



Polski Związek
Przemysłu Kosmetycznego



Oznakowanie kosmetyków kolorowych – małe opakowania

Przewodnik opracowany przez Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego

| 17 lutego 2026 r.



Oznakowanie kosmetyków kolorowych – małe opakowania

Przewodnik techniczny Polskiego Związku Przemysłu Kosmetycznego

SPIS TREŚCI

1. Oznakowanie produktu kosmetycznego	2
2. Obowiązki dystrybutorów dotyczące oznakowania produktów kosmetycznych.....	6
3. Oznakowanie małego produktu – kosmetyki kolorowe	7
4. Oznakowanie funkcji vs. prezentacja produktu kosmetycznego	10
5. Tłumaczenie określonych elementów oznakowania produktu kosmetycznego na etykiecie.....	12
Załącznik I: Tabela – obowiązkowe elementy oznakowania.....	19

NOTA INFORMACYJNA

Niniejszy przewodnik techniczny adresuje wybrane zagadnienia dotyczące **oznakowania produktów kosmetycznych, ze szczególnym uwzględnieniem kategorii kosmetyków kolorowych**, biorąc pod uwagę ich **funkcje i mały rozmiar opakowań**. **Producent** lub inny podmiot pełniący rolę **osoby odpowiedzialnej** przed wprowadzeniem produktu kosmetycznego do obrotu zapewnia zgodność produktu kosmetycznego z przepisami rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r., w tym prawidłowe oznakowanie kosmetyku (artykuł 19). Ponadto **dystrybutorzy** przed udostępnieniem produktu kosmetycznego na rynku zobowiązani są do sprawdzenia **poprawności oznakowania określonych elementów produktu** (artykuł 6).

Przewodnik nie ma na celu wprowadzania dodatkowych obowiązków, ograniczeń czy obostrzeń w stosunku do przepisów prawa i powszechnie stosowanych praktyk. Niniejszy dokument będzie aktualizowany wraz ze zmieniającymi się przepisami prawa i stanem wiedzy. Przewodnik został przygotowany na podstawie **dogłębnej analizy prawnej przepisów unijnych i polskich**, dotyczących produktów kosmetycznych, uwzględniono również **ocenę doświadczonych ekspertów z dziedziny oceny bezpieczeństwa kosmetyków**. Przewodnik stanowił przedmiot konsultacji z Głównym Inspektoratem Sanitarnym oraz Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. **Zawarte w przewodniku przykłady nie stanowią wyczerpującej listy przypadków**, natomiast pozwalają lepiej wyjaśnić istotne kwestie dotyczące oznakowania kosmetyków kolorowych. Związek w przewodniku podaje informacje zgodnie ze swoją najlepszą wiedzą. Jednak to osoba odpowiedzialna zapewnia zgodność produktu kosmetycznego z wymaganiami prawa. Związek nie ponosi odpowiedzialności za powstałe nieprawidłowości, w szczególności wynikające z niedostosowania produktów do aktualnych wymagań prawnych.



1. Oznakowanie produktu kosmetycznego

Wymagania prawne dotyczące produktów kosmetycznych wprowadzanych do obrotu na rynek Unii Europejskiej określa Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r¹. Zgodnie z art. 5 tego rozporządzenia podmiot, który wprowadza produkt do obrotu jest osobą odpowiedzialną i zapewnia zgodność produktu kosmetycznego z przepisami rozporządzenia 1223/2009/WE. Podmiot pełniący obowiązki osoby odpowiedzialnej ponosi konsekwencje ewentualnych niezgodności z wymaganiami prawa, łącznie z karami pieniężnymi, nakładanymi w drodze decyzji, określonymi w Ustawie z dnia 4 października 2018 r. o produktach kosmetycznych².

Artykuł 19 rozporządzenia 1223/2009/WE określa szczegółowe zasady oznakowania kosmetyków. Osoba odpowiedzialna (producent kosmetyków lub inny podmiot pełniący tę funkcję) przed wprowadzeniem produktu kosmetycznego do obrotu musi zapewnić prawidłowe oznakowanie produktu, zgodnie z przepisami art. 19.

- **Nazwa i adres osoby odpowiedzialnej** (pkt 1 lit. a) – informacja ta może być skrócona, jeśli skrót umożliwia identyfikację tej osoby i jej adresu. W praktyce oznacza to podanie na opakowaniu danych, które umożliwią dotarcie przesyłki pocztowej do osoby odpowiedzialnej. Jeżeli na opakowaniu produktu podanych jest kilka adresów, wówczas adres osoby odpowiedzialnej, pod którym udostępniana jest dokumentacja produktu jest wyróżniony (np. podkreślony i/lub pogrubiony, tj. wytłuszczony). **Nie jest możliwa sytuacja, gdy osobą odpowiedzialną jest podmiot inny, niż ten, którego adres występuje na opakowaniu.** Kosmetyk, na którym nie został umieszczony adres osoby odpowiedzialnej jest oznakowany niezgodnie z przepisami rozporządzenia 1223/2009/WE. Należy podkreślić, że zgodnie z art. 4 dla każdego produktu kosmetycznego wprowadzanego do obrotu musi zostać ustanowiona osoba odpowiedzialna, będąca osobą prawną lub fizyczną, **z siedzibą na terenie Wspólnoty.** Adres osoby odpowiedzialnej, mającej siedzibę na terenie UE, musi znaleźć się na etykiecie produktu kosmetycznego.
- **Kraj pochodzenia** – w przypadku importowanych produktów kosmetycznych podaje się nazwę kraju pochodzenia (pkt. 1 lit. a).
- **Nominalna zawartość** w momencie pakowania, wyrażona w jednostkach masy lub objętości (pkt. 1 lit. b). Wyjątki, w których nie ma obowiązku umieszczenia nominalnej zawartości:
 - opakowania zawierające mniej niż 5 g lub mniej niż 5 ml,
 - bezpłatne próbki i produkty w opakowaniach jednorazowego użycia,
 - dla opakowań zbiorczych, gdy informacja o nominalnej zawartości znajduje się na opakowaniach jednostkowych (wówczas powinna być umieszczona czytelna informacja o liczbie opakowań jednostkowych znajdujących się w opakowaniu zbiorczym, jeśli nie jest to wyraźnie widoczne z zewnątrz lub gdy produkt jest sprzedawany pojedynczo).

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczące produktów kosmetycznych – [link](#)

² Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o produktach kosmetycznych – [link](#)

Należy pamiętać, że produkty kosmetyczne są towarami paczkowanymi (w rozumieniu Ustawy z dnia 7 maja 2009 r. o towarach paczkowanych³), które wprowadzane do obrotu muszą być odpowiednio oznakowane, również w odniesieniu do zawartości nominalnej.

Zgodnie z tą ustawą towarem paczkowanym jest produkt umieszczony w opakowaniu jednostkowym dowolnego rodzaju, którego ilość nominalna, jednakowa dla całej partii, odmierzona bez udziału nabywcy, nieprzekraczająca 50 kg lub 50 l, nie może zostać zmieniona bez naruszenia opakowania. Natomiast Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 20 lipca 2009 r. w sprawie szczegółowych wymagań dotyczących oznakowań towarów paczkowanych⁴ precyzuje **wysokość cyfr i liter w oznakowaniu ilości nominalnej** towaru paczkowanego.

Tabela 1 Minimalna wysokość cyfr i liter w oznakowaniu ilości nominalnej towaru paczkowanego⁴

Ilość nominalna towaru paczkowanego [g] lub [ml]	Minimalna wysokość cyfr i liter [mm]
do 50	2
powyżej 50 do 200	3
powyżej 200 do 1000	4
powyżej 1000	6

Istotne jest również stosowanie prawidłowego zapisu jednostek miar. Legalnymi jednostkami miar, zgodnie z ustawą z 11 maja 2001 r. Prawo o miarach⁵, są jednostki Międzynarodowego Układu Jednostek Miar (SI). Symbole jednostek miar pisze się czcionką prostą, bez kropki na końcu, zapis poprawny: 100 g, 200 ml (zapis błędny: 100 g, 200 ml.). Innym przykładową zasadą prawidłowego zapisu jednostek jest to, że wartość liczbowa zawsze poprzedza jednostkę, którą zawsze oddziela od liczby/cyfry spacja, zapis poprawny: 100 g, 1 L, 1 % (zapis błędny: 100g, 1L, 1%). Należy również pamiętać w przypadku zapisu masy, że wszystkie przedrostki symboli podwielokrotności (tj. mili, nano, mikro) pisze się małą literą, zapis poprawny: 5 mg (zapis błędny: 5 Mg, 5 mG, 5 MG)⁶.

- **Data minimalnej trwałości** poprzedzona sformułowaniem „najlepiej użyć przed końcem” lub znakiem graficznym określonym w załączniku VII pkt 3, tj. symbol klepsydry (pkt. 1 lit. c):



Jest to data, do której dany produkt kosmetyczny, przechowywany w odpowiednich warunkach, zachowuje w pełni swoje pierwotne właściwości i jest bezpieczny dla konsumenta.

Zwrot „najlepiej użyć przed końcem” **musi być zacytowany w niezmienionej formie**. Niedozwolone są żadne inne zwroty, jak: „data ważności”, „okres przydatności”, „EXP” czy formy skrócone, jak „najlepiej użyć przed”. Data minimalnej trwałości podana jest w postaci miesiąca i roku albo dnia, miesiąca i roku, w tej kolejności.

Wskazanie daty minimalnej trwałości **nie jest obowiązkowe** w przypadku produktów kosmetycznych, których **okres trwałości jest dłuższy, niż 30 miesięcy**.

³ Ustawa z dnia 7 maja 2009 r. o towarach paczkowanych (Dz.U. 2022 poz. 2255 z późn. zm) – [link](#)

⁴ Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 20 lipca 2009 r. w sprawie szczegółowych wymagań dotyczących oznakowań towarów paczkowanych (Dz.U. 2009 nr 122 poz. 1010 z późn. zm.) – [link](#)

⁵ Ustawa z dnia 11 maja 2001 r. Prawo o miarach (Dz.U. 2022 poz.2063) – [link](#)

⁶ Główny Urząd Miar, Broszura Międzynarodowy Układ Jednostek Miar, V2.01, grudzień 2022, [link](#)



Produkty takie zawierają informację o okresie, w jakim po otwarciu pojemnika, produkt jest bezpieczny i może być stosowany bez szkody dla konsumenta. Informacja ta powinna zawierać – symbol określony w załączniku VII pkt 2 (symbol otwartego słoiczka, tzw. znak **PAO**, ang. Period After Opening) oraz okres bezpiecznego stosowania produktu (w miesiącach lub latach), np.:



Za pierwsze otwarcie produktu (opakowania bezpośredniego) uważane jest pierwsze jego użycie zgodnie z deklarowanym sposobem użycia⁷. Od tego momentu liczony jest okres PAO. W przypadku bardzo małych opakowań zapis okresu bezpiecznego stosowania produktu wewnątrz słoiczka (tak jak przedstawiono na powyższym przykładzie) jest bardzo problematyczny ze względu na małe rozmiary słoiczka i słabą czytelność takiego zapisu. Wówczas dopuszczalny jest zapis np. 6M (gdzie M oznacza miesiąc) poza słoiczkiem. Rozporządzenie 1223/2009/WE nie podaje konkretnego miejsca, w którym taki zapis powinien się znaleźć.

- **Szczególne środki ostrożności**, których należy przestrzegać podczas użytkowania produktu, a co najmniej te wymienione w załącznikach III-VI rozporządzenia 1223/2009/WE (pkt. 1 lit. d) oraz wszelkie wymagane informacje (np. zawarte w raporcie bezpieczeństwa i wynikające oceny produktu wykonanej przez safety assessora) w przypadku kosmetyków do stosowania profesjonalnego. Osoba przeprowadzająca ocenę bezpieczeństwa (safety assessor) może zalecić umieszczenie dodatkowych, specjalnych środków ostrożności na etykiecie produktu kosmetycznego, również w sytuacji, kiedy nie jest on przeznaczony wyłącznie do stosowania profesjonalnego.
- **Numer partii produktu** lub oznaczenie pozwalające na identyfikację produktu kosmetycznego (pkt. 1 lit. e).
- **Funkcja produktu kosmetycznego**, chyba że jednoznacznie wynika ona z jego prezentacji (pkt. 1 lit. f).
- **Wykaz składników**, poprzedzony określeniem „ingredients”. Zgodnie z zapisami rozporządzenia 1223/2009/WE art. 19 pkt. 1 lit. g na etykiecie kosmetyku powinno znaleźć się słowo w języku angielskim, czyli „ingredients” poprzedzające wykaz składników na opakowaniu. Nie można słowa „ingredients” tłumaczyć na inne wersje językowe, tzn. nie można zastąpić go polskim „składniki”, „skład” lub innym słowem, np „INCI”. Natomiast istnieje taka praktyka na rynku polskim, że po słowie „ingredients” może być dodane słowo „składniki” (np. oddzielone znakiem „/” lub wpisane dodatkowo w nawiasie), jednakże konieczne jest umieszczenie słowa „ingredients”, które jest priorytetowe i wynika z przepisów prawa.

⁷ Practical implementation of Article 6(1)(c) of the Cosmetics Directive (76/768/EEC): Labelling of product durability: “Period of time after opening” – [link](#)

Opakowanie bezpośrednie vs. opakowanie zewnętrzne

Rozporządzenie 1223/2009/WE odnosi się do dwóch rodzajów opakowań produktów kosmetycznych (art. 19 pkt. 1):

- **pojemnik** (zwany również opakowaniem bezpośrednim lub opakowaniem wewnętrznym) jest opakowaniem przeznaczonym do bezpośredniego kontaktu z produktem;
- **opakowanie** (zwane również opakowaniem zewnętrznym lub opakowaniem dodatkowym) to opakowanie zaprojektowane tak, aby zawierało jeden lub więcej pojemników, w tym materiały ochronne, jeśli takie istnieją (np. folia przezroczysta).

Niektóre informacje wymagane przepisami prawa (rozporządzenie 1223/2009/WE art. 19) muszą znaleźć się zarówno na pojemniku (opakowanie bezpośrednie) jaki i na opakowaniu zewnętrznym. Natomiast przewidziane są pewne wyjątki. **Wykaz składników** (art. 19 pkt 1 lit. g) oraz **numer partii produktu** (art. 19 pkt 1 lit. e), to jedyne elementy oznakowania, które zgodnie z prawem mogą zostać umieszczone tylko na opakowaniu zewnętrznym. Ponadto rozporządzenie 1223/2009/WE dopuszcza możliwość umieszczenia **szczególnych środków ostrożności** i **wykazu składników** na załączonej **etykiecie, ulotce itp.** Więcej szczegółów na ten temat znajduje się w rozdziale 3 przewodnika. Poniżej uproszczona grafika obrazująca obowiązkowe elementy oznakowania do umieszczenia na pojemniku i opakowaniu zewnętrznym produktu kosmetycznego.



Numer partii produktu kosmetycznego może być umieszczony tylko na opakowaniu zewnętrznym, jeżeli jest to uwarunkowane małymi rozmiarami produktu kosmetycznego i umieszczenie numeru partii na pojemniku (opakowaniu bezpośrednim) nie jest możliwe ze względów praktycznych (art. 19 pkt 1 lit. e). Sposób oznakowania numeru partii (np. format, sposób kodowania, używanie poszczególnych znaków, liter, umiejscowienie na produkcie itp.) nie jest regulowany prawem. Jest to swoisty kod każdego producenta, definiowany indywidualnie, zgodnie z wewnętrznymi procedurami danego producenta.

Niekiedy na etykiecie produktu kosmetycznego można znaleźć **informację o umiejscowieniu daty minimalnej trwałości i numeru partii** tzn. wskazanie konkretnego miejsca, gdzie zostały umieszczone. Należy podkreślić, że stanowi to pewną praktykę na rynku i jest dopuszczalnym działaniem. Przykłady: „Najlepiej użyć przed końcem: data i numer partii znajdują się na spodzie opakowania”, „Najlepiej użyć przed końcem: data i numer partii patrz na zgrzewie”, „Najlepiej użyć przed końcem: data i numer partii na wieczku”. Takie formy zapisu są dopuszczalnym działaniem (nie są zakazane przez rozporządzenie kosmetyczne 1223/2009/WE), w przeciwieństwie do przykładów przedstawionych powyżej w rozdziale 1 w punkcie dotyczącym daty minimalnej trwałości.

Wykaz składników, analogicznie jak numer partii, może znajdować się tylko na opakowaniu zewnętrznym (art. 19 pkt 1 lit. g). Wszystkie nazwy składników podawane są zgodnie z Międzynarodową Nomenklaturą Surowców Kosmetycznych (INCI – International Nomenclature of Cosmetic Ingredients). Zasady tworzenia listy składników na opakowaniu produktu określa art. 19 rozporządzenia 1223/2009/WE oraz decyzja Komisji 2022/677/UE⁸. Artykuł 19 rozporządzenia 1223/2009/WE wskazuje, że produkty powinny być oznakowane w sposób „łatwy do odczytania i widoczny”, nie precyzuje konkretnego formatu zapisu nazw INCI w wykazie składników, tzn. nie wskazuje czy mają być one zapisane wielkimi lub małymi literami. Aczkolwiek zgodnie z międzynarodową konwencją nazewnictwa wskazaną w ramach Międzynarodowego Wykazu Składników Kosmetycznych i Podręczniku⁹ nazwy INCI „zostały tak zaprojektowane, że wymagają minimum interpunkcji oraz wielkich liter”, ma to na celu zapewnienie przejrzystości i łatwości podczas oznakowywania. Minimum interpunkcji najczęściej realizowane jest przez praktykę stosowania przecinków, a nie np. średników, myślników, jako znaków oddzielających poszczególne nazwy INCI składników w wykazie składników.

2. Obowiązki dystrybutorów dotyczące oznakowania produktów kosmetycznych

Dystrybutor, zgodnie z artykułem 6 rozporządzenia 1223/2009/WE, ma obowiązek sprawdzenia, czy produkty udostępniane przez niego na rynku, czyli sprzedawane w łańcuchu dostaw (np. z hurtowni do sklepu, sprzedawane konsumentowi w jednostce handlu detalicznego), są zgodne z wymaganiami rozporządzenia kosmetycznego. Pełna odpowiedzialność za prawidłowe oznakowanie produktu kosmetycznego spoczywa na osobie odpowiedzialnej (artykuł 5), dystrybutor nie ma obowiązku weryfikowania prawidłowości oznakowania. **Natomiast dystrybutor** przed udostępnieniem produktu kosmetycznego na rynku **ma obowiązek zweryfikować, czy wymienione poniżej informacje są dostępne na opakowaniu** (zgodnie z art. 6 pkt 2 rozporządzenia 1223/2009/WE):

- czy obecne są następujące elementy oznakowania określone w art. 19:
 - **nazwa i adres osoby odpowiedzialnej**,
 - **numer partii** produktu lub inne oznaczenia pozwalające na identyfikację produktu kosmetycznego,
 - **wykaz składników** albo symbol określający dołączenie dodatkowej informacji (określony w załączniku VII rozporządzenia 1223/2009/WE)
- czy spełnione są wymogi językowe – informacje podane są **w języku polskim**, zarówno oznakowanie na opakowaniu bezpośrednim jak i zewnętrznym (więcej informacji w rozdziale 5 tego przewodnika),
- czy **nie upłynęła data minimalnej trwałości** produktu kosmetycznego, o ile ma ona zastosowanie.

W przypadku wątpliwości dystrybutor może uzyskać informacje na temat oznakowania od osoby odpowiedzialnej. Jeśli dystrybutor ma powody sądzić, że oznakowanie produktu nie jest zgodne z wymaganiami rozporządzenia 1223/2009/WE, nie powinien udostępniać produktu na rynku.

⁸ Decyzja Wykonawcza Komisji (UE) 2025/1175 z dnia 16 czerwca 2025 r. ustanawiająca zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 w odniesieniu do słownika wspólnych nazw składników do stosowania na etykietach produktów kosmetycznych – [link](#) Niniejszy akt jest aktualizowany przez Komisję (dodawane są nowe nazwy INCI, poprawiane ewentualne błędy), dlatego też należy śledzić czy nie został opublikowany nowy akt w Dz.U. UE.

⁹ INCI Nomenclature Conventions CONVENTIONS – [link](#) (punkt 13, str. 5)

Wprowadzenie do obrotu lub udostępnienie na rynku produktu kosmetycznego bez spełnienia wymogów w zakresie oznakowania, o których mowa w art. 19 rozporządzenia 1223/2009 oraz art. 4 Ustawy o produktach kosmetycznych (*Produkty kosmetyczne udostępniane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej znakuje się w języku polskim [...]*) podlega karze pieniężnej w wysokości do 70 000 zł (art. 36 Ustawy o produktach kosmetycznych). Karą tą może zostać obciążona zarówno osoba odpowiedzialna jak i dystrybutor.

Rozporządzenie doprecyzowuje obowiązki dystrybutorów produktów, nie tylko w kwestii weryfikacji oznakowania, ale także m.in. w zakresie **współpracy z instytucjami nadzoru** czy notyfikacji produktów kosmetycznych w przypadku **tłumaczenia wybranych elementów oznakowania**. Od 11 lipca 2013, zgodnie z art. 13 rozporządzenia 1223/2009/WE, dystrybutor ma obowiązek notyfikacji produktu kosmetycznego w Portalu Notyfikacji Produktów Kosmetycznych (CPNP), jeżeli tłumaczy z własnej inicjatywy dowolny fragment oznakowania tego produktu, w celu zapewnienia zgodności z prawem krajowym. Zgodnie z art. 32 ustawy o produktach kosmetycznych kto nie spełnia wymogów w zakresie zgłoszeń, podlega karze pieniężnej w wysokości do 35 000 zł.

UWAGA! Tłumaczenie etykiety (określonych elementów oznakowania) w sposób, który zmienia zgodność produktu z wymaganiami np. deklarowane właściwości, przeznaczenie produktu, lub ostrzeżenia i instrukcje użycia oznacza, że dystrybutor staje się osobą odpowiedzialną i przejmuje pełną odpowiedzialność za produkt kosmetyczny. Niespełnienie obowiązków przez osobę odpowiedzialną (art. 5 rozporządzenia 1223/2009/WE) podlega karom pieniężnym, których maksymalna wysokość może wynosić do 100 000 zł (Ustawa o produktach kosmetycznych). Tłumaczenie przez dystrybutora etykiety na język polski produktu kosmetycznego wprowadzonego już na rynek nie jest uważane za zmianę tego produktu mogącą mieć wpływ na zgodność z odpowiednimi wymogami rozporządzenia 1223/2009/WE.

Dystrybutor może także stać się osobą odpowiedzialną, jeśli wprowadza produkt kosmetyczny do obrotu pod własną nazwą lub znakiem towarowym (art. 4 pkt 6). Warto podkreślić, że jeśli dystrybutor stanie się osobą odpowiedzialną, wówczas obowiązkowe jest umieszczenie jego nazwy i adresu (adres siedziby musi być na terenie UE) na etykiecie produktu kosmetycznego – zgodnie z przepisami rozporządzenia 1223/2009/WE. Importer również może stać się osobą odpowiedzialną – w przypadku importowanego produktu kosmetycznego osobą odpowiedzialną za konkretny produkt kosmetyczny wprowadzany do obrotu jest każdy importer. Importer może wyznaczyć osobę mającą siedzibę na terenie UE na osobę odpowiedzialną, udzielając jej pisemnego upoważnienia (art. 4 pkt 5). Kluczowe jest, aby dany podmiot właściwie rozumiał swoją rolę i odpowiedzialności w łańcuchu wartości, ponieważ wiążą się z tym określone obowiązki, wynikające z rozporządzenia kosmetycznego, a ich niespełnienie skutkuje m.in. karami pieniężnymi, nakładanymi w drodze decyzji.

3. Oznakowanie małego produktu – kosmetyki kolorowe

Produkty kosmetyczne stanowią bardzo obszerną i zróżnicowaną grupę produktów, tworzą ją m.in. kosmetyki myjące, kosmetyki pielęgnacyjne, produkty do włosów, produkty do depilacji, produkty do higieny jamy ustnej czy produkty do makijażu. Różnorodność zastosowań skutkuje **szeregiem wyzwań** dotyczących projektowania produktów kosmetycznych – jednym z nich jest **rozmiar opakowań**. W branży kosmetycznej dostępnych jest dużo tzw. małych produktów kosmetycznych. Szczególnie w kategorii **kosmetyków kolorowych (do makijażu) występuje duże zróżnicowanie opakowań pod kątem rozmiaru i formy**.

Taka różnorodność oraz niewielkie rozmiary przysparzają trudności w jednoczesnym umieszczeniu wszystkich obowiązkowych elementów oznakowania kosmetyku wymaganych przepisami prawa. Co więcej, informacje te muszą być nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne (art. 19 rozporządzenia 1223/2009/WE). W niektórych opakowaniach najbardziej zewnętrzną warstwą opakowania zewnętrznego jest folia. W sytuacji, gdy produkt kosmetyczny posiada folię, w którą zapakowany jest kartonik, mającą istotną rolę w kontekście bezpieczeństwa produktów i zabezpieczeniu ich przed otwieraniem (aspekt bezpieczeństwa mikrobiologicznego) oraz niszczeniem (aspekt jakości produktu), wówczas folia stanowi najbardziej zewnętrzny element opakowania i zgodnie z rozporządzeniem 1223/2009/WE w takim przypadku na folii mogą być umieszczane etykiety. Jeśli w ten sposób zostanie zabezpieczony produkt i zastosowana zostanie np. etykieta peel-off to musi być ona umieszczona na zewnątrz opakowania, aby była dostępna dla konsumenta. Nie powinno być możliwe łatwe odklejenie etykiety umieszczonej na folii (kryterium „nieusuwalności”), ponadto powinna być „łatwa do odczytania i widoczna”. Oznakowanie ma być trwałe i nieusuwalne z danego rodzaju opakowania (zewnętrznego bądź bezpośredniego), natomiast samo opakowanie zewnętrzne musi być możliwe do rozpakowania i jest usuwane (wyrzucane) przez konsumenta po rozpakowaniu produktu. Rozporządzenie kosmetyczne 1223/2009/WE jasno wskazuje, że niektóre elementy oznakowania mogą być dostępne tylko na opakowaniu zewnętrznym, a co za tym idzie dopuszcza rozwiązania, w których konsument na pewnym etapie użytkowania produktu traci dostęp do części oznakowania. W przypadku oznakowania opakowania zewnętrznego kluczowy jest moment zakupu i „nieusuwalność” w momencie zakupu produktu, ponieważ konsument rozpakowując produkt w domu i tak ostatecznie wyrzuca opakowanie zewnętrzne.








Rozporządzenie kosmetyczne 1223/2009/WE określa sposoby na oznakowanie małych produktów kosmetycznych. Zgodnie z zapisami rozporządzenia 1223/2009/WE, jeśli ze względów praktycznych nie jest możliwe umieszczenie **wykazu składników** (art. 19 pkt 1 lit. g) na opakowaniu zewnętrznym (np. kartonik), wówczas wykaz składników, zgodnie z nomenklaturą INCI, umieszcza się na załączonej lub doczepionej ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie (art. 19 pkt 2). Dotyczy to również opakowania bezpośredniego (pojemnika), jeśli produkt nie posiada dodatkowego opakowania zewnętrznego. Jeżeli jest to możliwe ze względów praktycznych odniesienie do wspomnianych informacji (tutaj wykaz składników) podaje się w postaci informacji skróconej (np. w postaci grafiki „strzałki”) lub symbolu podanego w załączniku VII pkt 1 („ręka na książce”) umieszczonym na opakowaniu zewnętrznym:



W przypadku **szczególnych środków ostrożności** (art. 19 pkt 1 lit. d), powinny być one umieszczone na opakowaniu bezpośrednim (pojemniku) i opakowaniu zewnętrznym. Natomiast, jeśli ze względów praktycznych nie jest możliwe zamieszczenie informacji o szczególnych środkach ostrożności w opisany sposób, wówczas informacje te umieszcza się na załączonej lub doczepionej ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie. Jeżeli jest to możliwe¹⁰ ze względów praktycznych, odniesienie do szczególnych środków ostrożności podaje się w postaci informacji skróconej lub symbolu „ręka na książce” – symbol ten musi być umieszczony na pojemniku lub opakowaniu zewnętrznym.

¹⁰ Należy podkreślić, że symbol „ręka na książce” nie zawsze będzie zamieszczony na opakowaniu, w odniesieniu do wykazu INCI i szczególnych środków ostrożności, zwłaszcza w przypadku bardzo małych produktów kosmetycznych, gdzie z praktycznego punktu widzenia – nie ma miejsca, aby zamieścić niniejszy symbol.

Poniżej krótkie podsumowanie obowiązkowych elementów oznakowania małego produktu:

- osoba odpowiedzialna 
- nominalna zawartość > 5 g lub 5 ml 
- data minimalnej trwałości 
- szczególne środki ostrożności (jeśli wymagane) 
- numer partii produktu 
- funkcja produktu kosmetycznego (jeżeli nie wynika z prezentacji produktu) 
- wykaz składników 

Etykieta „peel-off”

Często praktykowanym przez firmy rozwiązaniem, szczególnie w przypadku kosmetyków kolorowych, charakteryzujących się niewielkimi rozmiarami, jest zastosowanie **etykiet typu „peel-off”**. Etykiety „peel-off” to wielowarstwowe rozwijalne etykiety, w których zewnętrzna warstwa zasłania te znajdujące się w jej wewnętrznej części. Określa się je mianem „otwórz-zamknij” ponieważ umożliwiają zagłębienie pod zewnętrzną warstwę etykiety i zapoznanie się z informacjami umieszczonymi w jej wnętrzu, po czym ponowne jej złożenie i przyklejenie.

Można je traktować jako pewnego rodzaju książeczkę złożoną tak, że widoczna jest tylko pierwsza strona, a kolejne dopiero po jej odklejeniu. Nie są dostępne formalne wymagania dla tego typu etykiet, dlatego stosuje się do nich te same przepisy dotyczące oznakowania, które wynikają z rozporządzenia 1223/2009/WE. Oficjalne stanowisko¹¹ dotyczące etykiet typu „peel-off” przedstawił również Główny Inspektorat Sanitarny. Stanowisko odnosi się do żywności, ale ze względu na analogię i podobne zapisy w prawie należy uwzględnić tę interpretację w przypadku produktów kosmetycznych.

Uwzględniając przepisy rozporządzenia 1223/2009/WE oraz opierając się na stanowisku Głównego Inspektoratu Sanitarnego, należy podkreślić, że **wewnętrzna część etykiety typu „peel-off” nie jest miejscem widocznym, dlatego umieszczenie w tym miejscu obowiązkowych elementów oznakowania nie będzie zgodne z prawem**. Wnętrze etykiety typu „peel-off”, można traktować jako dodatkową ulotkę/kartę/taśmę/metkę, jest więc rozumiane jako miejsce, na które mogą być przeniesione **szczególne środki ostrożności i wykaz składników** (art. 19 pkt 2). Dodatkowo, jeśli te informacje ukryte są na wewnętrznych warstwach etykiety, rekomendowane jest umieszczenie na jej froncie symbolu podanego w załączniku VII pkt 1. Rozporządzenia 1223/2009 – „ręki na książeczce”. Oznacza to, że pozostałe obowiązkowe elementy oznakowania muszą pozostać na frontowej, zewnętrznej warstwie etykiety typu „peel-off”. Pewną praktyką na rynku jest również umieszczanie dodatkowo symbolu „zawiniętego/zagięto rogu kartki” sugerującego konsumentowi, że jest to etykieta „peel-off”.

Oznacza to, że **obowiązkowe elementy oznakowania**, czyli dane osoby odpowiedzialnej, nominalna zawartość w momencie pakowania, data ważności lub PAO, numer partii oraz funkcja produktu, jeśli nie podlegają pod przewidziane rozporządzeniem kosmetycznym wyjątki zwalniające z ich umieszczenia na etykiecie, **muszą pozostać na frontowej, zewnętrznej warstwie etykiety typu „peel-off”**. Wszystkie obowiązkowe informacje powinny być podawane w sposób łatwy do odczytania i widoczne dla konsumenta.

¹¹ Odklejane etykiety typu „peel-off” na produktach spożywczych – gdzie zamieszczać informacje obowiązkowe, a gdzie dobrowolne?, [link](#)

4. Oznakowanie funkcji vs. prezentacja produktu kosmetycznego

Artykuł 19 pkt 1 lit. f rozporządzenia kosmetycznego 1223/2009/WE wskazuje, że **funkcja produktu kosmetycznego** jest elementem obowiązkowym do umieszczenia na pojemniku i opakowaniu zewnętrznym kosmetyku, **chyba że jednoznacznie wynika ona z jego prezentacji**. Informacja ta musi być nieusuwalna, łatwa do odczytania i widoczna.

Jednakże sformułowanie „funkcja produktu kosmetycznego” **nie posiada legalnej definicji** w przepisach rozporządzenia 1223/2009/WE. Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE) w orzeczeniu z 2020 r. (C-667/19)¹² wskazał, że funkcja produktu kosmetycznego (w rozumieniu art. 19 pkt 1 lit. f) „odnosi się do wskazania bardziej szczególnych cech tego produktu”. Jednocześnie TSUE zauważył, że „wśród informacji, które powinny być wymienione **w odniesieniu do funkcji produktu kosmetycznego, nie znajdują się szczegółowe informacje dotyczące właściwości produktu kosmetycznego, w szczególności zamierzonego skutku i grupy docelowej odbiorców produktu**”. Oprócz tego Trybunał w niniejszym wyroku podkreślił „by informacje [...], w razie potrzeby zredukowane do samej nazwy rodzajowej danego produktu lub jego nazwy potocznej, były w stanie w sposób jasny powiadomić przeciętnego, właściwie poinformowanego oraz dostatecznie uważnego i rozsądnego konsumenta, o funkcji danego produktu [...]”.

Biorąc pod uwagę, że nie istnieje legalna definicja sformułowania „funkcja” w ramach przepisów rozporządzenia 1223/2009/WE, należy temu słowu przypisać znaczenie takie jakie posiada w języku potocznym. W związku z tym słowo „funkcja” interpretowane w języku ogólnym zgodnie ze słownikiem języka polskiego oznacza „zadanie, które spełnia lub ma spełnić jakaś osoba lub rzecz”¹³.

Piktogram – oznakowanie funkcji produktu kosmetycznego

Nie istnieje żaden katalog (lista) z wymienionymi funkcjami jakie może pełnić kosmetyk i które tym samym, składałyby się na jednoznaczną definicję: „funkcja produktu kosmetycznego”. Każdy przypadek należy rozważać indywidualnie. Prezentacja funkcji, jak wynika z art. 19, nie musi opierać się na komunikacie tekstowym.

Format oznakowania funkcji jest dowolny (rozporządzenie 1223/2009/WE tego nie reguluje), funkcja może być wyrażona słownie lub graficznie, wówczas na opakowaniach znajdują się **piktogramy** określające zastosowanie kosmetyku (np. oko na mascarce, usta na szmince). Poniżej **przykładowe piktogramy, które nie wyczerpują możliwości zaprojektowania piktogramów i nie stanowią jedynych dopuszczalnych wzorów piktogramów**, gdyż o tym ostatecznie decyduje osoba odpowiedzialna:



Piktogramy jednoznacznie mogą wskazywać funkcję produktu, w tym również miejsce (obszar) jego stosowania. W wielu przypadkach zastosowanie piktogramu wystarczająco i jednoznacznie informuje o funkcji danego produktu. Co więcej, Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w przywołanym powyżej wyroku C-667/19¹³ wskazał, że producenci lub dystrybutorzy produktów kosmetycznych mają obowiązek zamieścić na pojemniku i opakowaniu zewnętrznym produktu informacje wyrażone w języku

¹² Wyrok Trybunału z dnia 17 grudnia 2020 r., sprawa C-667/19

¹³ <https://sjp.pwn.pl/sjp/funkcja;2558721.html>

zrozumiałym dla osób, dla których te produkty są przeznaczone, z wyjątkiem przypadków, gdy mogą one zostać skutecznie przekazane za pomocą piktogramów albo oznaczeń innych niż słowa.

Zgodnie z art. 19 pkt 1 lit. f **nie ma obowiązku** podawania informacji o **funkcji produktu kosmetycznego** na pojemniku i opakowaniu zewnętrznym, jeśli **prezentacja produktu jednoznacznie wskazuje na funkcję** produktu kosmetycznego.

Niektóre kategorie małych produktów kosmetycznych występują w opakowaniach dla nich charakterystycznych, doskonale rozumianych przez konsumentów i zakorzenionych w ich percepcji. Opakowania te często są transparentne, dzięki czemu konsument może zobaczyć produkt – jego kolor, kształt, konsystencję, a na etykiecie znajduje się jednocześnie numeracja i nazwa odcieni występujących w danej palecie. W przypadku niektórych produktów do makijażu dodawane są **akcesoria ułatwiające aplikację**, np. dla cieni do powiek – aplikator z gąbeczką, w przypadku pudrów prasowanych, mineralnych – gąbeczka lub pędzelek do rozprowadzania produktu na twarzy. Dodatkowo produkty do makijażu najczęściej znajdują się w **dedykowanych strefach sklepu (np. dla produktów do makijażu)**, nierzadko w **specjalnych gablotach** zawierających informacje o danym produkcie. Określenie funkcji jest wspomagane całością prezentacji produktu. Miejsce ekspozycji, jego uszczegółowienie i wyposażenie w dodatkowe informacje dla konsumenta, w szczególności specjalistyczne szafy makijażowe stanowią **informacyjną wartość dodaną** dla konsumenta w momencie zakupu.

Ciekawy przypadek w kwestii prezentacji produktów kosmetycznych analizował już w 1994 r. Trybunał Sprawiedliwości w sprawie Clinique (C-315/92)¹⁴. Sprawa dotyczyła nazwy „Clinique”. Wyrazowi „Clinique” zarzucono potencjalne kliniczne i medyczne konotacje, mogące wprowadzać konsumenta w błąd. Jednakże TSUE w wyroku jednoznacznie sprzeciwił się takiej interpretacji. Trybunał argumentował, że oznaczenie „Clinique” nie może wprowadzać konsumenta w błąd, ponieważ analizowane produkty sprzedawane są w działach kosmetycznych sklepów i perfumeriach, nie zaś w aptekach oraz prezentowane są jako produkty kosmetyczne (nie jako produkty medyczne).

Produkty kosmetyczne powinny być bezpieczne w normalnych lub dających się racjonalnie przewidzieć warunkach stosowania, z uwzględnieniem w szczególności m.in. prezentacji produktu kosmetycznego (art. 3 rozporządzenia 1223/2009/WE). Wyłączenie oznakowania funkcji kosmetyku (jeśli wynika z prezentacji) jest silnie zakorzenione i powszechnie stosowane w branży kosmetycznej, a co kluczowe – jest zgodne z obowiązującymi przepisami od wielu lat. Należy wyraźnie podkreślić, że w przypadku kosmetyków kolorowych ich funkcja jest bezsprzecznie powiązana z ich prezentacją.

Warto zauważyć, że konsumenci potrafią ocenić (m.in. na podstawie prezentacji kosmetyku) jaki jest dedykowany obszar aplikacji i jaką funkcję posiada dany kosmetyk kolorowy (i nie tylko kolorowy). Funkcja kosmetyków kolorowych, takich jak cień do powiek, róż, puder czy mascara (służące upiękśnieniu, zmianie wyglądu) jest rozumiana przez konsumentów i nie ma możliwości pomylenia np. podkładu, korektora, cienia do powiek z kremem do twarzy czy szamponem, czyli kosmetykami pielęgnacyjnymi, myjącymi. Gdyby postawić obok siebie płyn micelarny oraz podkład to już po samym kształcie, kolorze i nazwie odcienia, przeciętny konsument, nie będzie miał wątpliwości, który kosmetyk pełni funkcje pielęgnacyjne czy oczyszczające, a który służy do wykonania makijażu.

¹⁴ Wyrok Trybunału z dnia 2 lutego 1994 r., sprawa C-315/92

Dobrymi przykładami, kiedy funkcja wynika jednoznacznie z prezentacji produktu są **lakier do paznokci** i **pomadka**, gdy ich forma (całościowa prezentacja) przedstawiona jest w ujęciu najbardziej klasycznym i tradycyjnym, tzn. lakier do paznokci w buteleczce szklanej z pędzelkiem, a pomadka standardowo w szyfcie – oba produkty prezentowane w ich powszechnym i najbardziej rozpoznawalnym opakowaniu, stanowiącym zakorzenioną w percepcji konsumentów, niemal modelową, prezentację. W takiej sytuacji należy uznać, że funkcja wynika bezpośrednio z prezentacji i żadne dodatkowe oznakowanie nie jest wymagane zgodnie z art. 19 ust. 1 lit. f. Natomiast oznaczenie słowne funkcją jest zasadne dla **lakieru hybrydowego**, gdyż produkt ten musi być użyty w odpowiedni sposób, aby mógł spełnić swoją funkcję kosmetyczną (np. zastosowanie lampy, specjalnej techniki aplikacji czy zmywania).

Podsumowując, w analizowanej wyżej sytuacji nie występuje ryzyko wprowadzenia konsumenta w błąd co do zastosowania i sposobu używania produktu. Analogicznie można rozpatrywać także kwestię rozróżniania między sobą produktów kosmetycznych należących do tej samej kategorii – tj. kosmetyków do makijażu. Bez wątplenia „przeciętny, właściwie poinformowany, dostatecznie uważny i rozsądny konsument” będzie potrafił odróżnić od siebie tusz do rzęs, błyszczak, cień do powiek czy róż do policzków, szczególnie jeśli towarzyszyć będzie temu piktogram. Dlatego też nie ma potrzeby podawania dodatkowej, pisemnej informacji o funkcji produktu kosmetycznego, która nie dość, że wynika z jego prezentacji to dodatkowo jest powszechnie znana i rozumiana przez konsumenta.

5. Tłumaczenie określonych elementów oznakowania produktu kosmetycznego na etykiecie

Artykuł 19 pkt 5 rozporządzenia 1223/2009/WE wskazuje, które elementy oznakowania produktu kosmetycznego „podaje się w języku określonym przepisami państwa członkowskiego, w którym dany produkt jest udostępniany użytkownikowi końcowemu” (tj. art. 19 pkt 1 lit. b, c, d i f i pkt 2, 3 i 4). Upraszczając – rozporządzenie 1223/2009/WE wskazuje, które informacje na opakowaniu kosmetyku muszą być podane w języku polskim, w postaci umieszczenia polskiej etykiety na danym produkcie¹⁵.

Informacje wymienione w art. 19 pkt 1 lit. b), c), d) i f) (**nominalna zawartość, data minimalnej trwałości, szczególne środki ostrożności, funkcja produktu**) i w pkt 2 (**informacje na dołączonej ulotce**), pkt 3 (**informacje umieszczone blisko pojemnika w przypadku małych produktów**) i pkt 4 (**informacje podane zgodnie z wymaganiami kraju członkowskiego**) podaje się w języku określonym przepisami państwa członkowskiego, w którym dany produkt jest udostępniany użytkownikowi końcowemu. Zgodnie z art. 4 pkt 1 Ustawy o produktach kosmetycznych, produkty, które są udostępniane na terytorium Polski znakuje się w języku polskim. Wymóg ten pierwotnie wynika z ustawy o języku polskim¹⁶.

Szczególne środki ostrożności

Elementem oznakowania **obowiązkowym do umieszczenia w języku polskim** są **szczególne środki ostrożności** (art. 19 pkt 1 lit. d), których należy przestrzegać podczas stosowania kosmetyku (co najmniej te wymienione w załącznikach III-VI) oraz jeśli zostały określone przez osobę odpowiedzialną, m.in. na podstawie przeprowadzonej oceny bezpieczeństwa produktu kosmetycznego, a które mają zastosowanie w danym przypadku.

¹⁵ W sytuacji udostępniania produktów kosmetycznych użytkownikowi końcowemu na rynku polskim (art. 19 pkt 5).

¹⁶ Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim (Dz. U. 1999 Nr 90 poz. 999).

Nazwa własna produktu kosmetycznego, jego funkcja i właściwości

Często zdarza się, że **nazwy produktów kosmetycznych są ich nazwami własnymi, które nie wymagają tłumaczenia na język polski**. Brak konieczności tłumaczenia nazw własnych również ma swoje źródło w ustawie o języku polskim, a dokładnie artykuł 11 podaje, że **przepisy wskazujące wymóg tłumaczenia na język polski** (m.in. „nazewnictwa towarów [...], informacji dla konsumentów wymaganych na podstawie innych przepisów, instrukcji obsługi oraz informacji o właściwościach towarów i usług”) **„nie dotyczą nazw własnych”**.

Jednym z elementów oznakowania wymaganych do umieszczenia **w języku polskim** na opakowaniu (bezpośrednim i zewnętrznym) jest **funkcja produktu kosmetycznego, jeżeli nie wynika ona jednoznacznie z jego prezentacji** (art. 19 pkt 1 lit. f). Należy wyraźnie podkreślić, że jeśli funkcja kosmetyku wynika z jego prezentacji, przez co jest również dobrze znana konsumentowi, wówczas nie ma konieczności umieszczania jej w języku polskim na etykiecie kosmetyku. W wielu przypadkach zastosowanie piktogramu wystarczająco i jednoznacznie informuje o funkcji danego produktu.

Podsumowując, **funkcja kosmetyku nie musi być dodatkowo dookreślona, jeśli wynika z:**

- **prezentacji produktu** (kształtu, rozmiaru i objętości), np. pomadka, lakier do paznokci;
- **nazwy produktu** (np. bronzery, eyeliner, mascara) – nazwy produktów kosmetycznych są tożsame z ich funkcją, odzwierciedlają rolę i zastosowanie produktu kosmetycznego;
- **oświadczeń o produkcie** (w tym niektórych ogólnie przyjętych terminów obcojęzycznych, zdjęć, logo i znaków graficznych tzw. piktogramów (np. obrazek oka na cieniu do powiek).

Właściwości produktu kosmetycznego nie są tożsame z funkcją kosmetyku. Właściwości produktu i deklaracje marketingowe muszą być potwierdzone odpowiednimi dowodami (zgodnie z rozporządzeniem 655/2013/WE¹⁷), np. badaniami aplikacyjnymi, dermatologicznymi.

W wyniku przeprowadzonych konsultacji niniejszego przewodnika uzgodniono, że **podstawowe właściwości, które bezpośrednio dookreślają funkcję produktu kosmetycznego, są użyte w nazwie produktu i kiedy mogą świadczyć o jego bezpieczeństwie** czy specyficznych właściwościach, powinny być tłumaczone na j. polski. W takim przypadku osoba odpowiedzialna powinna rozważyć słuszność (konieczność) umieszczenia takiego tłumaczenia. Dystrybutor na rynku lokalnym ma możliwość zmiany komunikacji produktu na dany rynek, komunikacja nie musi być wiernym tłumaczeniem komunikacji obcojęzycznych, zwykle dostosowywana jest do potrzeb lokalnych konsumentów. Natomiast, zgodnie z tym, co zostało przytoczone w przewodniku, należy pamiętać, że **nazwy produktów kosmetycznych będące ich nazwami własnymi nie wymagają tłumaczenia na język polski**.

Deklaracje marketingowe, zgodnie z art. 19, nie stanowią obowiązkowego elementu oznakowania i komunikacji produktu kosmetycznego. Ważne jest rozumienie różnicy pomiędzy funkcją produktu kosmetycznego, a jego cechami (deklarowanymi właściwościami).

¹⁷ Rozporządzenie Komisji (UE) nr 655/2013 z dnia 10 lipca 2013 r. określające wspólne kryteria dotyczące uzasadniania oświadczeń stosowanych w związku z produktami kosmetycznymi, [link](#)



Cechy (właściwości) produktu stanowią oświadczenia marketingowe (dobrowolnie stosowanie oraz udowodnione¹⁸), dotyczące m.in. skuteczności działania produktu kosmetycznego. Warto zauważyć, że **przykład „nawilżający” został podany w dokumencie technicznym Komisji dotyczącym oświadczeń o produktach kosmetycznych¹⁸ jako forma „korzyści” (deklaracji), a nie funkcji**, produktu kosmetycznego (w punkcie Prawdziwość udzielanych informacji, ang. Truthfulness).

Mimo że język, w którym funkcja powinna być podana na etykiecie, jest określony przez język urzędowy państwa członkowskiego, w którym produkt jest udostępniany użytkownikowi końcowemu, to **niektóre terminy używane na etykietach kosmetyków są akceptowane i rozumiane na szczeblu międzynarodowym** (np. *mascara*, *eyeliner*, *eau de toilette*, *eau de parfum*)¹⁹. Brak konieczności tłumaczenia „mascara”, „eyeliner”, „bronzer” – którego nazwa w obu językach jest taka sama – jest zrozumiałą i akceptowalną praktyką, natomiast w wielu pozostałych przypadkach istnieje możliwość zastosowania piktogramów, o ile jednoznacznie one informują o funkcji produktów.

Zgodnie z powszechnie przyjętą we wszystkich krajach UE praktyką, w przypadku **perfum oraz wód toaletowych ich funkcja** – perfumowanie, korygowanie zapachu ciała – **wynika jednoznacznie z prezentacji tych produktów**. Takie produkty nie mogą być pomyłone z innymi produktami konsumenckimi lub zastosowane w niewłaściwy sposób. Określenia *eau de toilette* oraz *eau de parfum* stanowią informację rozróżniającą, informując o zawartości kompozycji zapachowej, a tym samym o trwałości i intensywności zapachu. Nazwy te są dobrze zakorzenione w percepcji tzw. średnio zorientowanych konsumentów na rynku UE, w tym są zakorzenione i od wielu lat stosowane na polskim rynku. Dlatego też, zgodnie z zapisami rozporządzenia 1223/2009/WE oraz powszechną praktyką branży określoną w przewodniku Cosmetics Europe, ich tłumaczenie nie powinno być wymagane.

¹⁸ Technical document on cosmetic claims Agreed by the Sub-Working Group on Claims, [link](#)

¹⁹ Cosmetics Europe: Guidelines On Cosmetic Product Labelling 2011

Zapożyczenia z języka angielskiego

Biorąc pod uwagę powyższy przykład perfum i wód toaletowych, należy podkreślić jak istotny jest aspekt lingwistyczny, w tym również **zapożyczenia anglicyzmów i spolszczenia**. Używanie wyrazów anglojęzycznych na co dzień zakorzeniło się już w polskiej kulturze, także w kwestii oznakowania kosmetyków. **Zapożyczenia z języka angielskiego są powszechnie stosowane w branży kosmetycznej**, zresztą popularnie nazywaną „branżą beauty”. Jest to na tyle powszechne i skala zjawiska jest tak duża, że przeciętny konsument orientuje się w anglojęzycznych określeniach związanych z produktami kosmetycznymi, np. często mówi się „make up” zamiast „makijaż”, na tusz do rzęs – „mascara”, natomiast słowa „bronzer”, „eyeliner” czy „serum” posiadają jednakowe określenie w języku polskim i angielskim.

Analogiczne stanowisko wyraził w swojej opinii Urząd Patentowy: „[...] bez wątpienia język angielski jest obecny w polskiej kulturze. Ponadto nasz język pełen jest zapożyczeń z języków obcych z czego język angielski jest na pierwszym miejscu. [...] W języku polskim mamy do czynienia z zapożyczeniami, spolszczeniami wyrazów obcojęzycznych, wyrazów występujących obok jak również zastępujących polskie wyrazy pomimo istnienia odpowiedników w ojczystym języku. Wiele wyrazów na stałe wpisało się w nasz język w szczególności z zakresu kosmetologii, medycyny. Takim przykładem jest „make up” – makijaż, „mascara” – tusz do rzęs, „eyeliner” – kredka do oczu, „gloss” – błyszczek do ust”²⁰. Opinia Urzędu Patentowego, która została uwzględniona w orzeczeniu sądowym¹³, może stanowić istotną wskazówkę interpretacyjną dotyczącą konieczności tłumaczenia anglojęzycznych wyrazów w kontekście oznakowania produktów kosmetycznych.

Przytoczone przykłady wyrazów anglojęzycznych oczywiście nie wyczerpują wszystkich przypadków, w których wyraz obcojęzyczny (np. anglojęzyczny) staje się odpowiednikiem polskiego słowa w innym języku lub jego powszechnie stosowanym zamiennikiem, zwłaszcza w kontekście produktów kosmetycznych. **W Tabeli 2** zostały przedstawione przykłady najczęściej występujących na rynku produktów kosmetycznych, **z odpowiadającymi im powszechnie stosowanymi angielskojęzycznymi nazwami**. Tabela 2 adresuje również aspekt **obowiązkowego oznakowania funkcji** wymienionych w tabeli produktów kosmetycznych i możliwości zastosowania **piktogramów jednoznacznie informujących o funkcji**.

²⁰ Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 9 maja 2018 r., sygn. akt: VI SA/Wa 2635/17


Tabela 2 Przykłady produktów kosmetycznych i odpowiadające im nazw angielskojęzyczne. Oznakowanie funkcji kosmetycznej vs. funkcja wynika z prezentacji – przykłady.

Produkt kosmetyczny	Powszechna angielskojęzyczna nazwa produktu kosmetycznego	Oznakowanie funkcji produktu kosmetycznego	
		Konieczność tłumaczenia na j. polski	Forma graficzna (przykładowe piktogramy)
Produkty do oczu, rzęs i brwi			
tusz do rzęs	mascara	Nie wymagana	Możliwy piktogram oka
eyeliner	eyeliner	Nie wymagana	Możliwy piktogram oka
ołówek do brwi	eyebrow pencil	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram brwi
kredka do oczu	eye pencil	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram oka
cień do powiek	eye shadow	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram oka
Produkty do ust			
błyszczak do ust	lipgloss	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram ust
pomadka do ust	lipstick	Nie wymagana** (**forma pomadki w sztyfcie; standardowa, klasyczna prezentacja)	Nie wymagany**
kredka do ust	lip liner, lip pencil	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram ust

Produkt kosmetyczny	Powszechna angielskojęzyczna nazwa produktu kosmetycznego	Oznakowanie funkcji produktu kosmetycznego	
		Konieczność tłumaczenia na j. polski	Forma graficzna (przykładowe piktogramy)
balsam do ust	lipbalm	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram ust
Produkty do twarzy			
bronzer	bronzer	Nie wymagana	Zalecany piktogram twarzy z zaznaczonymi miejscami aplikacji
baza pod podkład	make-up base	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram twarzy
primer	primer	Wymagana	Możliwy piktogram z zaznaczonym miejscem aplikacji
krem BB, krem CC	cream BB, cream CC	Wymagana	Możliwy piktogram z zaznaczonym miejscem aplikacji
róż	blush	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia, szczególnie jeśli jest widoczny kolor, transparentne opakowanie, tradycyjna forma „w kamieniu”)	Zalecany piktogram twarzy z zaznaczonymi miejscami aplikacji
korektor	concealer	Wymagana	Możliwy piktogram twarzy z wizualizacją koloru
podkład/fluid	foundation	Wymagana	Możliwy piktogram twarzy z wizualizacją koloru
rozświetlacz	highlighter	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram twarzy z zaznaczonymi miejscami aplikacji

Produkt kosmetyczny	Powszechna angielskojęzyczna nazwa produktu kosmetycznego	Oznakowanie funkcji produktu kosmetycznego	
		Konieczność tłumaczenia na j. polski	Forma graficzna (przykładowe piktogramy)
puder <ul style="list-style-type: none"> • puder prasowany • puder spiekany • puder mineralny 	Powder <ul style="list-style-type: none"> • pressed powder • baked powder • mineral powder 	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram twarzy
produkt utrwalający makijaż	setting spray	Wymagana	Możliwy piktogram twarzy
produkt do konturowania	contouring product	Wymagana* (*piktogram zwalnia z tłumaczenia)	Zalecany piktogram twarzy z zaznaczonymi miejscami aplikacji
Inne			
mgiełka (do twarzy/włosów)	mist	Wymagana	Możliwy piktogram
Produkty do paznokci			
lakier do paznokci	nail lacquer/nail polish/ nail enamel	Nie wymagana** (**forma lakieru standardowa, klasyczna prezentacja, buteleczka z pędzelkiem)	Nie wymagany**
lakier hybrydowy	hybrid	Wymagana	Możliwy piktogram
baza do paznokci	base	Nie wymagana	Zalecany piktogram
top coat	top	Nie wymagana	Zalecany piktogram


Załącznik I: Tabela – obowiązkowe elementy oznakowania

Element oznakowania	Pojemnik (opakowanie bezpośrednie)	Opakowanie zewnętrzne (np. kartonik)	Komentarz
Nazwa i adres osoby odpowiedzialnej	Tak	Tak	Informacje te mogą być skrócone , jeśli skrót umożliwi identyfikację osoby odpowiedzialnej i jej adresu. Jeżeli podanych jest kilka adresów , należy wyróżnić (np. podkreślić, wytłuszczyć/pogrubić) adres, pod którym osoba odpowiedzialna udostępnia dokumentację . Podanie adresu strony internetowej nie jest wystarczające.
Kraj pochodzenia	Nie*	Nie*	*Wyjątek stanowi produkt kosmetyczny importowany (spoza Unii Europejskiej) – wówczas trzeba wskazać kraj pochodzenia.
Nominalna zawartość	Tak	Tak	Z wyjątkiem opakowań zawierających mniej niż 5 g lub mniej niż 5 ml, bezpłatnych próbek i produktów w opakowaniach jednorazowego użycia .
Data minimalnej trwałości, jeśli minimalna trwałość ≤ 30 miesięcy	Tak	Tak	Symbol klepsydry  lub zwrot „ najlepiej użyć przed końcem ”, po których wskazana jest data zapisana w schemacie: dzień, miesiąc, rok lub miesiąc, rok (w tej kolejności). Jeżeli data nie jest wydrukowana obok symbolu lub zwrotu, należy wskazać, gdzie data jest nadrukowana.
Data minimalnej trwałości, jeśli minimalna trwałość > 30 miesięcy	Nie	Nie	Wskazanie daty minimalnej trwałości nie jest obowiązkowe w przypadku produktów o minimalnej trwałości dłuższej niż 30 miesięcy. Wówczas zastosowanie ma PAO** .

PAO**, jeśli minimalna trwałość > 30 miesięcy

Tak/Nie

Tak/Nie

Symbol PAO (otwarty słoiczek, np. ) oraz okres wyrażony **w miesiącach lub latach**, w jakim po otwarciu pojemnika, produkt jest bezpieczny i może być stosowany bez szkody dla konsumenta (najczęstszy schemat „xM”).

Istnieją wyjątki, kiedy nie ma obowiązku oznakowania PAO, jeśli minimalna trwałość > 30 miesięcy, tj. przypadki, w których pojęcie trwałości po otwarciu nie ma zastosowania:

- **produkty niskiego ryzyka mikrobiologicznego** (np. lakiery do paznokci, perfumy, lakiery do włosów, tradycyjne mydła toaletowe w kostce; co precyzuje norma ISO PN-EN 29621:2017-04),
- **produkty w jednorazowych dawkach**, ponieważ produkt przeznaczony jest do natychmiastowego użycia,
- **jeśli nie występuje fizyczne otwarcie produktu**, np. produkt sprzedawany jest w pojemniku, w którym nie ma kontaktu zawartości (masy) z otoczeniem (np. aerozole, pojemniki typu airless).

W praktyce, zgodnie z obowiązującym prawem, na produktach kosmetycznych występują różne możliwe scenariusze oznakowania trwałości produktu:

- tylko data minimalnej trwałości (najlepiej zużyć przed końcem lub znak klepsydry),
- tylko znak PAO,
- brak PAO i brak daty minimalnej trwałości,
- data minimalnej trwałości i PAO.

Dość częstą praktyką na rynku polskim jest stosowanie podwójnego oznakowania – istnieją przypadki, że producent decyduje się na umieszczenie na produkcie zarówno daty minimalnej trwałości jak i oznakowania PAO.

			<p>Podwójne oznakowanie nie jest wymagane prawem. W przypadku, gdy na produkcie umieszczono datę minimalnej trwałości i PAO, kluczowa jest data minimalnej trwałości. Oznacza ona bowiem, że producent gwarantuje bezpieczeństwo i jakość produktu w tym właśnie okresie. Jeśli na przykład od momentu pierwszego użycia do upływu daty minimalnej trwałości pozostało jeszcze 10 miesięcy, a PAO wynosi 12 miesięcy, produkt powinien zostać zużyty w ciągu 10 miesięcy.</p>
Szczególne środki ostrożności	Tak*	Tak*	<p>Co najmniej te wymienione w załącznikach III-VI oraz wymaganych w przypadku użycia profesjonalnego produktów.</p> <p>*Wyjątek: Jeżeli ze względów praktycznych (np. małe opakowanie) nie jest możliwe zamieszczenie szczególnych środków ostrożności, wówczas informacje te umieszcza się na załączonej lub doczepionej ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie, a odniesienie do tych informacji podaje się w postaci informacji skróconej lub symbolu „ręka na książeczce”: </p> <p>Symbol ten musi być umieszczony na pojemniku lub opakowaniu zewnętrznym.</p>
Numer partii produktu	Tak*	Tak	<p>*Wyjątek: jeśli opakowanie jest za małe i nie jest możliwe umieszczenie numeru partii ze względów praktycznych, wówczas numer partii może znajdować się tylko na opakowaniu zewnętrznym.</p>
Funkcja produktu	Tak*	Tak*	<p>*Chyba że funkcja produktu jednoznacznie wynika z jego prezentacji, wówczas nie ma konieczności oznakowania funkcji.</p>
Wykaz składników	Nie*	Tak	<p>*Chyba że nie ma opakowania zewnętrznego (np. brak kartonika).</p> <p>Jeżeli ze względów praktycznych nie jest możliwe zamieszczenie wykazu składników (skład INCI), umieszcza</p>



się go na załączonej lub doczepionej **ulotce, etykiecie, taśmie, metce lub karcie**, a odniesienie do tych informacji podaje się w postaci **informacji skróconej** lub **symbolu** „ręka na książeczce”. Symbol ten musi być umieszczony na opakowaniu zewnętrznym.

W przypadku **małych produktów** (np. mydła, kulki do kąpieli), gdzie zastosowanie powyższych rozwiązań nie jest możliwe, wykaz składników umieszcza się **w bezpośredniej bliskości pojemnika, w którym dany produkt kosmetyczny wystawiony jest do sprzedaży** (np. informacje zamieszczone w gablocie sklepowej). Wówczas symbol „ręka na książeczce” nie jest wymagany.



Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego



SPRAWDŹ, jak możemy razem działać!



www.kosmetyczni.pl
biuro@kosmetyczni.pl

Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego, jako jedyna organizacja w Polsce, reprezentuje i wspiera cele strategiczne przedsiębiorców wyłącznie branży kosmetycznej. **Od 24 lat** jest aktywnym głosem sektora w procesie stanowienia prawa. Skutecznie współpracuje na co dzień z instytucjami administracji polskiej i europejskiej, a razem z firmami członkowskimi wypracowuje i wdraża rozwiązania, które prowadzą do rozwoju polskiego rynku kosmetycznego, który dziś jest **5. w Unii Europejskiej**.

Związek należy do **Cosmetics Europe** – europejskiej organizacji branżowej i **Konfederacji Lewiatan** – najbardziej wpływowej organizacji pracodawców w Polsce. Angażuje się też w działania budujące pozycję sektora za granicą – wspiera promocję eksportu polskich kosmetyków, buduje sieć partnerstw i wspólnie z partnerami znosi bariery w handlu międzynarodowym. Organizacja pełni również funkcję platformy wymiany doświadczeń – edukuje i szkoli firmy, podnosząc jakość całego sektora. Od 20 lat prowadzi też projekt społeczny Fundacja Piękniejsze Życie.

Związek skupia ponad 270 firm, w tym producentów i dystrybutorów kosmetyków, laboratoria, firmy doradcze i ośrodki dydaktyczne, a także ich partnerów okołobranżowych – dostawców opakowań i surowców. Zrzesza i działa na rzecz zarówno startupów, małych, rodzinnych przedsiębiorstw, jak i dużych, międzynarodowych korporacji i największych polskich firm kosmetycznych, które w atmosferze wzajemnego szacunku i zaufania działają razem skutecznie, zachowując przy tym wszelkie zasady konkurencji.