



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211.

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/037/2015.

Iktatószám: Vj/037-42/2015.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a **Szecskey Ügyvédi Iroda** (1055 Budapest, Kossuth tér 16-17., eljáró ügyvédek: Dr. B. G. és Dr. K. A.) által képviselt **L'OREAL Magyarország Kozmetikai Kft.** (1023 Budapest, Árpád fejedelem útja 26-28.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

A végzéssel szemben a közléstől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni. A jogorvoslati kérelmet a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság nemperes eljárásban bírálja felül, amely során kizárólag okirati bizonyításnak van helye, azonban a bíróság a feleket a szükségeshez képest meghallgathatja.

INDOKOLÁS

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 26. §-ának (1) bekezdésének alkalmazásával 2015. május 6-án indított versenyfelügyeleti eljárást a L'OREAL Magyarország Kozmetikai Kft. ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt.
2. A GVH ugyanis észlelte, hogy a L'OREAL Magyarország Kozmetikai Kft., az általa forgalmazott Vichy Liftactiv Supreme elnevezésű termékkel kapcsolatosan közzétett kereskedelmi kommunikációjában a termék hatékonyságára vonatkozóan valószínűsíthetően nem kellően megalapozott állításokat jelenített meg és ezzel az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt az eljárás alá vont által a Vichy Liftactiv Supreme népszerűsítésére 2014. január 1-jétől alkalmazott teljes kereskedelmi gyakorlatra.

3. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a GVH észlelte, hogy a L'OREAL Magyarország Kozmetikai Kft. által forgalmazott Vichy Liftactiv Supreme elnevezésű termékre vonatkozóan közzétett kereskedelmi kommunikáció a kozmetikai termékekről szóló 2009. november 30-i 1223/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1223/2009/EK rendelet) 20. cikk (1) bekezdésében foglalt rendelkezést is sérthette azáltal, hogy a Vichy Liftactiv Supreme elnevezésű termék reklámozásakor olyan tulajdonságok meglétére utalt, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik, ezért a GVH 2015. július 27-én kelt Vj/37-15/2015. számú végzésével a vizsgálatot kiterjesztette annak vizsgálatára is, hogy az eljárás alá vont ügyindító végzés szerinti magatartása megsértette-e 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
4. A vizsgálat 2015. november 12-én terjesztette fel jelentését a Versenytanács elé. Tekintettel a jelentés tartalmára, illetve a versenyfelügyeleti eljárás során beszerzett bizonyítékokra, az eljáró versenytanács 2015. november 23-án a Vj/37-38/2015. számú irattal megküldte az eljárás alá vont számára a Vj/037-035/2015. számú (az eljárás alá vont üzleti titkát tartalmazó) és Vj/037-036/2015. számú (üzleti titkot nem tartalmazó) vizsgálati jelentéseket észrevételezés, illetve nyilatkozattétel céljából a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 73. §-ának (3) bekezdése alapján.
5. Az eljárás alá vont a Vj/037-039/2015. számú iratban úgy nyilatkozott, hogy a L'OREAL Magyarország Kozmetikai Kft.-nek nincs észrevétele a vizsgálati jelentéssel kapcsolatosan, egyetért azzal a vizsgálói indítvánnyal, hogy az eljáró versenytanács állapítsa meg, hogy a jelen eljárás tárgyát képező kereskedelmi kommunikáció nem jogsértő.

II.

Az eljárás alá vont és az érintett termék

6. Az eljárás alá vont L'OREAL Magyarország Kft. (a továbbiakban: L'OREAL vagy eljárás alá vont) a L'OREAL csoport magyarországi leányvállalata. Az eljárás alá vont vállalkozásnak nincs részesedése belföldi vagy külföldi vállalkozásban, továbbá gyártási tevékenységet nem végez: elsősorban a cégcsoport más tagjai által előállított termékek nagykereskedelmét végzi Magyarországon.
7. A különböző termékek értékesítését és népszerűsítését négy, egymástól nagyrészt függetlenül működő üzletág végzi. Ezek közül a Vichy termékek az „Aktív Kozmetikai divízióhoz” tartoznak a La Roche Posay márkájú termékekkel együtt.¹ A három további divízió a „Luxus divízió” (Lancome, Giorgio Armani, Yves Saint Laurent, Biotherm), a „Közönségcikk divízió” (Maybelline, L'Oréal Paris, Garnier) és a „Professzionális termékek divízió” (L'Oréal Professionnel, Kérastase, Redken, Matrix).²
8. Az eljárás alá vont 2014. évi nettó árbevétele 12.678.870.000 Ft volt.³
9. Az eljárás alá vont nyilatkozata⁴ szerint az arcápolási termékek piaca két fő szegmensre bontható: arctisztítókra és arckrémekre. Az arckrémeken belül az eljárás alá vont megkülönböztet hidratáló krémeket és öregedés elleni krémeket.

¹ VJ/37-2/2015. számú irat 2. pontja

² <http://www.loreal.hu/markak/professzionalis-termekek-divizio.aspx?action=true> Utolsó letöltés: 2015. október 19.

³ VJ/37-6/2015. számú irat 2. számú melléklete

⁴ VJ/37-2/2015. számú irat. 13. pontja

10. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termék a Vichy Liftactiv Supreme öregedés elleni arckrém, amelyet kizárólag gyógyszerárban árulnak. A krémnek két változata van: a normál és kombinált (Liftactive Supreme Normal Skin 50ml), valamint a száraz (Liftactive Supreme Dry Skin 50ml) arcbőrre való.
11. Az eljárás alá vont csatolta a Vichy Liftactiv Supreme arckrém forgalmi adatait havi bontásban.⁵ Az adatokat a Vj/037-035/2015. számú vizsgálati jelentés ismerteti.

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

12. Az eljárás alá vont 2014. szeptemberében, a Vichy Liftactiv Supreme termékének népszerűsítésére indított kampányában a saját honlapján, banneren, Google AdWords hirdetésben, televíziós reklámokban, nyomtatott sajtóhirdetéseken és eladáshelyi (POS) hirdetési eszközökön tett közzé hirdetést.
13. Az eljárás alá vont ismertette⁶ a reklámügynökségi brief csatolásával a kampány célkitűzéseit és hátterét, valamint az egyes reklámeszközök megjelenési jellemzőit és költségeit. A részletes költség és megjelenési adatokat a Vj/037-035/2015. számú vizsgálati jelentés összegzi.
14. A jelen végzés melléklete az egyes kommunikációs eszközök tartalmát mutatja be, amelyek egyes speciális megjelenési jellemzői kapcsán az eljárás alá vont az alábbiakat adta elő, illetve az alábbi megállapítások tehetők:

1. Saját honlap

Az eljárás alá vont nyilatkozata⁷ szerint a www.vichy.hu weboldalon a Vichy Liftactiv Supreme termék microsite-ja⁸ 2014. októbertől volt elérhető.

2. Bannerek

Az eljárás alá vont nyilatkozata⁹ alapján az alábbi honlapokon jelentek meg különböző tartalmú bannerek:¹⁰

- 2.1. www.nlc.hu

- 2.2. www.index.hu

- 2.3. www.startlap.hu

3. Google Adwords és Google Display

Az eljárás alá vont nyilatkozata¹¹ szerint az eljárással érintett termék reklám kampányáért felelős reklámügynökség a Google AdWords hirdetési szolgáltatáson (Google AdWords és Google Display szolgáltatáson egyaránt) keresztül a L'OREAL több kulcsszót és több fajta szöveges hirdetést adott meg a Google részére. Ezek a kampány kezdetén véletlenszerűen lettek összepárosítva, azaz véletlen volt, hogy melyik kulcsszó esetén melyik hirdetési szöveg jelent meg.

⁵ VJ/37-2/2015. 9. számú melléklet.

⁶ VJ/37-2/2015. számú irat 8. számú melléklete, magyar fordítás VJ/37-18/2015. számú irat 1. számú melléklete.

⁷ VJ/37-2/2015. számú irat 6. számú melléklete.

⁸ Fixen az oldalba épített hirdetési felület, melyre kattintva egy több html oldalból álló kis méretű honlap ugrik fel.

⁹ VJ/37-2/2015. számú irat 3. számú melléklete.

¹⁰ A költségadatokat a VJ/37-13/2015. számú irat 1. számú melléklete tartalmazza.

¹¹ VJ/37-2/2015. számú irat 7. számú melléklete, melyet a VJ/37-13/2015. számú adatszolgáltatással pontosított.

Később a Google AdWords rendszere előnyben részesítette a legtöbb átkattintást eredményező hirdetési szöveget.

A landing page a Vichy.hu/Lifatctiv-Supreme link volt.

4. Televíziós reklámok

Az eljárás alá vont egy televíziós reklámfilm¹² alkalmazott a vizsgált kampány során.¹³

5. Nyomtatott sajtóbeli hirdetések

Az eljárás alá vont az

- 5.1. Éva
 - 5.2. Marie Claire
 - 5.3. Nők Lapja Évszakok
 - 5.4. Elle havi lapokban és a
 - 5.5. Nők Lapja heti lapban
- jelentetett meg¹⁴ sajtóhirdetéseket.¹⁵

6. POS hirdetési eszközök

A kampányban az eljárás alá vont az alábbi eladáshelyi reklámeszközöket alkalmazta:¹⁶

- 6.1. Lux teszter
- 6.2. Teszt csík
- 6.3. „Cube” (terméket reklámozó kocka alakú plakát)
- 6.4. Brossúra termékmintával
- 6.5. Stopper (polcot megszakító figyelemfelhívó plakát)
- 6.6. Polccsík
- 6.7. „Pankard” (gyógyszertárak belső terében elhelyezett nagyobb méretű plakát)
- 6.8. Kirakati fólia (gyógyszertárak kirakatának ablakára ragasztott fólia)

IV.

Az egyes vizsgált állítások igazolására benyújtott dokumentumok

15. A vizsgálat az alábbi állítások igazolására hívta fel¹⁷ az eljárás alá vont vállalkozást az Fttv. 14. §-ára is tekintettel:

Állítások	Azonos tartalmú állítások
Az arcbőr azonnal simábbnak látszik.	Pl. „azonnal felfrissíti arcszínét”, „AZONNALI HATÁS” Minden olyan állítás, amely a hatás gyors elérésére, láthatóvá válására utal.
+16% feszeség	-
Egészen estig a feszesebbnek ható	Pl. „Reggeltől estig”, „Reggeltől egészen estig: Az intenzívebb kisimító hatásért.”, „A nap végén az arcbőr simábbnak, ragyogóbbnak tűnik.”,

¹² VJ/37-2/2015. számú irat CD melléklete.

¹³ VJ/37-2/2015. számú irat 3. számú melléklete.

¹⁴ VJ/37-2/2015. számú irat 2.2 számú melléklete.

¹⁵ VJ/37-2/2015. számú irat 3. számú melléklete.

¹⁶ VJ/37-2/2015. számú irat 3. számú melléklete, melyet az eljárás alá vont később pontosított a VJ/37-13/2015. számú irat 5. számú mellékletében.

¹⁷ VJ/37-1/2015. és VJ/37-29/2015. számú irat.

arcvonásokért.	„MONDJON NEMET A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS JELEIRE”, „Ne hagyja, hogy a napközbeni bőröregedés jelei elárulják korát”, „EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL”. Minden olyan állítás, amely az estig tartó hatásra utal.
Akár egy hónap után a ráncok megjelenése csökken.	Pl. „Akár egy hónap után: A ráncok csökkenni látszanak.”, „AKÁR 1 HÓNAP UTÁN AZ ÁTFOGÓ LIFTING-HATÁSÉRT: A RÁNCOK KORRIGÁLÁSA, MÉG A MÉLYEBBEKÉ IS.”, „AKÁR 1 HÓNAP UTÁN Az arc bőr simábbnak érződik.” Minden olyan állítás, amely a hosszú távon elérhető hatásra utal.
+32% feszesség	-

16. Az eljárás alá vont többféle vizsgálati anyagot,¹⁸ tanúsítványokat¹⁹ és a Colipa Guidelines²⁰ összefoglalóját nyújtotta be a fenti állítások igazolására, valamint olyan nyilatkozatokat terjesztett elő, amelyek az előzőek (vizsgálati eredmények, megfelelőségi kritériumok) szerinti és a vizsgált kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó következtetéseket is tartalmazzák. A vizsgálati anyagok tartalmának döntő többsége az eljárás alá vont, illetve a L'OREAL csoport üzleti titka.

17. A következőkben az eljáró versenytanács csak a jelen ügy szempontjából releváns és üzleti titkot nem képező tartalmakat ismerteti azzal, hogy generális utalásokat tesz a nem betekinthető tartalmakra is.

Vizsgálati anyagok

18. Az eljárás alá vont által becsatolt²¹ egyenértékűségi tanúsítvány szerint az alábbiakban felvázolt vizsgálati anyagokban használt készítmények megegyeznek a jelen versenyfelügyeleti eljárással érintett Vichy Liftactiv Supreme elnevezésű termékkel. A teljes vizsgálati dokumentáció a Vj/37-2/2015. számú irat 11. számú mellékletben olvasható (magyar nyelvű összefoglaló a Vj/37-18/2015. számú iratban).

19. A csatolt (műszeres, bőrgyógyász szakértői és önértékelésen alapuló) vizsgálati anyagok mindegyike kapcsán megállapítható, hogy

- a 2014. szeptemberében indult vizsgált kereskedelmi gyakorlatot megelőzte (2014. első felében végzett vizsgálati anyagok),
- részletesen tervezésre, rögzítésre és dokumentálásra kerültek a klinikai vizsgálati feltételek és körülmények, a vizsgált a minták nem elhanyagolható méretűek és megfelelnek a kereskedelmi gyakorlatban megjelenítettnek,
- a vizsgálatok a termék első (egyszeri) és hosszabb távú használatának a hatását is értékelték,
- az eredmények szignifikánsak, minden esetben megjelenítésre kerülnek az átlagok és a szórások is, valamint bemutatásra került a statisztika analízis módszertana is,
- a vizsgálati beszámolók tartalmazzák a célokat és a következtetéseket is, valamint – ahol az releváns – részletesen kitérnek az alkalmazott technológiára, bemutatják a műszereket, az alkalmazott mérési technológiákat és mértékegységeket, illetve a mért adatokat,

¹⁸ VJ/37-2/2015. számú irat 11. számú melléklete, magyar nyelvű összefoglaló VJ/37-18/2015. számú irat.

¹⁹ VJ/37-2/2015. számú irat 12. számú melléklete, valamint a VJ/37-33/2015. számú irat 1. számú melléklete.

²⁰ VJ/37-2/2015. számú irat 13. számú melléklete.

²¹ VJ/37-25/2015. számú irat 1. számú melléklete.

- az eredmények megfogalmazása kapcsolatba hozható a kereskedelmi gyakorlatban szereplő állításokkal.

Tanúsítványok

20. Az eljárás alá vont által becsatolt tanúsítványok²² a vizsgálati anyagok relevanciáját mutatják be az egyes vizsgált állítások kapcsán, utalva azok tartalmára, céljaira, eredményeire. A tanúsítványok következtetései szerint az egyes állításokat alátámasztják a vizsgálati anyagok.
21. Az eljárás alá vont által készített összefoglaló anyag kitér azon köztudomásúnak tekintett tényekre is a termék kapcsán, hogy
 - az öregedés jelei évről évre jelentkeznek, a korral az arc bőre változik, veszít feszségéből, ráncok jelennek meg,
 - a napi fáradtsággal a nap végére a ráncok még láthatóbbá válnak, a feszség csökken, az arc fakóbbá válik,
 - a napi öregedés jelei hasonlóak a hosszú távú öregedés jeleihez.

COLIPA iránymutatás a termékek hatékonyságának a vizsgálatára

22. Az eljárás alá vont becsatolta a 2008. év májusában kiadott, a COLIPA²³ Kozmetikai Termékek Hatékonyságának Vizsgálatáról szóló Iránymutatását²⁴ (a továbbiakban: Iránymutatás), és ismertette az Iránymutatás releváns pontjait.
23. Az Iránymutatás célja, hogy segítse a kozmetikai iparágat abban, hogy a piaci szereplők megfeleljenek a kozmetikai termékek hatékonyságának vizsgálatára vonatkozó hatályos európai szabályozásnak: összefoglalást kíván nyújtani az elfogadott és megfelelő kutatási módszertanokról.
24. Az eljárás alá vont az Iránymutatás alapján kiemelte, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások alátámasztása a termék fejlesztésének és tervezésének a szerves része kell, hogy legyen, nem pedig csak egy előre kialakított merev eljárásnak kell lennie a fejlesztést követően, melynek célja kizárólag az, hogy támogassa a termék teljesítményének és előnyeinek kommunikációját. Továbbá az iparágat bátorítani kell a minden fogyasztó számára előnyös új és korszerűsített kozmetikai hatások kutatására és fejlesztésére, feltéve, hogy ezeket a hatásokat megfelelően kommunikálják és azok kifejtésére a termék valóban képes. Az olyan hitelesített vizsgálati módszertanok, mint az alább leírtak, megfelelő és hatékony eszközök arra, hogy a termék hatékonyságát vizsgálják, valamint, hogy elősegítsék a versenyt és az innovációt.
25. A termék hatékonyságának alátámasztására készült vizsgálatoknak, valamint egyéb forrásból származó információknak (például a szakirodalomban található adatok, úgy mint a kulcsfontosságú alapanyagokról szólóak) a kommunikációban való használatára az Iránymutatás nem vonatkozik, az a téma a COLIPA Kozmetikai Termékek Kommunikációjáról szóló Iránymutatásának²⁵ tárgya. Ugyanis bizonyos, a termék hatékonyságára vonatkozó állítások még akkor is a kozmetikai irányelv hatályán kívül eshetnek, ha megfelelően kidolgozott módszertannal kerültek alátámasztásra. Az Iránymutatás nem foglalkozik azoknak az állításoknak a meghatározásával,

²² VJ/39-2/2015. számú irat 12. számú melléklete, valamint a VJ/37-33/2015. számú irat 1. számú melléklete.

²³ A COLIPA a korábbi neve a European Cosmetics Association (Európai Kozmetikai, Piperecikk és Illatszerszövetség) nevű szervezetnek. A COLIPA-nak valamennyi nagy nemzetközi vállalat a tagja, az irányelvek az iparági gyakorlatot mutatják be.

²⁴ <https://www.cosmeticseurope.eu/publications-cosmetics-europe-association/guidelines.html?view=item&id=23>

²⁵ Colipa Guidelines for Communication on Cosmetic Products

amelyek alkalmazása kozmetikai termékek esetében tiltott. Ebben a tárgyban a piaci szereplők számára az Európai Unió „Borderline Product Manual” című kiadványa javasolt felhasználásra.

26. Annak a követelménynek megfelelően, hogy az állítás alátámasztására vonatkozó anyagokat tartalmaznia kell a Termékinformációs csomagnak (melyet a terméket a piacon forgalomba hozó személy tart magánál), javasolt, hogy a hatást alátámasztó technikai adatokról készült rövid összefoglaló az ellenőrző hatóságok számára hozzáférhetően elérhető legyen. Az állítások ezen alátámasztására vonatkozó összefoglaló származhat az alább leírt módszertanokkal végzett vizsgálatokból származó adatokból is. A kozmetikai termékek hatásosságára vonatkozó dokumentáció követelményeivel a COLIPA-nak az Európai Unió Termékinformációs Követelményeiről szóló iránymutatása foglalkozik.
27. Az előzőekben meghatározott célok teljesülése érdekében, az Iránymutatás útmutatást ad arra nézve, hogy mely vizsgálatok, miképpen végzendők el. Az Iránymutatás ezen része négy fejezetből és egy mellékletből áll.
28. Az első fejezetben („A fő módszertani megközelítések”), ahol az egyes vizsgálati fajták részletes leírásai találhatóak, valamint tanácsok és iránymutatások arra nézve, hogy ezen vizsgálatokat hogyan kell elvégezni, szerepel az alábbi iránymutatás is:

„A fejlesztés alatt álló kozmetikai termék tervezett felhasználásától függően lehetséges több fajta kísérleten alapuló vizsgálatnak, illetve ezek kombinációjának a használata is:

- *érzékszerveken alapuló vizsgálat (látás, tapintás, szaglás), melyet végezhet maga a fogyasztó vagy szakértő is;*
- *műszeres vizsgálat, mely bizonyos kritériumok mérését helyezi előtérbe, in vivo, ex-vivo vagy in vitro módszerekkel, melyek ugyan nem reprodukálják a termék használatának normál körülményeit, azonban lehetővé teszik bizonyos tevékenységeknek a kontextusukon kívüli objektív vizsgálatát, vagy azt, hogy a termék használatának szempontjából jelentős elemeket ellenőrzött körülmények közt replikáljanak.*

A vizsgálatok megtervezése egy komoly és összetett feladat, ezért az optimális eredmény elérése érdekében a tervezési folyamat és a vizsgálat analízisa során a tervezéshez és analitikához kapcsolódó statisztikai elvekre kell támaszkodni, beleértve tapasztalt statisztikusokkal való konzultációt is. Ez annak érdekében szükséges, hogy a lehető legkisebb számú vizsgálati tárgy igénybevételével tudományosan elfogadható következtetéseket lehessen levonni.”

29. Az Iránymutatás második fejezetében azon elvek találhatóak, amelyeknek minden vizsgálatnak meg kell felelnie. Ilyen többek között:
- A vizsgálatoknak és a tanulmányoknak relevánsaknak kell lenniük, valamint megbízható és reprodukálható módszerekkel kell készülniük.
 - A tanulmányoknak és a kutatásoknak egy jól megtervezett és tudományos szempontból megfelelő módszertan szerint kell készülniük, figyelembe véve a helyes és jó gyakorlatokat.
 - A termék hatásának értékelésére szolgáló kritériumnak pontosan definiálnak és a vizsgálat céljának megfelelőnek kell lennie.
 - Szükség esetén embereken végzett vizsgálatok lefolytatása is indokolt, akik a népességben belül a célcsoportból kell, hogy kikerüljenek:
 - Szigorú kritériumok szerint kell meghatározni, hogy kik tartoznak bele ebbe a csoportba és kiket zárnak ki belőle;

- a vizsgálatról protokollt kell készíteni, melyet az érintett felek jóváhagynak;
 - a vizsgálatot végző laboratóriumok standardizált eljárás szerint kell, hogy működjenek.
- A protokoll és a működési eljárásoknak megfelelő működés biztosítása érdekében szükséges egy, a vizsgálatot ellenőrző rendszer létrehozása.
30. Az Iránymutatás harmadik fejezete („A vizsgálati protokollban feltüntetendő információ”) a feltüntetendő általános- és specifikus információkat gyűjti össze:
- általános információk (pl. a vizsgálat célja, a vizsgált termékek és referencia termékek köre, a vizsgálati eljárás, adatkezelés, feldolgozás és az eredmények analizálása, felszerelés és reagensek),
 - specifikus információk (pl. az önként jelentkezőkön végzett értékelés, módszertan, *ex vivo* / *in vitro* vizsgálatok).
31. Az Iránymutatás negyedik fejezete arról szól, hogy milyen információkat kell feltüntetni a vizsgálati jelentésben:
- általános információk (azonosítás, a vizsgálat célja, a vizsgálat munkaterve, módszertan, statisztikák, eredmények, értékelés, konklúzió, vizsgálatért felelős személyek aláírása, a jelentés összefoglalója),
 - specifikus információk (önként jelentkezőkön végzett értékelés, fogyasztók által végzett, használaton alapuló vizsgálat, szakértők által végzett, érzékszervi alapú vizsgálat, szakértők által végzett értékelés és műszeres tesztek, *ex vivo* / *in vitro* vizsgálatok).
32. Az Iránymutatáshoz tartozik egy olyan melléklet is, mely az elvégzett vizsgálatok statisztikai értékelésére nézve ad tanácsot.

V.

Az eljárás alá vont előadása

33. Az eljárás alá vont előadta,²⁶ hogy a fent bemutatott vizsgálati anyagoknak megfelelően fogalmazták meg a reklámokban használt állításukat.
34. Az eljárás alá vont hivatkozott
- a 655/2013/EU rendelet mellékletének azon pontjára, mely szerint *„az állítás elfogadhatóságának a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó megítélésén kell alapulnia, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket figyelembe véve”,* továbbá
 - a 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) 18. preambulum bekezdésére, mely szerint *„helyénvaló minden fogyasztó védelme a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben; ugyanakkor a 84/450/EGK irányelv elfogadása óta a Bíróság szükségesnek tartotta a reklámra vonatkozó ítélkezési gyakorlatában a feltételezett, tipikus fogyasztóra gyakorolt hatás megvizsgálását. Az arányosság elvével összhangban és az abban foglalt védelem hatékony alkalmazása érdekében ez az irányelv azt az átlagfogyasztót veszi*

²⁶ VJ/37-2/2015. számú irat 18. pont.

viszonyítási alapul, aki a Bíróság értelmezése szerint megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő, figyelembe véve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is, ugyanakkor ez az irányelv rendelkezik azon fogyasztók kihasználásának megakadályozásáról is, akik tulajdonságaik alapján különösen kiszolgáltatottak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatoknak. Amennyiben egy kereskedelmi gyakorlat célzottan egy bizonyos fogyasztói csoportra – például a gyermekekre – irányul, kívánatos, hogy a csoport átlagtagja szempontjából megvizsgálják a kereskedelmi gyakorlat hatását.”

35. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv fenti meghatározását a magyar Fttv. is átültette a 4. § (1) bekezdésében. Megjegyezte továbbá, hogy a fenti definíció az Európai Unió Bíróságának esetjoga alapján alakult ki (pl. Walter Rau v. De Smedt C-261/81, Gut Springenheide C-210/96, Verband Sozialer Wettbewerb eV v. Clinique Laboratoires Snc a Ester Laurer Cosmetics GmbH, C-315/92).
36. Az eljárás alá vont kifejtette, hogy álláspontjászerint a fogyasztók pontos információt kapnak a termék várható hatásáról és kihangsúlyozta, hogy egyetlen fogyasztói panasz sem érkezett a termékkel kapcsolatban.
37. Az eljárás alá vont az egyes állítások kapcsán az alábbi megjegyzéseket tette a vonatkozó, fentebb hivatkozott, üzleti titoknak minősülő iratok, vizsgálati dokumentációk benyújtásán túl.

„Az arcbőr azonnal simábbnak látszik.”

Az eljárás alá vont álláspontja, hogy az állítás szerint a termék használatát követően azonnali hatás tapasztalható, azaz a bőr simábbnak tűnik, a ráncok kevésbé láthatóak, amely állításnak a fogyasztói értelmezését ekként a benyújtott vizsgálati eredmények igazolják.

„+16% feszeség”

Az eljárás alá vont szerint fent bemutatott vizsgálat anyagok alátámasztják, hogy a bőr feszesége 16%-kal növekszik. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a fogyasztók ezt az állítást úgy értékelik, hogy a termék használatától bőrük feszeségének bizonyos mértékben javul. Az adott mértékre vonatkozóan az eljárás alá vont bizonyítékot, azaz egy műszeres felmérés eredményét csatolta.

„Egészen estig a feszesebbnek ható arcvonásokért.”

Az eljárás alá vont álláspontja szerint ezen állítás üzenete az, hogy hosszan tartó feszesítő és erősítő hatása van a terméknek: amely állításnak a fogyasztói értelmezését ekként a benyújtott vizsgálati eredmények igazolják.

„Akár egy hónap után a ráncok megjelenése csökken.”

Az eljárás alá vont álláspontja szerint az állítás üzenete az, hogy a termék használata hosszabb távon a ráncok csökkenését eredményezi, amire vonatkozóan az eljárás alá vont szintén benyújtott vizsgálati dokumentációt. (Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az utóbbi vizsgálati anyagok a feszeség növekedésének a mértékére vonatkozóan is tartalmaznak számszerűsített eredményeket.)

38. Az eljárás alá vont mindezeket túlmenően előadta,²⁷ hogy a vizsgált reklámállításokat a csatolt vizsgálati anyagok megfelelően alátámasztják. A vizsgálatokban használt módszereket részletesen a COLIPA Iránymutatás fejti ki. A tanúsítványokkal összhangban az eljárás alá vont kifejtette, hogy a vizsgálatokat aszerint választották ki, hogy milyen elismertek, és hogy hogyan és milyen módszertan szerint végzik azokat.

²⁷ VJ/37-2/2015. számú irat 19. pont.

39. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy különös figyelmet szentel az Fttv.-n túl és a COLIPA iránymutatásai mellett az alábbi európai uniós jogszabályoknak:

- 1223/2009/EK rendelet (2009. november 30.) a kozmetikai termékekről,

Az eljárás alá vont ezen jogszabály tekintetében a 20. cikk (1) és (2) bekezdéseire utalt, melyek szerint „*A kozmetikai termékek címkézésekor, forgalmazásakor és reklámozásakor tilos az olyan megszövegezés, valamint az olyan elnevezések, védjegyek, képek és egyéb képi vagy más megjelölések használata, amelyek olyan tulajdonságok vagy funkciók meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik. A Bizottság a tagállamokkal együttműködve cselekvési tervet készít az alkalmazott állításokról és meghatározza az állítások alkalmazása helytállóságának közös kritériumaira vonatkozó prioritásokat.*”

- a Bizottság 655/2013/EU rendelete (2013. július 10.) a kozmetikai termékekről tett állítások indoklására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról (közös kritériumok),

40. Az eljárás alá vont idézte a közös kritériumok

- 3. preambulumban bekezdését, miszerint „*a kozmetikai termékekről tett állítások indokolása érdekében uniós szinten közös kritériumokat kell megállapítani. A közös kritériumok megállapításának fő célja a végfelhasználók magas szintű védelemének biztosítása, különösen a kozmetikai termékekre vonatkozó megtévesztő állításokkal szemben. Egy uniós szintű közös megközelítés a tagállamok illetékes hatóságai által tett intézkedések fokozottabb összehangoltságát, valamint a belső piac torzulásainak megelőzését is szolgálja.*”
- 6. preambulumban bekezdését, mely szerint „*a végfelhasználóknak szóló üzenetek esetében rugalmas megközelítést kell alkalmazni, a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezők figyelembevételével, valamint az európai gazdasági ágazat innovációjának és versenyképességének megőrzése érdekében. Ez a megközelítés összhangban van a Bíróság által kimondott elvekkel, amely több ízben kifejtette, hogy annak meghatározásához, hogy egy állítás megtévesztheti-e a fogyasztót, mérlegelni kell a fogyasztó elvárásait, az állítás adott szövegkörnyezetének és körülményeinek figyelembevételével, ideértve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is.*”

41. Az eljárás alá vont ezekből fontosnak tartotta kiemelni, hogy álláspontja szerint a végfelhasználónak szóló üzenetekkel kapcsolatban rugalmas megközelítést kell alkalmazni, a belső piac érvényesülésének és a gazdasági ágazat innovációjának és versenyképességének megőrzése érdekében.

42. Az eljárás alá vont ebben a körben hivatkozott a közös kritériumok mellékletének 3. részében foglalt 2. és 3. pontra, melyek szerint „*az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatokat*” és „*amennyiben az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódniuk, kellően megtervezett és kivitelezett (érvényes, megbízható és megismételhető) módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.*”

43. Az eljárás alá vont összefoglalásként megállapította, hogy tesztelési eljárásait az európai uniós jogszabályainak és a nemzetközi iránymutatásoknak megfelelően alakította ki, valamint figyelembe veszi a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatot, így álláspontja szerint az általa alkalmazott reklámállítások nem jogsértőek és kérte a GVH-t, hogy a Tptv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján állapítsa meg, hogy magatartása nem jogsértő és szüntesse meg az eljárást.

VI. Jogi háttér

1223/2009/EK rendelet

44. A vizsgálattal érintett termék kozmetikum. A kozmetikai készítmények biztonságosságát, az emberi egészség magas szintű védelmét és a belső piac működését a 1223/2009/EK rendelet hivatott biztosítani az érintett piacon.
45. A 1223/2009/EK rendelet 20. cikkének (1) bekezdése értelmében kozmetikai termékek címkézésekor, forgalmazásakor és reklámozásakor tilos az olyan megszövegezés, valamint az olyan elnevezések, védjegyek, képek és egyéb képi vagy más megjelölések használata, amelyek olyan tulajdonságok vagy funkciók meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik.
46. A 1223/2009/EK rendelet minden tagállamban teljes egészében kötelező, közvetlenül alkalmazandó 2013. július 11-től.
47. A 1223/2009/EK rendelet 2. cikke (1) bekezdésének a) pontja szerinti kozmetikai termék minden olyan anyag vagy keverék, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberi test különböző külső részeivel (hámréteg, haj és testszőrzet, körmök, ajkak és külső nemi szervek) vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezésbe kerüljön, kizárólag vagy első sorban azok tisztítása, illatosítása, kinézetük megváltoztatása, védelme, megfelelő állapotban tartása céljából, vagy a testszag megszüntetése érdekében.
48. A 1223/2009/EK rendelet célja többek között:²⁸
- világos minimum követelmények meghatározása a kozmetikumok biztonsági jelentésére és azt követően ennek piac-felügyeleti ellenőrzésére,
 - a belső piacfelügyelet megerősítése,
 - az értesítésre vonatkozó egységes követelmény rendszer megteremtése, amely egységes értesítési portálon keresztül biztosítja a nemzetközi piac valamennyi illetékes hatóságának az információhoz való hozzáférést,
 - a felelősségi körök rögzítése, minden termékhez egy, a közösség területén letelepedett „felelős személy” rendelése.
49. A 1223/2009/EK rendelet által rögzített rendszer a tagállamok nemzeti hatóságai számára egységes értesítési portálon biztosítja az információhoz való hozzáférést, továbbá jelentősebb változást jelent a kozmetikumok jogi környezetében, mivel
- hangsúlyosabbá válik a termékbiztonság, ezért:
 - a „felelős személy” (aki lehet gyártó/forgalmazó) felelőssége megnő, konkrét jogszabályi kötelezettségei vannak,
 - előírja a jó gyártási gyakorlat alkalmazását és a termékinformációs dokumentáció tartalmi részeit.
 - a jogszabály bármely előírásának megsértése esetén hatósági intézkedésre kerülhet sor.

²⁸ <http://www.oeti.hu/?m1id=4&m2id=87>

50. A 1223/2009/EK rendelet nemzeti végrehajtását a kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII. 2.) Korm. rendelet (a továbbiakban: kormányrendelet) hivatott biztosítani. A kormányrendelet 3. §-a értelmében az 1223/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 34. cikke szerinti nemzeti hatóság az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet.
51. A kormányrendelet 2015. március 1-jétől hatályos 4. §-a (1) bekezdésének d) pontja szerint a 1223/2009/EK rendeletben, valamint a kormányrendeletben foglalt szabályok betartásának hatósági ellenőrzését a 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése tekintetében az Fttv.-ben meghatározott hatóság az Fttv.-ben meghatározott szabályok szerint végzi, és hatáskörében eljár a rendelkezések megsértése esetén.
52. A kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról a Bizottság 655/2013/EU rendelete rendelkezik. A – szintén 2013. július 11-től alkalmazandó – 655/2013/EU rendelet indokolása szerint
- a 1223/2009/EK rendelet 2. cikke (1) bekezdésének f) pontjában meghatározott végfelhasználók a kozmetikai termékek funkciójára, tartalmára és hatásaira vonatkozó állítások széles skálájával találkoznak. Mivel a kozmetikai termékek a végfelhasználók életében lényeges szerepet töltenek be, fontos annak biztosítása, hogy az állítások információtartalma hasznos, érthető és megbízható legyen, és lehetővé tegye számukra a körültekintő döntéshozatalt, valamint azt, hogy igényeiknek és elvárásaiknak a leginkább megfelelő termékeket választhassák.
 - a közös kritériumokat a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv), a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, valamint más vonatkozó uniós jogszabályok sérelme nélkül kell alkalmazni.
 - a végfelhasználóknak szóló üzenetek esetében rugalmas megközelítést kell alkalmazni, a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezők figyelembevételével, valamint az európai gazdasági ágazat innovációjának és versenyképességének megőrzése érdekében. Ez a megközelítés összhangban van a Bíróság által kimondott elvekkel, amely több ízben kifejtette, hogy annak meghatározásához, hogy egy állítás megtévesztheti-e a fogyasztót, mérlegelni kell a fogyasztó elvárásait, az állítás adott szöveggörnyezetének és körülményeinek figyelembevételével, ideértve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is.
53. A 655/2013/EU rendelet
- 1. cikke értelmében a rendelet a szövegek, nevek, védjegyek, képek és képi vagy egyéb jelek formájában feltüntetett állításokra alkalmazandó, amelyek a címkézés, a piaci hozzáférhetőség biztosítása és a reklámozás során explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek jellemzőire, illetve funkcióira vonatkoznak. A rendelet a használt médium, illetve marketingeszköz típusától, a termék állítólagos funkcióitól és a célcsoporttól függetlenül valamennyi állításra alkalmazandó,
 - 2. cikke értelmében a 1223/2009/EK rendelet 4. cikkében meghatározott felelős személy biztosítja, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások szövegezése megfeleljen a rendelet mellékletében felsorolt közös kritériumoknak, és összhangban legyen a kozmetikai

terméktől várt hatást igazoló dokumentációval, amelyet a 11. cikkében előírt termékinformációs dokumentáció tartalmaz. 1223/2009/EK rendelet

54. A 655/2013/EU rendelet melléklete ekként határozza meg az alábbi elvek mentén a közös (tájékoztató) kritériumokat:

1. A jogszabályok betartása

- Nem megengedett az arra hivatkozó állítás, hogy a terméket egy, az Unió területén található illetékes hatóság engedélyezte vagy elfogadta.
- Az állítás elfogadhatóságának a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó megítélésén kell alapulnia, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket figyelembe véve.
- Nem megengedettek az olyan állítások, amelyek azt sugallják, hogy egy termék különleges előnyt nyújt, miközben csupán arról van szó, hogy megfelel a minimális jogi követelményeknek.

2. Hitelesség

- Amennyiben egy terméken feltüntették, hogy egy bizonyos összetevőt tartalmaz, a terméknek az összetevőt valóban tartalmaznia kell.
- Az egy bizonyos összetevő tulajdonságaira vonatkozó állítások nem sugallhatják azt, hogy a késztermék is ugyanazon tulajdonságokkal rendelkezik, amennyiben ez nem felel meg a valóságnak.
- A marketingtájékoztatók nem sugallhatják azt, hogy a véleménynyilvánítások bizonyított állítások, hacsak nincs valóban bizonyítható alapjuk.

3. Bizonyítékokkal való alátámasztás

- A kozmetikai termékekre vonatkozó, akár explicit akár implicit állításokat megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal kell igazolni, az alátámasztó bizonyítékok típusától függetlenül, ideértve szükség esetén a szakértői értékeléseket is.
- Az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatokat.
- Amennyiben az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódniuk, kellően megtervezett és kivitelezett (érvényes, megbízható és megismételhető) módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.
- A bizonyítékok szintjének meg kell felelnie az állítás típusának, különösen az olyan állítások esetében, amelyeknél a termék hatásának hiánya biztonságossági problémát okozhat.
- A kimondottan túlzó állításokat, amelyeket egy átlagos végfelhasználó nem szó szerinti értelemben használ (hiperbolák), vagy az absztrakt állításokat nem kell alátámasztani.
- Az olyan állításokat, amelyek az összetevő tulajdonságait (explicit vagy implicit módon) a késztermékre vetítik ki, megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal alá kell támasztani, például annak kimutatásával, hogy a termék az összetevőt hatékony koncentrációban tartalmazza.

- Az állítás elfogadhatóságának megítélése az összes tanulmány, adat és rendelkezésre álló információ bizonyító erején kell, hogy alapuljon – az állítás természetétől és az átlagos végfelhasználók általános ismereteitől függően.

4. Megbízhatóság

- A termék hatásának jellemzése nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat.
- Az állítások nem tulajdoníthatnak az adott terméknek sajátos (például egyedülálló) tulajdonságokat, ha hasonló termékek azonos tulajdonságokkal rendelkeznek.
- Ha egy termék hatása bizonyos körülményektől függ, mint például más termékek együttes használatától, ezt világosan meg kell nevezni.

5. Méltányosság

- A kozmetikai termékekre vonatkozó állításoknak objektívnek kell lenniük, és nem kelthetik rossz hírét sem a konkurenciának, sem a legálisan használható összetevőknek.
- A kozmetikai termékekre vonatkozó állítások nem vezethetnek olyan helyzethez, hogy a terméket egy konkurens termékkel összetévezzék.

6. Körültekintő döntéshozatal

- Az állításoknak világosnak és az átlagos végfelhasználó számára érthetőnek kell lenniük.
- Az állítások szorosan a termékekhez tartoznak, és olyan információkat kell, hogy tartalmazzanak, amelyek lehetővé teszik az átlagos végfelhasználóknak, hogy körültekintően dönthessenek.
- A marketingtájékoztatóknak figyelembe kell vennie a célcsoport (az egyes tagállamok lakossága vagy lakosságainak csoportjai, pl. különböző korú és nemű végfelhasználók) abbéli képességét, hogy a tájékoztatót megértsék. A marketing tájékoztatóknak világosnak, pontosnak, relevánsnak és a célcsoport számára érthetőnek kell lenniük.

Fttv.

55. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait.
56. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A 3. § (4) bekezdése értelmében a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
57. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

58. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru lényeges jellemzője vagy jellemzői tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
59. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
60. Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
61. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
62. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
 - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
63. Az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdése alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
 - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
 - c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
 - d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

Tpvt. és Ket.

64. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpvt. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
65. A Tpvt. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tpvt. eltérő rendelkezése hiányában – a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól

szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni meghatározott kivételekkel.

66. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tpv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.
67. A Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja értelmében a hatóság az eljárást megszünteti, ha hivatalbóli eljárásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.

VII.

Az értékelés keretei

Az értékelés jogi kerete

68. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.
69. Tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat fogyasztóknak szóló kommunikáció, annak tartalma az Fttv. rendelkezései alapján (is) értékelendő.
70. Az Fttv. 17. § (1) bekezdésének értelmében az Fttv.-ben meghatározott hatóság jár el az Fttv. szerinti eljárásban akkor is, ha külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezésének (a továbbiakban együtt: külön jogszabályi rendelkezés) megsértése tekintetében külön törvény vagy kormányrendelet így rendelkezik.
71. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha az eljáró hatóság azt állapítja meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat a külön jogszabályi rendelkezést is megsérti, az e törvényben meghatározott jogkövetkezmények mellett az (1) bekezdés szerinti külön törvényben, kormányrendeletben vagy az annak felhatalmazása alapján kiadott jogszabályban meghatározott bármely jogkövetkezményt alkalmazhatja, azzal, hogy bírságot a magasabb bírságösszeget lehetővé tevő rendelkezések szerint szab ki.
72. Ennek értelmében az Fttv. elismeri, hogy egy adott kereskedelmi gyakorlat lehet kettős joga alapon, azaz az Fttv. mellett a kormányrendelet rendelkezései alapján a 1223/2009/EK rendelet 20. cikkének (1) bekezdése vonatkozásában is vizsgálható, és e tekintetben is megállapíthatja a GVH a jogsértést vagy annak hiányát.
73. A fentiek miatt a 2015. március 1. utáni eljárások és 2013. július 11-től alkalmazott magatartások tekintetében a 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése is alkalmazandó az Fttv. mellett a jelen ügyben vizsgált magatartás esetében.

Hatáskör

74. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

75. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel egyrészt arra, hogy a kifogásolt állítások egy része többek között országos médiaszolgáltatást végző televíziós csatornákon (TV2, RTL Klub, Viasat3), másrészt országos terjesztésű időszakos lapokban (Éva, Marie Claire, Nők Lapja Évszakok, Nők Lapja, Elle) jelent meg, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése az Fttv. 11. § (2) bekezdés a) és b) pontjai alapján a GVH tartozik.
76. A kormányrendelet 2015. március 1-jén hatályos 4. § (1) bekezdésének d) pontja alapján a 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglalt rendelkezés betartásának hatósági ellenőrzését az Fttv.-ben meghatározott hatóság az Fttv.-ben meghatározott szabályok szerint végzi, és hatáskörében eljár a rendelkezések megsértése esetén.
77. Fentiekre tekintettel ezen rendelkezések alkalmazásával kapcsolatos eljárás lefolytatása is a GVH hatáskörébe tartozik.

78. A GVH illetékességét a Tpv. 46. § állapítja meg.

Igazolási kötelezettség és a fogyasztói értelmezés viszonya

79. Az Fttv. 14. §-a rögzíti, hogy ha a vállalkozás a hatóság felhívására a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát nem igazolja, akkor ezt úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
80. A kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát tehát a vállalkozás köteles igazolni. A kozmetikumok hatásainak az igazolása is a különös ágazati szabályokhoz igazodik, mivel ezen szabályok alapvetően befolyásolják, hogy a jogszerűen alkalmazható állítások igazolásának milyen módon kell megtörténnie.
81. Az eljáró versenytanács rögzíti, hogy egy reklámállításnak az igazolási kötelezettségre kiható értelmezése során nem bír jelentőséggel, hogy a vállalkozás a kifogásolt állítást miként értelmezi, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni, mivel azt a fogyasztó szempontjából kell értelmezni.
82. A jelen ügyben az eljárás alá vont részletes, sokrétű és teljeskörűen dokumentált vizsgálati anyagokat nyújtott be a vizsgált állítások alátámasztására.
83. Az eljáró versenytanács szerint ugyan az eljárás alá vont tételesen nem tért ki a beadványaiban arra, hogy a COLIPA Iránymutatásoknak pontosan hogyan felelt meg, azonban a különböző dokumentációkból különösebb szakmai ismeret nélkül is megállapítható, hogy a vonatkozó kutatásokban az eljárás alá vont vállalkozáscsoportja az iránymutatás egyes pontjait követte, annak megfelelően alakította ki a vizsgálatokat, illetve az összefoglaló anyagokat.
84. Ahogyan arra az eljárás alá vont is utalt a különböző iránymutatások viszonya kapcsán, az eljáró versenytanács kiemeli, hogy még a legmagasabb vizsgálati szakmai szttenderdeket követő kutatás eredményeit is lehet kifogásolható módon kommunikálni. A kozmetikai termékekre vonatkozó különböző hatásállítások vizsgálatának ugyanis két mozzanata van:
- egyrészt azt szükséges értékelni, hogy a kereskedelmi gyakorlatbeli állításokat alátámasztó bizonyítékok elfogadhatóak-e (az ágazati, illetve a statisztikai/matematikai elvárásoknak, iránymutatásoknak megfelelőek, a bizonyítékok milyen szintjét jelentik, ellenőrizhetőek, megismételhetőek stb.),
 - másrészt azt kell vizsgálni, hogy a hiteles, nem kifogásolható bizonyítékok tartalma megfeleltethető-e a vizsgált kereskedelmi gyakorlatnak: azaz az egyes eredmények interpretálása a fogyasztói értelmezés szempontjából megfelelő-e (nem érthető-e félre).

85. Az eljáró versenytanács az utóbbi tényező körében utal arra, hogy az 1223/2009/EK rendelet alkalmazásakor figyelemmel szükséges lenni a 655/2013/EU rendelet mellékletében meghatározott közös (tájékoztató) kritériumokra, amelyekre egyebekben a joggyakorlat az Fttv. alkalmazása körében is figyelemmel van, azaz például
- az alkalmazott állítás elfogadhatóságának a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó megítélésén kell alapulnia, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket figyelembe véve,
 - az állítás elfogadhatósága körében az állítás természetét és az átlagos végfelhasználók általános ismereteit is figyelembe kell venni,
 - a termék hatásának jellemzése – a lehetséges fogyasztói értelmezésre tekintettel – nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat,
 - a kozmetikai termékekre vonatkozó állításoknak objektívnek, világosnak, pontosnak, relevánsnak és az átlagos végfelhasználó számára (különösen pedig a célcsoport számára) érthetőnek kell lenniük, olyan információkat kell, hogy tartalmazzanak, amelyek lehetővé teszik az átlagos végfelhasználóknak, hogy körültekintően dönhessenek.
86. Az Fttv. 6. §-ának sérelme kapcsán tovább szükséges a fogyasztói döntés torzítására való alkalmasságot is értékelni, amely tényező azonban szükségképpen fennáll, amennyiben a vizsgált – és tartalmát tekintve kifogásolható – állítás az érintett termék egy releváns jellemzőjére (azaz például a hatására) vonatkozik.
87. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a különböző piacokon benyújtható bizonyítékok valamiféle struktúrát alkotnak, hierarchikus viszonyban állnak egymással. Kétségtelen, hogy a termék-specifikus (és értelemszerűen mind szakmai, mind statisztikai-matematikai szempontból megalapozott, valamint időszerű, azaz a kereskedelmi gyakorlatot megelőző, de nem túl régi) kutatások bírhatnak a legerősebb bizonyító erővel, de egyes piacokon éppen a piaci sztenderdek, az innovációs és a kutatás-fejlesztési tevékenység miatt a felhasználók által elérhető márkatermék tesztelés nem lehetséges: ilyen helyzetekben az egyenértékűségi (ekvivalencia) tanúsítványok gyakorlatilag a termék-specifikus tesztelést hivatottak igazolni.
88. A jelen versenyfelügyeleti eljárástól függetlenül a GVH megkereste az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézetet (a továbbiakban: OGYÉI), hogy iránymutatást kérjen a kozmetikai piacon tett állítások bizonyításával kapcsolatos dokumentumok alapvető formai és tartalmi követelményeit illetően.
89. Az OGYÉI a vonatkozó rendeletekből elvi szinten kiemelte, hogy
- „[...] a nem klinikai biztonsági tanulmányoknak meg kell felelniük [...] a helyes laboratóriumi gyakorlat alapelveiről szóló közösségi jogszabályoknak [...] nemzetközi szabványoknak.”,
 - „A kozmetikai termékek mintavételét és ellenőrzését megbízható és megismételhető módszerrel kell végezni.”,
 - „[...] közösségi jogszabály hiányában feltételezni kell a megbízhatóságot és a megismételhetőséget, amennyiben az alkalmazott eljárás megfelel a vonatkozó harmonizált szabványoknak”,
 - „[...] az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódniuk, kellően megtervezett és kivitelezett [...]”

módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.”

90. A fentiek alapján a hiteles bizonyítékként szóba jöhető dokumentumok hierarchiája a következő:

- a felhasználásra kész kozmetikum vizsgálati adatait és eredményeit, azok értékelését tartalmazó gyártói termék katalógusok vagy prospektusok (azaz gyártói termék-specifikus leírás), szakorvosi jelentések, szakvélemények,
- a kozmetikumban levő összetevők vizsgálati adatait és eredményeit, azok értékelését tartalmazó gyártói termék katalógusok vagy prospektusok, szakorvosi jelentések, szakvélemények,
- szakmai kiadványban publikált, szabályos felépítésű és teljes terjedelmű szakcikkek,
- szakirodalmi hivatkozások a forrásanyag pontos megjelölésével és a hivatkozott rész idézésével.

91. A felhasználásra kész kozmetikum ígért hatékonyságát a gyártói termék-specifikus leírás mellett

- humán megfigyelésének objektív vizsgálati eredményeit és a páciensek szubjektív véleményét értékelő szakorvosi jelentés bizonyíthatja, illetve
- kozmetológiai, bőrfiziológiai vizsgálati módszert, eredményeit, a levont következtetéseket tartalmazó szakvélemény is igazolhatja.

92. A dokumentumok formai és tartalmi szempontból történő elfogadhatóságának megítélésénél lényeges szempont, hogy

- a dokumentum nem lehet frissebb, mint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat,
- a dokumentum nem lehet sokkal régebbi, mint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat, hiszen az felvetheti, hogy a kereskedelmi gyakorlat kialakításakor a vállalkozás nem volt figyelemmel az adott piacra jellemző innovációra, fejlődésre, a piaci viszonyok változására,
- a dokumentum egyértelműen a termékben lévő összetevőre, konkrétan a termékre (amely ebben a tekintetben az összetevőket és legalább a hatóanyag mennyiségét is jelenti), az azzal szoros alkalmazási módra vonatkozzon,
- a természetes anyagoknál a pontos növényi részt és formát (pl. kivonat, olaj), valamint a mennyiséget is tekintetbe kell venni, azaz ezekre vonatkozóan is tartalmaznia kell a dokumentumnak információt, hivatkozásokat.

93. Általános tartalmú cikkek, közvetett hivatkozások, hiteles vagy pontos forrás nélküli online elérhető tartalmak, fogyasztói vagy akár szakemberi, de magánjellegű visszajelzések bizonyítékként nem fogadhatóak el a kozmetikumok esetében sem.

94. Az eljárás alá vont által jelen ügyben csatolt bizonyítékok súlya, jellege nem hagy kétséget afelől, hogy az eljárás alá vont a vizsgált kampányt szakmai szempontból megalapozta, a piaci sztenderdeknek megfelelt, az iránymutatásokat követte, a vizsgálatok eredményei megfeleltethetőek a vizsgált állításoknak. Az eljárás alá vont által benyújtott (termék-specifikus gyártói) dokumentáció megfelel a fent hivatkozott szakmai, iparági elvárásoknak, ugyanakkor a reklámok képi megjelenítése során az eljárás alá vont lényegesen fiatalabb korcsoportú személyeket szerepeltetett, mint akiken a vizsgálatok elvégzésre kerültek, ezért az eljárás alá vont reklámja adott esetben járhat a fogyasztói döntés torzítására alkalmas objektív hatásokkal, amelyek

léte, illetve hiánya a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján nem tárható fel és e téren az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

95. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza azt is, hogy még a legalaposabb, a szakmai iránymutatásoknak legmegfelelőbb kutatás sem zárja ki, hogy a kutatási eredményeket interpretáló kereskedelmi gyakorlat jogsértő legyen. Ugyanis még a szakmai és a statisztikai/matematikai szempontból nem kifogásolható kutatási, tesztelési eredményeket is csak úgy lehet kommunikálni, hogy az a fogyasztókat ne tévessze meg. Az eljáró versenytanács az egyes kereskedelmi gyakorlatok értékelésekor ugyanis nem a piaci szereplők szándékait, hanem a lehetséges fogyasztói értelmezéseket értékeli: azt vizsgálja, hogy a rendelkezésre álló (az ágazati szabályoknak megfelelő) kutatások, klinikai vizsgálatok, tesztek eredményei megfeleltethetők-e a kereskedelmi gyakorlat fogyasztói üzenetének.

Az érintett fogyasztók

96. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat célcsoportját (az eljárás alá vont célcsoport meghatározásától függetlenül, tekintettel a vizsgált kereskedelmi gyakorlat tartalmára és a bőroregedéssel érintett személyek körére) olyan 30-35 év feletti nők jelentik, akik egyrészt szeretnének elébe menni az öregedés jeleinek, másrészt a már megjelent ráncokon és megereszkedett arcbőrükön szeretnének változtatni, visszanyerni bőrük feszségét.

97. Ezen célcsoport, illetve a kereskedelmi gyakorlat tartalma alapján nem azonosítható különösebben sérülékeny vagy másként speciális fogyasztói kör, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan, az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése szerinti fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Azonban ennek az elvárt ésszerűségnek is vannak racionális korlátai, így az eljáró versenytanács kiemeli, hogy

- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát. A kereskedelmi kommunikációk egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó - számára költségmentesítést eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
- az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a kereskedelmi kommunikációkat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

A fogyasztók üzleti döntése

98. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró üzleti döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is.

Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

99. Figyelembe véve a Fttv. 9. §-ának (1) bekezdéseinek rendelkezéseit és azon tényeket, hogy jelen esetben az eljárás alá vont részesedett a termékek értékesítéséből származó bevételből,

egyértelműen rögzíthető, hogy az eljárás alá vontnak a vizsgált magatartás megvalósítása közvetlen érdekében állt, így a felelőssége megállapítható.

A vizsgált magatartás

100. Az eljárás alá vont azt állította kereskedelmi kommunikációjában, hogy a Vichy Liftactiv Supreme ránctalanító arckrém használata következtében

- a fogyasztó arcának bőrén azonnal kevesebb ránc látszódik, feszesebbé válik (meghatározott, 16%-os mértékben) és ezek a hatások egész nap kitartanak, továbbá
- egy hónap (4 hét) után a ráncok megjelenése csökken, még (32%-kal) feszesebbé válik a bőr.

101. Tekintettel az állítás-csoportok jellegére, a vizsgált magatartás az Fttv. 6. § (1) bekezdése b) pontjának és a1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltak sérelmét vetette fel.

102. Mindkét jogalap tekintetében először azt szükséges értékelni, hogy a vizsgált állításokat alátámasztó bizonyítékok szakmailag mennyire elfogadhatóak, majd azt, hogy – feltételezve a bizonyítékok megfelelőségét – a vizsgált állítások milyen viszonyban vannak a bizonyítékokkal. Az első kérdésre adandó válaszban a 655/2013/EU rendelet melléklete szerinti közös kritériumok 3., Bizonyítékokkal való alátámasztás című pontja segít, míg arra a kérdésre, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat egyéb okból lehet-e megtévesztő, a közös kritériumok egyéb pontjai adnak iránymutatást. A bizonyítékok megfelelőségén túl tehát azt is szükséges értékelni a kereskedelmi gyakorlat elfogadhatóságához, hogy a vizsgált állítások

- nem utalhatnak megalapozatlanul arra, hogy a terméket egy, az Európai Unió területén található illetékes hatóság engedélyezte vagy elfogadta,
- nem sugallhatják, hogy a termék különleges előnyt nyújt, miközben csupán arról van szó, hogy megfelel a minimális jogi követelményeknek,
- a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó számára érthetőek legyenek, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is figyelembe véve,
- hitelesek legyenek, azaz
 - ha a terméken feltüntették, hogy egy bizonyos összetevőt tartalmaz, a terméknek az összetevőt valóban tartalmaznia kell,
 - az egy bizonyos összetevő tulajdonságaira vonatkozó állítások nem sugallhatják azt, hogy a késztermék is ugyanazon tulajdonságokkal rendelkezik, amennyiben ez nem felel meg a valóságnak,
 - a marketingtájékoztatók nem sugallhatják azt, hogy a véleménynyilvánítások bizonyított állítások, hacsak nincs valóban bizonyítható alapjuk,
- megbízhatóak legyenek, azaz
 - a termék hatásának jellemzése nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat, nem mondhatnak többet vagy mást, mint ami a bizonyítékok alapján mondható,
 - az állítások nem tulajdoníthatnak az adott terméknek sajátos (például egyedülálló) tulajdonságokat, ha hasonló termékek azonos tulajdonságokkal rendelkeznek,

- ha egy termék hatása bizonyos körülményektől függ, mint például más termékek együttes használatától, ezt világosan meg kell nevezni,
- méltányosnak is kell lenniük a versenytársak érdekeire is tekintettel, azaz
 - objektívnek kell lenniük, és nem kelthetik rossz híret sem a konkurenciának, sem a legálisan használható összetevőknek,
 - nem vezethetnek olyan helyzethez, hogy a terméket egy konkurens termékkel összetévevessék,
- segítsék a körültekintő döntéshozatalt, azaz
 - világosak, pontosak, relevánsak és az átlagos végfelhasználó, illetve a célcsoport számára érthetőnek legyenek,
 - szorosan a termékekhez tartozzanak, és olyan információkat kell, hogy tartalmazzanak, amelyek lehetővé teszik az átlagos végfelhasználóknak, hogy körültekintően dönthessenek.

103. Látható, hogy a fenti követelmények a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és így az azt implementáló Fttv. körében történő értékeléssel azonos kritérium rendszert határoznak meg.

104. Az Fttv. 6. §-a szerinti jogsértés esetében egy többlet-elem vizsgálatára azonban mindenképpen szükség van. Az Fttv. szerinti fogyasztói magatartás torzítása ugyanis akkor állapítható meg, ha a kereskedelmi gyakorlat érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét arra, hogy tájékozott döntést hozzon, és ezzel olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti (ténylegesen vagy potenciálisan), amelyet egyébként nem hozott volna meg. A tisztességtelenség megállapításához nem szükséges annak bizonyítása, hogy a fogyasztói magatartás torzítása (a fogyasztó áruval kapcsolatos gazdasági döntésére kihatás) ténylegesen megtörtént, elegendő az erre való alkalmasság.

105. Aktív, az Fttv. 6. §-a szerinti megtévesztés akkor valósul meg, ha az adott kereskedelmi gyakorlat valótlan elemeket tartalmaz vagy ugyan nem valótlan elemeket, de megtévesztésre alkalmas módon. Az ilyen megtévesztés akkor minősül tisztességtelennek, ha ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti vagy készítheti, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

106. A vonatkozó ágazati szabályozást figyelembe véve az eljárás alá vont által becsatolt vizsgálati anyagokkal kapcsolatban nem merült fel, hogy azok valamilyen okból kifogásolhatóak lennének, illetve nem felelnének meg a 655/2013/EU rendelet mellékletében (annak 3., bizonyítékokra vonatkozó pontjában) foglalt közös kritériumoknak.

107. Megállapítható továbbá, hogy

- a becsatolt vizsgálatok kifejezetten a versenyfelügyeleti eljárással érintett termék, azaz a Vichy Liftactiv Supreme ráncatlanító arckrém hatásának vizsgálatára irányultak,
- a becsatolt vizsgálati anyagok kellően megtervezettek és kivitelezettek (ellenőrizhetőek és megismételhetőek), valamint megfelelően dokumentáltak,
- a becsatolt vizsgálati anyagok elkészítésekor az aktuálisan elérhető legkorszerűbb módszereket alkalmazták,

- az eljárás alá vont által becsatolt vizsgálati anyagok az alátámasztani kívánt állítások szintjének megfelelőek, tekintettel arra is, hogy az eljárás alá vont gyógyhatást nem tulajdonított termékének,
 - a vizsgálati anyagok a vizsgált kampány megkezdése (2014. szeptember) előtt, 2014. év első felében rendelkezésre álltak.
108. Az sem nyert megállapítást, hogy a vizsgálati eredmények kommunikálása megtévesztő (félreérthető) lenne, figyelemmel a 655/2013/EU rendelet mellékletében foglalt, a bizonyítékokon túli közös kritériumokra (lásd a 1., 2., 4., 5. és 6. pontok), illetve az Fttv. 6. §-a körében figyelembe vehető esetleges más körülményekre.
109. Az eljáró versenytanács nem tudta azonban figyelmen kívül hagyni, hogy a termék-specifikus vizsgálatokban szereplő személyek életkora, illetve átlagéletkora (egy évtizeddel) magasabb mint az eljárás alá vont reklámjaiban bemutatott, a nappali bőröregedésben érintett személyek feltételezett életkora, illetve az eljárás alá vont által becsatolt²⁹ reklámügynökségi brief alapján kijelölt célcsoport életkora. Az eljáró versenytanács szerint ezen objektív tények a fogyasztói döntéshozatali folyamat befolyásolására alkalmasak lehetnek, ugyanakkor ezen befolyásolás mértéke a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján nem éri el azt a szintet, amely az eljárás alá vont vizsgált terméket érintő kommunikációjának fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására való alkalmasságát megállapíthatóvá tenné, azonban annak ellenkezője sem zárható ki.
110. Logikai alapon nem vezethető le egyértelműen, hogy ha a feltehetően mélyebb, markánsabb és régebb óta meglévő ráncokkal rendelkező (idősebb, a bőröregedésben jobban érintett) személyeken mind a műszeres, mind a szubjektív felmérések pozitív rövid- és hosszú távú, számszerűen, mértékét tekintve is megfogható eredményt mutattak, akkor a kevésbé ráncos, inkább a nappali bőröregedésben érintett bőr esetében ezen hatások milyen jellegűek vagy mértékűek: elképzelhető az, hogy a fiatalabb bőrön jelentkező hatások még jobban mérhetőek/láthatóak/érezhetőek, ahogyan az is elképzelhető, hogy az adott mértékű pozitív változás a fiatalabb bőrön kevésbé látható. Ahhoz, hogy egyértelműen megállapítható legyen, hogy az idősebb korosztályon műszerrel mért, illetve szakértő által is érzékelt hatások a fiatalabb bőrön kevésbé kedvezőek, olyan – összehasonlító jellegű szakértői – kutatásra lenne szükség, amelyet az eljáró versenytanács jelen versenyfelügyeleti eljárásban nem tartott indokoltnak. Az eljáró versenytanács szerint a bizonyítási szint további – a fenti mintavételi jellemzőnek az eredmények interpretálhatóságára vonatkozó hatására kiterjedő – emelése a Ket. 1. § (2) és (3) bekezdésében, illetve 7. §-ában szereplő eljárási alapelvei alapján sem tekinthető szükségesnek és arányosnak. Az eljárás alá vont ugyanis, ahogy fentebb bemutatásra került, fogyasztóvédelmi szabályokból levezethető elvárásokat tudatosan és megelőző jelleggel épített be a termékfejlesztési és marketing folyamataiba, amely eredményeképpen a vizsgált kereskedelmi kommunikáció kapcsán felmerült aggályok nagyjából elvethetőek voltak.
111. Minderre tekintettel a jelen versenyfelügyeleti eljárás keretei között nem bizonyítható, hogy ez a mintavételi jellemző milyen hatással lehet az eredmények interpretálhatóságára és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.
112. Az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján határozattal mondhatja ki, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás nem jogsértő, ugyanakkor az ilyen tartalmú döntés annak határozati formát öltő, érdemi jellege miatt a jogsértés hiánya vonatkozásában teljes körű – a jogsértést megállapító határozatokkal egyező mértékű és kiterjedésű

²⁹ VJ/37-2/2015. számú irat 8. számú melléklete, magyar fordítás VJ/37-18/2015. számú irat 1. számú melléklete.

– bizonyítást igényel. Ezzel szemben a Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja alkalmazásának van helye minden olyan versenyfelügyeleti eljárásban, amelyben a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg a törvénysértés – illetve a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontjának alkalmazásához szükséges jogsértés hiánya sem – és az eljárás folytatásától sem várható eredmény. Következésképpen az eljáró versenytanács szerint a Ket. 31. § (1) bekezdése i) pontja alapján a versenyfelügyeleti eljárás végzéssel történő megszüntetéséről kell döntenie minden olyan ügyben, amelyben a jogsértés, illetve annak hiánya a bizonyítékok elégtelensége miatt nem állapítható meg.

113. A fentiek alapján nem nyert igazolást sem az Fttv. 6. § (1) bekezdése b) pontjának, sem a 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésének a sérelme.
114. Mindezek tekintettel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a jelen ügyben rendelkezésre álló információk alapján az eljárás alá vont magatartása esetében nem bizonyított sem az Fttv. 6. §-a szerinti megtévesztés, sem 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésének a sérelme a vizsgált állítások tekintetében – és a versenyfelügyeleti eljárás folytatásától sem várható eredmény ebben a vonatkozásban.
115. Erre való tekintettel az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének (i) pontja alapján az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja és a 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésének vonatkozásában is, figyelemmel arra, hogy nem áll az eljáró versenytanács rendelkezésére elegendő bizonyíték a jogsértés megállapításához, a határozathozatalhoz szükséges mértékben a tényállás nem volt tisztázható és e körben további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.
116. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja.

Budapest, 2016. március 17.

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
előadó versenytanács tag

Dudra Attila s.k.
versenytanács tag

dr. Ruzshtiné dr. Juhász Dorina s.k.
versenytanács tag

MELLÉKLET - vizsgált kereskedelmi gyakorlat tartalma

1. Honlap

A NAP VÉGÉN

MONDJON NEMET AZ ÖREGEDÉS JELEIRE AZ ARCÁN

Görgessen lefelé, hogy lássa a napközbeni bőröregedés tartós hatását bőrének fiatalos kinézetére

10:25

FAKÓBB ARCBŐR

16:25

KIRAJZOLÓDÓ RÁNCOK

19:25

SÖTÉT KARIKÁK A SZEM ALATT

TUDJON MEG TÖBBET

NÉZZE MEG

HOGYAN VÁLNAK LÁTHATÓVÁ ARCBŐRÉN AZ ÖREGEDÉS JELEI A NAP ELŐREHALADTÁVAL

Az arc reggeltől estig történő maximális változásának modellezése

ELSŐ NAP

MONDJON IGENT

A SUPREME ÖREGEDÉSGÁTLÓ HATÉKONYSÁGÁNAK

Napról napra, ellensúlyozza az öregedés jeleit abban a percben, amikor megjelennek.

MOST, MA ESTE, HOLNAP

Fedezze fel az első ránctalanító és feszesítő arckrémeket, amely a nap során folyamatosan hat az öregedés jeleinek megelőzése és a fiatalnak látszó, friss arcbőr megőrzése érdekében.

Annyira hatékony, hogy frissebbnek fogja érezni arcbőrét a nap végén

Innováció: 11 szabadalom

5% Rhamnose + egész napon át ható aktív összetevő

Látogasson el a gyógyszertárba és kérjen termékmintát!

AZ ESTÉRE FÁRADTNAK LÁTSZÓ ARCBŐR A BŐRÖREGEDÉS MINDENNAPI JELE. FÉKEZZE LE!

Minden, amit tudni kell a napközbeni bőröregedésről

EXKLUZÍV ÖREGEDÉSGÁTLÓ FELFEDEZÉS

A napközbeni bőröregedés biológiai tény, amelynek tartós, hosszútávú hatásai lehetnek.

Most először a Vichy megfigyelte EGY NAP hatását az arcbőrön, és bizonyítani tudta, hogy az arcbőr fokozatosan öregszik a nap során. Idővel az öregedés ezen jelei tartósan hathatnak arcbőre megjelenésére.

A Vichy Laboratóriumok által, több mint 100 nő részvételével kivitelezett egyedülálló kutatás, élőben mérte az öregedés hatását, a nap során folyamatosan (reggel 9 órától délután 6 óráig).

Ennek a kutatásnak az eredménye bizonyítja, hogy a nők által észlelt fáradt arcbőr kinézet esténként egy valós következménye az öregedés egy fajtájának. Ennek a neve a "napközbeni bőröregedés".

Műszeres mérések bizonyították, hogy az öregedés 3 tipikus jele egyre szembetűnőbb a nap előrehaladtával:

1. Az arcbőr fakóbbnak tűnik
2. A ráncok jobban látszanak
3. A bőrszövetek rugalmassága csökken

EGY TÉNY, MELYET 10-BŐL 8 NŐ ÉRZÉKELT.

*Műszeres teszt, 111 nő.

SZAKÉRTŐINK TANÁCSA

"Mi a napközbeni bőröregedés?"

Frédérique Flament, a L'Oréal "A napközbeni bőröregedés" kutatás vezetője

Minden eszköz, amelyre szüksége lehet a napközbeni bőröregedés megelőzéséhez

Sophie Veyrat a Vichy Bőrápolási Laboratóriumok Igazgatója

Tippek a fiatalabbnak, ragyogóbbnak tűnő arcbőrért a nap végén

Marie Dupont sminkmester

A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS FŐBB JELEI

Tanulja meg felismerni és korigálni őket.

Látható ráncok? Simítsa ki őket!

A ráncok, amelyek az öregedés legjellemzőbb jelei, egyre szembetűnőbbé válnak a nap végére. Estére a bőr vékonyabb és hajlamos a megereszkedésre, mely erősíti a ráncok elmélyülését és láthatóbbá teszi őket.

A Liftactiv Supreme öregedésgátló formulája egyedülálló aktív hatóanyag kombinációval rendelkezik:

Neoheszperidin és 5% Rhamnose + Day-Proof Technológia, amely korlátozza az új ráncok képződését és kijavítja a már meglévőket.

Reggeltől egészen estig:

Az intenzívebb kisimító hatásért.

Akár egy hónap után:

A ráncok csökkenni látszanak.

10-ből 8 nő számára egyre feltűnőbbek az öregedés jelei a nap előrehaladtával.

A fakó arcbőr elárulja életkorát? Adja vissza bőre ragyogását!

Ahogy öregszünk, bőrünk sejtmegeújulása és mikro-keringése lassul. Arcbőrünk fakul és veszít ragyogásából a nap előrehaladtával. Kezdi elárulni életkorunkat.

A Liftactiv kizárólagos összetétele Day-Proof Technológia hatékonyságával, mikro-gyöngyökkel és "blur" technológiával hatásos öregedésgátló eredményt nyújt, amely azonnal felfrissíti arcszínét.

Annnyira hatásos, hogy 10-ből 8 nő állítja, hogy a nap végén arcbőre fiatalabbnak tűnik.

Egy hónap után: "A bőr ragyogóbb" a résztvevők 71%-a szerint

A nők fele számára az arcbőr láthatóan öregebbnek tűnik a nap végén.

Arcvonásai megereszkednek a nap előrehaladtával? Feszítsse őket!

Az öregedés során arcbőre veszít feszességéből, teltségéből és rugalmasságából is. Ennek hatására arcvonásai kezdenek megereszkedni a nap végére.

Globális innováció: Rhamnose (5%) aktív összetevő, erős ránctalanító és feszesítő hatóanyag és

Adenozin+Koffein Day-Proof Komplex, amelyek együtt korlátozzák az öregedés és a fáradtság jeleit a nap során.

Reggeltől egészen estig:

A fiatalabbnak látszó arcbőrért.

Akár egy hónap után:

A feszebb arcbőrért.

Frissnek és ragyogónak látszó arcbőrt szeretne a nap végén?

Fedezze fel titkot!

Hogyan tartsa meg ragyogó arcbőrét a nap során egészen estig?

A napközbeni bőröregedés szomorúvá vagy fáradttá teheti vonásait. Ezt a gyenge keringés által létrejövő sötét karikák, szem alatti duzzanatok vagy beesett arcvonások okozhatják.

A Liftactiv SUPREME Day-Proof Technológiája megelőzi a fáradt arcbőr megjelenését. A koffein egész napon át harcol a szem alatti duzzanatok és a sötét karikák ellen, a szemeket ragyogóan és frissen tartva, semlegesítve a fáradtság jeleit.

Reggeltől egészen estig:

A fáradtság jeleinek csökkentéséért.

Az étellel telibb arcvonásokért.

A frissebb arcbőrért.

Akár egy hónap után:

A ragyogóbbnak látszó arcbőrért.

A sötét karikák csökkentéséért.

ARCBŐR-KVÍZ

Fedezze fel, milyen hatások érik arcbőrét a nap során!

Q1 Minden reggel kötelező "fegyverem":

☉ A sötét karikákat elfedő termékemre van szükségem a késői lefekvés miatt!

☉ A nyerő hármasmom: feszesítő krém + szempillaspirál + rúzs.

☉ Az új ránctalanító a "legjobb barátom".

- ☉ Egy gyors mosoly a tükörbe, semmi több.
- Q2 A nap elején bőröm általában:
 - ☉ Tónusos és telt – készen áll a nap kihívásaira!
 - ☉ Friss és rózsaszínes – ragyogó!
 - ☉ Sima és bársonyos – készen áll!
 - ☉ Fáradt és gyűrött – még próbál magához térni!
- Q3 Ebéd után az álmom:
 - ☉ Egy pihentető szünet a kollégákkal a parkban.
 - ☉ Egy bevásárló túra és egy kis szundikálás!
 - ☉ Netezés és chatelés.
 - ☉ Kiszakadni a mindennapokból kedvenc számom hallgatása közben.
- Q4 Délután 4 óra, fotózkodás a barátokkal:
 - ☉ Összefogom a hajam, hogy a vonásaimat megemeljem
 - ☉ Rárakok egy fotóeffektet a jobb hatás érdekében.
 - ☉ Felviszek egy kis pirosítót a garantált ragyogásért.
 - ☉ Elbújok a napszemüvegem mögé!
- Q5 A nap végén az arcbőröm mindig:
 - ☉ Fakó - Hová tűnt a ragyogása?
 - ☉ Megviselt és megereszkedett.
 - ☉ Ráncosabb!!
 - ☉ Még mindig friss!
- Q6 Alvás! Fiatalító szépségrituálém a következőkből áll:
 - ☉ Kisimítani a ráncaimat és elfelejteni a koromat!
 - ☉ Eltüntetni a fakó arcbőrt és egy valódi"" frissesség löketet"" adni neki.
 - ☉ Felpumpálni a vonásaimat és a jókedvemet!
 - ☉ Irány egyenesen az ágy!

Kvíz eredmények

ÖN MINDIG VIDÁM

EGÉSZ NAPON ÁT... NINCS TÖBBÉ MEGERESZKEDETT ARCBŐR!

Önnek fontos a szépség. Arcbőre reggelente ugyan feltöltődött és vitalitással teli, de Ön már észrevette, hogy a nap vége felé kezd fáradtnak tűnni. Ne essen pánikba! Hogy egész napon át friss és tökéletes legyen, az ideális kombináció az Ön részére a fiatalító, feszesítő duó. És már indulhat is!

LIFTACTIV SUPREME + LIFTACTIV Éjszakai arckrém.

ÖN FRISS ÉS KISLÁNYOS

EGÉSZ NAPON ÁT... NEM TŰNIK TÖBBÉ FÁRADTNAK!

Segítség! Bár délelőtt élénk és rózsás, arcbőre délutánra fakóbbá válik. Önnek szüksége van egy haditervre a fakó arcbőr és a sötét karikák ellen. Próbálja ki ezt a fiatalító, ragyogást adó duót. Szerezze vissza a ragyogást!

LIFTACTIV SUPREME + LIFTACTIV Serum 10.

ÖN KEDVELI A BŐRÁPOLÁSI TERMÉKEKET

EGÉSZ NAPON ÁT... NINCSENEK TÖBBÉ GYŰRÖTT VONÁSOK!

Munkaideje már lejárt, de bőrének szüksége van még valamire! Fékezze meg a kirajzolódó ráncokat, amelyek elárulják életkorát! Nem kell semmi komoly beavatkozásra gondolnia: simítsa ki a ráncait ezzel a fiatalító bőrkisimító duóval. Ön fiatalabbnak tűnik reggel és este is!

LIFTACTIV SUPREME + Advanced Filler

ÖN TERMÉSZETES SZÉPSÉG

EGÉSZ NAPON ÁT... NINCS TÖBBÉ NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS!

Gyorsuló életünkben nem könnyű arcbőrünk friss megjelenését megtartani egész napon át.

LIFTACTIV SUPREME

Fedezze fel a Liftactiv Supreme arckrémét!

2. Bannerek

2.1. www.nlc.hu

LIFTACTIV SUPREME

A NAP VÉGÉN NEMET MONDOK AZ ÖREGEDÉS JELEIRE AZ ARCOMON.

Sok nő hosszútávú problémaként tekint a bőröregedésre, melynek során a bőrük állapotát az egy évvel korábbihoz hasonlítják. De mi van akkor, ha nem az évek, hanem az egyes napok múlása gyorsítja fel az öregedés jeleinek megjelenését?

A Vichy Laboratóriumai most először klinikai tesztekkel mérték a nap múlásának hatását az arcbőrön. Ez az egyedülálló felfedezés rámutatott egy biológiai jelenségre: a napközbeni bőröregedésre, amely idővel felerősödik, hosszú távon pedig hatással van az arcbőr fiatalos megjelenésére.

A Vichy bemutatja az új LIFTACTIV SUPREME-et a még hatékonyabb öregedésgátló hatásért napközben is. A sikeres LIFTACTIV termékcsalád így egy új nappali arckrémmel bővül.

A LIFTACTIV SUPREME az első lépés a folyamatos ránctalanító, bőrfeszítő és lifting-hatás érdekében. A hatóanyagok előremutató kombinációja és a „DAY PROOF“ technológia folyamatosan, már megjelenésük pillanatától kezdve küzd a bőröregedés jelei ellen, komplex hatását 3 szinten kifejtve: azonnal, napközben és hosszútávon.

A nap végén az arcbőr simábbnak, ragyogóbbnak tűnik, frissnek és kevésbé fáradtnak érződik. Rendszeres használat mellett a ráncok jelentősen csökkenhetnek, érvényesül a hosszútávú lifting-hatás.

Két bársonyos, selymes érzetű textúrában elérhető a maximális komfortérzetért: normál / kombinált vagy száraz arcbőr számára.

Az új luxus arckrém tükrös tetejű tégelyben elérhető szeptembertől a Vichy partnergyógyszertáraiban. További információ az innovációról és online diagnózis: vichy.hu.

2.2. www.index.hu

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY LABORATOIRES

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

MONDJON NEMET A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS JELEIRE

FEDEZZE FEL



AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE
VICHY
LABORATOIRES

ÚJ
**LIFTACTIV
SUPREME**

MONDJON NEMET
A NAPKÖZBENI
BŐRÖREGEDÉS JELEIRE!

FEDEZZE FEL



ÚJ **LIFTACTIV SUPREME** MONDJON NEMET A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS JELEIRE! **FEDEZZE FEL**  AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE **VICHY** LABORATOIRES

2.3. www.startlap.hu

Új Vichy Liftactiv Supreme



3. Google Adwords és Google Display



4. Televíziós reklám

A reklámfilmben a következő szöveg olvasható:

„7H 23H

BŐRGYÓGYÁSZATI FELÜGYELET MELLETT TESZTELT
ÚJ LIFTACTIV SUPREME

A reklámfilmben a következő szöveg látszik:

A SIMÁBBNAK LÁTSZÓ ARCBŐRÉRT

+16% FESZESSÉG*

[apró betű] *Műszeres teszt 40 nő, 4 órával az alkalmazás után.



A RÁNCOK KORRIGÁLÁSÁÉRT
 A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS ELLEN
 ÚJ LIFTACTIV SUPREME
 AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE
 VICHY
 LABORATOIRES
 KÉRDEZZE GYÓGYSZERÉSZÉT
www.vichy.hu

A reklámfilmben a következő szöveg hangzik el:

„Ne hagyja, hogy a napközbeni bőröregedés jelei elárulják korát. Új Liftactiv Supreme a Vichytől. Az arc bőr azonnal simábbnak látszik. Egészen estig a feszebbnek ható arcvonásokért. Akár egy hónap után a ráncok megjelenése csökken. Új Liftactiv Supreme. Vichy. Az ön ideális bőre.”

5. Nyomtatott sajtóhirdetések

1.1. ÉVA magazin

„A nap végén nemet mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE IS

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

KORREKCIÓS ARCKRÉM A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS ELLEN

A Vichy felfedezése: a napközbeni bőröregedés jelentősége.

A bőröregedés jelei láthatóvá válnak a nap folyamán, hozzájárulva a hosszú távú bőröregedéshez.

A LIFTACTIV SUPREME az első arckrém a Vichytől, amely RHAMNOSE-t egyesít DAY-PROOF

KOMPLEX-szel egy olyan, akár egész napon át tartó biológiai hatásért, amely képes folyamatosan korrigálni az öregedés jeleinek a megjelenését. Egész nap és hosszú távon.

[kép a termékről]

10H

A SIMÁBB ARCBŐRÉRT
16H
A FESZESEBB ARCVONÁSOKÉRT
19H
A NAP NYOMAI KEVÉSBÉ LÁTSZÓDhatnak AZ ARCON.
AKÁR 1 HÓNAP UTÁN
AZ ÁTFOGÓ LIFTING-HATÁSÉRT:
A RÁNCOK KORRIGÁLÁSA, MÉG A MÉLYEBBEKÉ IS.
+32% FESZESSÉG*

Kérdezze gyógyszerészét.

További információ: www.vichy.hu

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

[apró betű] *Műszeres teszt, 4 hét, 40 nő.”

[termék mintán olvasható felirat]³⁰

1.2. Marie Claire magazin

1. oldalon

„A nap végén nem mondom az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE IS

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

[apró betű] *Műszeres teszt, 4 hét, 40 nő.”

2. oldalon

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

KORREKCIÓS ARCKRÉM A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS ELLEN

A Vichy felfedezése: a napközbeni bőröregedés jelentősége.

A bőröregedés jelei láthatóvá válnak a nap folyamán, hozzájárulva a hosszú távú bőröregedéshez.

A LIFTACTIV SUPREME az első arckrém a Vichytől, amely RHAMNOSE-t egyesít DAY-PROOF

KOMPLEX-szel egy olyan, akár egész napon át tartó biológiai hatásért, amely képes folyamatosan korrigálni az öregedés jeleinek a megjelenését. Egész nap és hosszú távon.

[kép a termékről]

10H

A SIMÁBB ARCBŐRÉRT

16H

A FESZESEBB ARCVONÁSOKÉRT

19H

A NAP NYOMAI KEVÉSBÉ LÁTSZÓDhatnak AZ ARCON.

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

AZ ÁTFOGÓ LIFTING-HATÁSÉRT:

A RÁNCOK KORRIGÁLÁSA, MÉG A MÉLYEBBEKÉ IS.

+32% FESZESSÉG*

Kérdezze gyógyszerészét.

További információ: www.vichy.hu

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

³⁰ VJ/37-2/2015. számú irat. 4. számú melléklete.

VICHY
LABORATOIRES

1.3. Nők Lapja Évszakok

1. oldalon

„A nap végén nemet mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE IS

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESEGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

KORREKCIÓS ARCKRÉM A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS ELLEN

A Vichy felfedezése: a napközbeni bőröregedés jelentősége.

A bőröregedés jelei láthatóvá válnak a nap folyamán, hozzájárulva a hosszú távú bőröregedéshez.

A LIFTACTIV SUPREME az első arckrém a Vichytől, amely RHAMNOSE-t egyesít DAY-PROOF

KOMPLEX-szel egy olyan, akár egész napon át tartó biológiai hatásért, amely képes folyamatosan korrigálni az öregedés jeleinek a megjelenését. Egész nap és hosszú távon.

[kép a termékről]

10H

A SIMÁBB ARCBŐRÉRT

16H

A FESZESEBB ARCVONÁSOKÉRT

19H

A NAP NYOMAI KEVÉSBÉ LÁTSZÓDhatnak AZ ARCON.

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

AZ ÁTFOGÓ LIFTING-HATÁSÉRT:

A RÁNCOK KORRIGÁLÁSA, MÉG A MÉLYEBBEKÉ IS.

+32% FESZESEÉG*

Kérdezze gyógyszerészét.

További információ: www.vichy.hu

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

[apró betű] *Műszeres teszt, 4 hét, 40 nő.

[termék mintán olvasható felirat]³¹

2. oldalon

„EXKLUZÍV FELFEDEZÉS AZ ÖREGEDÉSGÁTÁLSBAN

A napközbeni bőröregedés biológiai tény, amely idővel bevésődik.

A Vichy egy 111 nő részvételével végzett teszttel igazolta, hogy a bőröregedés jelei reggel 9 és este 6 óra között felerősödhetnek.

Műszeres vizsgálatokkal bizonyították, hogy az öregedés 3 jellemzője a reggeli és az esti órák között megerősödik: az arc fakóbbnak tűnik, a ráncok láthatóbbá válnak, az arcbőr veszít feszségéből. Idővel ez a jelenség egyre hangsúlyosabbá válik, majd tartósan bevésődhet, ezáltal az arcbőr veszíthet fiatalos megjelenéséből.

9.00 FAKÓBBNAK TŰNŐ ARCBŐR

16.00 LÁTHATÓBB RÁNCOK

18.00 AZ ARCBŐR VESZÍT FESZESEGÉBŐL

³¹ VJ/37-2/2015. számú irat. 4. számú melléklete.

10-BŐL 8 NŐ MEGERŐSÍTETTE EZT A TÉNYT.

[kép a termékről]

Folyamatos öregedésgátló hatás, most először a napközbeni öregedésgátló hatékonyságon mérve.

LIFTACTIV SUPREME

Az első dinamikus klinikai vizsgálattal bizonyítva. Reggeltől estig és hosszú távon is, a LIFTACTIV SUPREME arckrémmel akár minden nap tapasztalható eredmény a napközbeni bőröregedés ellen, a jobb ránctalanító és feszesítő hatásért akár 1 hónap után.

INNOVÁCIÓ – 7 SZABADALOM – EXKLUZÍV HATÓANYAG-KOMBINÁCIÓ

A Vichy 5% Rhamnose-t – egy ránctalanító és feszesítő hatású hatóanyagot – a Neoheszperidin antioxidáns erejével kombinálta. Ezt egy olyan hatóanyag kombinációval erősítette meg [Day-Proof Komplex: Adenozin + koffein + korrekciós összetevők], amely a napközbeni bőröregedés ellen hat.

Az új Liftactiv Supreme nappali arckrém szeptembertől érhető el a patikában, normál, kombinált vagy száraz, nagyon száraz arcbőrre.

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES”

1.4. Nők Lapja

„A nap végén nemet mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE IS

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESEGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

[termék mintán olvasható felirat]³²

10H

A SIMÁBB ARCBŐRÉRT

16H

A FESZESEBB ARCVONÁSOKÉRT

19H

A NAP NYOMAI KEVÉSBÉ LÁTSZÓDhatnak AZ ARCON.

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

AZ ÁTFOGÓ LIFTING-HATÁSÉRT:

A RÁNCOK KORRIGÁLÁSA, MÉG A MÉLYEBBEKÉ IS.

+32% FESZESEÉG*

Kérdezze gyógyszerészét.

További információ: www.vichy.hu

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

[apró betű] *Műszeres teszt, 4 hét, 40 nő.”

1.5. ELLE

1. oldalon

„10H – AZ ARCBŐR FÁRADTNAK TŰNIK.

16H – RÁNCOK LÁTHATÓBBÁ VÁLNAK.

19H – AZ ARCBŐR VESZÍT FESZESEGÉBŐL.

³² VJ/37-2/2015. számú irat. 4. számú melléklete.

Mi lenne, ha a fiatalabbnak tűnő arcbőr csak egy napon múlna?”

2. oldalon

„A nap végén nemet mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE IS

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

KORREKCIÓS ARCKRÉM A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS ELLEN

A Vichy felfedezése: a napközbeni bőröregedés jelentősége.

A bőröregedés jelei láthatóvá válnak a nap folyamán, hozzájárulva a hosszú távú bőröregedéshez.

A LIFTACTIV SUPREME az első arckrém a Vichytől, amely RHAMNOSE-t egyesít DAY-PROOF

KOMPLEX-szel egy olyan, akár egész napon át tartó biológiai hatásért, amely képes folyamatosan korrigálni az öregedés jeleinek a megjelenését. Egész nap és hosszú távon.

[termék mintán olvasható felirat]³³

10H

A SIMÁBB ARCBŐRÉRT

16H

A FESZESEBB ARCVONÁSOKÉRT

19H

A NAP NYOMAI KEVÉSBÉ LÁTSZÓDhatnak AZ ARCON.

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

AZ ÁTFOGÓ LIFTING-HATÁSÉRT:

A RÁNCOK KORRIGÁLÁSA, MÉG A MÉLYEBBEKÉ IS.

+32% FESZESSÉG*

Kérdezze gyógyszerészét.

További információ: www.vichy.hu

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

[apró betű] *Műszeres teszt, 4 hét, 40 nő.”

3. oldalon

„EXKLUZÍV FELFEDEZÉS AZ ÖREGEDÉSGÁTLÁSBAN

A napközbeni bőröregedés biológiai tény, amely idővel bevésődik.

A Vichy egy 111 nő részvételével végzett teszttel igazolta, hogy a bőröregedés jelei reggel 9 és este 6 óra között felerősödhetnek.

Műszeres vizsgálatokkal bizonyították, hogy az öregedés 3 jellemzője a reggeli és az esti órák között megerősödik: az arc fakóbbnak tűnik, a ráncok láthatóbbá válnak, az arcbőr veszít feszségéből. Idővel ez a jelenség egyre hangsúlyosabbá válik, majd tartósan bevásódhat, ezáltal az arcbőr veszíthet fiatalos megjelenéséből.

9.00 FAKÓBBNAK TŰNŐ ARCBŐR

16.00 LÁTHATÓBB RÁNCOK

18.00 AZ ARCBŐR VESZÍT FESZESSÉGÉBŐL

10-BŐL 8 NŐ MEGERŐSÍTETTE EZT A TÉNYT.

[kép a termékről]

Folyamatos öregedésgátló hatás, most először a napközbeni öregedésgátló hatékonyságon mérve.

LIFTACTIV SUPREME

³³ VJ/37-2/2015. számú irat. 4. számú melléklete.

Az első dinamikus klinikai vizsgálattal bizonyítva. Reggeltől estig és hosszú távon is, a LIFTACTIV SUPREME arckrémrel akár minden nap tapasztalható eredmény a napközbeni bőröregedés ellen, a jobb ráncalanító és feszesítő hatásért akár 1 hónap után.

INNOVÁCIÓ – 7 SZABADALOM – EXKLUZÍV HATÓANYAG-KOMBINÁCIÓ

A Vichy 5% Rhamnose-t – egy ráncalanító és feszesítő hatású hatóanyagot – a Neoheszperidin antioxidáns erejével kombinálta. Ezt egy olyan hatóanyag kombinációval erősítette meg [Day-Proof Komplex: Adenozin + koffein + korrekciós összetevők], amely a napközbeni bőröregedés ellen hat.

Az új Liftactiv Supreme nappali arckrém szeptembertől érhető el a patikában, normál, kombinált vagy száraz, nagyon száraz arcbőrré.

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES”

6. POS hirdetési eszközök

6.1. Lux teszter

„AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

ÉRZÉKENY BŐRRÉ

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

LIFTACTIV SUPREME

Normál, kombinált bőrre

A NAPKÖZBENI BŐRÖREGEDÉS ELLEN”

LIFTACTIV SUPREME

Száraz, nagyon száraz bőrre

6.2. Teszter csík

„AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

LIFTACTIV SUPREME

Normál, kombinált bőrre”

6.3. „Cube”

A doboz 1., 2., 3. és 4. oldalán

„VICHY

LABORATOIRES

LIFTACTIV SUPREME”

[kép a termékről]

A doboz 5. oldalán

„VICHY

LABORATOIRES”

A doboz 6. oldalán

„VICHY
LABORATOIRES
LIFTACTIV”
[kép a termékről]

6.4. Brosúra termékmintával

1. oldalon

„LIFTACTIV TERMÉKCSALÁD A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉG ELLEN
AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

ARCRA ÉS SZEMKÖRNYÉKRE

LIFTING-HATÁS – RÁNCOK ELLEN – FESZESÍTŐ HATÁS

[képek a termékekről]

NAPPALI RÁNCKRÉM Normál, kombinált bőrre

NAPPALI RÁNCKRÉM Száraz, nagyon száraz bőrre

ÉJSZAKAI ARCKRÉM

SZEMKÖRNYÉKÁPOLÓ

SZÉRUMOK ÉS INTENZÍV ARCÁPOLÓK

A HATÉKONYSÁG FOKOZÁSÁÉRT

[képek a termékekről]

SÉRUM 10 A hosszan tartó lifting-hatásért

SERUM 10 SZEMKÖRNYÉKRE ÉS SZEMPILLÁKRA A simább szemkörnyékért és a ragyogóbb tekintetért
ADVANCED FILLER Korrekciós arckrém minden ránc típus ellen, a függőleges ráncok ellen is”

2. oldalon

„A nap végén nem mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE

PARABÉN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS
A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME”

3. oldalon

„LIFTACTIV SUPREME – 7 SZABADALOM – AKTÍV HATÓANYAG EXKLUZÍV KOMBINÁCIÓJA

Most először a Vichytől: a napközbeni bőröregedés klinikailag és objektíven mérhető.

Az új LIFTACTIV SUPREME arckrém aktív hatóanyag-összetételének köszönhetően, folyamatosan hat az
öregedés jelei ellen, akár már a kialakulásuk során is.

1 AZONNALI HATÁS

3D OPTIKAI KORREKCIÓ

- blur hatás + mattító púder a bőr tónusának azonnali kisimítása és egységesítése érdekében
- Liquid Light technológia a ragyogóbb arc bőrért

2 REGGELTŐL ESTIG

DAY-PROOF TECHNOLÓGIA: KOFFEIN + ADENOZIN

- a Lifting-hatásért
- védelem a ráncok kialakulása ellen

- a fáradtság jelei ellen

3 HOSSZÚ TÁVÚ HATÁS

5% RHAMNOSE + NEOHESZPERIDIN

- a ráncok korrigálásáért
- feszségvesztés ellen
- az átfogó lifting-hatásért

A BŐRÖREGEDÉS LEGGYAKORIBB JELEI A NAP FOLYAMÁN*

10H FAKÓNAK LÁTSZÓ ARCBŐR

16H FESZESEGVESZTÉS

19H A RÁNCOK MÉLYEBBÉ VÁLNAK

2-ből 1 NŐ ÚGY TALÁLJA, HOGY ESTE ÖREGEBBNEK TŰNIK AZ ARCA, MINT REGGEL**

* Műszeres vizsgálat, 111 nő

** Saját megítélés alapján, 42 nő

DR. PÓNYAI KATINKA

BŐRGYÓGYÁSZ ÉS KOZMETOLÓGUS SZAKORVOS www.dermart.hu

„Praxisomban gyakran találkozom olyan betegekkel, akiket foglalkoztatnak a bőröregedés különböző megnyilvánulásai. Ezek idővel felerősödnek: a ráncok elmélyülnek, az arcbőr veszít feszségéből és rugalmasságából, az arc összességében fáradtabbnak tűnik. A krono-biológiai bőröregedés ezen jelei kisebb mértékben minden nap meglátszanak az arcunkon. Ezt a jelenséget nem csak maguk a nők érzélik, de klinikai vizsgálatokkal mérhető is. Bőrgyógyászként olyan minden napi arcápolót ajánlok, amely egyaránt foglalkozik a mindennapi, rövid távú bőröregedési jelekkel és hosszú távon is gondoskodik arról, hogy az arcbőr minél tovább megőrizze üdeségét, simaságát, rugalmasságát.”

4. oldalon

„LÁTHATÓ EREDMÉNYEK AKÁR MÁR A NAP VÉGÉN ÉS HOSSZÚ TÁVÚ HATÁS

AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

REGGELTŐL ESTIG

Az arcbőr simábbnak érződik.

Az arckontúrok mintha jobban

kirajzolódnának

2 KELLEMES TEXTÚRÁK

- NORMÁL, KOMBINÁLT BŐRRE
Friss, könnyű textúra. Mattító hatás, bársonyos tapintás. Hosszan tartó komfortérzet.
- SZÁRAZ, NAGYON SZÁRAZ BŐRRE
Gazdag, krémes textúra. Táplálja az arcbőrt. Hosszan tartó komfortérzet.

Próbálja ki a Liftactiv Supreme arckrém normál, kombinált bőrre!

ÉRZÉKENY BŐRRE

PARABEN MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL”

6.5. Stopper

1. oldalon

„AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESEGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

REGGELTŐL ESTIG

- AZ ARCBŐR SIMÁBBNAK ÉRZŐDIK
- AZ ARCKONTÚROK MINTHA JOBBAN KIRAJZOLÓDNÁNAK

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

- AZ ÁTFOGÓ LIFTING HATÁSÉRT

[kép a termékről]

ÉRZÉKENY BŐRRE

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL”

2. oldalon

„AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

[kép a termékről]

ÉRZÉKENY BŐRRE

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL”

6.6. Polcsók

„ÚJ LIFTACTIV SUPREME

LIFTACTIV

RÁNCNTALANÍTÁS – FESZESSÉG – LIFTING-HATÁS”

6.7. „Pankard”

„AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

[kép a termékről]

REGGELTŐL ESTIG

- AZ ARCBŐR SIMÁBBNAK ÉRZŐDIK
- AZ ARCKONTÚROK MINTHA JOBBAN KIRAJZOLÓDNÁNAK

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

- AZ ÁTFOGÓ LIFTING HATÁSÉRT

A nap végén nemet mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL”

6.8. Kirakati fólia

„AZ ÖN IDEÁLIS BŐRE

VICHY

LABORATOIRES

AZ ELSŐ ARCKRÉM A VICHYTŐL EGÉSZ NAPON ÁT TARTÓ LIFTING-HATÁSSAL, A RÁNCOK ÉS A FESZESSÉGVESZTÉS FOLYAMATOS KORRIGÁLÁSÁÉRT.

ÚJ LIFTACTIV SUPREME

[kép a termékről]

REGGELTŐL ESTIG

- AZ ARCBŐR SIMÁBBNAK ÉRZŐDIK
- AZ ARCKONTÚROK MINTHA JOBBAN KIRAJZOLÓDNÁNAK

AKÁR 1 HÓNAP UTÁN

- AZ ÁTFOGÓ LIFTING HATÁSÉRT

A nap végén nemet mondok az öregedés jeleire az arcomon.

ÉRZÉKENY BŐRRE

PARABEN-MENTES

VICHY TERMÁLVÍZZEL”