemnikach i opakowaniach zewnętrznych znajdują się następujące, nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne informacje:

[…]

4 Chodzi o dyrektywę Rady 76/768/EWG z dnia 27 lipca 1976 r. w sprawie zbliżenia ustawodawstw państw członkowskich dotyczących produktów kosmetycznych (Dz.U. 1976, L 262, s. 169 –wyd. spec. w jęz. polskim, rozdz. 13, t. 3, s. 285), w wersji znowelizowanej w drodze dyrektywy Rady 93/35/EWG z dnia 14 czerwca 1993 r. zmieniającej po raz szósty dyrektywę 76/768/EWG (Dz.U. 1993, L 151, s. 32 –wyd. spec. w jęz. polskim, rozdz. 13, t. 12, s. 75).

5 Chodzi m.in. o wyroki: z dnia 28 stycznia 1999 r., Unilever, C-77/97, EU:C:1999:30; z dnia 13 stycznia 2000 r., Estée Lauder, C-220/98, EU:C:2000:8; z dnia 13 września 2001 r., Schwarzkopf, C-169/99, zwany dalej „wyrokiem Schwarzkopf", EU:C:2001:439; z dnia 24 października 2002 r., Linhart i Biffl, C-99/01, EU:C:2002:618.

d) szczególne środki ostrożności, których należy przestrzegać podczas stosowania, a co najmniej te wymienione w załącznikach III–VI oraz wszelkie inne informacje dotyczące środków ostrożności wymaganych dla produktów kosmetycznych do stosowania profesjonalnego;

[…]

f) funkcja produktu kosmetycznego, chyba że jednoznacznie wynika ona z jego prezentacji;

g) wykaz składników. Informacje te mogą być podane tylko na opakowaniu zewnętrznym. Wykaz poprzedzony jest określeniem »ingredients«.

[…]

2. Jeżeli ze względów praktycznych nie jest możliwe zamieszczenie informacji wymienionych w ust. 1 lit. d) i g) w opisany sposób, stosuje się następujące zasady:

– informacje umieszcza się na załączonej lub doczepionej ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie;

– jeżeli jest to możliwe ze względów praktycznych, odniesienie do wspomnianych informacji podaje się w postaci informacji skróconej lub symbolu podanego w załączniku VII pkt 1. W wypadku informacji, o których mowa w ust. 1 lit. d), symbol ten musi być umieszczony na pojemniku lub opakowaniu zewnętrznym, a w wypadku informacji, o których mowa ust. 1 lit. g), na opakowaniu zewnętrznym.

[…]

5. Informacje wymienione w ust. 1 lit. b), c), d) i f) i w ust. 2, 3 i 4 podaje się w języku określonym przepisami państwa członkowskiego, w którym dany produkt jest udostępniany użytkownikowi końcowemu.

[…]”.

9. Artykuł 20 („Oświadczenia o produkcie”) wskazuje:

„1. Na etykiecie, podczas udostępniania na rynku i reklamowania produktów kosmetycznych, tekst, nazwy, znaki towarowe, obrazy lub inne znaki nie są używane tak, aby przypisywać tym produktom cechy lub funkcje, których nie posiadają.

[…]”.

10. W załączniku VII („Symbole stosowane na opakowaniu lub pojemniku”) wskazano:

„1. Odesłanie do załączonej informacji:



[…]”.

B. Prawo polskie. Ustawa z dnia 30 marca 2001 r. o kosmetykach

11. Artykuł 6 zawiera w poszczególnych ustępach następujące postanowienia:

– opakowanie jednostkowe produktu kosmetycznego powinno być oznakowane w sposób widoczny i czytelny, metodą uniemożliwiającą łatwe usunięcie oznakowania (ust. 1);

– zgodnie z ust. 2 oznakowanie opakowania jednostkowego produktu kosmetycznego umieszczone na pojemniku i opakowaniu jednostkowym zewnętrznym zawiera, co do zasady. m.in. następujące informacje:

– szczególne ostrzeżenia przy stosowaniu produktu kosmetycznego, jeżeli jest on przeznaczony do stosowania w ramach wykonywanego zawodu zgodnie z jego przeznaczeniem oraz dodatkowo inne konieczne ostrzeżenia,

  – funkcję produktu kosmetycznego, jeżeli nie wynika ona jednoznacznie z jego prezentacji,

  – wykaz składników określonych zgodnie z nazwami przyjętymi w Międzynarodowym Nazewnictwie Składników Kosmetycznych (INCI), poprzedzony wyrazem „ingredients”, przy czym sposób ich wyrażenia jest uzależniony od ich stężenia i rodzaju;

– informacje dotyczące wykazu składników mogą być umieszczone tylko na opakowaniu jednostkowym zewnętrznym produktu kosmetycznego (ust. 4);

– jeżeli ze względu na wielkość lub kształt opakowania nie jest możliwe podanie na opakowaniu jednostkowym zewnętrznym informacji dotyczących szczególnych ostrzeżeń związanych ze stosowaniem danego produktu lub wykazu składników, mogą one być podane na dołączonej

ulotce, nalepce, taśmie lub kartce. W takim przypadku na pojemniku lub opakowaniu jednostkowym zewnętrznym należy umieścić skróconą informację lub znak graficzny wskazujący, że informacje te zostały dołączone do produktu (ust. 6);

– jeżeli ze względu na wielkość lub kształt opakowania nie jest możliwe podanie informacji dotyczących wykazu składników na dołączonej ulotce, nalepce, taśmie lub kartce, powinny one być umieszczone bezpośrednio na pojemniku lub w miejscu dostępnym dla kupującego, w którym produkt kosmetyczny jest wystawiony do sprzedaży (ust. 7).

– Okoliczności faktyczne leżące u podstaw sporu i pytania prejudycjalne

12. A.M., właścicielka salonu kosmetycznego, utrzymywała stosunki handlowe z E.M., która dystrybuuje produkty kosmetyczne oferowane przez producenta ze Stanów Zjednoczonych.

13. W ramach wspomnianych stosunków handlowych A.M. została przeszkolona przez E.M. w zakresie tych produktów, a przeszkolenie obejmowało również ich oznakowanie [6].

14. Po przeszkoleniu A.M. kupiła od E.M. w dniach 28 i 29 stycznia 2016 r. 40 sztuk ulotek dla klientów detalicznych, 10 katalogów i różne produkty (kremy, maseczki, pudry) [7].

15. Na opakowaniach kosmetyków były zamieszczone informacje o podmiocie odpowiedzialnym, oryginalnej nazwie produktu, jego składzie, dacie ważności i numerze serii, a także znak graficzny („ręka z książką”) odsyłający do katalogu.

16. A.M. wytoczyła przed Sądem Rejonowym dla m. st. Warszawy w Warszawie powództwo o rozwiązanie umowy sprzedaży z powodu wad rzeczy sprzedanej. Podniosła ona, że na opakowaniu nie zamieszczono w języku polskim informacji o funkcji produktu, co uniemożliwiło jego identyfikację oraz poznanie skutków jego stosowania, a nie wynikało to jasno z prezentacji produktu. Naruszone zostały w ten sposób obowiązujące w Polsce, zgodne z treścią art. 19 rozporządzenia nr 1223/2009, przepisy regulujące sprzedaż kosmetyków.

17. Wnosząc o oddalenie powództwa E.M. podniosła, iż produkty zostały oznakowane zgodnie z obowiązującymi przepisami krajowymi, ponieważ zawierały znak graficzny („ręka z książką”) odsyłający do katalogu dołączonego do każdego kosmetyku. Katalog ten zawierał pełną prezentację produktów i ich funkcji w języku polskim oraz wskazywał przeciwwskazania, sposób zastosowania i ich składniki. Nie naruszono w związku z tym art. 19 rozporządzenia nr 1223/2009.

18. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie oddalił powództwo na podstawie przepisów polskiego kodeksu cywilnego [8] o rękojmi za wady towaru [9].

19. A.M. wniosła apelację od tego wyroku do Sądu Okręgowego w Warszawie. Podniosła ona, iż sąd pierwszej instancji dokonał nieprawidłowej oceny dowodów w zakresie udostępnionych jej informacji i podkreśliła, że brak było na opakowaniach informacji w języku polskim o funkcji kosmetyków. Odesłanie do katalogu (który należało nabyć po określonej cenie) jest niewystarczające, a przy tym nie było możliwe, aby informacje te zostały dostarczone w odniesieniu do każdego z produktów.

6 Wyjaśniono jej działanie wszystkich produktów za pomocą materiałów w języku polskim i ulotek dla klientów detalicznych przygotowanych dla każdego z produktów. Otrzymała ona dokumenty dotyczące przeszkolenia i powiedziano jej, że każdy kosmetyk posiada nadrukowany symbol „ręka z książką”, który odsyła do oddzielnego katalogu producenta przygotowanego w języku polskim (chodzi o produkty amerykańskie), natomiast nie posiada tekstu oznakowania przetłumaczonego na język polski.

7 Cena brutto tych produktów wyniosła 3184,25 PLN.

8 Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny ze zmianami (Dz.U. z 2018 r., poz. 1025).

9 Stwierdził on w wyroku, że po przyznaniu przez powódkę faktu wcześniejszej współpracy stron jej twierdzenie, iż do dnia otrzymania towaru nie miała wiedzy o tym, że produkty nie są oznakowane w języku polskim, straciło wiarygodność.

20. Sąd drugiej instancji powziął wątpliwości przede wszystkim w odniesieniu do zakresu zastosowania art. 19 ust. 1 lit. f) w związku z art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 1223/2009. Jego wątpliwości dotyczą stopnia szczegółowości oznakowania, które należy zamieścić na pojemniku i opakowaniu kosmetyków, funkcji kosmetyków oraz obowiązku zamieszczenia informacji w języku konsumenta o funkcji importowanych produktów.

21. Po drugie, sąd ten powziął wątpliwości w odniesieniu do wykładni art. 19 ust. 2 rozporządzenia nr 1223/2009 w związku z motywem 46 rozporządzenia. W szczególności zwraca się on o wyjaśnienie, czy w celu spełnienia wymogów w zakresie informacji, które należy zamieścić na pojemniku i opakowaniu kosmetyków, można zgodnie z pkt 1 załącznika VII do rozporządzenia użyć symbolu graficznego oraz czy wystarczy, aby informacje te zostały określone w katalogach producenta, które nie są dostarczane wraz z produktem.

22. W związku z powyższym Sąd Okręgowy w Warszawie przedstawił Trybunałowi Sprawiedliwości następujące pytania prejudycjalne:

„1) Czy art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 […] w zakresie, w jakim określa, że produkty kosmetyczne na pojemnikach i opakowaniach zewnętrznych powinny zawierać nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne informacje co do funkcji produktu kosmetycznego, o ile nie wynikają one jednoznacznie z jego prezentacji, należy rozumieć jako podstawowe funkcje produktu kosmetycznego w rozumieniu art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia, tj. oczyszczająca (utrzymanie w czystości), pielęgnacyjna i ochronna (utrzymanie w dobrej kondycji), zapachowa, upiększająca (zmiana wyglądu) czy też zawierać bardziej szczegółowe funkcje umożliwiające identyfikację właściwości danego kosmetyku?

2) Czy art. 19 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 […] oraz [motyw] 46 preambuły tego rozporządzenia należy tak intepretować, że możliwe jest zamieszczenie informacji, o których mowa w ust. 1 lit. d), g) i f) tego przepisu tj. środków ostrożności, składników i funkcji w katalogu firmowym obejmującym także inne produkty z podaniem symbolu, określonego w załączniku VII pkt 1 na opakowaniu?”.

II. Postępowanie przed Trybunałem Sprawiedliwości

23. Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym wpłynął do Trybunału Sprawiedliwości w dniu 1 września 2019 r.

24. Uwagi na piśmie przedstawili A.M., rządy belgijski, duński, grecki, litewski, niderlandzki i polski oraz Komisja Europejska. Nie uznano za konieczne przeprowadzenia rozprawy.

III. Ocena

A. W przedmiocie pytania pierwszego

25. Wątpliwości powstały w zakresie ustalenia, czy art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009 należy interpretować w ten sposób, iż obowiązkowe wskazanie „funkcji", które należy zamieścić na pojemnikach [10] lub opakowaniach [11] produktów kosmetycznych:

– zobowiązuje jedynie do wskazania jako *funkcji* jednego z celów zastosowania produktu kosmetycznego wskazanych w art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia [12], czy

– wymaga wskazania *szczegółowo określonych funkcji*, aby konsument mógł poznać właściwe dla każdego produktu podstawowe cechy lub właściwości.

1. Funkcja produktu i cele określone w definicji „produktu kosmetycznego"

26. Zgodnie z art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009 „na rynku udostępniane są wyłącznie produkty kosmetyczne, na których pojemnikach i opakowaniach zewnętrznych znajdują się następujące, nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne informacje: […] funkcja produktu kosmetycznego, chyba że jednoznacznie wynika ona z jego prezentacji" [13].

27. Przepis ten nie definiuje pojęcia „funkcja produktu" i nie czyni tego również art. 2 rozporządzenia nr 1223/2009. Artykuł 2 ust. 1 lit. a) dla wyjaśnienia pojęcia „produktu kosmetycznego" odwołuje się w sposób ogólny do jego „celu".

28. *Cel* jest jednym z kryteriów stosowanych w orzecznictwie dla wyjaśnienia pojęcia „produktu kosmetycznego". Trybunał Sprawiedliwości dokonał wykładni tego pojęcia, opierając się na „trzech łącznych kryteriach, a mianowicie, po pierwsze, charakterze produktu (substancja lub mieszanina), po drugie, części ciała ludzkiego, do kontaktu z którymi produkt jest przeznaczony, a po trzecie, zamierzonym celu zastosowania produktu" [14].

29. Brak precyzyjnej definicji pojęcia „funkcji produktu" skłania sąd odsyłający do uznania pojęć „celu produktu" i „funkcji produktu" za równoważne [15].

30. Jednakże, ponieważ brzmienie art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009 nie rozstrzyga opisanego problemu, w celu zbadania kontekstu tego przepisu oraz celów aktu prawnego, którego jest on częścią, należy wyjść poza jego dosłowne brzmienie [16].

10 Przez „pojemniki" należy rozumieć szklane butelki, akrylowe lub aluminiowe słoiki, tubki z tworzyw sztucznych, rozpylacze, aerozole, dozowniki ręczne i inne mniej lub bardziej podobne przedmioty do przechowywania produktów kosmetycznych, aby zachowały one swoje właściwości bez zmian pomimo upływu czasu.

11 Przez „opakowanie" kosmetyku należy rozumieć zewnętrzną osłonę (pudełko lub inny podobny przedmiot), wewnątrz którego znajduje się pojemnik lub bezpośrednio sam produkt. W wyroku z dnia 12 lipca 2011 r., L'Oréal i in., C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 82, użyto określenia „opakowanie zewnętrzne". Rzecznik generalny N. Jaaskinen w swojej opinii przedstawionej w tej sprawie (C-324/09, EU:C:2010:757) w pkt 72 i 74 również użył określenia „opakowanie zewnętrzne".

12 Celami tymi w odniesieniu do powierzchni ciała ludzkiego lub zębów i błon śluzowych jamy ustnej są: „utrzymywanie ich w czystości, perfumowanie, zmiana ich wyglądu, ochrona, utrzymywanie w dobrej kondycji lub korygowanie zapachu ciała".

13 W tym zakresie istnieje rozbieżność między różnymi wersjami językowymi. Podczas gdy, na przykład, w wersji francuskiej, angielskiej lub portugalskiej dodano przysłówek „jasno" („sauf si cela ressort clairement de sa présentation"; „unless it is clear from its presentation"; „salvo se esta decorrer claramente da respectiva apresentação"), w wersji hiszpańskiej, włoskiej lub niemieckiej tego przysłówka nie ma („salvo si se desprende de su presentación", „salvo se risulta dalla sua presentazione"; „sofern dieser sich nicht aus der Aufmachung dessen ergibt"). Nie sądzę jednak, aby te różnice miały znaczenie w niniejszej sprawie.

14 Wyrok z dnia 3 września 2015 r., Colena, C-321/14, EU:C:2015:540, pkt 19.

15 Jedynie rząd polski podziela to podejście: funkcja produktu odpowiadałaby któremuś z celów wymienionych w art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 1223/2009.

16 Wyrok z dnia 10 lipca 2014 r., D. i G., C-358/13 i C-181/14, EU:C:2014:2060, pkt 32 i przytoczone tam orzecznictwo.

31. Artykuł 19 rozporządzenia nr 1223/2009 został umieszczony na początku rozdziału VI, zatytułowanego „Informacje dla konsumentów”, i zawiera on zasady oznakowania, które muszą być przestrzegane w odniesieniu do wszystkich kosmetyków swobodnie wprowadzanych na rynek w Unii w celu ułatwienia ich nabywcom dostępu do niezbędnych informacji.

32. Łączna lektura art. 1 oraz motywów 3 i 4 rozporządzenia nr 1223/2009 wskazuje, że podobnie jak w przypadku wcześniejszego uregulowania ma ono na celu *wyczerpującą* harmonizację przepisów obowiązujących w Unii w celu ustanowienia wewnętrznego rynku produktów kosmetycznych przy jednoczesnym zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony zdrowia ludzi [17].

33. O ochronie zdrowia ludzi stanowi art. 3 rozporządzenia nr 1223/2009. Akapit pierwszy [lit. a) i b)] dotyczy prezentacji i oznakowania produktu kosmetycznego w kontekście zapewnienia bezpieczeństwa zdrowia ludzi.

34. Istnieje zatem związek pomiędzy celem w postaci zapewnienia bezpieczeństwa używania tych produktów, a wymogami w zakresie ich prezentowania i oznakowania.

35. Artykuł 19 rozporządzenia nr 1223/2009 należy interpretować z tej podwójnej perspektywy. Przepisy dotyczące opakowania i oznakowania produktów kosmetycznych:

– ułatwiając konsumentom podejmowanie decyzji o zakupie sprzyjają swobodnemu wprowadzaniu tych produktów do obrotu w Unii na rynku charakteryzującym się szeroką ofertą produktów i alternatywnych możliwości wyboru;

– mają również na celu ochronę zdrowia ludzi, które może być zagrożone wskutek nieodpowiedniego lub wprowadzającego w błąd oznakowania w zakresie cech sprzedawanego kosmetyku [18].

36. Odwołanie do (ogólnych) *celów zastosowania* kosmetyków zawarte w art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 1223/2009 ma inny sens. Służy ono wyznaczeniu granic w stosunku do innych mniej lub bardziej podobnych produktów (produktów leczniczych, wyrobów medycznych), które nie są objęte zakresem zastosowania rozporządzenia. W tym względzie motyw 6 jest jasny [19].

37. Komisja, z którą zgadzam się w tym zakresie, podkreśla w swoich uwagach, że przykłady wskazane w motywie 7 rozporządzenia nr 1223/2009 [20] służą zdefiniowaniu pojęcia „produktów kosmetycznych” w celu odróżnienia ich od produktów o innym charakterze.

38. Nie należy zatem utożsamiać celów zastosowania wymienionych w art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 1223/2009 z „funkcją produktu”, o której mowa w art. 19 ust. 1 lit. f) tego rozporządzenia. Każdy z tych przepisów służy bowiem własnym, odmiennym celom.

17 Wyroki: Schwarzkopf, pkt 27 i 28; z dnia 24 stycznia 2008 r., Roby Profumi, C-257/06, EU:C:2008:35), pkt 16, 17. W odniesieniu do rozporządzenia nr 1223/2009 wyrok z dnia 12 kwietnia 2018 r., Fédération des entreprises de la beauté, C-13/17, EU:C:2018:246, pkt 23–25 i przytoczone tam orzecznictwo.

18 Wyrok z dnia 2 lutego 1994 r., Verband Sozialer Wettbewerb, C-315/92, EU:C:1994:34, pkt 15.

19 „Niniejsze rozporządzenie dotyczy tylko produktów kosmetycznych, a nie produktów leczniczych, wyrobów medycznych lub produktów biobójczych. Wytyczenie tej granicy wynika w szczególności ze szczegółowej definicji produktów kosmetycznych, która odnosi się zarówno do miejsca ich aplikacji, jak i do celu ich stosowania”.

20 „Produkty kosmetyczne mogą obejmować kremy, emulsje, płyny, żele i oliwki do skóry, maseczki do twarzy, podkłady barwiące (płyny, pasty, pudry), pudry do makijażu, pudry po kąpieli, pudry higieniczne, mydła toaletowe, mydła dezodoryzujące, perfumy, wody toaletowe i kolońskie, środki do kąpieli i pod prysznic (sole, pianki, oliwki, żele), depilatory, dezodoranty i środki przeciw poceniu, barwniki do włosów, produkty do trwałej ondulacji, do prostowania i utrwalania włosów, produkty do układania włosów, produkty do mycia włosów (płyny, proszki, szampony), odżywki do włosów (płyny, kremy, oliwki), produkty do układania fryzury (płyny, lakiery, brylantyna), produkty do golenia (kremy, pianki, płyny), produkty do makijażu i demakijażu, produkty przeznaczone do warg, produkty do pielęgnacji zębów i jamy ustnej, produkty do pielęgnacji i malowania paznokci, produkty do higieny intymnej, produkty do opalania, produkty do samoopalania, produkty do rozjaśniania skóry i środki przeciw zmarszczkom”.

39. Teza ta znajduje moim zdaniem potwierdzenie w analizie źródeł art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009.

40. Pierwotne brzmienie dyrektywy 76/768 nie przewidywało obowiązku wskazania funkcji produktu kosmetycznego na opakowaniach lub pojemnikach. Wymóg ten został po raz pierwszy wprowadzony w drodze dyrektywy 93/35 poprzez dodanie w treści art. 6 ust. 1 dyrektywy 76/768 lit. f), która nałożyła obowiązek wskazania na pojemnikach i opakowaniach produktów kosmetycznych funkcji danego produktu, chyba że wynika ona z jego prezentacji.

41. W motywach dyrektywy 93/35 wskazano, że „[niezbędna jest większa przejrzystość] […] jeżeli konsumentom mają być przekazywane lepsze informacje; przejrzystość ta powinna zostać osiągnięta poprzez podanie na opakowaniu funkcji produktu kosmetycznego".

42. Dlatego też celem wprowadzonych zmian nie było *zdefiniowanie* produktu jako kosmetyku (która to definicja od początku opierała się na celach jego zastosowania), lecz określenie szczegółowych informacji, które należy przekazać konsumentowi [21].

2. „Funkcja produktu" i „oświadczenia o produkcie"

43. Z innego punktu widzenia należy rozważyć, czy „funkcję produktu" w rozumieniu art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009 można powiązać z „oświadczeniami o produkcie", o których mowa w art. 20 rozporządzenia [22].

44. Zgodnie z art. 20 ust. 2 rozporządzenia nr 1223/2009 Komisja „przyjmuje wykaz wspólnych kryteriów dla oświadczeń, które mogą być zastosowane w odniesieniu do produktów kosmetycznych, zgodnie z procedurą regulacyjną połączoną z kontrolą, o której mowa w art. 32 ust. 3 niniejszego rozporządzenia, uwzględniając przepisy dyrektywy 2005/29/WE".

45. Oświadczenia zostały obecnie uregulowane w rozporządzeniu (UE) nr 655/2013 [23]. Zgodnie z motywem 2 „[o]świadczenia o produktach kosmetycznych służą przede wszystkim informowaniu użytkowników końcowych o właściwościach i cechach produktów. Oświadczenia te stanowią podstawowy sposób rozróżniania produktów. Przyczyniają się one także do pobudzania innowacji i wspierania konkurencji".

46. Artykuł 20 ust. 1 rozporządzenia nr 1223/2009 obejmuje szeroki zakres spraw:

– reguluje nie tylko kwestie oznakowania, lecz również wprowadzania do obrotu i reklamy kosmetyków;

– nie ogranicza się jedynie do tekstu oznakowania, lecz obejmuje również nazwy, znaki towarowe, obrazy lub inne znaki;

– kiedy zakazuje przypisywania kosmetykom „cech lub funkcji", których one nie posiadają, posługuje się pojęciem „funkcji" w liczbie mnogiej.

21 Trybunał Sprawiedliwości, dokonując wykładni art. 6 ust. 1 dyrektywy 76/768 zdefiniował „funkcję produktu" poprzez odniesienie jej do sposobu jego używania [wyrok z dnia 12 lipca 2011 r., L'Oréal i in., C-324/09, EU:C:2011:474, pkt 76].

22 Aczkolwiek sąd odsyłający nie odwołuje się do tego przepisu, ten właśnie artykuł rozporządzenia nr 1223/2009 wskazuje możliwości, o których mowa w postanowieniu sądu odsyłającego. Komisja powołuje się na nie w swoich uwagach.

23 Rozporządzenie Komisji z dnia 10 lipca 2013 r. określające wspólne kryteria dotyczące uzasadniania oświadczeń stosowanych w związku z produktami kosmetycznymi (Dz.U. 2013, L 190, s. 31).

47. „Oświadczenia”, o których mowa w art. 20, obejmują dużo więcej informacji („cechy i funkcje”), zatem niekoniecznie można je utożsamiać z „funkcją produktu” (w liczbie pojedynczej), o której mowa w art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009.

3. Funkcja produktu

48. Uważam, iż celem art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009 jest zapewnienie, aby na pojemniku i opakowaniu została zamieszczona informacja o najbardziej charakterystycznej „funkcji” danego produktu, która już na pierwszy rzut oka pozwala konsumentowi sprawdzić bez narażania jego zdrowia, do czego służy dany produkt.

49. Za taką wykładnią przemawia fakt, iż można pominąć opis funkcji danego kosmetyku, jeżeli „wynika ona z jego prezentacji”. Jeżeli w wyniku samej prezentacji produktu konsument uzyskuje wyraźną informację o charakterystycznej funkcji danego produktu, nie jest już konieczne zamieszczanie tej informacji na pojemniku lub opakowaniu [24].

50. Tak rozumiana „funkcja” mieściłaby się gdzieś pomiędzy *celami*, o których mowa w art. 2 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 1223/2009 a mającymi szersze znaczenie *oświadczeniami*, o których mowa w art. 20 rozporządzenia:

– nie można ograniczyć się do stwierdzenia, że produkt czyści, perfumuje, zmienia wygląd ciała, chroni lub utrzymuje w dobrej kondycji, czy też koryguje zapach ciała, ponieważ te ogólne *cele* produktów kosmetycznych, dzięki którym różnią się od innych mniej lub bardziej podobnych produktów, mają dla konsumenta minimalną wartość informacyjną;

– nie jest konieczne wskazanie wszystkich cech i właściwości (*oświadczeń*) kosmetyku, bowiem z punktu widzenia jego funkcjonalności zamieszczenie ich na pojemniku i opakowaniu byłoby przesadą.

51. Zamieszczenie na pojemniku lub opakowaniu „funkcji produktu” w rozumieniu art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia służy wskazaniu, powtarzam, kluczowej cechy lub cech, które umożliwiają konsumentowi ustalenie podstawowego zastosowania produktu. Pozwoli mu to na dokonanie świadomego wyboru spośród szerokiej gamy kosmetyków tego produktu, który najlepiej odpowiada jego potrzebom, a przy tym uniknie on wprowadzenia w błąd, a dokonany wybór nie okaże się szkodliwy dla jego zdrowia.

52. Jak już wskazałem, art. 19 rozporządzenia wymaga, aby na pojemniku i opakowaniu zamieszczono w sposób nieusuwalny, łatwy do odczytania i widoczny dużą ilość informacji (ust. 1). Pozwala on jednak na to, aby niektóre z nich [wskazane w ust. 1 lit. d) i g) dotyczące szczególnych środków ostrożności oraz listy składników] z uwagi na ich złożoność zostały zamieszczone w inny sposób (ust. 2).

53. Co istotne, wzmianka o „funkcji” nie znajduje się wśród informacji, które nie muszą zostać zamieszczone na pojemniku i opakowaniu [25]. Jej zamieszczenie jest zatem konieczne w każdym przypadku (z wyjątkiem wcześniej wskazanej sytuacji).

24 Może to mieć miejsce w przypadku niektórych kosmetyków, w szczególności kosmetyków w prostych lub jednoznacznych postaciach. Rząd duński w swoich uwagach (pkt 25) podaje przykład pomadki do ust.

25 Gdyby znajdowała się ona jedynie na opakowaniu, a nie na pojemniku, po wyrzuceniu opakowania nie można byłoby już ustalić funkcji produktu, co stanowiłoby zagrożenie w przypadku późniejszego użycia.

54. Duża różnorodność produktów kosmetycznych objętych zakresem zastosowania rozporządzenia nr 1223/2009 nie pozwala na ustalenie a priori sposobu zamieszczenia na pojemniku i opakowaniu informacji o funkcji produktu. Każdy producent posiada swobodę wyboru takiego sposobu zamieszczenia tej informacji, który najlepiej odpowiada jego strategii handlowej.

55. Uważam jednakże, iż zamieszczając informację o „funkcji" na pojemniku i opakowaniu, należy ze względów praktycznych i zgodnie z art. 19 rozporządzenia nr 1223/2009 uczynić to w sposób tak prosty, aby już na pierwszy rzut oka konsument mógł łatwo rozpoznać charakter danego produktu.

56. Należy również wziąć pod uwagę oczekiwania przeciętnego konsumenta, właściwie poinformowanego, dostatecznie uważnego i ostrożnego [26]. Jak wskazuje art. 3 rozporządzenia nr 1223/2009 dotyczący wprowadzania do obrotu produktu bezpiecznego dla zdrowia ludzi, konsument taki bierze pod uwagę „normalne lub dające się przewidzieć warunki stosowania".

57. Cechy i właściwości każdego produktu zawsze będą miały decydujące znaczenie dla zapewnienia, aby konsument dokładnie wiedział, co kupuje. O ile jest wyjątkowo dopuszczalne, aby nie zamieszczać informacji o funkcji produktu na pojemnikach i opakowaniach, jeżeli wynika ona z jego prezentacji [27], w pozostałych przypadkach informacja ta koniecznie musi, podkreślam, zostać zamieszczona.

58. Wreszcie, wszystko zależy od mniejszej lub większej zdolności producenta do ujęcia w kilku słowach tego, co jest charakterystyczną funkcją produktu, aby osoba, która go kupi, nie narażała się na ryzyko pomyłki lub zagrożenia dla zdrowia wskutek zastosowania (czy wręcz spożycia) kosmetyków, których charakteru nie zna.

59. Dodam jeszcze, iż art. 19 ust. 5 rozporządzenia nr 1223/2009 dotyczy kwestii języka użytego do oznakowania. Jego celem jest dostarczenie konsumentowi w państwie członkowskim, w którym produkt został wprowadzony do obrotu, zrozumiałej dla niego informacji o funkcji produktu.

60. Oczywiste jest, iż wymogi językowe i wynikająca z nich konieczność dostosowania informacji zamieszczonych na pojemniku i opakowaniu stają się „przeszkodami w handlu wewnątrzwspólnotowym". Jednakże przeszkodę tę należy uznać za „uzasadnioną […] względami interesu ogólnego, jakim jest ochrona zdrowia publicznego" [28].

61. Z tego względu należy podać na pojemniku i opakowaniu „funkcję produktu" w języku określonym przez ustawodawstwo państwa członkowskiego, w którym produkt jest wprowadzany do obrotu, przy czym koszty i trudności związane z tłumaczeniem lub ponownym oznakowaniem importowanych kosmetyków nie mają w tym zakresie znaczenia.

B. W przedmiocie pytania drugiego

62. Jak już wielokrotnie wskazywałem, zgodnie z art. 19 ust. 1 rozporządzenia nr 1223/2009 informacje, o których w nim mowa [29], powinny być co do zasady zamieszczone na pojemniku i opakowaniu.

26 Wyroki: z dnia 13 stycznia 2000 r., Estée Lauder, C-220/98, EU:C:2000:8, pkt 27; z dnia 24 października 2002 r., Linhart i Biffl, C-99/01, EU:C:2002:618, pkt 31.

27 Zobacz pkt 49 i przypis 24 niniejszej opinii.

28 Wyrok Schwarzkopf, pkt 39. W pkt 40 wyjaśniono, że „informacje, które producenci lub dystrybutorzy produktów kosmetycznych, do których ma zastosowanie znowelizowana dyrektywa 76/768, mają obowiązek zamieścić na pojemniku i opakowaniu produktu z wyjątkiem sytuacji, kiedy można je skutecznie przekazać za pośrednictwem piktogramów lub oznaczeń innych niż słowa, nie mają praktycznego znaczenia, jeżeli nie są one napisane w języku zrozumiałym dla osób, dla których są one przeznaczone".

29 Obejmują one tożsamość osoby odpowiedzialnej za wprowadzenie do obrotu, skład produktu (zawartość i wykaz składników), informacje dotyczące stosowania (funkcja i szczególne środki ostrożności) lub przechowywania (data minimalnej trwałości) oraz numer partii produktu lub oznaczenie pozwalające na identyfikację produktu (informacja ta, w szczególnych przypadkach, może być umieszczona tylko na opakowaniu zewnętrznym).

63. Artykuł 19 ust. 2 w związku z motywem 46 [30] zezwala jednak w drodze wyjątku [31] na to, aby informacje o składnikach oraz szczególnych środkach ostrożności [ust. 1 lit. d) i g)] zostały zamieszczone poza pojemnikiem i opakowaniem.

64. W tych dwóch przypadkach [32] odpowiednie informacje muszą zostać zamieszczone „na załączonej lub doczepionej [do produktu] ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie” [33].

65. Wyjątek ten można zastosować, gdy „ze względów praktycznych nie jest możliwe zamieszczenie [na etykiecie] informacji wymienionych w ust. 1 lit. d) i g)”. Biorąc tę okoliczność pod uwagę, przywołany przepis pozwala na zamieszczenie wskazanych informacji w któryś z podanych sposobów [34].

66. W niniejszej sprawie do sądu odsyłającego należy rozstrzygnięcie, po ustaleniu okoliczności faktycznych, które sąd ten jest w stanie najlepiej ocenić, czy zawarcie wskazanych informacji w katalogu sporządzonym w języku polskim byłoby zgodne z wcześniej opisanymi zasadami.

67. Ze swej strony zgadzam się z rządami, które wzięły udział w postępowaniu, jak również z A.M. i z Komisją, że wszystko wskazuje na to, iż katalog ten nie spełnia wymogów art. 19 ust. 2 rozporządzenia nr 1223/2009.

68. Na poparcie tego stanowiska można przywołać kilka argumentów.

69. Przede wszystkim, zgodnie z orzecznictwem Trybunału Sprawiedliwości, „niemożność ze względów praktycznych” jest wynikiem trudnych do przezwyciężenia problemów technicznych związanych np. z rozmiarami pojemnika lub opakowania [35]. Z drugiej strony, w niniejszej sprawie sąd odsyłający wskazał, że źródłem problemów jest fakt importowania kosmetyków, który rodzi trudności o charakterze organizacyjnym i finansowym związane z tłumaczeniem informacji i dokonaniem ponownego oznakowania.

70. Kolejnym dowodem, że niemożność ta nie ma miejsca, jest, co podkreśla rząd duński, fakt, że zgodnie z postanowieniem odsyłającym wymagane informacje zostały należycie zamieszczone na opakowaniu i pojemniku, lecz w języku angielskim, a nie polskim.

71. Po drugie, zakładając (quod non), że jest to w praktyce niemożliwe, katalog ten jest przedstawiany jako przedmiot dostarczany oddzielnie, zatem nie można go w żadnym razie uznać za dokument „załączony lub doczepiony” do sprzedanego produktu [36].

30 Zgodnie z tym motywem niezbędne jest „podanie na opakowaniu składników stosowanych w danym produkcie kosmetycznym. Jeżeli ze względów praktycznych niemożliwe jest podanie składników na opakowaniu, takie informacje powinny zostać załączone w taki sposób, aby konsument miał dostęp do tych informacji”.

31 Jako wyjątki muszą one być interpretowane ściśle (wyrok Schwarzkopf, pkt 31).

32 Artykuł 19 ust. 3 rozporządzenia nr 1223/2009 ustanawia w odniesieniu do składników *wyjątek od wyjątku*, jeżeli ze względów praktycznych nie jest możliwe zastosowanie rozwiązań wskazanych w ust. 2. W takim przypadku informacje te można zamieścić „w bezpośredniej bliskości pojemnika, w którym dany produkt kosmetyczny wystawiony jest do sprzedaży”. Wątpliwości sądu odsyłającego nie dotyczą wskazania składników: ograniczają się one do tego, czy w niniejszej sprawie katalog może zostać uznany za „załączoną lub doczepioną [do produktu] ulotkę, etykietę, taśmę, metkę lub kartę”.

33 Ponownie ujawniają się rozbieżności pomiędzy wersjami językowymi tego przepisu: w wersji francuskiej, niemieckiej, włoskiej lub portugalskiej mowa jest o „produkcie”, podczas gdy w wersji hiszpańskiej lub angielskiej nie ma tego słowa, aczkolwiek jest ono dorozumiane.

34 Sposobem poinformowania konsumenta, że ma miejsce „odesłanie do informacji załączonej lub dołączonej” jest zamieszczenie symbolu ręki wskazującej na otwartą książkę (zob. załącznik VII, do którego odsyła art. 19 ust. 2 rozporządzenia nr 1223/2009).

35 Ma to miejsce w „[…] przypadkach, kiedy pełne odtworzenie wymaganych ostrzeżeń jest obiektywnie możliwe, lecz wyłącznie przy zastosowaniu czcionki o tak małych rozmiarach, że byłyby one prawie nieczytelne, jak również w przypadkach, kiedy pełne ostrzeżenia nadrukowane czytelnymi literami pokryłyby prawie cały produkt w taki sposób, że producent nie mógłby już zamieścić na produkcie wyraźnej nazwy produktu, ani innych informacji o produkcie” (wyrok Schwarzkopf, pkt 32, 33).

36 Z treści postanowienia odsyłającego wynika, że z katalogiem można było zapoznać się w punkcie sprzedaży lub nabyć go oddzielnie. Jak wskazuje rząd litewski wątpliwe jest, aby liczba katalogów nabytych przez powódkę (10), wskazana w postanowieniu odsyłającym, pozwalała na dołączenie katalogu do każdego egzemplarza produktu.

72. Po trzecie, katalog wydaje się zawierać opisy produktów z gamy oferowanej przez producenta, zatem nie jest związany wyłącznie z jednym z nich. W tej sytuacji korzystanie przez konsumenta z katalogu może rodzić ryzyko błędu w wyborze produktu poprzez pomylenie pewnych produktów z innymi.

73. Podsumowując, aczkolwiek do sądu odsyłającego należy dokonanie oceny istotnych aspektów stanu faktycznego, uważam, iż w okolicznościach niniejszej sprawy odesłanie do „katalogu producenta" nie jest zgodne z art. 19 ust. 2 rozporządzenia nr 1223/2009.

IV. Wnioski

74. Mając na względzie powyższe rozważania, proponuję, aby Trybunał Sprawiedliwości udzielił Sądowi Okręgowemu w Warszawie (Polska) następującej odpowiedzi:

1) Artykuł 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczącego produktów kosmetycznych należy interpretować w ten sposób, iż „funkcja produktu" nie odpowiada celom wskazanym w definicji zawartej w art. 2 ust. 1 lit. a) tego rozporządzenia. Przy opisywaniu tej funkcji na pojemniku i opakowaniu należy przedstawić kluczową cechę lub cechy produktu, które umożliwią konsumentowi ustalenie już na pierwszy rzut oka przeznaczenia lub podstawowego zastosowania produktu.

2) Artykuł 19 ust. 2 rozporządzenia nr 1223/2009 należy interpretować w ten sposób, iż nie jest możliwe przedstawienie informacji, o których mowa w art. 19 ust. 1 lit. d), g) i f), to jest informacji dotyczących szczególnych środków ostrożności, funkcji i wykazu składników w katalogu producenta, który jest oferowany niezależnie od sprzedawanego produktu kosmetycznego i który opisuje również inne produkty, podczas gdy na opakowaniu zamieszczono jedynie symbol, o którym mowa w pkt 1 załącznika VII do tego rozporządzenia.