

## **ALLEGATO 1**

### **DICHIARAZIONE DI IMPEGNI**

Nell'ambito del procedimento n. PS9004 avviato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito anche "l'Autorità") in data 2 agosto 2013 e avente ad oggetto le condotte commerciali di L'Oreal Italia S.p.a.u.s. relativa alla diffusione di messaggi pubblicitari per tre prodotti cosmetici della linea Revitalift LaserX3, L'Oreal Italia S.p.a.u.s., ai sensi e per gli effetti dell'art. 27, comma 7, del *Codice del Consumo* (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni) si impegna, a decorrere dalla data di comunicazione del provvedimento dell'Autorità, a dare attuazione alle seguenti misure con le modalità e nei tempi di seguito indicati:

#### **“1. Il professionista che presenta gli impegni**

L'Oréal Italia S.p.A. con sede in 10122 -Torino, Via Giuseppe Garibaldi n. 42.

#### **2. La pubblicità contestata**

La campagna pubblicitaria relativa alla gamma dei prodotti Revitalift Laser X3 a marchio L'Oréal Paris.

**Si precisa che la programmazione di detta campagna pubblicitaria è stata sospesa su tutti i supporti, con la sola eccezione della confezione, contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento. In considerazione dei noti tempi tecnici la campagna è comparsa, nel mese di settembre, solo su alcune riviste periodiche che l'avevano già pianificata.**

#### **3. Contenuto testuale degli impegni proposti**

La pubblicità della gamma Revitalift Laser X3, come è stato illustrato nella memoria 30 settembre 2013, è stata veicolata attraverso la stampa, la televisione, il sito [www.loreal.paris.it](http://www.loreal.paris.it), la radio e il materiale punto vendita.

Essa è stata altresì veicolata attraverso la confezione del prodotto.

I profili di illegittimità evidenziati dall'Autorità hanno avuto ad oggetto, tra l'altro, (i) il raffronto tra l'efficacia della crema giorno e l'efficacia di una sessione laser CO2 frazionato e (ii) le percentuali di miglioramento della qualità della pelle e delle rughe.

Questi due profili formano oggetto degli impegni che la Società si accinge ad illustrare qui di seguito.

Al paragrafo 3.7 ci si soffermerà su un impegno, assunto sulla base delle indicazioni fornite in sede di audizione, la cui efficacia si estende oltre la campagna di cui si controverte, investendo anche le future campagne di prodotti commercializzati dall'odierna resistente.

In luogo di procedere all'indicazione del contenuto testuale degli impegni proposti, L'Oreal, al fine di agevolare la comprensione degli stessi, ha ritenuto opportuno già in questa sede, per la stampa, la televisione ed i pack, produrre le nuove proposte che recepiscono il contenuto degli impegni assunti.

In dettaglio.

### **3.1. La campagna stampa**

Si allega alla presente sub **doc. n. 2** la bozza della pubblicità stampa.

Dalla disamina della pagina pubblicitaria che L'Oreal si dichiara disponibile a veicolare si evince che verranno eliminati:

- (i) il riferimento al raffronto tra l'efficacia della crema giorno con la sessione laser, ivi compresi i relativi elementi grafici aventi ad oggetto i dati di raffronto;
- (ii) il riferimento ai "risultati per la vostra pelle" ed alle relative percentuali di miglioramento, nonché ai tempi necessari per ottenere detti miglioramenti;
- (iii) il riferimento all'alta concentrazione della molecola Pro-Xylane.

La pagina pubblicitaria contiene quindi esclusivamente la rivendicazione della tripla azione del prodotto e della innovatività della formula, innovatività che, come si è dimostrato nella memoria depositata, era ed è correlata alla combinazione degli attivi.

Cesserà invece definitivamente la campagna stampa del contorno occhi.

### **3.2. La campagna televisiva**

La scrivente difesa allega alla presente sub **docc. nn. 3 e 4** lo spot televisivo e lo *storybord* dello stesso.

Dalla loro disamina si evince che verranno eliminati:

- (i) come nel caso della campagna stampa, il riferimento al raffronto tra l'efficacia della crema giorno con la sessione laser, ivi compresi i relativi grafici aventi ad oggetto i dati di raffronto;
- (ii) il riferimento all'innovazione scientifica in quanto, per le modalità con cui era presentato, poteva non risultare chiara la sua connessione con la combinazione degli attivi;
- (iii) il riferimento all'alta concentrazione della molecola Pro-Xylane.
- (iv) il riferimento al test di autovalutazione e alla percentuale dell' 86% di soddisfazione delle donne.

Lo spot che L'Oréal è disponibile a veicolare contiene quindi esclusivamente la rivendicazione della tripla azione del prodotto e l'indicazione della presenza nella formula dell'acido ialuronico e del Pro-Xylane.

### **3.3. Il sito internet [www.loreal.paris.it](http://www.loreal.paris.it).**

Il sito internet è stato oscurato in data 3 ottobre 2013 e rimarrà oscurato sino alla comunicazione della decisione della Spett.le Autorità avente ad oggetto gli impegni

proposti. A seguito dell'accettazione degli impegni relativi agli altri mezzi, L'Oréal apporterà al sito le modifiche coerenti con gli stessi”

“Qualora L'Oreal decidesse di riprendere la campagna web, nella sezione dedicata ai prodotti Revitalift Laser X3 verranno eliminati:

- (i) nella home page la frase "Il trattamento anti età che sfida una sessione laser", nonché la sezione correlata denominata "Il test" nella quale, nella versione attuale del sito, viene illustrato il raffronto tra l'efficacia della crema giorno e quella della sessione laser, ivi compresa la dicitura "Dopo 8 settimane: miglioramenti sulle rughe del contorno occhi" e i relativi grafici aventi ad oggetto i dati di raffronto. In questa sezione verrà eliminata anche la sotto sezione "I risultati per la vostra pelle" e verrà invece mantenuto solamente il riferimento all' innovazione scientifica correlata alla combinazione degli attivi;
- (ii) sempre nella home page il link "Vedere il test". Verrà quindi eliminato sia il video che lo script aventi ad oggetto ancora una volta il test di raffronto tra l'efficacia della crema giorno e quella della sessione laser;
- (iii) nella parte finale della home page e in particolare nella parte dedicata alla crema giorno, la dicitura "Alta concentrazione di attivi".

Sempre nella sezione dedicata ai prodotti Revitalift Laser X3 verranno poi apportate le seguenti modifiche:

- (iv) nella pagina dedicata alla crema giorno (a cui si accede cliccando sul link "scopri di più" posto accanto all'immagine del prodotto che compare nella parte finale della home page), e in particolare nella sezione dedicata alle "caratteristiche del prodotto", la descrizione dei risultati ottenuti tramite l'applicazione della crema, e in particolare la seguente dicitura: "RISULTATI VISIBILI: Immediatamente la pelle appare trasformata: miglioramento della qualità della pelle riscontrato sull' 87% delle donne\* - In una settimana, miglioramento significativo delle rughe: rughe del leone (-17%), rughe del contorno occhi (-16%), rughe della fronte (-12%)\*- In 4 settimane, la pelle appare più soda e più densa: il viso è come rimodellato.\* Studio cosmeticoclinico su 60 donne", verrà sostituita con quanto segue:

"CREMA GIORNO: "RISULTATI VISIBILI: - La pelle appare trasformata e la qualità della pelle migliorata\*\* - In una settimana miglioramento significativo delle rughe: rughe della fronte, rughe del contorno occhi\*\* - In quattro settimane la pelle appare più soda e più densa: il viso è come rimodellato".

Si tratta delle medesime indicazioni oggetto degli impegni relativi alle confezioni (si veda punto 3.6 degli impegni del 25/26 novembre u.s.).

- (v) nella pagina dedicata al contorno occhi (a cui si accede cliccando sul link "scopri di più" posto accanto all'immagine del prodotto che compare nella parte

finale della home page), e in particolare nella sezione dedicata alle "caratteristiche del prodotto", la descrizione dei risultati ottenuti tramite l'applicazione del concentrato, e in particolare la seguente dicitura: "RISULTATI VISIBILI: - Immediatamente, il contorno occhi è più disteso, le borse si attenuano e lo sguardo si illumina. - In 3 settimane, le rughe sono significativamente ridotte: -17%\*-Giorno dopo giorno, il contorno occhi è visibilmente più tonico. \* Test strumentale su 39 donne - rughe del contorno occhi", verrà sostituita con quanto segue:

"CONTORNO OCCHI: "RISULTATI VISIBILI: Il contorno occhi è più disteso: le borse si attenuano e lo sguardo si illumina. - In 3 settimane, le rughe sono ridotte\*\* - Giorno dopo giorno, il contorno occhi è visibilmente più tonico. Scoprite una vera trasformazione: uno sguardo come nuovo, più luminoso".

Si tratta delle medesime indicazioni oggetto degli impegni relativi alle confezioni (si veda punto 3.6 degli impegni del 25/26 novembre u.s.)”.

### **“3.4. 1 comunicato radio**

Premesso che il comunicato radio di cui al documento n. 4e) della memoria è andato in onda solo all'interno dei supermercati a marchio Esselunga nel periodo dal 01/04/13 al 07/04/13 e dall' 08/04/13 al 14/04/13, la società si impegna a non utilizzarlo più.

### **3.5. Il materiale punto vendita**

Per quel che concerne il materiale punto vendita di cui al documento n. 4d) della memoria, la società si impegna ad eliminare da tutti i materiali i riferimenti alla comparazione tra gli effetti della crema giorno e il trattamento laser, le rivendicazioni di efficacia percentuale e le tempistiche di raggiungimento dei risultati.

### **3.6. Le confezioni dei prodotti**

Dalla disamina delle confezioni emerge:

- a) che quella della crema giorno non contiene il raffronto tra l'efficacia del prodotto e l'efficacia di una sessione laser CO2 frazionato (si ricorda che detto raffronto è stato veicolato solo in relazione all'efficacia della crema giorno sulla campagna stampa, tv e sul sito e non quindi sulla confezione);
- b) che le uniche rivendicazioni di percentuali di miglioramento sono riportate nella facciata posteriore delle sole confezioni della crema giorno e del contorno occhi;
- e) che nessuna rivendicazione di efficacia percentuale è, invece, contenuta nella confezione del siero anti età.

In particolare nella sezione "Risultati visibili" della confezione della crema giorno si legge:

“RISULTATI VISIBILI: Immediatamente la pelle appare trasformata: miglioramento della qualità della pelle riscontrato sull' 87% delle donne\* - In una settimana, miglioramento significativo delle rughe: rughe del leone ( -17%), rughe del contorno occhi (-16%), rughe della .fronte (-12%)\*- In 4 settimane, la pelle appare più soda e più densa: il viso è come rimodellato\*. Studio cosmetoclinico su 60 donne”.

Nella medesima sezione della confezione del contorno occhi si legge invece: "RISULTATI VISIBILI: - Immediatamente, il contorno occhi è più disteso, le borse si attenuano e lo sguardo si illumina. - In 3 settimane, le rughe sono significativamente ridotte: -17%- Giorno dopo giorno, il contorno occhi è visibilmente più tonico. \* Test strumentale su 39 donne - rughe del contorno occhi”.

L'Oreal si impegna ad apportare modifiche coerenti con gli impegni assunti in relazione alla campagna stampa e alla campagna televisiva anche alle confezioni e in particolare alle sezioni dedicate ai "Risultati visibili”.

Si allegano per comodità, **sub docc. nn. 5 e 6**, le bozze dei nuovi pack.

Per agevolare la lettura degli impegni, qui di seguito verranno riportate le informazioni relative ai "Risultati visibili" che ci si rende disponibili ad inserire in sostituzione di quelle attualmente presenti.

CREMA GIORNO: "RISULTATI VISIBILI: - La pelle appare trasformata e la qualità della pelle migliorata\*\* - In una settimana miglioramento significativo delle rughe: rughe della fronte, rughe del contorno occhi\*\*- In quattro settimane la pelle appare più soda e più densa: il viso è come rimodellato ”.

Il resto rimane invariato.

CONTORNO OCCHI: "RISULTATI VISIBILI: Il contorno occhi è più disteso: le borse si attenuano e lo sguardo si illumina. - In 3 settimane, le rughe sono ridotte\*\* - Giorno dopo giorno, il contorno occhi è visibilmente più tonico. Scoprite una vera trasformazione: uno sguardo come nuovo, più luminoso”.

Il resto rimane invariato.

### **3.7. Impegni per le future campagne relative ai prodotti commercializzati da L'Oreal.**

L'Oreal, con ciò dimostrando fattivamente di avere compreso lo spirito sotteso alla presentazione degli impegni e di volere seguire le indicazioni manifestate dall'Autorità in sede di audizione, si impegna ad evitare nell'ambito di future

campagne pubblicitarie di propri prodotti di eseguire confronti tra l'efficacia di un prodotto cosmetico e quella di trattamenti estetici di altra natura (in particolare di medicina e chirurgia estetica).

La scrivente difesa auspica che l'Autorità possa apprezzare la portata degli impegni assunti ed in particolare di quest'ultimo il cui ambito eccede quello della campagna oggetto di contestazione.

Al fine di potere assumere detto impegno, L'Oreal Italia ha dovuto essere autorizzata dalla casa madre francese alla quale ha dovuto illustrare nel dettaglio le specificità della normativa italiana e della sua applicazione da parte della Spett.le Autorità della Concorrenza e del Mercato.

Si segnala altresì che questo impegno potrà rendere necessario in futuro veicolare in Italia campagne pubblicitarie che presentano delle differenze rispetto a quelle veicolate in tutto il mondo dalla multinazionale L'Oreal.

Questa precisazione si è resa necessaria al fine di consentire alla Spett.le Autorità Garante di comprendere lo straordinario impatto che l'impegno assunto avrà sulla politica di comunicazione di L'Oreal Italia, nonché su quella del Gruppo L'Oréal.

#### **4. Tempistica**

L'Oréal si impegna ad adempiere agli impegni sopra enunciati secondo le seguenti tempistiche:

(i) **Campagna stampa:** L'Oréal, come si è detto, attualmente ha cessato la campagna stampa. A partire dal 6 dicembre 2013 verrà veicolata la campagna di cui al doc. n. 2;

(ii) **Campagna tv:** L'Oréal, come si è detto, attualmente ha cessato la campagna tv. A partire dal 6 dicembre 2013 verrà veicolata la campagna di cui ai docc. nn. 3 e 4;

(iii) **Sito Internet:** il sito internet è stato oscurato in data 3 ottobre 2013 e rimarrà oscurato sino alla comunicazione della decisione della Spett.le Autorità avente ad oggetto gli impegni proposti. A seguito dell'accettazione degli impegni, L'Oréal apporterà al sito le modifiche coerenti con gli impegni assunti relativamente agli altri mezzi;

(iv) **Materiale punto vendita:** L'Oréal si impegna ad eliminare da tutto il materiale punto vendita le rivendicazioni sopra indicate (par. 3.5) entro il termine di 45 giorni dalla comunicazione di accettazione degli impegni. Ovviamente, dopo la scadenza di detto termine, non si può escludere che in certi negozi, alcuni materiali rimangano invariati per un tempo superiore, essendo di proprietà dei punti vendita;

(v) **Confezioni:** L'Oreal si impegna ad immettere in commercio le confezioni con i pack di cui ai docc. nn. 5 e 6 a partire dal 90° giorno successivo alla comunicazione di accettazione degli impegni. Ovviamente in tale data non si può escludere che sul mercato siano ancora presenti le confezioni precedenti non vendute”.