

Kosmetiikkapakkaus on sekoitus mielikuvia ja tiukkaa faktaa

Kietooko saippua ympärillesi rauhallisuuden auran? Ovotko hiuksesi värjäämisen jälkeen kuin auringossa hohtava kypsä kaurapello? Tuskin ovat, eikä kukaan lähden vertailemaan kuontaloaan viljantähkien kanssa. Jos voidepurkki lupaa viisikymmentä prosenttia sileämmän ihon, niin tämä ihme pitää olla todistettavissa.

ILKKA
Marjo Pihlajaniemi
Tuotteiden kehuminen on mainonnassa sallittua, mutta kulluttajaa ei saa johtaa harhaan. Kuluttajansuojalaki säätelee kosmetiikkapakkauksen ulkonä-

köä ja sen sisältöä vahditaan lailla kosmeettisista valmisteista sekä kauppa- ja teollisuusministeriön asetuksella kosmeettisista valmisteista. Samalla kosmetiikka on mielikuvia, jotka liittyvät muutoksiin, joita tuotteen käyt-

täminen aiheuttaa käyttäjän ulkonäössä. Näihin muutoksiin laadittu paineet on kovet ja kosmetiikkavalmistajat yrittävät tasapainotella lupauksen ja niiden lunastuksen välillä.

Katso myös pienellä painetulla

Mainonnassa on kaksi perussääntöä: mainoksen kokonaisvaikutelman pitää antaa markkinoidusta tuotteesta totuudenmukainen kuva ja mahdolliset tosiasiat on pystyttävä todistamaan. Mainonta perustuu kuitenkin vahvasti mielikuville eikä tieteellisiin faktoille. Pakkauksissa käytetään tosiasiaväitteitä, kuten "tämä voide lisää ihon kosteutta 50

prosenttia" tai "pakkauksen sisältämä ainesosa x vähentää näkyvää ikääntymisen merkkejä". Niiden todentamiseksi on pystyttävä todistamaan.

Jos mainostekstissä on vedotto tutkimukseen, niin samassa yhteydessä on mainittava, mikälaisen tutkimukseen väite perustuu ei onko kyseessä oleva tutkimus tehty käyttäjien tuntemuksien pohjalta vai esimerkiksi keinotilolla. Myös testiryhmän koko ja se, mistä voi saada lisätieto kuuluu näkyväksi. Usein isoilla numeroilla kerrotut faktat sisältävät pienellä painetun huomautuksen siitä, että tulokset perustuvat testiryhmän itsearviointiin, siinä vertailukohtana voi olla esimerkiksi tilanne,

jossa voidetta ei käytettäisi ollenkaan. Mainoslauseet sisältävät myös kauppaalialista kehumista, eli vähemmän konkreettisia yleisilmaisuja, joita ei erikseen tarvitse todistaa oikeaksi. Tällaisia ovat "voide saa ihosi näyttämään terveemmältä ja energisemmältä" tai "tunne kevään raikkaus poskilla".

Kauppaalialiset kehumat perustuvat vahvasti kielellisiin mielikuviiin. Miellyttäviin tilanteisiin ja tunteuksiin liittyvät sanat on valjastettu voideden ja meikki-tuotteiden käyttöön. Kukaan ei pyri todistamaan tieteellisesti, hehkuuko iho kuin auringonlasku hiekkarannalla tai onko ihosynergisissä luonnossa.

Myyjä kertokoon mitä myy

Tilan ollessa vähäinen, kosmetiikkapakkauksiin ei ole liitetty yksityiskohtia tutkimuksista, joihin tosiasiaväitteet perustuvat. L'Oréal Finlandin kuluttajaneuvonnasta kerrotaan, että yksityiskohtaisemmat saatetaan myyjien ja lehdistön tietoon, mutta kuluttajille niitä ei lähetetä.

Jos asiakas haluaa tietää enemmän tuotteesta, niin myyjä voi pyytää meiltä materiaalia asian selvittämiseksi. Jos kosmetiikka ja sen vaikutukset kiinnostavat yleisesti, niin asiakas voi myös perehtyä alan kirjallisuuteen, jossa valotetaan kosmetiikan vaikutuksia.

Multi recharge -kosteuttava ja suojaava energiavoide. Ginseng. E-vitamiini, sk 15/ normaali- ja sekaiholle.

Herkullinen energiavoide kasvoille, todellinen nautinto iholle. *Kauppaalialinen kehuminen, sillä nautinto on subjektiivinen käsite.* Multirecharge kosteuttaa ihoa tehokkaasti sinetöimällä vettä solujen ytimeen (hyaluronihappo, sokerit ja aminohapot).

Tosiasiaväite
Sen sisältämä puhdas Ginseng antaa iholle energiaa ja stimuloi mikroverenkiertoa sekä solujen uudistumista.

Kauppaalialista kehumista, sillä energiaa ei voi mitata. Tosiasiaväite Ginsengin vaikutuksista.

Iho on optimaalisesti suojattu auringon ja stressin aiheuttamasta ikääntymistä vastaan.

Rajatapaus. Optimaalinen suoja on määre, väikee kovin tarkka sellainen. Toisaalta myös kauppaalialista kehumista, koska optimaalinen -sanaa käytetään tehokkaan synonyymina.

Iho on välittömästi raikkaampi, kasvonpiirteet ovat levänneet, iho on täydellisesti kostutettu ja vastustuskykyinen.

Kauppaalialista kehumista ja tosiasiaväitteitä samassa lauseessa. Raikas iho on subjektiivinen käsite. Täydellistä kosteutusta ja vastustuskykyä voidaan periaatteessa mitata, mutta voidaanko kasvonpiirteiden levenneisyyttä mitata? Mitä se edes tarkoittaa?

Päivästä päivään se [iho] hehkuu energiaa.

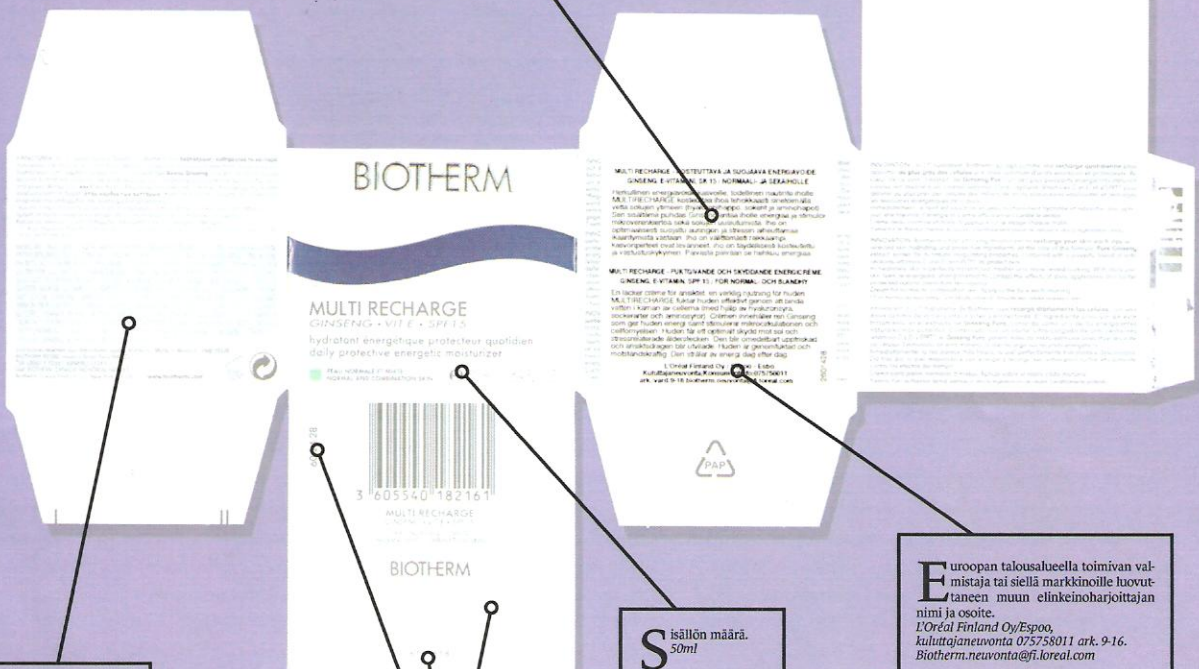
Kauppaalialista kehumista. Ihosta hehkuva energiaa ei voida mitata ja koko käsite on hyvin hämää.

Jos säilyvyysaika on yli 30 kuukautta

merkitään tieto ajanjaksosta, jona valmistetta voi käyttää ilman ihmisen terveydelle aiheuttavaa vaaraa sen jälkeen kun tuote on avattu. Ajanjakso ilmoitetaan muodossa kuukausien lukumäärä ja M. Tämä tulee tehdä kosmeettikaasetuksen liitteen 8A mukaisella symbolilla.

Ei löydy (kuluttajaneuvonnasta vahvistetaan, että tuotteen säilyvyys on käyttöönottohetkestä lasketuna alle 30 kuukautta, eli sitä ei tarvitse erikseen mainita)

Turvallisen käytön kannalta tarpeelliset ohjeet ja varoitusmerkit ja vaadittavat merkinnät, joista määrätään kosmetiikkalaissa- ja asetuksissa (esimerkiksi "ei ärtyneelle iholle" tai "sisältää formaldehydiä")
Ei ohjeita



Luettelo valmistein ainesosista. Eihän tämä tuotteen sisällöstä paljon kerro, mutta pohjassa on lista, josta selviää mitä purkki on niellyt. *Ingredients: Aqua/water, ethylhexyl methoxycinnamate, glycerin, cyclohexasiloxane...*

Valmiste-erätunnus. Mikä näistä numerosarjoista? (Kuluttajaneuvonnasta. Kerrotaan, että kysy on koodista, joka sisältää kaksi kirjainta ja kolme numeroa, esimerkiksi pohjaan painettu koodi XD037)

Sisällön määrä. 50ml

Euroopan talousalueella toimivan valmistajan tai siellä markkinoille luovuttaneen muun elinkeinoharjoittajan nimi ja osoite.
L'Oréal Finland Oy/Espoo, kuluttajaneuvonta 075758011 ark. 9-16. Biotherm.neuvonta@fi.loreal.com

Löydätkö nämä tiedot omasta voiteestasi?