



[Pagina iniziale](#) > [Formulario di ricerca](#) > [Elenco dei risultati](#) > **Documenti**



[Avvia la stampa](#)

Lingua del documento :

ECLI:EU:C:2020:1039

Edizione provvisoria

SENTENZA DELLA CORTE (Terza Sezione)

17 dicembre 2020 (*)

«Rinvio pregiudiziale – Ravvicinamento delle legislazioni – Prodotti cosmetici – Regolamento (CE) n. 1223/2009 – Articolo 19 – Informazione dei consumatori – Etichettatura – Indicazioni che devono figurare sul recipiente e sull’imballaggio dei prodotti – Etichettatura in lingua straniera – “Funzione del prodotto cosmetico” – Nozione – Imballaggi di prodotti cosmetici recanti un riferimento a un catalogo dettagliato di prodotti redatto nella lingua del consumatore»

Nella causa C-667/19,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell’articolo 267 TFUE, dal Sąd Okręgowy w Warszawie XXIII Wydział Gospodarczy Odwoławczy (Tribunale regionale di Varsavia, 23^a sezione commerciale d’appello, Polonia), con decisione del 12 luglio 2019, pervenuta in cancelleria il 9 settembre 2019, nel procedimento

A.M.

contro

E.M.,

LA CORTE (Terza Sezione),

composta da A. Prechal, presidente di sezione, K. Lenaerts, presidente della Corte, facente funzione di giudice della terza sezione, N. Wahl (relatore), F. Biltgen e L.S. Rossi, giudici,

avvocato generale: M. Campos Sánchez-Bordona

cancelliere: A. Calot Escobar

vista la fase scritta del procedimento,

considerate le osservazioni presentate:

– per A.M., da A. Chołub, adwokat;

- per il governo polacco, da B. Majczyna, in qualità di agente;
 - per il governo belga, da S. Baeyens e P. Cottin, in qualità di agenti;
 - per il governo danese, da J. Nymann-Lindegren, S. Wolff e P.Z.L. Ngo, in qualità di agenti;
 - per il governo ellenico, da L. Kotroni, S. Charitaki e S. Papaioannou, in qualità di agenti;
 - per il governo lituano, da K. Dieninis e K. Juodelytė, in qualità di agenti;
 - per il governo dei Paesi Bassi, da M. Bulterman e M. Noort, in qualità di agenti;
 - per la Commissione europea, da M. Jáuregui Gómez e B. Sasinowska, in qualità di agenti,
- sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza del 9 luglio 2020,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), e dell'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 1223/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 novembre 2009, sui prodotti cosmetici (GU 2009, L 342, pag. 59).

2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra A.M. e E.M., in merito alla risoluzione del contratto di acquisto di prodotti cosmetici concluso tra tali parti.

Contesto normativo

Diritto dell'Unione

3 I considerando 3, 4, 6, 7, 9 e 46 del regolamento n. 1223/2009 sono così formulati:

«(3) Il presente regolamento intende semplificare le procedure e snellire la terminologia, riducendo gli oneri amministrativi e le ambiguità. Inoltre rafforza taluni elementi del quadro normativo sui cosmetici, quali il controllo all'interno del mercato, al fine di garantire un elevato livello di tutela della salute umana.

(4) Il presente regolamento armonizza in modo esauriente le regole all'interno della Comunità al fine di creare un mercato interno dei prodotti cosmetici garantendo un livello elevato di tutela della salute umana.

(...)

(6) Il presente regolamento riguarda soltanto i prodotti cosmetici ad esclusione dei medicinali, dei dispositivi medici e dei biocidi. La distinzione risulta soprattutto dalla definizione particolareggiata dei prodotti cosmetici, la quale fa riferimento sia alle aree di applicazione dei prodotti stessi, sia ai fini perseguiti con il loro impiego.

(7) Per stabilire se un prodotto debba essere considerato prodotto cosmetico è opportuno basarsi sulla valutazione caso per caso, tenendo conto di tutte le caratteristiche del prodotto in questione.
(...)

(...)

(9) I prodotti cosmetici dovrebbero essere sicuri nelle condizioni normali o ragionevolmente prevedibili di uso. In particolare, i rischi per la salute umana non dovrebbero essere giustificati attraverso un'analisi rischi-benefici.

(...)

(46) È necessario pervenire a una situazione di trasparenza riguardo agli ingredienti utilizzati nei prodotti cosmetici. Tale trasparenza dovrebbe essere ottenuta indicando sull'imballaggio gli ingredienti impiegati nei prodotti cosmetici. Ove non sia possibile per ragioni pratiche indicare gli ingredienti sull'imballaggio, le relative indicazioni dovrebbero essere allegate, di modo che il consumatore disponga di tali informazioni».

4 Ai sensi del suo articolo 1, tale regolamento stabilisce norme che ogni prodotto cosmetico immesso sul mercato deve rispettare, al fine di garantire il funzionamento del mercato interno e di assicurare un livello elevato di tutela della salute umana.

5 L'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), di detto regolamento definisce il «prodotto cosmetico» come «qualsiasi sostanza o miscela destinata ad essere applicata sulle superfici esterne del corpo umano (epidermide, sistema pilifero e capelli, unghie, labbra, organi genitali esterni) oppure sui denti e sulle mucose della bocca allo scopo esclusivamente o prevalentemente di pulirli, profumarli, modificarne l'aspetto, proteggerli, mantenerli in buono stato o correggere gli odori corporei».

6 L'articolo 3 del regolamento n. 1223/2009, intitolato «Sicurezza», così dispone:

«I prodotti cosmetici messi a disposizione sul mercato sono sicuri per la salute umana se utilizzati in condizioni d'uso normali o ragionevolmente prevedibili, tenuto conto in particolare di quanto segue:

a) presentazione (...);

b) etichettatura;

(...))».

7 Il capo VI di tale regolamento, intitolato «Informazione del consumatore», contiene gli articoli da 19 a 21. Sotto il titolo «Etichettatura», l'articolo 19 di detto regolamento prevede quanto segue:

«1. Fatte salve le altre disposizioni del presente articolo, i prodotti cosmetici sono messi a disposizione sul mercato solamente se il recipiente e l'imballaggio dei prodotti cosmetici recano le seguenti indicazioni, in caratteri indelebili, facilmente leggibili e visibili:

(...)

d) le precauzioni particolari per l'impiego, almeno quelle indicate negli allegati da III a VI, nonché le eventuali indicazioni concernenti precauzioni particolari da osservare per i prodotti cosmetici di uso professionale;

(...)

f) la funzione del prodotto cosmetico, salvo se risulta dalla sua presentazione;

g) l'elenco degli ingredienti. Tali informazioni possono figurare unicamente sull'imballaggio. L'elenco viene preceduto dal termine "ingredients".

(...)

2. Qualora sia impossibile dal punto di vista pratico indicare sull'etichetta le informazioni di cui al paragrafo 1, lettere d) e g), vale quanto segue:

– le informazioni sono indicate su un foglio, su un'etichetta, una fascetta o un cartellino allegati o fissati al prodotto cosmetico;

– a meno che sia inattuabile, un riferimento alle suddette informazioni figura, in forma abbreviata oppure con il simbolo di cui all'allegato VII, punto 1, da indicare sul recipiente o sull'imballaggio per le informazioni di cui al paragrafo 1, lettera d) e sull'imballaggio per le informazioni di cui al paragrafo 1, lettera g).

3. Qualora, nel caso del sapone e delle perle da bagno, nonché di altri prodotti piccoli, sia praticamente impossibile far figurare le informazioni di cui al paragrafo 1, lettera g) su un'etichetta, una fascetta o un cartellino, oppure su un foglio di istruzioni allegato, dette informazioni devono figurare su un avviso collocato in prossimità del contenitore nel quale il prodotto cosmetico è esposto per la vendita.

4. Per i cosmetici non preconfezionati o per i cosmetici confezionati dal venditore su richiesta dell'acquirente o preconfezionati in vista della loro vendita immediata, gli Stati membri stabiliscono le modalità secondo cui vanno indicate le informazioni di cui al paragrafo 1.

5. La lingua nella quale vanno indicate le informazioni di cui al paragrafo 1, lettere b), c), d) ed f), e ai paragrafi 2, 3 e 4, è determinata dalla normativa dello Stato membro in cui il prodotto viene messo a disposizione dell'utilizzatore finale.

(...)).

8 L'articolo 20 del regolamento n. 1223/2009, intitolato «Dichiarazioni relative al prodotto», ai paragrafi 1 e 2 così dispone:

«1. In sede di etichettatura, di messa a disposizione sul mercato e di pubblicità dei prodotti cosmetici non vanno impiegati diciture, denominazioni, marchi, immagini o altri segni, figurativi o meno, che attribuiscono ai prodotti stessi caratteristiche o funzioni che non possiedono.

2. La Commissione, in cooperazione con gli Stati membri, stabilisce un piano d'azione riguardante le dichiarazioni utilizzate e fissa le priorità per determinare criteri comuni che giustificano l'utilizzo di una dichiarazione.

(...».

9 L'allegato VII di tale regolamento, intitolato «Simboli impiegati sull'imballaggio/sul recipiente», così recita:

«1. Riferimento alle informazioni allegate o fissate al prodotto



(...».

Diritto polacco

10 L'articolo 2 della ustawa o kosmetykach (legge sui prodotti cosmetici), del 30 marzo 2001 (Dz. U. n. 42, posizione 473), nella versione in vigore alla data della conclusione del contratto di compravendita di cui al procedimento principale (Dz. U. del 2013, posizione 475), così dispone:

«1. Ai sensi della presente legge, per prodotto cosmetico si intende ogni sostanza chimica o miscela, destinata ad essere applicata sulle superfici esterne del corpo umano: (pelle, capelli e peli, labbra, unghie, organi genitali esterni, denti e mucose boccali allo scopo, esclusivamente o prevalentemente), di pulirli, averne cura, proteggerli, profumarli, modificare l'aspetto del corpo o correggere il suo odore.

2. Il Ministro della Salute definisce con decreto le categorie di prodotti cosmetici più diffusi, tenendo conto dei criteri definiti al paragrafo 1».

11 L'articolo 6 di tale legge è così formulato:

«1. L'imballaggio di un prodotto cosmetico deve essere etichettato in modo visibile e leggibile, con un metodo che consenta di garantire che l'etichettatura non possa essere facilmente rimossa.

2. Fatte salve le disposizioni del paragrafo 3, l'etichettatura dell'imballaggio del prodotto cosmetico, che figura sul recipiente e sull'imballaggio, reca le seguenti indicazioni:

(...)

5) le precauzioni particolari per l'impiego del prodotto cosmetico, qualora esso sia destinato ad essere utilizzato in ambito professionale conformemente alla sua destinazione, oltre ad altre precauzioni necessarie;

(...)

7) la funzione del prodotto cosmetico, qualora non risulti chiaramente dalla sua presentazione;

8) l'elenco degli ingredienti definiti conformemente alle denominazioni della Nomenclatura Internazionale degli Ingredienti Cosmetici (INCI), preceduto dal termine "ingredients" (...)

(...)

4. Le indicazioni di cui al paragrafo 2, punto 8, possono anche figurare solo sull'imballaggio del prodotto cosmetico.

(...)

6. Se, a causa delle dimensioni o della forma dell'imballaggio, non è possibile farvi figurare le avvertenze o le indicazioni di cui al paragrafo 2, punti 5 e 8, questi possono essere menzionati su un foglio, un'etichetta, una fascetta o un cartellino allegati al prodotto. In tal caso, un'indicazione abbreviata o un segno grafico che indichi che tali informazioni sono allegate al prodotto deve figurare sul recipiente o sull'imballaggio.

7. Se, a causa delle dimensioni o della forma dell'imballaggio, non è possibile apporre su un foglio, su un'etichetta, su una fascetta o su un cartellino allegati al prodotto le indicazioni di cui al paragrafo 2, punto 8, esse sono riportate direttamente sul recipiente o in un luogo in cui il prodotto cosmetico messo in vendita è accessibile all'acquirente.

8. Se il prodotto cosmetico non è confezionato per ogni insieme di pezzi ma è imballato nel luogo di vendita a richiesta dell'acquirente, o quando il prodotto è confezionato per ogni insieme di pezzi ai fini della sua vendita immediata, le informazioni di cui al paragrafo 2, punti 1, 2 e da 4 a 8, figurano sul recipiente o sull'imballaggio in cui il prodotto cosmetico è offerto in vendita.

(...))».

Procedimento principale e questioni pregiudiziali

12 A.M., che è in particolare proprietaria di un istituto di bellezza, ha acquistato prodotti cosmetici di un fabbricante americano presso E.M., distributore dei detti prodotti.

13 Risulta più precisamente dal fascicolo sottoposto alla Corte che A.M. aveva beneficiato di una formazione impartita dal rappresentante commerciale di E.M. vertente sui prodotti che quest'ultimo commercializzava. Nel corso di tale formazione, le era stata presentata l'etichettatura di tali prodotti e le erano state spiegate le proprietà di ciascuno di essi. Detto rappresentante le aveva consegnato, a tale scopo, una documentazione redatta in lingua polacca, nonché libretti per la vendita al dettaglio e il supporto scritto della formazione. A.M., inoltre, era stata informata che si trattava di prodotti cosmetici americani, il cui imballaggio non comportava informazioni in lingua polacca relative all'efficacia di questi ultimi, ma sul quale compariva un simbolo raffigurante una mano con un libro aperto, che faceva rinvio ad un catalogo contenente tutte le informazioni, in lingua polacca, riguardanti i prodotti stessi.

14 A seguito di tale formazione, A.M. ha acquistato da E.M., in data 28 e 29 gennaio 2016, 40 libretti di vendita al dettaglio al prezzo di 0,01 zloty polacchi (PLN) l'unità (circa EUR 0,002) e 10 cataloghi aziendali al prezzo di PLN 0,01 l'unità nonché diversi prodotti cosmetici, ossia creme, maschere e polveri, per un importo lordo di PLN 3 184,25 (EUR 711,61). Sull'imballaggio dei prodotti figuravano il nome dell'entità responsabile, il nome originale del prodotto cosmetico, la sua composizione, la sua data di scadenza e il suo numero di serie, nonché un simbolo raffigurante una mano con un libro aperto, che rinvitava al catalogo in lingua polacca.

15 A.M. ha risolto il contratto di vendita di tali prodotti per vizi della cosa venduta, facendo valere che sull'imballaggio non vi era alcuna informazione in lingua polacca sulla funzione del

prodotto, il che non consentiva di identificarlo e di conoscerne gli effetti, dato che tali elementi non risultavano chiaramente dalla presentazione. Essa ha sostenuto che i prodotti cosmetici al dettaglio ricevuti al momento dell'ultima consegna non recavano sui loro imballaggi le indicazioni, in lingua polacca, richieste conformemente al diritto applicabile in Polonia al commercio dei prodotti cosmetici, ossia quelle derivanti dall'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), e dall'articolo 19, paragrafo 5, del regolamento n. 1223/2009. Essa ha altresì fatto valere che le informazioni richieste dalla legge, in lingua polacca, erano state inserite solo nel catalogo, che non era collegato al prodotto.

16 E.M., da parte sua, ha assicurato che i prodotti erano stati etichettati conformemente alle disposizioni nazionali in vigore e all'articolo 19 del regolamento n. 1223/2009. Esso ha quindi indicato che sui prodotti figurava il simbolo raffigurante una mano con un libro aperto, che rinvia l'utilizzatore finale del prodotto ad un foglietto illustrativo, nella fattispecie un catalogo fornito in lingua polacca con ciascun prodotto. Esso ha precisato che tale catalogo conteneva una presentazione completa in lingua polacca dei prodotti e delle loro funzioni, in particolare delle loro controindicazioni, del loro metodo di applicazione e dei loro ingredienti.

17 A.M. ha adito con ricorso il Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie (Tribunale circondariale della città di Varsavia, Polonia), chiedendo il rimborso delle spese di acquisto di tali prodotti. Tale giudice ha respinto il ricorso con la motivazione che A.M. non era stata in grado di dimostrare che ignorava che i prodotti fossero privi di indicazioni in lingua polacca. Tale giudice ha tenuto conto, in particolare, della precedente collaborazione tra le parti, del fatto che A.M. non aveva precedentemente menzionato vizi della merce e della circostanza che, nel caso di specie, sull'imballaggio individuale esterno dei prodotti figurava un simbolo con riferimento ad informazioni allegate, simbolo che serviva a migliorare la leggibilità e la comunicazione con il consumatore.

18 A.M. ha impugnato tale sentenza dinanzi al Sąd Okręgowy w Warszawie XXIII Wydział Gospodarczy Odwoławczy (Tribunale regionale di Varsavia, 23^a sezione commerciale d'appello, Polonia). Essa ha in particolare contestato la valutazione effettuata dal giudice di primo grado secondo cui il catalogo al quale si faceva rinvio costituiva un'etichettatura corretta dei prodotti cosmetici che le erano stati venduti, ritenendo che dagli elementi di prova raccolti non risultasse chiaramente l'impossibilità di far figurare le informazioni richieste sui prodotti di cui trattasi.

19 È in tale contesto che il Sąd Okręgowy w Warszawie XXIII Wydział Gospodarczy Odwoławczy (Tribunale regionale di Varsavia, 23^a sezione commerciale d'appello) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) Se l'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento (CE) n. 1223/2009 (...) debba essere interpretato nel senso che esso, nella parte in cui dispone che i prodotti cosmetici devono recare, sul recipiente e sull'imballaggio, le indicazioni, in caratteri indelebili, facilmente leggibili e visibili, relative alle funzioni del prodotto cosmetico, salvo se risultano dalla sua presentazione, si riferisce alle funzioni essenziali del prodotto cosmetico, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), del regolamento, ossia, alla funzione di pulizia (mantenimento dell'igiene), di cura e di protezione (mantenimento in buono stato), di profumazione e di abbellimento (modificazione dell'aspetto), o nel senso che la citata disposizione riguarda le funzioni più specifiche, che consentono di identificare le proprietà di un determinato prodotto cosmetico.

2) Se l'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 1223/2009 (...), nonché il considerando 46 del medesimo regolamento, debbano essere interpretati nel senso che le informazioni di cui al paragrafo 1, lettere d), g) e f), della citata disposizione, ossia le precauzioni per l'impiego, gli

ingredienti e le funzioni, possono essere indicate in un catalogo aziendale che include anche altri prodotti, riportando sull'imballaggio il simbolo indicato al punto 1 dell'allegato VII».

Sulle questioni pregiudiziali

Sulla prima questione

20 Con la sua prima questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se l'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009 debba essere interpretato nel senso che l'indicazione della «funzione del prodotto cosmetico», che deve figurare, in forza di tale disposizione, sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto, deve essere idonea ad informare il consumatore unicamente sugli scopi perseguiti con l'impiego del prodotto, quali previsti all'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento – vale a dire quelli di pulire, profumare, modificare l'aspetto, proteggere, mantenere in buono stato e correggere gli odori corporei – o anche sull'insieme delle funzioni che consentono di identificare le specifiche proprietà del prodotto di cui trattasi.

21 Ai sensi dell'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009, i prodotti cosmetici sono messi a disposizione sul mercato solo se il recipiente e l'imballaggio di tali prodotti recano in caratteri indelebili, facilmente leggibili e visibili l'indicazione della «funzione del prodotto cosmetico, salvo se risulta dalla sua presentazione».

22 Ai fini dell'interpretazione dell'espressione «funzione del prodotto cosmetico» ai sensi di tale disposizione, occorre, conformemente alla giurisprudenza costante, tener conto non soltanto della lettera della stessa, ma anche del suo contesto e degli obiettivi perseguiti dalla normativa di cui essa fa parte (sentenza del 2 aprile 2020, *kunsthau muerz*, C-20/19, EU:C:2020:273, punto 28 e giurisprudenza ivi citata).

23 In primo luogo, la formulazione di detta disposizione non definisce la «funzione del prodotto cosmetico». Tale espressione non è del resto ripresa in altre disposizioni del regolamento n. 1223/2009.

24 L'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento definisce tale prodotto indicando tre criteri. Esso prevede, anzitutto, un criterio relativo alla natura del prodotto di cui trattasi, vale a dire che si deve trattare di una sostanza o di una miscela di sostanze, poi, un criterio relativo alla parte del corpo umano sulla quale tale prodotto è destinato ad essere applicato e, infine, un criterio vertente sullo scopo perseguito dall'uso di detto prodotto (v., in tal senso, sentenza del 3 settembre 2015, *Colena*, C-321/14, EU:C:2015:540, punto 19).

25 Per quanto riguarda quest'ultimo criterio, detta disposizione precisa che, per essere definito come tale, un prodotto cosmetico deve avere lo scopo esclusivo o prevalente di pulire, profumare, modificare l'aspetto, proteggere o mantenere in buono stato una delle parti del corpo elencate in tale disposizione, o correggere gli odori corporei.

26 In secondo luogo, per quanto riguarda sia il contesto in cui si inserisce l'articolo 19, paragrafo 1, del regolamento n. 1223/2009, sia gli obiettivi perseguiti dalla normativa di cui fa parte, occorre rilevare che tale articolo, che è il primo del capo VI di tale regolamento, intitolato «Informazione dei consumatori», enuncia le regole di etichettatura che devono essere rispettate per tutti i prodotti cosmetici immessi sul mercato dell'Unione europea.

27 Da una lettura complessiva delle disposizioni del regolamento n. 1223/2009 e, in particolare, del suo articolo 1, lette alla luce dei considerando 3 e 4 di quest'ultimo, risulta che tale regolamento mira ad armonizzare in modo esauriente le norme in vigore nell'Unione al fine di creare un mercato interno dei prodotti cosmetici garantendo un livello elevato di protezione della salute umana (v., in tal senso, sentenza del 12 aprile 2018, *Fédération des entreprises de la beauté*, C-13/17, EU:C:2018:246, punti da 23 a 25 e giurisprudenza ivi citata).

28 A questo proposito occorre, come precisa il considerando 9 del regolamento n. 1223/2009, che i prodotti cosmetici possano essere sicuri in condizioni d'uso normali o ragionevolmente prevedibili. Orbene, come risulta dall'articolo 3, primo comma, lettere a) e b), di tale regolamento, un prodotto cosmetico immesso sul mercato è sicuro per la salute umana quando è utilizzato «in condizioni d'uso normali o ragionevolmente prevedibili», tenuto conto in particolare degli elementi relativi alla sua presentazione ed etichettatura. Esiste quindi uno stretto rapporto tra, da un lato, la sicurezza dei prodotti cosmetici immessi sul mercato e, dall'altro, i requisiti relativi alla loro presentazione e alla loro etichettatura.

29 L'articolo 19 del regolamento n. 1223/2009 mira quindi ad armonizzare in modo esauriente le norme relative all'imballaggio e all'etichettatura dei prodotti cosmetici, armonizzazione che, oltre a facilitare la realizzazione dell'obiettivo della commercializzazione dei prodotti cosmetici all'interno dell'Unione, persegue altresì un obiettivo di tutela della salute delle persone, nel senso che un'informazione che possa indurre in errore il consumatore sulle caratteristiche di un prodotto cosmetico potrebbe anche incidere sulla salute umana.

30 Dall'insieme di tali considerazioni risulta che l'obbligo di fornire informazioni in caratteri indelebili, facilmente leggibili e visibili sul recipiente e sull'imballaggio dei prodotti cosmetici, relative alla funzione del prodotto cosmetico, di cui all'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009, non può limitarsi alla sola indicazione degli scopi perseguiti con l'impiego del prodotto, di cui all'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento, vale a dire quelli di pulire, profumare, modificare l'aspetto, proteggere o mantenere in buono stato una delle parti del corpo elencate in tale disposizione, o di correggere gli odori corporei.

31 Ne consegue altresì che, mentre tali scopi consentono di determinare se un dato prodotto, in funzione del suo uso e della sua finalità, possa essere qualificato come prodotto cosmetico (v., in tal senso, sentenza del 3 settembre 2015, *Colena*, C-321/14, EU:C:2015:540, punti 19 e 22) e, quindi, come risulta dal considerando 6 di tale regolamento, di distinguere quest'ultimo da altri prodotti che non rientrano nell'ambito di applicazione del regolamento n. 1223/2009, la «funzione del prodotto cosmetico», ai sensi dell'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), di tale regolamento, si riferisce all'indicazione di caratteristiche più specifiche di tale prodotto.

32 Queste ultime indicazioni, nel caso in cui ciò non risulti chiaramente dalla presentazione del prodotto, devono consentire al consumatore di disporre di informazioni più complete sul recipiente e sull'imballaggio di tale prodotto quanto al suo uso e alle sue modalità di utilizzazione. Queste stesse indicazioni consentono, pertanto, al consumatore di scegliere il prodotto in piena cognizione di causa, evitando che sia indotto in errore, e di utilizzarlo in modo appropriato affinché sia assicurato l'obiettivo di garantire un livello elevato di protezione della salute umana.

33 La nozione di «funzione del prodotto cosmetico», ai sensi dell'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009, non va neppure confusa con le «dichiarazioni relative al prodotto», di cui all'articolo 20 di tale regolamento, rispetto alle quali sono enunciate norme specifiche nel regolamento (UE) n. 655/2013 della Commissione, del 10 luglio 2013, che stabilisce criteri comuni per la giustificazione delle dichiarazioni utilizzate in relazione ai prodotti cosmetici

(GU 2013, L 190, pag. 31), ove tali «dichiarazioni» hanno lo scopo di fornire una quantità maggiore di informazioni relative alle caratteristiche o alle proprietà di tali prodotti.

34 Pertanto, in risposta ai quesiti specifici formulati dal giudice del rinvio, occorre indicare che tra le indicazioni che devono essere menzionate a titolo di «funzione del prodotto cosmetico», di cui all'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009, non rientrano le informazioni dettagliate sulle proprietà del prodotto cosmetico, in particolare sull'effetto ricercato e sul gruppo bersaglio di destinatari del prodotto.

35 Riguardo alla natura e alla portata delle informazioni relative alla funzione del prodotto cosmetico, che devono figurare sul recipiente e sull'imballaggio di tale prodotto in forza di tale disposizione, esse devono essere valutate, in ciascun caso, alla luce delle caratteristiche e delle proprietà di ogni prodotto interessato, tenendo conto della presunta aspettativa di un consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto (v., in tal senso, sentenze del 13 gennaio 2000, Estée Lauder, C-220/98, EU:C:2000:8, punti 27 e 28 e giurisprudenza ivi citata, nonché del 24 ottobre 2002, Linhart e Biffl, C-99/01, EU:C:2002:618, punto 31).

36 Tale disposizione richiede che le informazioni presenti sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto cosmetico, eventualmente ridotte alla sola designazione generica del prodotto di cui trattasi o alla sua designazione corrente, siano tali da informare chiaramente il consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto, della funzione del prodotto interessato, affinché non sia indotto in errore quanto al suo uso e alle sue modalità di impiego, e che ne faccia un uso che non nuoccia alla sua salute.

37 Alla luce delle considerazioni che precedono, occorre rispondere alla prima questione dichiarando che l'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009 deve essere interpretato nel senso che l'indicazione della «funzione del prodotto cosmetico» che deve figurare, in forza di tale disposizione, sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto deve essere idonea a informare chiaramente il consumatore sull'uso e sulle modalità di impiego del prodotto al fine di garantire che quest'ultimo possa essere utilizzato in modo sicuro dai consumatori senza nuocere alla loro salute, e non può quindi limitarsi a menzionare soltanto gli scopi perseguiti con l'impiego del prodotto, quali previsti all'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento. Spetta al giudice del rinvio verificare, alla luce delle caratteristiche e delle proprietà del prodotto nonché dell'aspettativa del consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, la natura e la portata dell'informazione che deve figurare a tale titolo sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto affinché se ne possa fare un uso esente da pericoli per la salute umana.

Sulla seconda questione

38 Con la sua seconda questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se l'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 debba essere interpretato nel senso che le indicazioni di cui all'articolo 19, paragrafo 1, lettere d), f), e g), di tale regolamento, vale a dire rispettivamente quelle relative alle precauzioni particolari per l'impiego del prodotto cosmetico, alla funzione di tale prodotto e ai suoi ingredienti, possono figurare in un catalogo aziendale che presenta anche altri prodotti, quando sull'imballaggio o sul recipiente del prodotto cosmetico è apposto il simbolo previsto all'allegato VII, punto 1, di tale regolamento.

39 L'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 prevede che le indicazioni relative alle informazioni concernenti le precauzioni particolari per l'impiego e gli ingredienti, previste rispettivamente alle lettere d) e g) dell'articolo 19, paragrafo 1, di tale regolamento, figurino «su un foglio, su un'etichetta, una fascetta o un cartellino allegati o fissati al prodotto cosmetico» qualora

sia impossibile per ragioni pratiche indicarle sull'etichetta. In tal caso, tale disposizione impone che, salvo impossibilità pratica, si faccia riferimento a tali informazioni vuoi mediante un'indicazione abbreviata, vuoi mediante il simbolo riprodotto nell'allegato VII, punto 1, di detto regolamento, che deve figurare sul recipiente o sull'imballaggio per le indicazioni di cui alla lettera d), e solo sull'imballaggio per quelle di cui alla lettera g).

40 Ne deriva, in primo luogo, che occorre distinguere tra, da un lato, l'indicazione relativa alla funzione del prodotto, quale prevista all'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento n. 1223/2009, e, dall'altro, quelle relative alle precauzioni per l'impiego e agli ingredienti di cui alle lettere d) e g) dell'articolo 19, paragrafo 1, di detto regolamento, in quanto solo queste ultime possono figurare su un supporto diverso dall'etichettatura del prodotto, alle condizioni previste al paragrafo 2 di tale articolo.

41 In secondo luogo, la deroga prevista dall'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 agli obblighi in materia di etichettatura fissati al paragrafo 1 di tale articolo, deve essere interpretata alla luce del considerando 46 di tale regolamento, il quale enuncia che, «ove non sia possibile per ragioni pratiche indicare gli ingredienti sull'imballaggio, le relative indicazioni dovrebbero essere allegate, di modo che il consumatore disponga di tali informazioni».

42 L'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 instaura quindi un regime derogatorio al regime generale di etichettatura e va, di conseguenza, interpretato in senso restrittivo (v., per analogia, sentenza del 13 settembre 2001, Schwarzkopf, C-169/99, EU:C:2001:439, punto 31).

43 Per quanto riguarda la causa principale, spetta esclusivamente al giudice del rinvio determinare caso per caso, in funzione della fattispecie dinanzi ad esso pendente, se ricorrano i presupposti per l'applicazione di tale disposizione. Tuttavia, si può rilevare che il rinvio a «un catalogo aziendale separato che presenta vari prodotti», come quello che era stato fornito al momento della vendita dei prodotti di cui trattasi, non risulta conforme alle disposizioni del regolamento n. 1223/2009.

44 In primo luogo, qualora sia effettuato un siffatto rinvio, possono essere impiegati come supporto esterno al prodotto cosmetico, ai sensi dell'articolo 19, paragrafo 2, di tale regolamento, solo «un foglio, (...) un'etichetta, una fascetta o un cartellino allegati o fissati al prodotto cosmetico». L'allegato VII di detto regolamento, nel quale figurano i tre simboli che possono essere apposti sull'imballaggio o sul recipiente di tale prodotto, prevede espressamente, come risulta dal titolo del suo punto 1, il «riferimento alle informazioni allegate o fissate al prodotto» al quale corrisponde il simbolo raffigurante una mano con un libro aperto. Un catalogo aziendale fornito separatamente, che contiene una descrizione del prodotto o dei prodotti cosmetici di cui trattasi, ma anche di altri prodotti della gamma proposta dal fabbricante, non è allegato o fissato ad un prodotto specifico.

45 In secondo luogo, dall'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 risulta che l'indicazione delle informazioni di cui al paragrafo 1 di tale articolo su un supporto esterno al prodotto cosmetico è consentita solo in caso di impossibilità «dal punto di vista pratico» di farli figurare sull'etichetta. Tale impossibilità rinvia a ipotesi in cui non sia materialmente possibile, a causa della natura e della presentazione stessa del prodotto, far figurare talune indicazioni.

46 In tale contesto, il fatto, rilevato dal giudice del rinvio, che i prodotti cosmetici di cui trattasi siano importati, il che, tenuto conto della necessità di far figurare le indicazioni richieste nella lingua designata ai sensi dell'articolo 19, paragrafo 5, del regolamento n. 1223/2009, è tale da

generare difficoltà di natura organizzativa e finanziaria, connesse alla necessità di tradurre talune informazioni e di effettuare operazioni di rietichettatura, o anche di reimballaggio, non integra di per sé un'impossibilità di ordine pratico di farle figurare sull'etichetta. I costi generati da una nuova etichettatura di tali prodotti in un'altra lingua, ai fini della loro commercializzazione in altri Stati membri, non possono in alcun caso essere considerati come un motivo che giustifichi un'etichettatura incompleta del prodotto sul recipiente e sull'imballaggio.

47 Il requisito enunciato da quest'ultima disposizione, secondo cui le informazioni di cui al detto articolo 19, paragrafo 1, lettere da b) a d) e f), nonché ai paragrafi da 2 a 4 di tale articolo sono indicate nella lingua prescritta dalla normativa dello Stato membro in cui il prodotto viene messo a disposizione dell'utilizzatore finale, consente di garantire un livello elevato di tutela dei consumatori. La tutela della salute umana non potrebbe, infatti, essere pienamente garantita se i consumatori non fossero in grado di prendere piena conoscenza e di comprendere in particolare l'indicazione relativa alla funzione del prodotto cosmetico di cui trattasi e alle precauzioni particolari da osservare al momento della sua utilizzazione. Le informazioni che i produttori o i distributori dei prodotti cosmetici di cui al regolamento n. 1223/2009 hanno l'obbligo di indicare sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto, salvo qualora possano essere efficacemente trasmesse mediante pittogrammi o segni diversi dalle parole, sono prive di pratica utilità se sono formulate in una lingua incomprensibile ai destinatari (v., per analogia, sentenza del 13 settembre 2001, Schwarzkopf, C-169/99, EU:C:2001:439, punto 40 e giurisprudenza ivi citata).

48 Parimenti, il fatto che l'etichettatura dei prodotti cosmetici incomba a un terzo rispetto al contratto di vendita di cui trattasi nel procedimento principale, vale a dire il fabbricante di tali prodotti, e non al distributore di questi ultimi, non integra neanche esso un'impossibilità pratica di far figurare le indicazioni richieste sull'etichettatura dei detti prodotti. A tal riguardo, come precisato dalla Corte, la volontà del fabbricante o del distributore di tali prodotti di facilitare la loro circolazione all'interno dell'Unione non è di per sé sufficiente a giustificare un'indicazione incompleta delle informazioni obbligatorie. Poiché la nozione di «impossibilità» fa riferimento, in generale, a un dato di fatto sul quale colui che lo invoca non può influire, essa non può essere intesa nel senso che consente al fabbricante o al distributore di prodotti cosmetici, a causa del numero di lingue, dell'Unione o meno, che sceglie di utilizzare, di invocare a proprio piacimento un caso di impossibilità «dal punto di vista pratico», ai sensi dell'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 (v., per analogia, sentenza del 13 settembre 2001, Schwarzkopf, C-169/99, EU:C:2001:439, punto 35).

49 Occorre pertanto rispondere alla seconda questione dichiarando che l'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 deve essere interpretato nel senso che le indicazioni di cui all'articolo 19, paragrafo 1, lettere d), f) e g), di tale regolamento, vale a dire rispettivamente quelle relative alle precauzioni particolari per l'impiego del prodotto cosmetico, alla funzione di tale prodotto e ai suoi ingredienti, non possono figurare in un catalogo aziendale al quale faccia riferimento il simbolo previsto all'allegato VII, punto 1, di detto regolamento apposto sull'imballaggio o sul recipiente di detto prodotto.

Sulle spese

50 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese. Le spese sostenute da altri soggetti per presentare osservazioni alla Corte non possono dar luogo a rifusione.

Per questi motivi, la Corte (Terza Sezione) dichiara:

1) **L'articolo 19, paragrafo 1, lettera f), del regolamento (CE) n. 1223/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 novembre 2009, sui prodotti cosmetici, deve essere interpretato nel senso che l'indicazione della «funzione del prodotto cosmetico» che deve figurare, in forza di tale disposizione, sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto deve essere idonea a informare chiaramente il consumatore sull'uso e sulle modalità di impiego del prodotto al fine di garantire che quest'ultimo possa essere utilizzato in modo sicuro dai consumatori senza nuocere alla loro salute, e non può quindi limitarsi a menzionare soltanto gli scopi perseguiti con l'impiego del prodotto, quali previsti all'articolo 2, paragrafo 1, lettera a), di tale regolamento. Spetta al giudice del rinvio verificare, alla luce delle caratteristiche e delle proprietà del prodotto nonché dell'aspettativa del consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento ed avveduto, la natura e la portata dell'informazione che deve figurare a tale titolo sul recipiente e sull'imballaggio del prodotto affinché se ne possa fare un uso esente da pericoli per la salute umana.**

2) **L'articolo 19, paragrafo 2, del regolamento n. 1223/2009 deve essere interpretato nel senso che le indicazioni di cui all'articolo 19, paragrafo 1, lettere d), f) e g), di tale regolamento, vale a dire rispettivamente quelle relative alle precauzioni particolari per l'impiego del prodotto cosmetico, alla funzione di tale prodotto e ai suoi ingredienti, non possono figurare in un catalogo aziendale al quale faccia riferimento il simbolo previsto all'allegato VII, punto 1, di detto regolamento apposto sull'imballaggio o sul recipiente di detto prodotto.**

Firme

* Lingua processuale: il polacco.
