



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## **Jogsértő reklámállításokat tett az Avon**

**A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 40 millió forint bírságot szabott ki az AVON Cosmetics Hungary Kft.-re.**

A GVH az AVON Cosmetics Hungary Kft. több terméke esetében vizsgálta meg, hogy 2007. december 24. és 2008. szeptember 28. között egyes reklámokban (katalógusokban) tett állítások megfelelnek-e a valóságnak, s azt a vállalkozás tudja-e bizonyítani.

A GVH megállapította, hogy az Avon a SuperShock szempillaspirál kapcsán a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítva állította, hogy termék alkalmazása esetén a fogyasztónak akár tizenkétszer dúsabb pillái lehetnek egyetlen lépésben. Az állítás alátámasztására hivatkozott vizsgálat során a termék alkalmazására a mindennapi szokásos használattól eltérően került sor (2x14-szer került a szempillafesték felvitelre), amelyről a fogyasztók semmilyen tájékoztatást sem kaptak, s ez azt eredményezte, hogy a reklámok révén a fogyasztóban téves képzet alakulhatott ki a termék lényeges tulajdonsága, a dúsabb pillák megteremtésére való képesség vonatkozásában.

A GVH jogsértés állapított meg az Anew Ultimate bőroregedést késleltető éjszakai krém esetében tett azon állítással összefüggésben is, hogy a készítmény két hetes alkalmazását követően a finom ráncok csökkennek 63%-kal. A reklámból nem vált ismertté, hogy az állítás háttérben szubjektív hatékonysági vizsgálat, a megkérdezett fogyasztók véleménynyilvánítása áll, vagyis nem egy objektív vizsgálat, miközben ez utóbbira utalt a klinikai vizsgálatra történő utalás is a reklámban. Egyébiránt még a szubjektív vizsgálat sem támasztotta alá a reklámban tett kategorikus, minden fogyasztó irányában megfogalmazott ígéretet.

A Terhességi csíkok és narancsbőr elleni testápoló krém vonatkozásában is jogsértés került megállapításra, mivel a becsatolt vizsgálati anyagok nem igazolták azt az állítást, hogy a krém 4 hetes rendszeres használata után az USA-ban végzett 12 hetes klinikai teszten részt vevő 65 nő 67%-a mutatott javulást a terhességi csíkok egyenletes bőrtónusában.

A Testfeszítő spray esetében az Avon azt állította, hogy annak alkalmazásával a combokról, a derékről és a csípőről 1 hét alatt akár -1 cm mértékű eredmény érhető el. Az Avon nem bizonyította, hogy az állítás megfelel a valóságnak (így pl. 1 hetes használat voltak olyan fogyasztók, akik esetében nemhogy csökkent volna a terület, hanem éppen nőtt), miközben a benyújtott iratokból megállapíthatóan például a használat a 8. héten egyik terület változása sem különbözik szignifikánsan a kiinduló helyzethez képest, amely a GVH szerint azt mutatja, hogy ha van is hatása a terméknek, az 8 hét használat után nem mérhető.

Az Avon a Vitalizáló nappali arckrém SPF 20 kapcsán azt állította, hogy a termék 3 nap alatt javítja a bőr megjelenését és a bőr tisztaságát, egyenletessé teszi tónusát, illetve a Vitalizáló éjszakai hidratáló arckrém kapcsán azt közölte, hogy alkalmazása esetén 3 nap alatt a bőr fiatalosan tiszta, láthatóan makulátlan lesz, s kisimulnak a kis ráncok. A reklámokban az állítás alátámasztásaként hivatkozott véleményfelmérés angol nyelvű dokumentációja ugyanakkor nem tartalmazta pontosan a reklámállításokra vonatkozó adatokat. A GVH megvizsgálta a dokumentumnak a tartalmilag hasonló kifejezésekkel kapcsolatos tartalmát is, s arra a következtetésre jutott, hogy még a szubjektív fogyasztói vélekedések szerint sem várható a reklámokban kategorikusan, minden terméket használó fogyasztó vonatkozásában megfogalmazott ígéretek megvalósulása.

Az Intenzíven ívelő és hosszabbító szempillaspirál esetében az Avon azt közölte, hogy a termék 1 napos alkalmazásával láthatóan 75%-kal hosszabb pillák érhetők el. A GVH nem fogadta el a becsatolt bizonyítékokat, mivel a vizsgálati alanyok minden szempilla esetében a készítményt 28-szor vitték fel, azaz a termék alkalmazására a mindennapi szokásos alkalmazástól eltérően került sor, amelyről a fogyasztók semmilyen tájékoztatást sem kaptak.

Az Avon az Intenzíven ívelő és hosszabbító szempillaspirál esetében azt is állította, hogy a termék alkalmazásával akár 100%-kal íveltebb pillák érhetők el. Az ezzel kapcsolatban benyújtott bizonyítékokat a GVH elégtelennek ítélte.

Az Anew Clinical ráncfeltöltő vonatkozásában azt az állítást fogalmazta meg a fogyasztók felé az Avon, hogy a termék alkalmazása révén akár 40%-kal csökkennek a homlokráncok, akár 50%-kal csökkennek a szarkalábak és akár 50%-kal csökkennek a mimikai ráncok, azt is közölve, hogy az állítás háttérében egy, 145 nő bevonásával az USA-ban végzett 8 hetes fogyasztói véleményfelmérés áll. Az eljárás során ugyanakkor a reklámban hivatkozott fogyasztói véleményfelmérés anyaga nem került becsatolásra. Egyébiránt a benyújtott másik vizsgálati anyag sem bizonyította, hogy az állítás megfelel a valóságnak.

Az Anew Clinical ráncfeltöltő esetében az is ígértként szerepelt, hogy alkalmazása révén azonnal csökkennek a mély mimikai ráncok. A GVH szerint a benyújtott bizonyíték nem volt alkalmas annak bizonyítására, hogy az állítás megfelel a valóságnak. A lefolytatott vizsgálattal szemben kifogásként fogalmazta meg a GVH, hogy a vizsgálat során a termék használatára a mindennapi viszonyoktól eltérő körülmények között került sor, s így nem zárható ki, hogy a mindennapi használat során az eredmények kedvezőtlenebbek, mint a vizsgálat során mért eredmények, vagyis a fogyasztó nem kapott reális képet a termékről.

A jogsértés megállapítása mellett a GVH bírságot szabott ki az ügyben. A bírság összegének megállapítása során a GVH lényeges enyhítő körülményként értékelte, hogy az Avon elismerte, problémák vannak az általa megvalósított tájékoztatási folyamatban, s ismertette, ezen változtatni kíván, amelynek keretében intézkedéseket hoz annak érdekében, hogy a GVH-nak kozmetikai piacot érintő határozataiban a fogyasztókat megcélzó tájékoztatásokkal kapcsolatban rögzített szempontok az Avon tájékoztatási gyakorlatában érvényre jussanak.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-24/2009.**

Budapest, 2009. július 15.

Gazdasági Versenyhivatal  
Kommunikációs Csoport

További információ:

Baráth Erika

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: (1) 472-8985

email: [BARATH.Erika@gvh.hu](mailto:BARATH.Erika@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>