ЗАТВЕРДЖЕНО
постановою Кабінету Міністрів
України
від _____ 2026 р. № ____

ЗАГАЛЬНІ КРИТЕРІЇ

для обґрунтування заяв (тверджень про продукцію), що використовуються стосовно косметичної продукції

Загальні положення

1. Ці Критерії визначають загальні вимоги до обґрунтування заяв (тверджень про продукцію), що використовуються стосовно косметичної продукції, та порядок застосування цих вимог.

2. Відповідальна особа застосовує ці Критерії під час формулювання та обґрунтування заяв стосовно косметичної продукції, що використовуються під час її маркування, надання на ринку та рекламування.

3. Ці Критерії застосовуються до заяв у формі текстів, назв, торговельних марок, зображень, графічних або інших знаків, які прямо чи опосередковано повідомляють про характеристики або функції косметичної продукції під час її маркування, надання на ринку та рекламування, незалежно від носія інформації, виду маркетингового засобу, заявлених функцій продукції та цільової аудиторії.

4. У цих Критеріях термін «заява (твердження про продукцію)» вживається в такому значенні: будь-яке пряме або опосередковане повідомлення про характеристики або функції косметичної продукції у формі тексту, назви, торговельної марки, зображення, графічного чи іншого знака.

5. Інші терміни вживаються у значеннях, наведених у Технічному регламенті на косметичну продукцію, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 20 січня 2021 р. № 65 (Офіційний вісник України, 2021 р., № 12, ст. 505; 2022 р., № 61, ст. 3660).

Застосування критеріїв

6. Відповідальна особа забезпечує відповідність формулювання заяви загальним критеріям, визначеним пунктами 11–31 цих Критеріїв, та узгодженість формулювання заяви з доказами заявленого ефекту косметичної продукції.

7. Відповідальна особа оцінює відповідність заяви цим Критеріям до початку її використання під час маркування, надання на ринку або рекламування косметичної продукції.

8. Під час оцінювання заяви враховуються її прямий та опосередкований зміст, контекст подання, носій інформації, заявлені функції продукції та цільова аудиторія.

9. Докази, що підтверджують заявлений ефект косметичної продукції, повинні міститися в документації на косметичну продукцію, якщо це виправдано характером впливу косметичної продукції.

10. Заява може використовуватися за умови її відповідності всім застосовним загальним критеріям, визначеним пунктами 11–31 цих Критеріїв. Якщо стосовно косметичної продукції використовується кілька заяв, оцінюється кожна заява та їх загальне представлення.

Загальні критерії обґрунтування заяв

Відповідність законодавству

11. Не допускаються заяви, які вказують або створюють враження, що косметична продукція була дозволена чи схвалена органом державної влади, зокрема органом державного ринкового нагляду, іншим державним органом, державною установою чи державним підприємством.

12. Прийнятність заяви оцінюється з урахуванням сприйняття середнього кінцевого користувача косметичної продукції, який є достатньо поінформованим, уважним та обачним, а також соціальних, культурних і мовних чинників, притаманних відповідному ринку.

13. Не допускаються заяви, які створюють уявлення про наявність у косметичної продукції особливої переваги, якщо така перевага полягає лише у відповідності мінімальним вимогам законодавства.

Правдивість

14. Якщо заявлено, що косметична продукція містить певний інгредієнт, такий інгредієнт повинен бути навмисно введений до її складу.

15. Заява про властивості певного інгредієнта не повинна створювати враження, що готова косметична продукція має такі самі властивості, якщо готова косметична продукція таких властивостей не має.

16. Маркетингове повідомлення не повинно подавати висловлення думки як перевірену заяву, якщо така думка не ґрунтується на доказах, які можна перевірити.

Доказове обґрунтування

17. Прямі та опосередковані заяви щодо косметичної продукції повинні бути підтверджені належними доказами, які можна перевірити, незалежно від виду доказів, використаних для обґрунтування заяви, включаючи, за потреби, експертні оцінки.

18. Докази, що використовуються для обґрунтування заяви, повинні враховувати сучасний рівень наукових і технічних знань.

19. Якщо як докази використовуються дослідження, вони повинні стосуватися відповідної косметичної продукції та заявленого ефекту, бути належно спланованими та виконаними, а застосовані методики повинні бути валідними, надійними та відтворюваними і відповідати етичним принципам.

20. Рівень доказовості або обґрунтування повинен відповідати виду заяви, зокрема якщо відсутність заявленої ефективності може створити проблему безпечності.

21. Очевидно перебільшені висловлювання, які середній кінцевий користувач не сприймає буквально, та висловлювання абстрактного характеру не потребують обґрунтування.

22. Заява, яка прямо чи опосередковано переносить властивості інгредієнта на готову косметичну продукцію, повинна бути підтверджена належними доказами, які можна перевірити, наприклад, доказами наявності такого інгредієнта в ефективній концентрації.

23. Оцінювання прийнятності заяви повинно ґрунтуватися на сукупності та доказовій силі всіх наявних досліджень, даних та інформації з урахуванням характеру заяви і загального рівня знань кінцевих користувачів.

Добросовісність

24. Представлення характеристик та ефективності косметичної продукції не повинно виходити за межі наявних доказів, що їх підтверджують.

25. Заява не повинна приписувати косметичній продукції особливі (тобто унікальні) характеристики, якщо аналогічна продукція має такі самі характеристики.

26. Якщо дія косметичної продукції залежить від конкретних умов, зокрема її використання разом з іншою продукцією, такі умови повинні бути чітко зазначені.

Справедливість

27. Заяви щодо косметичної продукції повинні бути об’єктивними та не повинні дискредитувати конкурентів або інгредієнти, використання яких дозволене законодавством.

28. Заяви щодо косметичної продукції не повинні створювати плутанину з продукцією конкурента.

Прийняття обґрунтованого рішення

29. Заяви повинні бути чіткими та зрозумілими для середнього кінцевого користувача.

30. Заяви є невід’ємною частиною косметичної продукції та повинні містити відомості, необхідні середньому кінцевому користувачеві для здійснення обґрунтованого вибору.

31. Маркетингові повідомлення повинні враховувати здатність цільової аудиторії, зокрема кінцевих користувачів різного віку та статі, зрозуміти відповідні повідомлення, а також бути чіткими, точними, доречними та зрозумілими для такої аудиторії.

_____