

“Aggettivazione in cosmetica: punti salienti del Regolamento UE N. 655/2013 della Commissione Europea del 10 luglio 2013 e relative linee guida”

Avv. Sonia Selletti

Il Regolamento UE n. 655/2013 (del 10 luglio 2013) stabilisce criteri comuni per la giustificazione delle dichiarazioni (claims) utilizzate in relazione ai prodotti cosmetici. Si tratta di un Regolamento emanato nel solco tracciato dal Regolamento n. 1223/2009 sulla commercializzazione di cosmetici e volto a rafforzare la tutela dei consumatori rispetto allo specifico profilo della affidabilità dei claims che accompagnano la presentazione al pubblico dei cosmetici e ne promuovono l'acquisto e l'utilizzo.

L'obiettivo del Regolamento è di favorire la circolazione di claims utili, comprensibili e affidabili per permettere ai consumatori di prendere decisioni informate e consapevoli e di scegliere i prodotti più adatti alle proprie esigenze ed aspettative.

Il Regolamento (al quale gli addetti ai lavori si riferiscono chiamandolo Regolamento Claims) definisce dei criteri comuni (cd. common criteria) che sono applicabili dall'11 luglio 2013 a tutti i claims relativi ai prodotti cosmetici che siano rappresentati sotto forma di testi, denominazioni, marchi, immagini o altri segni, figurativi o meno, che attribuiscono esplicitamente o implicitamente caratteristiche o funzioni ai prodotti in sede di etichettatura, di messa a disposizione sul mercato e di pubblicità dei prodotti cosmetici. I criteri comuni si applicano a ogni claim a prescindere dal mezzo utilizzato, dalle funzioni attribuite e del pubblico destinatario. Non si tratta di un elenco impostato con lo schema “permesso/vietato” ma, diversamente e significativamente, di parametri di riferimento sui quali ognuno dovrà compiere valutazioni ad hoc, caso per caso.

I criteri sono sei: (1) conformità alle norme; (2) veridicità; (3) supporto probatorio; (4) onestà; (5) correttezza; (6) decisioni informate e sono, a loro volta, declinati in una serie di principi la cui lettura ed applicazione è favorita dalle Linee Guida emanate dalla Commissione insieme al Regolamento, un testo utile ed interessante per orientare nell'applicazione dei criteri.

La garanzia della conformità dei claims al regolamento è affidata alla Persona responsabile nominata ai sensi dell'art. 4 del Regolamento.

I criteri comuni completano la regolazione in materia della pubblicità di prodotti cosmetici che resta, comunque, disciplinata dalle norme del Codice del Consumo (d.lgs. 206/2005) nonché dalle norme dell'autodisciplina pubblicitaria, ove applicabili.

Nell'intervento si entrerà nel merito dei criteri comuni per offrire agli uditori una lettura e degli spunti di riflessione in argomento.