CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
DOMNUL MANUEL CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA
prezentate la 9 iulie 2020[1]

Cauza C-667/19

A.M.
împotriva
E.M.

[cerere de decizie preliminară formulată de Sąd Okręgowy w Warszawie (Tribunalul Regional din Varșovia, Polonia)]

„Procedură preliminară – Apropierea legislațiilor – Produse cosmetice – Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 – Articolul 19 – Informarea consumatorilor – Etichetare – Informații care trebuie inscripționate pe recipient și pe ambalaj – Funcția produsului cosmetic – Protecția sănătății umane – Informații care pot fi inscripționate pe un fluturaș, pe o etichetă, pe un marcaj, pe o bandă sau pe un card inclus sau atașat produsului – Etichetare într-o limbă străină – Ambalaj de produse cosmetice care conține o trimitere la un catalog de produse redactat în limba consumatorului”

1. Prin această trimitere preliminară se solicită interpretarea articolului 19 din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009[2], referitor la etichetarea produselor cosmetice.

2. Se dezbat în esență două chestiuni:

– ce trebuie să se înțeleagă prin „funcția produsului”, ca informație care trebuie menționată în mod obligatoriu pe recipientul și pe ambalajul produsului cosmetic pus la dispoziție pe piață și

– dacă este posibil ca anumite informații adresate consumatorilor, de asemenea obligatorii, să figureze numai într-un catalog al întreprinderii producătoare, care nu este oferit întotdeauna împreună cu produsul cosmetic achiziționat.

3. Până în prezent, Curtea a avut ocazia să se pronunțe[3] asupra altor articole din Regulamentul nr. 1223/2009, însă, dacă nu ne înșelăm, nu și cu privire la cerințele specifice prevăzute la articolul 19 alineatele (1) și (2) din acesta.

1 Limba originală: spaniola.

2 Regulamentul Parlamentului European și al Consiliului din 30 noiembrie 2009 privind produsele cosmetice (JO 2009, L 342, p. 59).

3 Hotărârea din 3 septembrie 2015, Colena (C-321/14, EU:C:2015:540), privind calificarea lentilelor de contact drept produse cosmetice, Hotărârea din 21 septembrie 2016, European Federation for Cosmetic Ingredients (C-592/14, EU:C:2016:703), privind ingredientele din aceste produse care au făcut obiectul unor testări pe animale, și Hotărârea din 12 aprilie 2018, Fédération des entreprises de la beauté (C-13/17, EU:C:2018:246), privind calificarea evaluatorilor produselor menționate.

4. Or, Regulamentul nr. 1223/2009 a reformat directivele care, până la momentul respectiv, reglementau acest domeniu [4]. Jurisprudența privind regulile de etichetare pe care le conțineau acele directive [5] oferă anumite indicii utile pentru soluționarea acestei cereri de decizie preliminară.

I. Cadrul juridic

A. Dreptul Uniunii. Regulamentul nr. 1223/2009

5. Articolul 1 („Domeniu de aplicare și obiectiv”) prevede:

„Prezentul regulament stabilește reguli care trebuie să fie respectate de orice produs cosmetic pus la dispoziție pe piață, pentru a garanta funcționarea pieței interne și a asigura un nivel înalt de protecție a sănătății umane.”

6. Articolul 2 („Definiții”) alineatul (1) stabilește:

„În sensul prezentului regulament, se aplică următoarele definiții:

(a) «produs cosmetic» înseamnă orice substanță sau amestec destinat punerii în contact cu părțile externe ale corpului uman (epidermă, zonele cu păr, unghii, buze și organe genitale externe) sau cu dinții și mucoasele cavității orale, cu scopul exclusiv sau principal de a le curăța, de a le parfuma, de a schimba aspectul acestora, de a le proteja, de a le menține în condiții bune sau de a corecta mirosurile corpului;

[…]”

7. Articolul 3 („Siguranță”) stipulează:

„Un produs cosmetic pus pe piață trebuie să fie sigur pentru sănătatea umană atunci când este utilizat în condiții de folosire normale sau rațional previzibile, ținând seama, în special, de următoarele elemente:

(a) prezentare […];

(b) etichetare;

[…]”

8. Articolul 19 („Etichetare”) arată:

„(1) Fără a aduce atingere celorlalte dispoziții ale prezentului articol, produsele cosmetice sunt puse la dispoziție pe piață doar dacă pe recipientul și pe ambalajul produselor cosmetice sunt inscripționate următoarele informații cu caractere vizibile, de nesters și ușor lizibile:

[…]

4 Și anume Directiva 76/768/CEE a Consiliului din 27 iulie 1976 privind apropierea legislațiilor statelor membre cu privire la produsele cosmetice (JO 1976, L 262, p. 169, Ediție specială, 13/vol. 3, p. 101), astfel cum a fost modificată prin Directiva 93/35/CEE a Consiliului din 14 iunie 1993 de modificare pentru a șasea oară a Directivei 76/768 (JO 1993, L 151, p. 32, Ediție specială, 13/vol. 11, p. 237).

5 A se vedea printre altele Hotărârea din 28 ianuarie 1999, Unilever (C-77/97, EU:C:1999:30), Hotărârea din 13 ianuarie 2000, Estée Lauder (C-220/98, EU:C:2000:8), Hotărârea din 13 septembrie 2001, Schwarzkopf (C-169/99, denumită în continuare „Hotărârea Schwarzkopf”, EU:C:2001:439), și Hotărârea din 24 octombrie 2002, Linhart și Biffl (C-99/01, EU:C:2002:618).

(d) precauții speciale care trebuie respectate la utilizare și cel puțin cele menționate în anexele III-VI și orice informație specială referitoare la precauțiile privind produsele cosmetice pentru uz profesional;

[…]

(f) funcția produsului cosmetic, în cazul în care aceasta nu reiese clar din prezentarea sa;

(g) lista ingredientelor. Această informație poate fi indicată numai pe ambalaj. Lista este precedată de termenul «ingrediente».

[…]

(2) În cazul în care, din motive practice, este imposibilă specificarea pe etichetă a informațiilor menționate la alineatul (1) literele (d) și (g), se aplică următoarele:

– informațiile se menționează pe un fluturaș, etichetă, marcaj, bandă sau card inclus sau atașat produsului;

– se face referire la aceste informații fie printr-o indicație abreviată, fie prin simbolul prevăzut la punctul 1 din anexa VII, care trebuie să apară pe recipient sau pe ambalaj, pentru informațiile menționate la alineatul (1) litera (d), și pe ambalaj, pentru informațiile menționate la alineatul (1) litera (g).

[…]

(5) Limba în care sunt redactate informațiile menționate la alineatul (1) literele (b), (c), (d) și (f) și la alineatele (2), (3) și (4) este stabilită de legislația statelor membre în care produsul este pus la dispoziția utilizatorului final.

[…]”

9. Articolul 20 („Declarații referitoare la produs”) indică:

„(1) La etichetare, la punerea la dispoziție pe piață și în reclamele pentru produsele cosmetice nu se folosesc texte, nume, mărci, poze și semne figurative sau alte semne care sugerează faptul că aceste produse au caracteristici sau funcții pe care nu le posedă.

[…]”

10. În anexa VII („Simboluri utilizate pe ambalaj/recipient”) se menționează:

„1. Trimitere la informații incluse sau atașate la produsul cosmetic:



[…]”

B. Dreptul polonez. Ustawa o kosmetykach z dnia 30 marca 2001 r. (Legea privind produsele cosmetice din 30 martie 2001)

11. Diferitele alineate ale articolului 6 conțin următoarele prevederi:

– ambalajul individual al unui produs cosmetic trebuie etichetat în mod vizibil și lizibil printr-o metodă care să garanteze că eticheta nu se poate îndepărta cu ușurință (alineatul 1);

– conform alineatului 2, ca regulă, eticheta ambalajului individual al produsului cosmetic care figurează pe recipient și pe ambalajul individual exterior include printre altele următoarele informații:

  – precauțiile speciale care trebuie respectate la utilizarea produsului cosmetic, atunci când acesta este destinat utilizării într-un cadru profesional în conformitate cu scopul său prevăzut, pe lângă alte precauții necesare;

  – funcția produsului cosmetic, în cazul în care aceasta nu reiese clar din prezentarea sa;

  – lista ingredientelor definite în conformitate cu denumirile din Nomenclatorul Internațional al Ingredientelor Cosmetice (INCI), precedată de termenul „ingrediente” și o detaliere a modului de exprimare a acestora în funcție de concentrație și de tip;

– informațiile privind lista ingredientelor pot figura numai pe ambalajul individual exterior al produsului cosmetic (alineatul 4);

– în cazul în care, ca urmare a dimensiunilor sau a formei ambalajului, nu este posibilă includerea pe ambalajul individual exterior a informațiilor privind precauțiile speciale care trebuie respectate la utilizarea produsului și lista ingredientelor, acestea se menționează pe un fluturaș, pe o etichetă, pe

un marcaj sau pe un card inclus sau atașat produsului. În acest caz, pe recipient sau pe ambalajul exterior individual trebuie să apară o formulare prescurtată sau un semn grafic care să indice că informațiile respective însoțesc produsul (alineatul 6);

– în cazul în care, ca urmare a dimensiunilor sau a formei ambalajului, nu este posibilă includerea pe un fluturaș, pe o etichetă, pe un marcaj sau pe un card inclus sau atașat produsului a informațiilor privind lista ingredientelor, acestea sunt menționate direct pe recipient sau la punctul de vânzare a produsului cosmetic, într-un loc accesibil consumatorului (alineatul 7).

II. Situația de fapt și întrebările preliminare

12. A.M., proprietara unui salon de frumusețe, se află în relații comerciale cu E.M., care distribuie produse cosmetice ale unui producător american.

13. În cursul relațiilor comerciale respective, A.M. a primit o formare, acordată de E.M., cu privire la acele produse, care conținea și o instruire privind etichetarea lor [6].

14. Ca urmare a acestei formări, la 28 și 29 ianuarie 2016, A.M. a achiziționat de la E.M. 40 de unități de fluturași pentru vânzarea cu amănuntul, 10 cataloage și diverse produse (creme, măști faciale și pudre) [7].

15. Pe ambalajul produselor cosmetice achiziționate apăreau informații privind entitatea responsabilă, denumirea originală a produsului, compoziția sa, termenul său de valabilitate și numărul său de serie, precum și semnul figurativ („o mână cu o carte”), care face trimitere la catalog.

16. A.M. a solicitat Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Tribunalul Districtual al Orașului Varșovia, Polonia) să rezilieze contractul de vânzare-cumpărare, ca urmare a unor vicii ale produselor vândute. Aceasta a susținut că ambalajul nu conținea informații în limba polonă privind funcția produsului, ceea ce împiedica identificarea sa și cunoașterea efectelor sale, și că informațiile respective nu rezultau clar din prezentare. Se încălcau astfel normele aplicabile în Polonia în ceea ce privește comerțul cu produse cosmetice, care coincid cu cele prevăzute la articolul 19 din Regulamentul nr. 1223/2009.

17. E.M., opunându-se cererii, a susținut că produsele au fost etichetate în conformitate cu dispozițiile naționale în vigoare, deoarece pe acestea figura un semn („o mână cu o carte”) care făcea trimitere la un catalog oferit pentru fiecare produs. Acest catalog oferea, în limba polonă, o prezentare completă a produselor și a funcțiilor lor și menționa contraindicațiile, modul de aplicare și ingredientele acestora. Prin urmare, articolul 19 din Regulamentul nr. 1223/2009 fusese respectat.

18. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Tribunalul Districtual al Orașului Varșovia) a respins acțiunea, aplicând articolele din Codul civil polonez [8] referitoare la garanția pentru produse defectuoase [9].

6 Acesteia i s-a explicat modul în care acționează fiecare produs prin intermediul unor documente redactate în limba polonă și al unor fluturași pentru vânzarea cu amănuntul a fiecărui produs. A primit documentele aferente formării și i s-a comunicat că pe fiecare produs cosmetic era tipărit simbolul „o mână cu o carte”, care face trimitere la un catalog separat al întreprinderii, redactat în limba polonă (era vorba despre produse americane), fără o traducere în această limbă a textelor de pe etichetă.

7 Valoarea brută a produselor era de 3 184,25 zloți (PLN).

8 Legea din 23 aprilie 1964 privind Codul civil, în versiunea sa modificată (ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny) (Dz.U. din 2018, poz. 1025).

9 În hotărârea sa, instanța a subliniat că, după ce reclamanta a recunoscut că cele două părți au colaborat în trecut, nu era credibilă susținerea acesteia potrivit căreia, până la momentul primirii produselor, nu știa că eticheta lor nu este redactată în limba polonă.

19. A.M. a formulat apel împotriva hotărârii la Sąd Okręgowy w Warszawie (Tribunalul Regional din Varșovia, Polonia). Aceasta a invocat faptul că instanța de prim grad de jurisdicție a apreciat în mod incorect elementele de probă referitoare la informațiile furnizate și a subliniat că pe ambalaje nu era menționată în limba polonă funcția produselor cosmetice. Trimiterea la catalog (care trebuia achiziționat contra cost) era insuficientă, având în vedere că nu era imposibil ca aceste informații să fie menționate pe fiecare produs.

20. Instanța care trebuie să soluționeze apelul solicită să se stabilească în primul rând domeniul de aplicare al articolului 19 alineatul (1) litera (f) coroborat cu articolul 2 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 1223/2009. Îndoielile sale se referă la gradul de precizie al etichetei care trebuie să figureze pe recipientul și pe ambalajul produselor cosmetice, la funcția acestora și la obligația de a menționa în limba consumatorului informațiile privind funcția produselor importate.

21. În al doilea rând, instanța solicită interpretarea articolului 19 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1223/2009 coroborat cu considerentul (46) al acestuia. În special, ea urmărește să se stabilească dacă, pentru a respecta cerințele privind anumite mențiuni care trebuie să apară pe recipientul și pe ambalajul produselor, se poate include un simbol grafic, în conformitate cu punctul 1 din anexa VII la același regulament, și dacă este suficient ca informațiile respective să figureze în cataloagele producătorului, care nu se oferă împreună cu produsul.

22. În acest context, Sąd Okręgowy w Warszawie (Tribunalul Regional din Varșovia) adresează Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) Articolul 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 […], în măsura în care prevede că pe recipientul și pe ambalajul produselor cosmetice trebuie inscripționate informații cu caractere vizibile, de neșters și ușor lizibile referitoare la funcția produsului cosmetic, în cazul în care aceasta nu reiese clar din prezentarea sa, trebuie interpretat în sensul că privește funcțiile de bază ale produsului cosmetic, în înțelesul articolului 2 alineatul (1) litera (a) din regulament, adică funcția de curățare (întreținerea igienei), de îngrijire și protecție (pentru menținerea în condiții bune), de parfumare, de înfrumusețare (pentru schimbarea aspectului), sau în sensul că include și funcții mai detaliate, care să permită identificarea caracteristicilor produsului cosmetic?

2) Articolul 19 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 […] și considerentul (46) al preambulului acestui regulament trebuie interpretate în sensul că informațiile menționate la alineatul (1) literele (d), (g) și (f) al acestei dispoziții, și anume precauțiile care trebuie respectate la utilizare, ingredientele și funcțiile, pot fi incluse în catalogul întreprinderii, care cuprinde și alte produse, prin utilizarea pe ambalaj a simbolului menționat la punctul 1 din anexa VII?”

III. Procedura în fața Curții

23. Decizia de trimitere a fost înregistrată la grefa Curții la 1 septembrie 2019.

24. Au formulat observații scrise A.M., guvernele Belgiei, Danemarcei, Greciei, Lituaniei, Țărilor de Jos și Poloniei, precum și Comisia Europeană. S-a considerat că nu este necesar să se organizeze o ședință.

IV. Analiză

A. Prima întrebare preliminară

25. Dezbaterea se concentrează pe stabilirea aspectului dacă articolul 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009 trebuie interpretat în sensul că mențiunea obligatorie a „funcției" produselor cosmetice, care trebuie să figureze pe recipientele [10] sau pe ambalajele [11] acestora:

– impune numai obligația de a indica, drept astfel de *funcție*, unul dintre scopurile menționate la articolul 2 alineatul (1) litera (a) din regulamentul respectiv [12] sau

– necesită menționarea unor *funcții mai detaliate*, astfel încât consumatorul să poată identifica caracteristicile sau proprietățile de bază, specifice fiecărui produs.

1. Funcția produsului și scopurile prevăzute în definiția noțiunii de „produs cosmetic"

26. În conformitate cu articolul 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009, produsele cosmetice „sunt puse la dispoziție pe piață doar dacă pe recipientul și pe ambalajul produselor cosmetice sunt inscripționate următoarele informații cu caractere vizibile, de neșters și ușor lizibile: […] funcția produsului cosmetic, în cazul în care aceasta nu reiese clar din prezentarea sa" [13].

27. Dispoziția nu definește sintagma „funcția produsului"; nici articolul 2 din Regulamentul nr. 1223/2009 nu o face. Alineatul (1) litera (a) al acestui din urmă articol, atunci când explică ce înseamnă un „produs cosmetic", face referire, în termeni generali, la „scopul" său.

28. *Scopul* figurează printre elementele pe care jurisprudența le utilizează pentru delimitarea noțiunii de „produs cosmetic". Curtea a descompus conținutul său și a extras „trei criterii cumulative, mai concret, în primul rând, natura produsului în cauză (substanță sau amestec), în al doilea rând, partea corpului uman cu care acest produs este destinat să fie pus în contact și, în al treilea rând, scopul urmărit prin utilizarea produsului respectiv" [14].

29. Lipsa unei definiții exacte a noțiunii de „funcție a produsului" determină instanța de trimitere să propună o echivalență între „scopul produsului" și „funcția produsului" [15].

30. Cu toate acestea, având în vedere că modul de redactare a articolului 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009 nu este concludent, este necesar să privim dincolo de conținutul său literal pentru a-i cerceta contextul, precum și obiectivele legislației în care este inclus [16].

10 „Recipientele" constau de obicei în flacoane de sticlă, borcane acrilice sau de aluminiu, tuburi din plastic, spray-uri, aerosoli, dozatoare manuale și alte ustensile mai mult sau mai puțin similare, în care se păstrează produse cosmetice, astfel încât să își păstreze stabilitatea în timp fără să sufere modificări.

11 „Ambalaj" al produsului cosmetic înseamnă învelișul exterior (o cutie sau un alt obiect similar) în care se află recipientul sau, direct, produsul. În Hotărârea din 12 iulie 2011, L'Oréal și alții (C-324/09, EU:C:2011:474, punctul 82), se utilizează expresia „ambalaj exterior". Avocatul general Jaaskinen, în Concluziile sale prezentate în cauza respectivă (C-324/19, EU:C:2010:757, punctele 72 și 74), făcea referire de asemenea la „ambalajul exterior".

12 Aceste scopuri, referitoare la părțile externe ale corpului uman sau la dinți și la mucoasele cavității orale, sunt: „de a le curăța, de a le parfuma, de a schimba aspectul acestora, de a le proteja, de a le menține în condiții bune sau de a corecta mirosurile corpului".

13 În această privință, se observă o diferență între diversele versiuni lingvistice. În timp ce, de exemplu, în versiunile în limbile franceză, engleză sau portugheză se adaugă adverbul „clar", („sauf si cela ressort clairement de sa présentation"; „unless it is clear from its presentation"; „salvo se esta decorrer claramente da respectiva apresentação"), în cele în limbile spaniolă, italiană sau germană nu apare acest adverb („salvo se risulta dalla sua presentazione"; „sofern dieser sich nicht aus der Aufmachung dessen ergibt"). Totuși, nu credem că aceste diferențe sunt relevante în prezenta cauză.

14 Hotărârea din 3 septembrie 2015, Colena (C-321/14, EU:C:2015:540, punctul 19).

15 Guvernul polonez este unicul care susține această abordare: funcția produsului ar corespunde unuia dintre scopurile enumerate la articolul 2 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 1223/2009.

16 Hotărârea din 10 iulie 2014, D. și G. (C-358/13 și C-181/14, EU:C:2014:2060, punctul 32 și jurisprudența citată).

31. În Regulamentul nr. 1223/2009, articolul 19 se află la începutul capitolului VI, referitor la „Informarea consumatorilor”, și reunește normele în materia etichetării care trebuie respectate de toate produsele cosmetice care sunt puse la dispoziție pe piață în Uniune, cu scopul de a asigura că cei care le achiziționează au la dispoziție informațiile necesare.

32. Din interpretarea articolului 1 din Regulamentul nr. 1223/2009 coroborat cu considerentele (3) și (4) ale acestuia rezultă că, la fel ca în legislația anterioară, se urmărește armonizarea *exhaustivă* a regulilor în vigoare în Uniune pentru a realiza o piață internă a produselor cosmetice, asigurând în același timp un nivel înalt de protecție a sănătății umane [17].

33. Protecția sănătății umane face obiectul articolului 3 din Regulamentul nr. 1223/2009. Primul alineat [literele (a) și (b)] al acestuia se referă la prezentarea și la etichetarea unui produs cosmetic, în contextul siguranței pentru sănătatea umană.

34. Prin urmare, există o legătură între obiectivul de garantare a siguranței utilizării acestor produse și cerințele privind prezentarea și etichetarea sa.

35. Articolul 19 din Regulamentul nr. 1223/2009 trebuie interpretat din această dublă perspectivă. Normele privind ambalajul și etichetarea produselor cosmetice:

– promovează libera punere la dispoziție pe piață a acestora pe teritoriul Uniunii, facilitând deciziile de cumpărare ale consumatorilor, pe o piață caracterizată printr-o gamă largă de produse și de opțiuni oferite;

– urmăresc, în același timp, să protejeze sănătatea oamenilor, care poate fi pusă în pericol prin informarea inadecvată sau înșelătoare cu privire la caracteristicile produselor cosmetice puse la dispoziție pe piață [18].

36. Articolul 2 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 1223/2009 urmărește un obiectiv diferit atunci când se referă la *scopurile* (generale) ale produselor cosmetice. Procedează astfel, pentru a stabili limitele lor în raport cu alte produse mai mult sau mai puțin similare (medicamente, dispozitive medicale) care nu sunt incluse în domeniul său de aplicare. Considerentul (6) este explicit în acest sens [19].

37. Comisia, a cărei opinie în această privință o împărtășim, subliniază în observațiile sale că exemplele menționate în considerentul (7) al Regulamentului nr. 1223/2009 [20] au scopul de a defini noțiunea de produse cosmetice, prin diferențierea lor de altele care nu au această natură.

17 Hotărârea Schwarzkopf, punctele 27 și 28, și Hotărârea din 24 ianuarie 2008, Roby Profumi (C-257/06, EU:C:2008:35, punctele 16 și 17). În ceea ce privește Regulamentul nr. 1223/2009, Hotărârea din 12 aprilie 2018, Fédération des entreprises de la beauté (C-13/17, EU:C:2018:246, punctele 23-25 și jurisprudența citată).

18 Hotărârea din 2 februarie 1994, Verband Sozialer Wettbewerb (C-315/92, EU:C:1994:34, punctul 15).

19 „Prezentul regulament se referă doar la produse cosmetice și nu la medicamente, dispozitive medicale sau produse biocide. Delimitarea rezultă în special din definiția detaliată a produselor cosmetice, care se referă atât la zona de aplicare, cât și la scopul în care sunt folosite aceste produse”.

20 „Produsele cosmetice pot include cremele, emulsiile, loțiunile, gelurile și uleiurile pentru piele, măștile pentru față, fondurile de ten (lichide, paste, pudre), pudrele de machiaj, pudrele după baie, pudrele igienice, săpunurile de toaletă, săpunurile deodorante, parfumurile, apele de toaletă și apele de colonie, preparatele pentru baie și duș (săruri, spume, uleiuri, geluri), depilatoarele, deodorantele și antiperspirantele, coloranții pentru păr, produsele pentru ondularea, întinderea și fixarea părului, produsele de aranjare a părului, produsele de curățare a părului (loțiuni, pudre, șampoane), produsele de condiționare a părului/balsamuri pentru păr (loțiuni, creme, uleiuri), produsele de coafat (loțiuni, lacuri, briantine), produsele de bărbierit (creme, spume, loțiuni), produsele pentru machiere și demachiere, produsele destinate aplicării pe buze, produsele pentru igienă buco-dentară, produsele pentru îngrijirea și vopsirea unghiilor, produsele pentru igienă intimă externă, produsele pentru plajă, produsele pentru bronzare artificială, produsele pentru albirea pielii și produsele antirid.”

38. Prin urmare, scopurile enumerate la articolul 2 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 1223/2009 nu trebuie să se identifice cu „funcția produsului” la care face referire articolul 19 alineatul (1) litera (f) din regulamentul respectiv. Fiecare dintre aceste articole urmărește obiective proprii și diferite.

39. În opinia noastră, acest raționament este confirmat de analiza genezei articolului 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009.

40. Modul de redactare inițial al Directivei 76/768 nu prevedea obligația de a indica funcția produsului cosmetic pe ambalaje sau pe recipiente. Această cerință a fost stabilită pentru prima dată de Directiva 93/35, prin adăugarea literei (f) la articolul 6 alineatul (1) din Directiva 76/768, care impunea obligația de a menționa pe recipientul și pe ambalajul produsului cosmetic funcția sa, în cazul în care aceasta nu reiese clar din prezentarea produsului.

41. În expunerea de motive a Directivei 93/35 se arată că, „pentru o mai bună informare a consumatorului, este necesară o mai mare transparență […și] o astfel de transparență se realizează prin indicarea pe ambalajul produsului cosmetic a funcției produsului”.

42. Prin urmare, obiectivul inovării legislative nu era axat pe modul în care un produs este *definit* drept cosmetic (care s-a bazat de la bun început pe scopurile sale), ci pe informațiile detaliate care trebuiau furnizate consumatorului [21].

2. „Funcția produsului” și „declarațiile referitoare la produs”

43. Din altă perspectivă, ar trebui să se ridice problema dacă „funcția produsului” în sensul articolului 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009 ar putea fi asociată cu „declarațiile referitoare la produs”, prevăzute la articolul 20 din același regulament [22].

44. Conform articolului 20 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1223/2009, Comisia trebuia să adopte „o listă de criterii comune pentru declarații, care pot fi utilizate în cazul produselor cosmetice, în conformitate cu procedura de reglementare cu control menționată la articolul 32 alineatul (3) din prezentul regulament, luând în considerare dispozițiile Directivei 2005/29/CE”.

45. În prezent, aceste declarații dispun de o reglementare proprie în Regulamentul (UE) nr. 655/2013 [23]. Conform considerentului (2) al acestuia, „[d]eclarațiile referitoare la produsele cosmetice servesc în principal la informarea utilizatorilor finali cu privire la caracteristicile și calitățile produselor. Aceste declarații reprezintă mijloace esențiale de diferențiere a produselor. Ele contribuie, de asemenea, la stimularea inovării și la încurajarea concurenței”.

46. Articolul 20 alineatul (1) din Regulamentul nr. 1223/2009 acoperă un domeniu foarte larg:

– se aplică nu numai în ceea ce privește etichetarea, ci și punerea la dispoziție pe piață și reclamele pentru produsele cosmetice;

– nu se referă numai la texte, ci și la nume, mărci, poze și semne figurative sau alte semne;

21 Cu ocazia interpretării articolului 6 alineatul (1) din Directiva 76/768, Curtea a orientat „funcția produsului” în această direcție, asociind-o cu condițiile de utilizare a acestuia [Hotărârea din 12 iulie 2011, L’Oréal și alții (C-324/09, EU:C:2011:474, punctul 76)].

22 Cu toate că instanța de trimitere nu citează această dispoziție, Regulamentul nr. 1223/2009 oferă la articolul respectiv posibilitățile la care face referire instanța în decizia sa. Comisia le abordează în observațiile sale.

23 Regulamentul Comisiei din 10 iulie 2013 de stabilire a unor criterii comune pentru justificarea declarațiilor utilizate în legătură cu produsele cosmetice (JO 2013, L 190, p. 31).

– atunci când interzice să se sugereze faptul că produsele cosmetice au „caracteristici sau funcții pe care nu le posedă”, utilizează termenul de „funcții” la plural.

47. „Declarațiile” prevăzute la articolul 20 furnizează un volum mai mare de informații („caracteristici și funcții”), astfel încât acestea nu se identifică neapărat cu „funcția produsului” (la singular) la care face referire articolul 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009.

3. Funcția produsului

48. În opinia noastră, ceea ce urmărește articolul 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 1223/2009 este ca pe recipient și pe ambalaj să se indice „funcția” cea mai specifică a produsului, și anume cea care permite consumatorului să știe la prima vedere pentru ce este utilizat concret, fără să îi pună în pericol sănătatea.

49. Această interpretare este susținută de faptul că descrierea funcției produsului cosmetic poate fi omisă atunci când „reiese clar din prezentarea sa”. În cazul în care, în mod evident, prin simpla prezentare a produsului, consumatorul știe care este funcția sa specifică, nu mai este necesară indicarea acesteia pe recipient sau pe ambalaj [24].

50. Interpretată astfel, „funcția” s-ar situa într-un punct intermediar între simplele *scopuri* prevăzute la articolul 2 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 1223/2009 și *declarațiile* mai ample menționate la articolul 20 din acesta:

– nu se poate limita la a indica dacă produsul curăță, parfumează, schimbă aspectul corpului, îl protejează ori îl menține în condiții bune sau corectează mirosurile corpului, deoarece aceste *scopuri* generale ale produselor cosmetice, prin care se disting de altele mai mult sau mai puțin similare, au un volum minim de informație pentru consumator;

– nu necesită menționarea tuturor caracteristicilor și calităților („declarații”) ale produsului cosmetic, deoarece ar fi excesiv, din perspectiva funcționalității sale, să fie incluse pe recipient sau pe ambalaj.

51. A indica pe recipient sau pe ambalaj „funcția produsului”, în sensul articolului 19 alineatul (1) litera (f) din regulament, înseamnă, astfel cum am menționat, a prezenta caracteristica sau caracteristicile-cheie care permit consumatorului să cunoască utilitatea sa principală. Astfel, acesta va putea alege în deplină cunoștință de cauză, dintr-o gamă largă de produse cosmetice, pe cel care se potrivește cel mai bine nevoilor sale, fără să fie indus în eroare și fără ca alegerea respectivă să aibă efecte negative asupra sănătății sale.

52. Astfel cum s-a arătat deja, articolul 19 din regulament prevede că pe recipientul și pe ambalajul produselor cosmetice trebuie inscripționat un grup mare de informații, cu caractere vizibile, de neșters și ușor lizibile [alineatul (1)]. Acesta admite totuși că, având în vedere complexitatea lor, o parte dintre acestea [cele menționate la alineatul (1) literele (d) și (g), referitoare la precauțiile speciale care trebuie respectate la utilizare și la lista ingredientelor] pot fi indicate prin alte mijloace [alineatul (2)].

53. Este semnificativ faptul că informațiile privind „funcția” nu figurează printre mențiunile care pot fi omise chiar de pe recipient și de pe ambalaj [25]. Includerea pe acestea este obligatorie (cu excepția situației descrise anterior) în orice caz.

24 Acesta poate fi cazul anumitor tipuri de produse cosmetice foarte simple sau cu forme evidente. În observațiile Guvernului Danemarcei (punctul 25) se oferă ca exemplu un ruj.

25 Dacă s-ar afla doar în ambalaj, iar nu și pe recipient, după aruncarea acestuia, nu s-ar mai putea distinge funcția produsului, ceea ce ar implica riscuri pentru utilizarea ulterioară a acestuia.

54. Marea varietate de produse cosmetice incluse în domeniul de aplicare al Regulamentului nr. 1223/2009 nu permite să se stabilească *a priori* modul de indicare a funcției pe recipient și pe ambalaj. Fiecare producător este liber să aleagă modalitățile de menționare cele mai adecvate strategiei sale comerciale.

55. Cu toate acestea, considerăm că, prin indicarea „funcției" pe recipient și pe ambalaj, trebuie să se asigure, din motive practice și pentru a facilita atingerea obiectivului articolului 19 din Regulamentul nr. 1223/2009, că descrierea sa este simplă, astfel încât, la prima vedere, consumatorul să poată cunoaște cu ușurință natura produsului.

56. Trebuie să se aibă în vedere de asemenea așteptările consumatorului mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat [26]. Percepția consumatorului respectiv este bazată pe „condiții de folosire normale sau rațional previzibile", astfel cum prevede articolul 3 din Regulamentul nr. 1223/2009 atunci când se referă la punerea pe piață sigură pentru sănătatea umană.

57. Caracteristicile și proprietățile fiecărui produs trebuie determinate de la caz la caz, pentru a asigura că utilizatorul știe exact ce cumpără. Dacă se permite, în mod excepțional, ca recipientele și ambalajele să nu indice funcția produsului atunci când aceasta reiese clar din prezentarea sa [27], trebuie subliniat că, în celelalte situații, această mențiune este obligatorie.

58. În definitiv, totul depinde de aptitudinea mai mare sau mai mică a producătorului de a condensa în câteva cuvinte funcția caracteristică a produsului, astfel încât persoana care îl achiziționează să nu fie supusă riscului de confuzie sau să își compromită sănătatea prin aplicarea (sau chiar prin ingerarea) unor produse cosmetice a căror natură nu îi este cunoscută.

59. Adăugăm că articolul 19 alineatul (5) din Regulamentul nr. 1223/2009 face referire la limba utilizată la etichetare. Scopul său este ca consumatorul din statul membru în care este pus la dispoziție pe piață produsul să primească informații inteligibile privind funcția sa.

60. Este cert că cerințele lingvistice și necesitatea subsecventă de a adapta mențiunile incluse pe recipient și pe ambalaj se transformă într-un „obstacol în calea comerțului intracomunitar". Totuși, acest obstacol „se justifică […] prin obiectivul de interes general pe care îl reprezintă protecția sănătății publice" [28].

61. Prin urmare, „funcția produsului" trebuie să figureze, pe recipient și pe ambalaj, în limba prevăzută de legislația statului membru în care este pus la dispoziție pe piață, costurile și dificultățile pe care le implică traducerile sau reetichetarea produselor cosmetice importate nefiind relevante în acest scop.

B. A doua întrebare preliminară

62. Astfel cum am menționat deja, articolul 19 alineatul (1) din Regulamentul nr. 1223/2009 prevede că informațiile la care face referire [29] trebuie să figureze, în principiu, pe recipient și pe ambalaj.

26 Hotărârea din 13 ianuarie 2000, Estée Lauder (C-220/98, EU:C:2000:8, punctul 27), și Hotărârea din 24 octombrie 2002, Linhart și Biffl (C-99/01, EU:C:2002:618, punctul 31).

27 A se vedea punctul 49 și nota de subsol 24 din aceste concluzii.

28 Hotărârea Schwarzkopf, punctul 39. La punctul 40 se arată că „informațiile pe care producătorii sau distribuitorii de produse cosmetice la care face referire Directiva 76/768, astfel cum a fost modificată, trebuie să le inscripționeze pe recipientul și pe ambalajul produsului, cu excepția cazurilor în care acestea pot fi transmise în mod eficient prin intermediul pictogramelor sau al altor semne decât cuvintele, sunt lipsite de utilitate practică dacă nu sunt redactate într-un limbaj inteligibil pentru persoanele cărora le sunt destinate".

29 Printre acestea figurează identitatea persoanei responsabile pentru punerea la dispoziție pe piață, compoziția produsului (conținutul și lista ingredientelor), avertismentele privind utilizarea sa (funcția și precauțiile speciale care trebuie respectate la utilizare) sau privind păstrarea sa (termenul de valabilitate) și numărul de lot sau numărul de referință pentru identificarea lui (în situații speciale, această informație poate apărea numai pe ambalaj).

63. În acord cu considerentul (46)[30], articolul 19 alineatul (2) permite totuși, cu titlu de excepție[31], ca informațiile privind ingredientele și anumite precauții speciale care trebuie respectate la utilizare [alineatul (1) literele (d) și (g)] să fie menționate altundeva decât pe recipient sau pe ambalaj.

64. În aceste două situații[32], informațiile corespunzătoare trebuie menționate pe „un fluturaș, etichetă, marcaj, bandă sau card inclus sau atașat produsului”[33].

65. Premisa pentru aplicarea acestei excepții constă în faptul că, „din motive practice, este imposibilă specificarea pe etichetă a informațiilor menționate la alineatul (1) literele (d) și (g)”. În această situație, dispoziția permite ca informațiile respective să fie incluse pe unul dintre celelalte suporturi menționate anterior[34].

66. În procedura principală, instanței de trimitere îi revine sarcina de a determina, după stabilirea aspectelor de fapt pe care ea este cea mai în măsură să le aprecieze, dacă includerea informațiilor într-un catalog redactat în limba polonă ar respecta normele menționate anterior.

67. În ceea ce ne privește, împărtășim opinia guvernelor care au intervenit în procedură, precum și a lui A.M. și a Comisiei, potrivit cărora toate indiciile arată că acel catalog nu îndeplinește condițiile prevăzute la articolul 19 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1223/2009.

68. Există mai multe argumente în favoarea acestei abordări.

69. În primul rând, potrivit Curții, „imposibilitatea practică” rezultă dintr-o dificultate tehnică insurmontabilă, legată, de exemplu, de dimensiunile recipientelor sau ale ambalajelor[35]. Dimpotrivă, instanța de trimitere califică dificultățile din prezenta cauză drept probleme de natură organizatorică sau financiară, care rezultă din faptul că produsele cosmetice sunt importate, referitoare la traducerea informațiilor și la operațiunile de reetichetare.

70. O dovadă în plus că această imposibilitate nu există este faptul că, astfel cum subliniază guvernul danez, informațiile necesare erau inscripționate în mod corespunzător pe ambalaj și pe recipient, cu toate că în limba engleză, iar nu în limba polonă, conform deciziei de trimitere.

71. În al doilea rând, presupunând (*quod non*) că ar exista această imposibilitate în practică, catalogul este prezentat ca un element care este oferit separat, astfel încât nici măcar nu s-ar putea considera că este un document „inclus sau atașat” produsului vândut[36].

30 Conform considerentului respectiv, este necesară „indicarea pe ambalajul produsului cosmetic a ingredientelor folosite. În cazul în care, din motive de ordin practic, este imposibilă indicarea pe ambalaj a ingredientelor, aceste informații ar trebui atașate produsului astfel încât consumatorul să poată dispune de acestea”.

31 Fiind vorba despre excepții, trebuie să facă obiectul unei interpretări stricte (Hotărârea Schwarzkopf, punctul 31).

32 Articolul 19 alineatul (3) din Regulamentul nr. 1223/2009 stabilește o *excepție la excepție* în ceea ce privește ingredientele, în cazul în care nu este posibil, din motive practice, nici să se aplice opțiunea menționată la alineatul (2). În această situație, informațiile pot apărea „pe un pliant în imediata apropiere a recipientului în care este expus la vânzare produsul cosmetic”. Îndoielile instanței de trimitere nu se referă la informațiile privind ingredientele: ele vizează aspectul dacă, în procedura principală, un catalog poate fi utilizat drept „un fluturaș, etichetă, marcaj, bandă sau card inclus sau atașat produsului”.

33 Se constată din nou neconcordanțe lingvistice în ceea ce privește modul de redactare a dispoziției: astfel, în limbile franceză, germană, italiană sau portugheză, se face referire la „produs”, în timp ce în limbile spaniolă sau engleză nu se face, cu toate că se subînțelege.

34 Consumatorul este anunțat că există o „trimitere la informații incluse sau atașate la produsul cosmetic” prin inscripționarea simbolului unei mâini care indică o carte deschisă [a se vedea anexa VII la care face trimitere articolul 19 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1223/2009].

35 Acest lucru se întâmplă în „[…] cazurile în care reproducerea completă a avertismentelor menționate ar fi în mod obiectiv posibilă, dar numai cu prețul utilizării unor caractere atât de mici încât ar fi aproape ilizibile, precum și în cazurile în care avertismentele complete, tipărite cu caractere lizibile, ar acoperi aproape tot produsul, astfel încât producătorul nu ar mai putea reproduce în mod clar pe produs denumirea sa și nici alte informații despre produs” (Hotărârea Schwarzkopf, punctele 32 și 33).

36 Din decizia de trimitere rezultă că catalogul trebuia să fie consultat la punctul de vânzare sau achiziționat separat. Astfel cum asigură guvernul lituanian, este îndoielnic faptul că numărul de cataloage achiziționate de reclamantă (10), la care face referire decizia respectivă, permite să se ofere câte unul pentru fiecare unitate de produs.

72. În al treilea rând, catalogul conține, aparent, o descriere a produselor din gama oferită de producător și, prin urmare, nu este asociat în mod exclusiv cu unul dintre ele. În aceste împrejurări, consultarea sa de către consumator ar putea implica riscul unei alegeri greșite, prin confundarea produselor.

73. În concluzie, cu toate că revine instanței de trimitere sarcina de a se pronunța cu privire la aspectele de fapt relevante, considerăm că trimiterea la „catalogul întreprinderii” în împrejurările din acest litigiu nu este conformă cu articolul 19 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1223/2009.

V. Concluzie

74. Având în vedere considerațiile anterioare, propunem să se răspundă la întrebările preliminare adresate de Sąd Okręgowy w Warszawie (Tribunalul Regional din Varșovia, Polonia) după cum urmează:

„1) Articolul 19 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 1223/2009 al Parlamentului European și al Consiliului din 30 noiembrie 2009 privind produsele cosmetice trebuie interpretat în sensul că «funcția produsului» nu corespunde scopurilor indicate în definiția inclusă la articolul 2 alineatul (1) litera (a) din același regulament. Atunci când se descrie această funcție pe recipient și pe ambalaj, trebuie exprimată caracteristica sau caracteristicile-cheie ale produsului, care permit consumatorului să știe, la prima vedere, care este scopul sau utilitatea sa principală.

2) Articolul 19 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1223/2009 trebuie interpretat în sensul că nu este posibil ca informațiile menționate la alineatul (1) literele (d) și (g) al acestui articol, referitor la precauțiile care trebuie respectate la utilizare, la funcție și la lista ingredientelor, să fie menționate într-un catalog al întreprinderii, care se oferă separat de produsul cosmetic vândut și care include și alte produse, pe ambalaj figurând numai simbolul menționat la punctul 1 din anexa VII la regulamentul respectiv.”