



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL



☒ 1051 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

VJ-116/2004/ 93.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Szentkirályi Ásványvíz Termelő és Forgalmazó Kft.** ellen fogyasztók megtévesztése miatt indult eljárásban - tárgyaláson – meghozta az alábbi

H a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá volt vállalkozás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást valósított meg az általa forgalmazott szénsavas (szén-dioxiddal dúsított) árúján

- 2004. áprilisában (0,5 és 1,5 literes),
- 2004. májusától 2004.szeptemberéig (1,5 literes) és
- 2004. májusától (0,5 literes)

alkalmazott címkéken.

Ezt meghaladóan az eljárást megszünteti.

Kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a határozat kézhezvételétől számított 30 napon túl ne hozzon forgalomba a jogsértőnek minősített címkével ellátott 0,5 literes szénsavas ásványvizet, kötelezi továbbá, hogy fizessen meg 1.000.000,- Ft, azaz egymillió forint versenyfelügyeleti bírságot ugyancsak 30 napon belül a 10032000-01037557. sz. számlára.

A határozat felülvizsgálatát, annak kézhezvételétől számított 30 napon belül, a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott, de a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel kérheti az eljárás alá vont vállalkozás.

I.

A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) a Szentkirályi Ásványvíz Termelő és Forgalmazó Kft. ellen az 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tpv.) 70. § (1) bekezdése alapján indított verseny felügyeleti eljárást annak megállapítására, hogy a Szentkirályi Ásványvíz Kft. a szénsavmentes és szénsavas ásványvizei címkéin és a reklámanyagain - a 2004-es párizsi Aqua-Expo-ra történő utalással –összefüggésben alkalmazott állításaival, továbbá az áru használatára vonatkozó közlésekkel a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e.

I.

1. A 2003. július 15-én alapított eljárás alá vont vállalkozás fő tevékenysége a 1598'03 TEÁOR-szám alá tartozó Üdítőital gyártás.

Az eljárással érintett természetes - szénsavas és szénsavmentes - ásványvizet tevékenységi körébe esően gyártja, illetve forgalmazza a piacon Szentkirályi márkanév alatt.

2004-ben 15 millió palackot töltöttek meg a 270 méter mélységű kútból nyert vízzel.

Az eljárás alá vont vállalkozás piaci részesedése 2,5-3%.

2. Az országosan forgalmazott áru a 65/2004. (IV. 27.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet 2. §-a alapján olyan, természetes állapotában emberi fogyasztásra szánt, a 3. § szerint hivatalosan elismert természetes ásványvíz, mely

- származását tekintve megfelel a jogszabályi rendelkezésnek,

- eredendően szennyeződésmentes, továbbá

- ásványi anyag-, és nyomelem-tartalma, valamint egyéb összetevőinek következtében egészségügyi szempontból előnyös tulajdonságokkal rendelkezik,

továbbá

- mikrobiológiai szempontból megfelel a jogszabály által előírt elvárásoknak.

Az eljárásban érintett termékek összetétele:

Összetevő	Mennyiség – mg/l
Kalcium	63
Nátrium	21
Magnézium	26
Nitrit	0,0
Nitrát	0,0
Hidrogénkarbonát	400

A szénsavas és szénsavmentes természetes ásványvizek összes ásványi anyag tartalma: 575 mg/Liter.

3. A magyarországi ásványvíz piac általános jellemzése

Az alkoholmentes italpiacot az ásványvízfogyasztás dinamikus, a gyümölcslelfogyasztás mérsékelt, de stabil növekedése jellemzi, a szénsavas üdítőitalok többnyire stagnáló fogyasztása mellett.

Az egészséges életmóddal összefüggésben megnőtt ásványvízfogyasztást jelzi, hogy míg 1998-ban 23,2 liter volt az egy főre jutó éves ásványvízfogyasztás, addig a 2004. évre 68 litert prognosztizáltak. A palackozott ásványvíz elvesztette luxusjellegét és mindennapi fogyasztási cikk, alapvető élelmiszer lett. Bár az ásványvízfogyasztás csúcsideje továbbra is a nyár, az elmúlt években megfigyelhető volt a szezonális mérséklődése, illetve a fogyasztás kiegyensúlyozottabbá válása.

Bár az évenkénti közel hatszázmillió literes összes fogyasztás jelentősnek mondható, európai összehasonlításban a hazai piac még elmarad pl. a francia vagy olasz piacok fejenkénti száz litert jóval meghaladó méretétől. A Magyar Ásványvíz Szövetség és Termék Tanács véleménye szerint a fogyasztás további növekedése várható a következő években.

Az ásványvizeken belül - az eljárás alá vont vállalkozás kínálatához hasonlóan - három fő típus, a szénsavas, enyhén szénsavas és szénsavmentes ásványvíz - különböztethető meg, melyek közül a hazai fogyasztók - fogyasztási szokásaikat alapul véve - a szénsavval dúsított ásványvizeket kedvelik legjobban.

Az éves szinten eladott összes ásványvíz mennyiségnek kb. 24 %-át képviseli a szénsavmentes ásványvíz.

2004 I. félévében az összforgalom 90 %-át tíz ásványvíz palackozó üzem termelése adta, a maradék 10 %-on osztozott kb. 13-15 kisebb palackozó. A két legnagyobb forgalmat bonyolító vállalkozás együttes piaci részesedése közel 40 %.

Az elmúlt évek során a dinamikus növekvő ásványvízfogyasztás sok új hazai és külföldi márkát vonzott új belépőként a piacra.

Az ásványvíz import (francia, olasz, cseh ásványvizek stb.) mennyisége a Magyar Ásványvíz Szövetség és Termék Tanács becslései alapján a hazai termelés kb. 5 %-a.

Az export (kb. 3 millió liter) mennyisége marginálisnak tekinthető.

Az éleződő versenyhelyzetben a piaci szereplők márkáépítésre, marketingmunkára fordított kiadásai megnöttek.

4. A címkéken és reklámokban hivatkozott Párizsi Aqua-Expo

4.1. A Szentkirályi ásványvíz szerepelt a 2004-es párizsi Aqua-Expon-n, ahol - a díjról szóló oklevél alapján - a megrendezett kategóriák közül a „legjobb külföldi szénsavmentes víznek járó 2004. évi Eauscar díjat” („Eauscar 2004 de la meilleure eau plate étrangère a été décerné á Szentkirályi”) nyerte el.

A legjobb külföldi szénsavas ásványvíz díját ugyancsak kiosztották, azt egy olasz ásványvíz kapta.

4.2 Az Aqua-Expo-t évente, minden év februárjában rendezi meg a Zenit International, amely egyúttal az Ásványvíz Világszövetség hivatalos szervezője is.

A kiállítást „The Best Water in the World” megnevezéssel hirdetik meg, ahol kategóriánként osztják ki a díjakat.

4.2.1. Az Expo-t 2004-ben a 22. alkalommal rendezték meg.

A szervezők a 2004. évi Aqua-Expo-ra 661.000 meghívót küldtek szét a gyártók és a szakemberek részére.

A kiállításon - valamennyi földrésről - meghívó nélkül is részt lehetett venni, arra korlátozás nélkül bármely gyártó benevezhette ásványvizét.

A nevezésnek nem volt specifikus előfeltétele. Azok a gyártók, akik terméküket jónak tartották a sikeres versenyzéshez, és kifizették a jelentős összegű nevezési díjat, indulhattak a versenyen.

A 2004. február 8-án megrendezett THERMALIES/AQUA-EXPO 2004, Nemzetközi Víz, Egészség, Gyógyfürdők és Tengervíz-terápia Kiállítás az „Egészség és Jólét a víz által” téma köré csoportosult.

4.2.2. A párizsi Aqua-Expo témái közé tartozott a termálturizmus, a fogyasztásra szolgáló vizek bemutatása, a tengervíz-terápia, továbbá a wellness.

A szervezők a kiállítást kulcsfontosságúnak tekintették. A nemzetközi palettán benevezett különböző nemzeti pavilonoknak köszönhetően a résztvevő államok bemutathatták kínálatukat úgy a tengervíz-terápia, mint a vízgyógyászat, a gyógyfürdők és a palackozott vizek területén.

A versenyen különböző nemzetek különböző vizei szerepeltek, amelyeknek a palackozott vizek csak kisebb töredékét tették ki.

A palackozott vizekre nézve a nemzetközi palackozott víz-kongresszus egész napos lehetőséget kínált a szakma képviselőinek arra, hogy hat gyakorlati munkacsoport keretén belül vitassák a meg palackozott vizek piacának különböző kérdéseit.

4.2.3. A kiállításnak a 2004. évben 33.800 látogatója volt, ami 10-15%-os növekedést jelentett az előző évi látogatottsági adatokhoz képest.

Ami a kiállítók számát illeti, a legutóbbi kiállításon 283 volt azon kiállítók száma, akik a fentebb nevezett kategóriákban képviseltették magukat. A kiállítók területi eloszlása a következőképpen alakult:

FÖLDRAJZI ELOSZLÁS	KIÁLLÍTÓK SZÁMA
Franciaország	224
Európa (Franciaországon kívül) 23 Horvátország, Csehország, Németország, Görögország, Magyarország, Olaszország, Portugália, Románia, Szardínia, Spanyolország, Svájc	
Dél-Afrika (Mauritius)	1
Észak-Afrika Algéria, Egyiptom, Marokkó, Tunézia	30
Közép-Amerika (Mexikó, Martinique)	2
Ázsia és Közel-Kelet Cyprus, Izrael, Törökország	3
Összesen	283

A rendezvénysorozat 1876 konferencia résztvevő és 87 előadó részvételével zajlott.

4.2.4. A kiállításon belül az ún. „World Water Bar” és az "Eauscars" kiállítások vonatkoztak a palackozott vizekre. Az előbbi, főként a kevésbé ismert, vagy újonnan palackozott vizek számára biztosított lehetőséget az ismertté válás érdekében.

Az ún. "Eauscars" díjak elbírálásához önálló szakértői gárdát hívtak össze a különböző években a gasztronómia, egészségügy és a média területéről.

4.3. A 2004. évben a hazai piacon forgalmazott ásványvizek gyártói közül jelentős cégek – Coca-Cola, Pepsi-Cola, Danone, Nestlé – szerepeltek az Aqua-Expo-n, jól ismert márkáikkal (Evian, Perrier, Vittel, Nestlé Aquarel).

A fenti vállalkozások által benevezett termékeket nem Magyarországon gyártják.

4.4.2004-évben egyedül a Szentkirályi szénsavmentes ásványvíz vett részt az Expon a Magyarországon előállított ásványvizek közül. Más hazai palackozó nem képviseltette magát. A 2005. évi Aqua-Expo-ra a hazai gyártók közül már benevezett a Theodora Kékkúti és a Balfi ásványvizek gyártója is.

4.5. Más szakmai rendezvények:

4.5.1. A párizsi Aqua-Expo mellett több olyan rendezvényt tartanak világszerte, melyek témáját, a párizsi világkiállításához hasonlóan, a víz köré csoportosítják, pl. termál- és fürdővizek, vízkezelés.

Többek között ilyen rendezvény volt az osakai Water EXPO (világkiállítás), vagy a monterrey-i Expo Aguas.

Az Egyesült Államokban a legnagyobb vízkiállítás a Las-Vegas-i Aqua Conference and Expo (világkiállítás).

A rendezvényeken versenyt nem szerveznek, illetve ehhez kapcsolódóan díjakat sem osztanak ki.

4.5.2. Fentiekén kívül jelentős ismertséggel bír a müncheni DRINKTECH világkiállítás, ahová kifejezetten ital kategóriában lehet benevezni a világ minden tájáról. A kiállításon, amit „első számú italvásárlás” nevesítenek a honlapon, szintén nem rendeznek versenyt.

4.5.3. Fentiekén túl további hét nagy nevű, nem regionális élelmiszeripari vásár kerül megrendezésre, ahol versenyt nem rendeznek.

Ide tartozik például az évente megrendezett chicagói élelmiszervásár.

4.5.4. Az európai élelmiszeripari cégek között a kölni ANUGA és a párizsi SIAL díjai számítanak a legnívósabbnak és leglátogatottabbnak. Mindkettőn kiállít az ásványvizes szakma is.

Az ANUGA és a SIAL díjait a minőséghez kapcsolják anélkül, hogy versenyt rendezve mérnék össze az ott kiállított termékeket.

4.5.5. Az Európában - európai résztvevők számára - rendezett kiállítások közé tartozik a nürnbergi BRAU BEVIALE, azon belül is az „Ötletek pavilonja”, amely eredetileg söripari kiállítás volt, ma már azonban az italipar, illetve az üdítő és ásványvízipar is képviselteti magát.

Európában nagy megbecsülésnek örvend a Német Élelmiszerszövetség „Ásványvíz, Forrás és Asztali Víz” minőségi díja is.

4.6. A Hazai versenytársak álláspontja szerint a nem mindenki számára meghirdetett, elsősorban a franciákat érintő expón, egy adott kategóriában díjat nyert eljárás alá vont vállalkozás jogosulatlan előnyhöz jutott a piacon a feliratok használatával. Megjegyezték, hogy évente több tucat rendezvény is van, melyek részben rangosabbak, mint a párizsi.

5.Reklámtevékenység

5.1.Címkék

Az eljárás alá vont vállalkozás a szénsavas ásványvizeknél főként a világoskék alapszín (kiegészítő szín: rózsaszín), míg a szénsavmentes ásványvizeknél alapvetően a rózsaszín színt (kiegészítő szín: világoskék) alkalmazza.

A címkék elülső oldalán, szembetűnően, egy ovális alakú ábrában van elhelyezve a márkanév, továbbá az arra vonatkozó információ, hogy az adott árú szénsavmentes, vagy nem. Ez utóbbi vonatkozásban a különböző időben piacra került árucímkék változtak.

A címkéken fellelhető további (jelen ügy szempontjából releváns) feliratok, ábrák, kisebb méretűek.

5.1.1. A Szentkirályi Ásványvíz Kft. 0,5 és 1,5 literes szénsavmentes és szénsavas ásványvizei címkéinek elülső oldalán - a 2004-es párizsi Aqua-Expo-ra történő utalással – 2000. áprilisától 2004. május 1.-ig – a feltűnő, piros betűvel írt „világbajnok ásványvíz” feliratozást vezette be (29/5/1., 29/5/2. számú irat.), melyet egy szembeötlő, színben jól elütő (oldalt döntött, vagy álló) sárga négyzetben helyezett el.

Az elő-címkén szénsavas ásványvízként nevesített természetes ásványvizeknél a termékösszetevők között volt megjelenítve a szén-dioxid.

A 29/5/2. szám alatt csatolt, a szénsavas ásványvízként forgalomba került árun fellelhető címke alatt, a sárga négyzetben, a 29/5/1. alatti szövegezés kibővült, ott a „szén-dioxiddal dúsítva” apró piros betűs információt is megjelenítették.

A fent említett sárga négyzetet, valamennyi terméken, a piros alapon kiemelt fehér betűkkel írt, „2004 Paris” felirat övezte.

A címke bal oldalának alján (kisebb betűmérettel) az „Aqua-Expo Párizs 2004” „Eauscar” felirat jelent meg úgy, hogy

- a címkék egyik típusa - úgy a szénsavas, mint a szénsav nélküli árún - a „világ legjobb ásványvize” feliratot is tartalmazta (29/5/1.számú irat) mellette az Eilffel-toronnyal,
- míg a másik típuson az Expora utaló felirat mellett – lekicsinyítve - lett elhelyezve a szénsavmentes árú elő címkéjén nagy méretben szereplő embléma, és sárga négyzet az azokban szereplő feliratokkal, valamint az Eilffel- torony sziluettje (29/5/2.számú irat).

A címkék jobb oldalán a szokásos árú ismertetést (pl. mérsékelt ásványi anyag tartalmú, kalcium, magnézium és hidrogénkarbonátos, nátriumszegény természetes ásványvíz, vastalanítva), azok bal szélén pedig az ásványvíz fogyasztására vonatkozó ajánló szöveget helyezték el, mellette fényképekkel.

(A szénsavas ásványvizeknél a szöveg mellett egy fiatal lány fényképe volt látható).

- A szénsavmentes ásványvizeknél a szöveg mellett egy kisbaba színes fényképe szerepelt.

A szénsavmentes ásványvizeken (a kép mellett) a

„nitrátot nem tartalmazó tökéletes tisztaságú ásványvíz, melynek fogyasztása különösen ajánlott várandós anyáknak, kismamáknak, újszülötteknek és csecsemőknek. Forralás nélkül adható! (29/5/1.2.) felirat volt látható.

Az ajánló szöveg alatt a termék ásványi anyag összetételét tüntették fel, milligramm/liter mértékegységben kifejezve, kiemelve a Nitrit- és nitrát hiányt.

5.1.2. 2004. május 1-től (29/5/3-es számú címke) a 1,5 literes szénsavas és szénsavmentes ásványvizek címkéin, jelen ügy szempontjában relevánsan, az alábbi változás történt.

5.1.2.1. A márkajelzést tartalmazó ovális alakzatban a (korábbi szénsavmentes, illetve szénsavas megjelölés helyett) a szénsavmentes, illetve szén-dioxiddal dúsított feliratot alkalmazták, mely alatt továbbra is megjelent a sárga négyzet, melybe a „világkiállítás győztes” feliratot helyezték el úgy, hogy a négyzet felső részén és jobb oldalán, alig érzékelhetően, apró fekete betűkkel a „Aqua-Expo Étrangére” szövegezés volt látható. A sárga négyzetet piros alapon fehér kiemelten a „2004 Paris” felirat övezte.

A címke bal szélén a fogyasztást ajánló szövegezés, és a már írt képek továbbra is megjelentek, az alábbi változással:

- A bal címkék alján változatlanul szerepelt az „Aqua-Expo Párizs 2004” „Eauscar” felirat, a 23/5/2- es számú címkéktől annyiban eltérően, hogy a kicsinyített embléma mellett sem a szénsavas, sem a szénsavmentes víznél nem jelent meg a sárga négyzet, illetve az abban írt szöveg, továbbá
- A szénsavas ásványvizeknél, az egyébként a szénsavmentes árukön lévő elő-címke lekicsinyített mása alatt, megjelent a „szénsavmentes kategóriában” apró kék betűs kiegészítő szövegezés is.
- A szénsavmentes palackokon - a baba kép mellett - ahol lényegileg az eddig alkalmazott tartalommal ajánlották az ásványvizet (kiegészítve azt a nitrát-hiányra való utalással), mellőzték a „forralás nélkül” szövegezést.

5.1.3. 2004. május 1.-től a 0,5 literes a szénsavas és a szénsavmentes ásványvizek címkéi(79/1-es számú címke). az alábbiak szerint változtak:

Az címkék elülső oldalán a „Szentkirályi” elnevezés alatt, az ovális alakzathoz csatlakozóan, a sárga négyzetben mindkét ásványvíz típusra a „világdíjas ásványvíz” felirat jelent meg.

A szénsavas árun elhelyezett sárga négyzetbe, apró piros betűkkel szedve, a „szén-dioxiddal dúsítva” feliratozás is felkerült.

A négyzet felső részén és jobb oldalán apró betűkkel az „Aqua-Expo” illetve annál is kisebb betűkkel az „Étrangére” felirat szerepelt, és a sárga négyzetet továbbra is a piros alapon fehér kiemelt betűkkel írt „2004 Paris” felirat övezte.

A bal címkéken közölték az ásványi anyag összetételt, míg a fogyasztói ajánló szöveg elmaradt.

- A szénsavtartalmú árun elhelyezett bal címkék – melyek a palack mérete folytán jóval kisebbek az 1,5 literes palackokon elhelyezett címkéknél – legalján a 2004. Párizs EAUSCAR Aqua Expo felirat alatt, apró betűkkel, itt is feltüntették a „szénsavmentes kategóriában” szövegezést.
- A „2004.Párizs, EAUSCAR Aqua-Expo” szövegezés mellé ugyanakkor áthelyezték a fényképeket úgy, hogy a szénsavmentes árukön a baba-kép látható.

Az áru jelenleg is forgalomban van.

5.1.4.2004. szeptember 1. napjától az eljárás alá vont vállalkozás az 1,5 literes ásványvizek címkézésén változtatott.

A megváltozott címkékkel ellátott áru forgalomban van.

A szénsavmentes és szénsavas áru képi és szövegbeli megjelenítése eltérő.

5.1.4.1.A szénsavas terméken elhelyezett címkék - melyek egyébként megegyeznek a 29/5/3. szám alatt csatolt címkék megjelenésével – azoktól lényegesen el is térnek annyiban, hogy az új címkéken nem jelennek meg az előlapon korábban alkalmazott, (sárga négyzetbe írt) az áru piaci rangsorát jelző, a megnyert díjjal összefüggő közlés.

A címke bal oldali részén továbbra is szerepel a szénsavmentes kategóriában nyert díjra vonatkozó szövegezés és képi információ.

5.1.5. A szénsavmentes ásványvíz elő-oldalán – a márkanévet is tartalmazó emblémához csatlakoztatva – arany színű (kör alakú) mezőben a „világdíjas” szövegezés szerepel.

A kör kerületén elhelyezve látható a „Aqua-Expo Párizs, Étrangére” felirat.

Egyebekben a szövegezés és képi megjelenítés megváltozott annyiban, hogy a szénsavmentes ásványvizet felnőtteknek és gyerekeknek ajánlják fogyasztásra.

A baba képet továbbra is feltüntetik a megváltozott szöveg mellett.

5.2. Reklámplakátok

5.1.A 2004. májusáig alkalmazott plakáton, annak felső részén, fehér keretbe foglalt kék téglalapot helyeztek el, minek közepén fehér kiemelt betűkkel az „Aqua-Expo Párizs” felirat, mellette fekete számokkal a „2004” felirat volt látható.

Ezek alatt szerepelt az „Eauscar” felirat, fekete és fehér kiemelt nagy betűkkel.

A téglalap alsó részén a „A világ legjobb ásványvize” feliratot helyezték el.

A fenti feliratok mellett a téglalap jobb oldalán a párizsi Eiffel-torony sziluettje volt látható.

A plakát háttérében a szénsavmentes Szentkirályi természetes ásványvíz palackjának képét helyezték el.

Az óriásplakát alsó jobb oldali szegletében, igen hangsúlyosan, sárga négyzet közepén szerepelt kiemelt piros betűkkel a „világ bajnok ásványvíz” felirat, míg a négyzet felső részén és jobb oldalán apró betűkkel a következő felirat volt látható: „Aqua-Expo Étrangére”. A fent említett sárga négyzetet piros alapon fehér kiemelt betűkkel a „2004 Paris” felirat övezte.

5.2. 2004. május 1-től használt plakáton, az egész plakát háttérében, a szénsavmentes ásványvíz palackjának képét mutatták.

Az óriásplakát alsó jobb oldali szegletében, igen hangsúlyosan, sárga kör közepén szerepelt kiemelt fehér betűkkel a „világdíjas ásványvíz” felirat.

A kör szélén kisebb fehér betűkkel a következő felirat látható: „Aqua-Expo * 2004 Paris * Étrangére”.

A reklám alsó része a „Szentkirályi. A világdíjas ásványvíz.” feliratot tüntette fel, rózsaszín alapon kiemelt kék betűkkel.

6. Az áru használatával kapcsolatos álláspontok

6.1.A természetes gyógyvizekről szóló 74/1999. (XII. 25.) EüM. rendelet értelmében a palackozott természetes ásványvizeket csak az OGYFI engedélyével lehet ellátni a természetes ásványvíz minőségre utaló elnevezéssel.

Az engedély iránti kérelemhez akkreditált laboratórium, vagy annak hiányában, az ÁNTSZ Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Környezet - Egészségügyi Intézete (a továbbiakban: OKI) ásványvíz vizsgálati eredményét, valamint az OKI értékelő szakvéleményét - felhasználhatóság (külsőleg, belsőleg) forma, feltételek – kell csatolni.

6.1.1.OGYFI - eljárásban beszerzett álláspontja szerint - a szén-dioxiddal dúsított, illetve a szénsavmentes ásványvíz két különböző, eltérő összetételű termék. A hozzáadott CO₂ következtében változik a víz összetétele, íz-hatása.

Az Aqua-Expon csak a szénsavmentes ásványvíz nyert díjat, így a díjra utaló feliratot csak ezen a terméken szabad felhasználni.

6.1.2 Országos Környezet - Egészségügyi Intézet nyilatkozata (55. számú ügyirat)

A Szentkirályi Ásványvíztermelő és Forgalmazó Kft. által használt kút vizét (Szentkirály, K-33) több alkalommal vizsgálták, a palackozott természetes ásványvíz címke-terveivel nem foglalkoztak, azokról véleményünket nem kérték.

A természetes ásványvíz forgalomba hozataláról szóló 65/2004. (IV. 27.) FVM-EszCsM-GKM rendelet szerint a szénsavmentes víz címkéje egy baba képével, kifogásolható.

A „nitrátot nem tartalmazó, tökéletes tisztaságú ásványvíz, amelynek fogyasztása különösen ajánlott várandós anyáknak, kismamának, újszülötteknek és csecsemőnek” szövegezéssel kapcsolatban kifejtette, hogy a nitrát-mentes és tiszta víz fogyasztása mindenki számára (természetesen babáknak is) elvárás, mely elvárást számos más palackozott ásvány- vagy ivóvíz is teljesíti.

Az eljárással érintett közepes ásványi anyag tartalmú ásványvíz összetétele táplálkozás élettani szempontból kedvező, azonban nem rendelkezik olyan különleges tulajdonságokkal, ami bármilyen kiemelését vagy javallatot indokolhatna.

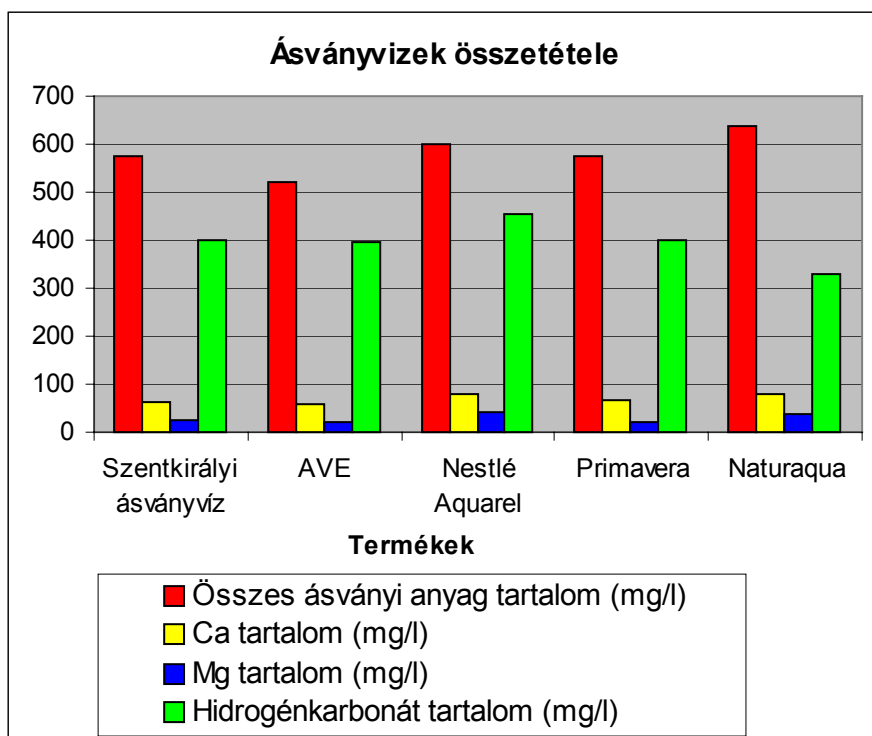
Vízhygiéniai szempontból kifogásolható, ha a címke felhív a forralás-mentes fogyasztásra, de nem figyelmeztet a már kinyitott szénsavmentes vizet tartalmazó palack felhasználásának időbeni korlátozására, ami a csecsemők, babák esetében lényeges kockázatot jelent.

6.2. A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség, Élelmiszerbiztonsági Osztálya közölte, hogy a természetes ásványvíz, palackozásának és forgalomba hozatalának szabályait tartalmazó 65/2004. (IV.27.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet szerint az 500 mg/liter alatti összes ásványi anyag tartalom „csekély ásványi anyag tartalmú”, míg az 1500 mg/liter feletti ásványi anyag „ásványi anyagban gazdag” tartalmú ásványvíznek minősül.

A két érték közötti (500-1500 mg/liter) ásványvizek az úgynevezett normál, külön nem jelölendő, vagy jelölhető ásványvíz kategóriába tartoznak.

A hazai ásványvizek döntő többsége e kategóriába sorolható.

A következő ábrán (a címkék alapján) összehasonlítottak néhány hasonló ásványi anyag tartalmú ásványvizet.



Az adatok alapján közölték, hogy a Szentkirályi ásványvíz sem az összes ásványi anyag tartalom, sem a kalcium, magnézium, hidrogénkarbonát tartalom alapján nem különbözik jelentősen a hozzá hasonló ásványvizektől.

Kifejtették, hogy az élelmiszerek jelöléséről szóló jelenleg hatályos 19/2004.(II.26.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet 3. § (1) bekezdése értelmében a jelölés nem lehet félrevezető, vagyis az élelmiszert nem lehet olyan tulajdonságokkal felruházni, amelyekkel az nem rendelkezik. Amennyiben az adott élelmiszer rendelkezik bizonyos tulajdonsággal, de az nem különleges, mert a többi, vele azonos vagy hasonló élelmiszernek is van ugyanilyen tulajdonsága, akkor a tulajdonságot nem lehet hangsúlyozni.

A címkéken lévő „Fogyasztása különösen ajánlott várandós anyáknak, kismamáknak, újszülötteknek és csecsemőknek” felirattal kapcsolatban úgy nyilatkoztak (33. számú ügyirat), hogy más, Magyarországon forgalomban lévő ásványvizek sem tartalmaznak nitrátot, illetve csak a kimutathatósági szint alatt, valamint az ásványvizek eredendően tisztának minősülnek. Előadták, hogy a közlés egészségügyi táplálkozási állítást tartalmaz, amely élelmiszeren nem megengedett.

Az állítás a 74/1999. EüM. rendelet 3. §-ával komfört 65/2004.rendelet 8. § (1) (2) bekezdésében foglaltak is sérti.

8. Az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet (OÉTI) (41. számú ügyirat) a megkeresésre közölte, hogy a vizsgálati jegyzőkönyv alapján a szóban forgó ásványvíz összes ásványi anyag-, nátrium-, nitrát- és nitrit tartalma alapján a célcsoportok részére fogyasztásra javasolható.

Az újszülöttek és csecsemők részére történő ajánlás esetén a víz fogyasztásához felhasználási útmutatót is meg kell adni (Pld. forralás stb.).

A címke jelölése kapcsán megjegyezték, hogy a gyermekfotó melletti szövegkörnyezetből a „tökéletes tisztaságú” jelző, illetve a „különösen ajánlott” kifejezésből a „különösen” szó nem indokolt.

A 65/2004. (IV.27.) FVM.ESZCSM-GKM együttes rendelet 8. § értelmében tilos olyan tulajdonságok állítása, ami azt sugallja, hogy más termék nem rendelkezik az adott jellemzővel.

9. Fentiekén túl a vizsgálat beszerzett a címkéknek és a reklámoknak a piaci rangsorra kihatóan tett állításaira vonatkozó véleményeket is:

9.1 Magyar Ásványvíz Szövetség és Terméktanács közölte, hogy a Szentkirályi ásványvíz címkéjén és reklámanyagaiban szereplő valamennyi állítás nem felel meg a valóságnak a 2004-es párizsi Aqua-Expo víz kiállításon kapott oklevél szövegét alapul véve.

A Szövetség Etikai Bizottsága a megjelenés után azonnal foglalkozott a „világ legjobb ásványvize”, illetve a „világbajnok ásványvíz” állításokkal.

Alapszabályuk, illetve Etikai Kódexük értelmében eljártak az ügyben, minek eredményeként a Szentkirályi Ásványvíz Termelő és Forgalmazó Kft. – a meglévő címke készlet felhasználásával – megváltoztatta a kifogásolt feliratokat, és tudomásuk szerint már csak elfekvő készletből származó árun fordulnak elő a fent írt, kifogásolt feliratok (34. számú irat).

Nem volt arra nézve ismeretük, hogy az eljárással érintett expon túl létezne más ásványvizekkel kapcsolatos szakmai verseny.

9.2. Magyar Reklámszövetség (36. számú irat)

A Reklámszövetség szerint a „világ legjobb”, valamint a „világbajnok” kifejezés úgy értelmezhető, ahogyan az a nevükben is szerepel, azaz az áru a „világon a legjobb”, illetőleg valamilyen világversenyen első helyezést ért el.

Amennyiben ez az állítás nem bizonyítható, illetőleg valótlan, az ilyen fejezésekkel megjelenő áru reklámja a 2001. évi I. törvénnyel módosított, a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 2.§ n) pontja alapján, továbbá 7.§ (1), valamint (2) bekezdés a) és c) pontjai alapján megtévesztő reklámnak minősül.

9.3. Az Önszabályozó Reklám Testület (37. számú ügyirat) álláspontja szerint a „világ legjobb ásványvize” kifejezés önmagában használva megtéveszti a fogyasztókat. Ugyanakkor a címkén és a reklámokban használt, a 2004-es párizsi Aqua Expo-ra történő utalás, a fogyasztó számára azt a jelzést adja, hogy a kérdéses termék egy konkrét versenyen nyert díjat. Álláspontjuk szerint reklámokon megjelenő pecsét, oklevél és érem egyértelműen fentiekre utal, így a jelek az átlagos fogyasztó számára észlelhetők és értelmezhetők.

A világ legjobb ásványvize és a világbajnok ásványvíz elnevezés között álláspontjuk szerint árnyalatnyi különbség van, mert míg az első abszolút elsőbbségre utal, addig a világbajnok kifejezés a fogyasztó számára versenyt, versenyeket vagy akár éves megmérettetéseket jelent.

9.3.A Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézete (38. számú irat) véleménye az alábbiakat összegezte a csomagoláson szereplő „világ legjobb” és „világ bajnok” kifejezésekkel kapcsolatban:

A világbajnok szó jelentése a Magyar értelmező kéziszótár szerint: „Valamely sportágban a világ legjobbjai számára rendezett nemzetközi versenyen győztes sportoló, csapat.

Jelen esetben, a szó átvitt értelemben használatos, jelentése a következőképpen definiálható: 'Valamely területen a hasonlóak közötti versenyben a legjobb'.

Megjegyezték, hogy a mindennapi beszédben, elsősorban a szlengben gyakran használják túlzó jelentésárrnyalattal: 'nagyon jó, szép stb.' jelentésben, pl.: Világbajnok ez a vacsora! Világbajnok a ruhád!

A világ legjobb ásványvize szókapcsolatban a kiemelt rész hasonlóképpen értelmezhető, mint az eddig tárgyalt szó, annak tulajdonképpen szinonimája. A versenyre való utalás nélkül azonban lehet pusztán túlzó jelentéstartalmú használat

III.

10.Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja

10.1.A párizsi AQUA-EXPO világkiállítással kapcsolatban előadta, hogy az Expo nemzetközi szakmai rangja kiemelkedő. Ezt támasztja alá, hogy azt a világ vezető „ásványvízhatalma”, Franciaország rendezi, továbbá azt a világszövetség szervezi.

A vizeknek nincs más olyan nemzetközi rendezvénye, ahol több földrésről származó ásványvizek méretetik meg magukat, úgy, hogy győztest hirdetnek.

Az idén 22. alkalommal megrendezett AQUA-EXPO-t több száz kiállító, több tízezer látogató, több ezer konferencia résztvevő, több száz újságíró és jelentős médiarészvétel jellemezte; az Expo-ra az idén is több, mint 660.000 meghívó került elküldésre.

A világkiállításra nagy számú gyártó nevezett be, ott képviseltette magát - Európán túl - Afrika, Amerika, Ázsia és Ausztrália is.

Fenti kiállításon elnyert díj folytán jogosan használta a vitatott kifejezéseket, amin nem változtat, hogy a világkiállításon - mint egyetlen világversenyen sem - nem a világ össze ásványvize, csupán a legjobbak indultak, és az sem, hogy a párizsi AQUA-EXPO világkiállításon több kategóriában adták ki a "világ legjobb vize" díjat, illetőleg, hogy e díjak évenként kiadásra kerülnek.

10.2.Ehhez képest - a 2004. évi „THE BEST WATER IN THE WORLD” versenyen kapott díj kategória nyerteseként - nem tévesztették meg a fogyasztókat a használt kifejezésekkel. „a világ legjobb ásványvize” díj elnyerésére történt hivatkozáskor.

Hangsúlyozták, hogy e megjelölést nem önállóan használták, hanem a 2004. évi AQUA-EXPO-ra, illetőleg az ott elnyert EAUSCAR-díjra való utalással.

.A megjelölések - üzletpolitikai szempontból – adtak tájékoztatást az ásványvíz jó minőségéről és arról a tényről, hogy az győzött az ásványvizek világkiállításán.

Előadták, hogy a megjelölést már nem használják.

10.3. Ásványvizük a szénsavmentes kategóriában nyert, de az „EAUSCAR” -díjas vizet forgalmazzák szén-dioxiddal dúsítva, szénsavas ásványvízkén.

A 2004. évi külföldi szénsavas ásványvíz EAUSCAR-díját olasz termék (Sorgente Terosino) nyerte, azonban szénsavval dúsított ásványvizük – más gyártóktól (például a Kékkúti Ásványvíz Rt.- Nestlé) eltérően – ugyanabból az ásványvízből készül, mint a szénsavmentes termék, szén-dioxiddal dúsítva. Hangsúlyosan hivatkozott arra, hogy a szénsavas termékeken utalnak arra, hogy az „EAUSCAR”-díjat a szénsavmentes kategóriában nyerték, továbbá arra, hogy a szénsavval dúsított ásványvíz esetében a kifogásolt megjelöléseket a „szén-dioxiddal dúsítva” toldattal alkalmazzák.

10.4.Álláspojuk szerint az a tény, hogy ásványvizük az egyik kategóriában nyert az AQUA-EXPO-n, megalapozza a „világbajnok” szó használatát, tekintettel arra, hogy kiemelkedő nemzetközi versenyen nyertek.

Hivatkoztak arra, hogy bár tudomásunk szerint az egyes kategóriák győztesei között összesített bajnokot nem hirdettek a versenyen, mint ahogy más - pl. sportbeli, cukrász, szakács, bor stb. - világbajnokságokon sem, ennek ellenére valamennyi kategória győztese világbajnoknak minősül.

10.5. Előadta, hogy a „világbajnok ásványvíz” megnevezés használatát az a tény alapozza meg, hogy ásványvizük győzött a 2004. évi világkiállításon.

Másfelől a mai szóhasználatban a „világbajnok” szónak szimbolikus, átvitt értelmű jelentése („jó, klassz, kiváló”) is van.”

E körben utaltak arra, hogy „világbajnok bornak” nevezik a VINEXPO kategória győzteseit vagy „világbajnok szakácsnak, cukrásznak” nevezik a GAST EXPO kategória győzteseit.”

A Magyar Értelmező Kéziszótár (Akadémia Kiadó, Budapest 2002) szerint a világbajnok: a világ legjobbjai számára rendezett nemzetközi versenyen győztes. Ehhez képest az AQUA-EXPO nem vitásan a kiemelkedő minőségű ásványvizek nagy nemzetközi versenye.

Fentiek szerint az AQUA-EXPO világkiállítás győztesei egyfelől a szó valódi értelmében is „világbajnokoknak” tekintendők, másfelől a „világbajnok” szónak a modern szóhasználatban szimbolikus, átvitt értelmű jelentése is megalapozza a használatot.

Kifejtették, hogy a „világbajnokságoknak” nem fogalmi előfeltétele, hogy azokon „a világ össze földrészének legjobbjai, egyenletes területi eloszlásban” képviselve legyenek. Így például a sakk világbajnokságok megrendezésre kerülnek ausztrál vagy óceániai versenyzők nélkül is.

Előadták, hogy a kifejtettek ellenére a „világbajnok ásványvíz” megjelöléseket sem alkalmazzák már.

10.6. „világdíjas” – jelenleg is forgalomban lévő – információval kapcsolatban előadta, hogy az nem tényközlés, hanem elvont utalás egy nemzetközi versenyen elért helyezésre, így eleve nem lehet megtévesztésre alkalmas.

A díjat a jó minőség miatt adják.

Hivatkozott arra, hogy a kifejezést jogszerűnek találta az Önszabályzó Reklámtestület, a Terméktanács és a Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége, valamint a vizsgálati jelentés is.

10.7.Az eljárás alá vont nyilatkozata a „fogyasztása különösen ajánlott várandós anyáknak, kismamáknak, újszülötteknek és csecsemőknek” felirattal kapcsolatban:

A szénsavmentes ásványvíz címkéjén a hivatkozott mondat alapvetően nem üzletpolitikai megfontolásból került feltüntetésre. A csecsemők, illetőleg a várandós és szoptató anyák nem tekinthetők mennyiségileg számottevő fogyasztó rétegnek, ugyanakkor fontosnak tartják, hogy az egészségmegőrzés szempontjából kiemelten frekventált csoportok nitrit- és nitrát-mentes vizeket igyanak.

10.7.1.Álláspontjuk szerint a reklám nem állítja, hogy a termék különleges, egyedi tulajdonságokkal rendelkezik, a mondat pusztán arra utal, hogy a csecsemők, illetőleg a várandós és szoptató anyák számára különösen ajánlott a nitrit- és nitrát-mentes vizek fogyasztása.

10.7.2.A „forralás nélkül adható” közlésre előadta, hogy a közlést arra alapozták, hogy a termékük higiénikus, magas minőségi követelményeknek megfelelő gyártási folyamat során készül és mikrobiológiailag tiszta.

Termékeiket rendszeres mikrobiológiai ellenőrzés alá vetik a Kecskeméti Konzervgyár Rt. bébiételeket is ellenőrző mikrobiológiai laboratóriumában.

Annak igazolására, hogy terméknek mikrobiológiailag tiszta, laboratóriumi mérési jegyzőkönyvet csatolt. (12. számú melléklet).

Bejelentették, hogy újabb címkéinken a szóban forgó felirat már nem szerepel.

IV.

11.Vizsgálati jelentés

11.1.A jelentés szerint a rendezvény - címéhez méltón - a világ különböző vizeivel foglalkozik gyógyászati, szépségápolási és fogyasztási szempontból, melynek kis szeletét alkotja a világ különböző ásványvizeinek versenye.

Az expo inkább nevezhető a különböző kiállító országok turisztikai kiállításnak, vásárának, mint az azon kiállított ásványvizek hivatalos világbajnokságának.

A jelentés figyelembe vette, hogy a verseny célja a publicitás biztosítása a palackozott vizek számára, és a díjat egy hírességekből, média személyiségekből, gasztronómiai és egészségügyi szakértőkből álló zsűri ítéli oda kizárólag az általuk legjobbnak ítélt víznek.

11.2. A jelentés rögzítette, hogy az eljárás alá vont Kft. piaci részesedése a palackozott és értékesített természetes ásványvizek mennyiségéből adódóan csekélynek mondható.

11.3.Megítélése szerint a „világbajnok ásványvíz” megjelölés, illetőleg a „A világ legjobb ásványvize!” felirat - annak elhelyezésére tekintettel - szembeötlően közli a fogyasztókkal, hogy a Szentkirályi szénsavas és szénsavmentes természetes ásványvizek a 2004-es párizsi Aqua-Expo-n elnyerték a világbajnoki címet. Az állítás megtévesztésre alkalmas, mert a Szentkirályi szénsavmentes természetes ásványvize - a díjról szóló oklevél alapján - a kategóriák közül csak a „legjobb külföldi szénsavmentes víznek járó 2004. évi Eauscar díjat” nyerte el. A 2004-es párizsi Aqua-Expo nem számít a világ ásványvizei hivatalos világbajnokságának, ilyet nem rendeznek.

A nevezésnek nem volt specifikus előfeltétele, azok a gyártók, akik elég jónak tartották terméküket a sikeres versenyzéshez, és kifizették a nem kis összegű nevezési díjat, indulhattak a versenyen.

Az Aqua-Expon túl több rendezvényt is tartanak a világon, azokon azonban nem rendeznek versenyt, illetve győztest sem hirdetnek.

11.4.A 29/5/3. számú „világkiállítás győztes”, és a 79/1. számú címkéknél alkalmazott „világdíjas” megjelölések árnyaltabbak. Nem sugallják a fogyasztóknak, hogy a párizsi Aqua-Expo a világ természetes ásványvizeinek egy hivatalosan elismert világbajnoksága lenne.

A 29/5/3.-as számú, május 1.-e után használt címkéken fel van tüntetve a „világkiállítás győztes” felirat mellett a világkiállítás neve (Aqua-Expo), helye (Paris), ideje (2004) és az a kategória (Étrangère), amelyben a Szentkirályi ásványvíz győzedelmeskedett.

A „világdíjas” feliratú címkéknél (79/1. számú címkék) feltüntették a „világkiállítás győztes” felirat mellett a világkiállítás nevét (Aqua-Expo), helyét (Paris), idejét (2004) és azt a kategóriát (Étrangère), amelyben a Szentkirályi ásványvíz győzedelmeskedett.

Mіндеzt a szénsavas ásványvizek címkéin azzal egészítették ki, hogy a címke középső részén a „világkiállítás győztes” felirat alatt megjelent a „szén-dioxiddal dúsítva”, illetve a címke bal szélén(az Eauscar díjra utaló résznél) a „szénsavmentes kategóriában” felirat.

Fentiekből következően, a vizsgálat megítélése szerint, az összkép alapján a címkék nem alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére.

11.4. A szénsavmentes ásványvizeken a „nitritet és nitrátot nem tartalmazó, tökéletes tisztaságú ásványvíz, melynek fogyasztása ajánlott várandós anyáknak, kismamáknak, újszülötteknek és csecsemőknek. Forralás nélkül adható.” felirat a vizsgálat megítélése szerint indokolatlanul kelti azt a benyomást, mintha az adott termék számos más palackozott ásvány- vagy ivóvízzel szemben olyan különleges tulajdonságokkal rendelkezne, amely ezt a kiemelés, vagy javallatot indokolná, ezért az alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

A fogyasztói döntés befolyásolására való alkalmasságot támasztja alá az is, hogy az eljárás alá vont szükségesnek ítélte a fenti jelölések címkéken történő feltüntetését.

Fentiek megállapításánál a jelentés az OKI álláspontjára alapozott.

A vizsgálat a jogsértés megállapításán túl– az eljárásban feltárt tények és a beszerzett vélemények alapján - a jogsértő magatartástól történő eltiltást, valamint a Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján 1.600.000 forint versenyfelügyeleti bírság kiszabását indítványozta.

V.

A Versenytanács álláspontja:

15. Az 1996. évi LVII. törvény (Tpvt.) törvény 8. § (1) bekezdése értelmében tilos a fogyasztók gazdasági versenyben történő megtévesztése.

A Tpvt. 8. § (2) bekezdés a.) pontja szerint fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartásnak minősül, ha valamely vállalkozás az áru ára, vagy más lényeges tulajdonsága - így összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad.

16. Az eljárás alá vont vállalkozás az eljárásban vizsgált magatartást verseny piacon fejtette ki, hol nagy számú vállalkozás kínálja árúját, így a címkéken elhelyezett – jogszerű és jogellenes tájékoztatások, illetve reklámok hatása a gazdasági versenyben érvényesül (Tpvt. 8.§ (1) bekezdés).

17. Előrebocsátja a Versenytanács, hogy annak megítélésénél, hogy a vizsgált terméktájékoztatók, reklámok a Tpvt. 8.§ (2) bekezdés a.) pontjának alkalmazásában jogsértőnek minősülnek-e, az alábbiakra kell figyelemmel lenni.

17.1. Elsődlegesen a vizsgált közlések valóságtartalmát kell vizsgálni annak megállapítása érdekében, hogy a közölt tény, vagy tények valóságosak-e, továbbá értékelni kell, hogy az esetleg valótlan közlések az áru lényeges tulajdonságára vonatkoznak-e a fogyasztók vásárlásra vonatkozó döntése szempontjából.

17.2.Ezt követően kell állást foglalni abban – az esetben, ha a tényállítás valósnak bizonyul -, hogy az egyébként az áru lényeges tulajdonságára vonatkozó valós tény megtévesztésre alkalmas módon közölték – e a fogyasztókkal.

Fentieknél, vagyis az fogyasztók megtévesztésére alkalmasság megítélésénél, figyelemmel kell lenni az adott tájékoztatás (reklám) szövegbeli és képi megjelenítésére - adott esetben az abban foglalt információ betűnagyságára, elhelyezésére, az egyes képek, szövegek kiemelésére, vagy elrejtésére –vagyis az információk összehatására.

A reklám jogszerűsége megítélésénél annak fenti formában megjelenő üzenete alapján kell állást foglalni.

A tájékoztatás megtévesztésre alkalmassága nem ítéhető meg kizárólagosan az ott írt egy- egy közlésből anélkül, hogy a tájékoztatás összképét, ami a reklám üzenetét közvetíti a fogyasztók felé, vizsgáljunk.

Fentiek folytán - a Tpv.8. § (2) bekezdése alkalmazásában - a fogyasztót ért összbenyomás az esetben is jogsértő lehet, ha az abban írt, vagy más módon megjelenített egy-egy - nem szembeötlő - közlés önmagában nem valótlan.

Fennállhat az is azonban, hogy bár egy-egy részinformációt megtévesztésre alkalmasan közölnek, de a megjelenítési forma és/vagy a közlés fogyasztói szemszögből való fontossága az egész reklámot versenyjogilag nem teszi jogellenessé.

Fenti szempontok különös jelentőséggel bírnak olyan mindennapi, nem nagy értékű, gyakran vásárolt használati cikkek esetén, ahol az átlagfogyasztótól nem várható el, hogy a kapott információknak a vásárlás előtt hosszasan utánajárjon, illetve a vétel körülményeivel szokásosan nem jár együtt az sem, hogy egy-egy címkét vagy reklámot hosszadalmasan tanulmányozzon, összevetve annak különböző közléseit, főként ha egyes közlések dominánsak, míg mások nem szembetűnőek, esetleg alig láthatóak, rejtettek.

A fogyasztók döntési szabadságának korlátozására alkalmasnak minősülő magatartás minősítésénél, az ott használt kifejezések tekintetében a Tpv. 9. § -a értelmében a szavak mindennapi értelméből kell kiindulni.

17.3. Előrebocsátja továbbá, hogy az esetben, ha valamely magatartást (a Tpv. alkalmazásában) versenyjogi szempontból kell megítélni, a megítélés nem függ attól, hogy más hatóság – saját, vagyis nem versenyjogi szempontrendszer alapján - jogszerűnek, vagy jogszerűtlennek minősítene-e a reklámot.

Fentiekből következően döntésénél nem vette figyelembe a vizsgálatban beszerzett, más jogszabályokon alapuló, az adott magatartás jogsértő voltát más szempontrendszer alapján értékelő jogi álláspontokat

(Az esetben, ha más hatóság a rá vonatkozó jogszabályok alkalmazási körében jogsértést észlel, azt saját hatáskörében módja van megszüntetni.)

A Versenytanács a fent már kifejtett álláspontjának megfelelően a megkeresett hatóságoknak a címkén írt tájékoztatóról (a reklám üzenetéről) adott minősítését sem vette figyelembe, szemben az OÉTI és OGYI véleményével, ami (annak figyelembe vett részében) azonban az árura, és nem a tájékoztató szövegezésének minősítésére vonatkozott.

Az áru valós tulajdonságának megítélése az e vonatkozásban szakmai tudással rendelkező más hatóságra tartozik, míg – az így beszerzett szakmai vélemény felhasználása mellett – az áruval kapcsolatos tájékoztatás (reklám) minősítése a Tpv. felhatalmazásában a fent már írtak szerint a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

A Tpv. 45.§-ával összhangban a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (Grtv.) 15.§ (2) bekezdése a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe utalta a vállalkozások piaci pozícióját érintő megtévesztő reklámok megítélését, mely eljárásban.

az áru címkéin és a reklámokban tett állításokat annak a vállalkozásnak kell bizonyítania, akinek piaci pozíciója, térnyerése érdekében azok piacra kerültek.

18. Jelen eljárással összefüggésben megállapítható volt, hogy Szentkirályi ásványvíz azon túl, hogy szerepelt a 2004-es párizsi Aqua-Expon-n, - a díjról szóló oklevél tanúsága alapján - elnyerte a „legjobb külföldi szénsavmentes víznek járó 2004. évi Eauscar díjat” („Eauscar 2004 de la meilleure eau plate étrangère a été décernée à Szentkirályi”).

Az eljárásban vizsgált közlések egyik csoportja - mely a az eljárás alá vont vállalkozás által a piaci versenyben elérhető pozíció, előny szempontjából jelentőséggel bír -, fenti díjjal függött össze.

A fogyasztóknak szánt, a díj elnyerésének megjelenítése tekintetében különböző formát (köztük más-más kifejezést) öltő közlés – piaci hatását tekintve - alkalmas volt arra, hogy az árut úgy emelje ki a többi (díjjal nem rendelkező) hazai ásványvíz közül, hogy egyben az ásványvíz minőségét, mint lényeges árú tulajdonságot is kiemeli, miáltal az kedveltebbé, keresettebbé válhat a fogyasztók között.

19.A rendelkezésre álló adatokból megállapítható volt, hogy a szénsavas ásványvíz nem nyert díjat.

Az eljárás alá vont által hivatkozott Expon egy olasz vállalkozás lett a kategória győztese, így az ezzel szemben tett, vagy ilyen benyomást keltő állítás, illetve összbenyomáson alapuló reklámüzenet nem valós.

A Versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vont vállalkozás védekezését a vonatkozásban, hogy az áru azonossága megalapozhatta a szénsavmentes ásványvíz által kapott díj használatát

A szénsavas ásványvíznek járó díjat, fentiek szerint, olasz ásványvíz nyerte.

A formailag ezt elismerő, de tartalmilag mégis vitató (a kút azonos, a szén-dioxiddal való dúsítás nem változtatja meg az ásványvizet) állítását az eljárás alá vont vállalkozás hitelt érdemlően nem bizonyította, illetve annak tartalmilag is ellentmondott az OGYFI-től beszerzett vélemény.

Az eljárás alá vont vállalkozás saját díjának „értékét” gyengítené egyébként az arra történt hivatkozás, hogy a nyertes olasz ásványvíz minősége ily módon kiváltható.

19.1.Fentiekhez képest a Versenytanács azt vizsgálta, hogy - megtévesztésre alkalmasan - az eljárás alá vont vállalkozás egyes címkéi kelthették-e azt a hatást a fogyasztókban, mintha a szénsavas (szén-dioxiddal dúsított) ásványvíz is díjat nyert volna, így minősége folytán díjnyertes..

Fentieket a címkék összehatásából, vagyis a fogyasztók felé közvetített üzenetük alapján ítélte meg a 17. pontban írtak figyelembevételével.

19.2.Álláspontja szerint - a 2004. április 1-től 2004.május 1.-ig - forgalomban volt címkék, melyek azt az üzenetet hordozták, hogy a fogyasztó által éppen megvett, szénsavas ásványvízként értékesített áru „világbajnok” (29/5/1), vagy a szénsavas megnevezésű - és a sárga négyzetben apró, nem hangsúlyos betűnagysággal szén-dioxiddal dúsítottként megjelölt -, de domináns, szembeötlő üzenetként „világbajnok”-nak (29/5/2) nevezett áru címkéje részben valótlan (29/5/1), másrészt valós, de megtévesztésre alkalmas módon ábrázolt állítást tartalmaznak.

Megjegyzi a Versenytanács, hogy az összetételnél, ugyan más formában, de korábban is fel volt tüntetve a „szén-dioxiddal dúsított” információ (29/5/1).

A jogsértés annak ellenére megállapítható, hogy a címkék bal alsó részén apró emblémát helyeztek el a díjnyertes szénsavmentes ásványvízre jellemző színnel, és szinte olvashatatlan méretű feliratokkal. ami mellett ugyanakkor jól észlelhetően, kiemelt betű mérettel és formával, a megtévesztésre alkalmasságot erősítve, a (más kategóriában) elnyert díj megjelenítése látható. A valós információ kicsinysége és értelmezhetetlensége folytán történt „elrejtése” nem alkalmas a fogyasztók díjjal kapcsolatos reális tájékoztatására, vagyis a szembeötlő sárga négyzetben (29/5/2), és a címkék bal alsó részen kapott információ ellensúlyozására egy mindennapi

használatra szóló termék vásárlásánál, melyek megvásárlásáról a fogyasztók a 17.potban már írtak szerinti körülmények között döntenek.

A 29/5/1. szám alatti címkén – többletként - az adott termékre eleve valótlan kiemelt információként megjelenített „Világ legjobb ásványvize” felírat is megerősíti a jogsértést.

19.3. A 2004. május 1.-től forgalomba került 1,5 literes szénsavas terméknel a „szénsavas” szembeötlő megjelölést „szén-dioxiddal dúsított”-ra cserélték jól látható helyen a márkanév fölött.

Az elő-címkén, szembetűnő helyen és ábrázolással, a „világkiállítás győztes” felírat jelent meg a „világbajnok” helyett.

A formálisan sem „világbajnok”, vagy „világkiállítás győztes” szénsavas áru - mely egyébként a fogyasztók által a piacon a szénsavas árukat általában jellemző, és az adott árunál is alkalmazott sötétebb színben jelent meg -, összetételében sem különbözött a korábban is piacra került ua. „szénsavas” ásványvíztől (amit a 29/5/1. és 2. szám alatti címkék termékismertetője igazol).

Magából a 29/5/1. 29/5/2. és 29/5/3. számú címke feliratainak összevetéséből is az állapítható meg, hogy az elő-címkén történt fenti változtatás csak szócsere, ami a közlés - és ezzel együtt az elő-címke - megítélését nem befolyásolta érdemben, főként nem a fogyasztók tájékoztatására kihatóan, annál is inkább, hogy a fogyasztói tudatban a szénsavas és széndioxiddal dúsított termék egymásnak megfelelője. (Az eljárás alá vont vállalkozás is ennek megfelelően tudta felcserélni a két feliratozást.)

Ugyanezen (29/5/3) címkéken kicsinyített formában (a bal oldallapon) többlet információként szerepeltette az eljárás alá vont vállalkozás, a francia díj megjelenítése mellett, a szénsavmentes áru kis formátumú címkéjének képe alatt, a kis formátumú „szénsavmentes kategóriában” közlést.

A címke összképe alapján a Versenytanács úgy ítélte meg, hogy a címke üzenete, annak lényegi közlését tekintve, a nem létező díj kiemelése volt a sárga négyzetben írt információ folytán.

Fogyasztói elemzést igényelt volna, az áru és a közlések jellegéből adódóan, az esetleg észrevett információk értelmezése, illetve többlettudást az ott szerepeltetett információinak feloldása, olyan körülmények között, amikor a fogyasztók (szokásosan) részletesen nem tanulmányozzák az apró betűs szöveget, és döntésüket a jelentős versenyen való nyertességgel összefüggő információk határozzák meg.

Megjegyzi a Versenytanács, hogy az értelmezéshez piacismeretre is szükség lett volna (Pl. szakmai rendezvények, és ezek valós eredményeinek ismerete, amivel a fogyasztók szokásosan nem rendelkeznek.)

A fogyasztóknak jellemzően továbbá nem mondott semmit egy, általuk nem értett francia nyelvű, ráadásul piaci ismeretet is feltételező olyan információ, melyek ezeken a címkéken szerepeltek.

19.4. 2004.májusától a 0,5 literes szénsavas – jelenleg is forgalmazott -, „szénsavval dúsított” felíratú ásványvíz elő-címkéjén, a sárga négyzetben, a „világdíjas” kiemelt közlés jelent meg. Az elő-címkén apró betűvel – már a címke kisebb méretéből adódóan is alig olvashatóan – feltüntették a „szén-dioxiddal dúsítva” feliratozást is, melyen kívül itt informáltak az említett világdíj elnyerésének időpontjáról, helyéről is.

A közlésből látványosan kiemelkedik az áru világdíjas voltára utaló felírat, azt az üzenetet hordozva, hogy az adott áru nyert a megjelölt világhiállításon. Ehhez képest az alapinformációt, képileg és tartalmilag, nem befolyásolja a szén-dioxiddal kapcsolatos többlet közlés, amiből nem derül ki – még esetleges olvashatósága és elolvasása esetén sem -, az eljárás alá vonti

védekezésben írt kiinduló álláspont, miszerint a közlés funkciója az volt, hogy egy másik víz nyertességéről informáljon, aminek a szén-dioxiddal dúsított változatát vásárolja meg a fogyasztó.

A címke üzenete fentiekre nem, viszont a fogyasztók megtévesztésére annál inkább alkalmas, figyelemmel arra is, hogy a két árú azonossága sem volt elfogadható a már írtak szerint.

Megjegyzni a Versenytanács, hogy a fogyasztónak, ahhoz, hogy ez a reklámozási mód jogszerű legyen, a feliratról azt az egyértelmű következtetést kell tudni levonnia, hogy egy adott árú (széndioxiddal dúsított ásványvíz) reklámoz – annak elő címkéjén – egy másik eljárás alá vonti árút, vagyis a szénsavmentes ásványvizet.

Fentiekhez képest az oldalcímke jól láthatón feltünteti a ténylegesen elnyert díj francia nevét (ami a magyar vásárlónak semmit nem mond), időpontját és kiosztásának helyét - ami hitelessé teszi a sárga négyzet jól látható üzenetét -, azonban mindezekhez képest jóval kisebb betűvel szedve, és ezáltal „elrejtve” közli azt, a fogyasztót a díj természetéről tájékoztató szöveget, hogy a megjelenített díjat miért kapta a vállalkozás.

A Versenytanács álláspontja szerint a címkét alapvetően a sárga négyzet domináns üzenete teszi jogsértővé.

A 0,5 literes szén-dioxiddal dúsított ásványvízen alkalmazott kisméretű címke esetén, de más esetben sem (1,5 literes szénsavas ásványvíz:29/5/3 számú címke) indokolt, hogy éppen ez a lényegi közlés, miszerint nem ez az árú nyert díjat, szinte eltűnjön, ugyanakkor az, a más árut jellemző közlés domináljon, hogy a másik árú díjat nyert.

19.5.Fentiekre tekintettel, a a Tptv. 77.§ (1) bekezdés d.)pontja alapján, a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a Tptv. 8.(2) bekezdés a.) pontjába ütköző jogsértést valósított meg a fenti írt, részben valótlan (19.2.), másrészt valós állítások megtévesztésre alkalmas módon történt (19.2.-19.4.) közlésével.

A Tptv. 77.§. (1) bekezdés d.) pontja alapján elrendelte a jogellenes állapot megszüntetését.

19.6. 2004. szeptemberétől a széndioxiddal dúsított, 1,5 literes szénsavas palackokon alkalmazott címkék jelentősen megváltoztak.

Azáltal, hogy azok a címke előlapján csak az adott árurol informálnak, illetve,- bár a címkék bal oldalán (az alsó részen) feltüntetik a szénsavmentes áru díját - ez utóbbit minden külön minősítés nélkül teszik, a címkék nem alkalmasak arra, hogy a fogyasztók figyelmét - az adott áru esetében indokolatlanul - kapcsolják össze a díjnyertességgel, vagyis nem alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére.

Jelen forma – a Versenytanács szerint – még arra az esetre, ha azt a fogyasztó elolvassa - megengedett reklámozása a másik árunak, melyről szintén valós állítást tartalmaz.

20. A szénsavmentes ásványvíz, mint a legjobb külföldi szénsavmentes ásványvíz – a fent már írtak szerint –Eauscar díjat kapott Párizsban, az ott 2004-ben megrendezett nemzetközi kiállításon.

A kiállításon – melynek része volt a palackozott vizek versenye is - francia, de más országokból, illetve földrészekről érkezett kiállítók is részt vettek.

A rangos kiállítás - a rendelkezésre álló adatok szerint – függetlenül attól, hogy más neves, a szakma által elismert kiállításokat is rendeznek, egyedinek számít abból a szempontból, hogy ott a benevezett ásványvizeknek, őket rangsorolva, kategóriánként (első) díjat osztanak ki.

A díj a benevezettek közötti minőségi rangsort jelzi.

20.1. Fentiekhez képest használta az eljárás alá vont vállalkozás a szénsavmentes árun az elnyert díjra utaló különböző - a tényállásban írt - kifejezéseket.

A konkrét szóhasználatnak (vagyis pl. „világ bajnok”, „világdíjas”) a Versenytanács nem tulajdonított külön jelentőséget, mert a kifejezések (az árnyalatnyi különbség ellenére) azt szolgálták, hogy a fogyasztók megismerjék a szénsavmentes áru által elnyert díj ténye révén azt, hogy a megmérettetés alapján – az adott verseny viszonylatában, amire utalás történt – a szakmai elismertség legmagasabb fokát kifejező díjat nyerte el az eljárás alá vont terméke.

Az esetben, amikor a tény igaz, nincs jelentősége annak, hogy a fogyasztók ismerik-e az adott piac nemzetközi eseményeit, mivel azt nem kell értelmezniük, illetve értelmezésüknek nincs jogsértő következménye.

20.2. Értékelte a Versenytanács azt is, hogy formálisan – általános állításként - a szénsavmentes ásványvíz csak a külföldi ásványvizek között nyert, vagyis az ennél többet tartalmazó állító közlés formálisan valótlan.

Fentieknek azonban a fogyasztók megtévesztése szempontjából - álláspontja szerint - nincs versenyjogi relevanciája, mivel jogsértőnek csak az a piaci magatartás tekinthető a Tpv. alkalmazásában, melynek hatása érvényesül a gazdasági versenyben (Tpv. 8:§ (1) bekezdés).

A magyar piac ismeretében fenti piaci hatás nem állapítható meg, mely egyben azt, a jogellenesség megállapításához szükséges másik tényállási elem megállapíthatóságát is kizárja, hogy a magyar fogyasztók vásárlással kapcsolatos döntését befolyásolja a legjobb külföldinek járó díj elnyerése.

21. Fogyasztói tájékoztató.

21.1. A szénsavmentes ásványvizeken elhelyezett címkéken 2004. áprilisától egy kis baba színes fényképe figyelemfelhívó társaságában arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az áru nitrátot nem tartalmazó, tökéletes tisztaságú ásványvíz, melynek fogyasztása különösen ajánlott várandós anyáknak, kismamáknak, újszülötteknek és csecsemőknek, és az forralás nélkül adható (29/5/1.2.)

Az ajánló szöveg alatt a termék ásványi anyag összetételét tüntették fel, milligramm/liter mértékegységben kifejezve, kiemelve a Nitrit- és nitrát hiányt, illetve az összes ásványi anyag tartalmat 575/mg/l-ben jelölték meg..

2004. májusától az 1,5 literes ásványvíz címkéje annyiban változott, hogy a nitrit hiányra is felhívták a figyelmet az ajánlásban, illetve elmaradt a „különösen ajánlott” közlés, és a forralásra vonatkozó információ (29/5/3).

A Versenytanács vizsgálta, hogy az állítások milyen valóságtartalommal bírnak.

21.1.1. Ebben az OÉTI és az OKI véleményét vette alapul, kinek álláspontja szerint az ásványvíz javasolható a célcsoportok számára, illetve annak táplálkozás élettani szempontból kedvező hatása van.

Az ásványvíz kedvező hatását megerősítette a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség is, azzal, hogy a fent írt, nem versenyjogi jogszabályok szerint, a tulajdonságot nem lehet hangsúlyozni, ha ezzel a versenytársak árúi is rendelkeznek. Ez utóbbira az OKI is nyilatkozott.

Az OÉTI közölte azt is, hogy a „tökéletes” jelző nem indokolt a tisztaság állítása előtt, és a forralás nélküli használat jelen formában történő közlése szakmailag hiányos. Az OKI a forralás mentes fogyasztás vonatkozásában is osztotta az OÉTI szakmai álláspontját.

21.1.2. A Versenytanács – fentieket figyelembevevő - álláspontja szerint, a címkéken alkalmazott állítások valósak (a célcsoportra is) az árú élettani hatására nézve.

Versenyjogi jogsértés fentiek ellenére akkor lenne megállapítható, ha a címkék, vagy reklámok elsőbbségi állítást tartalmaznának az érintett piacra nézve, mivel ez, illetve az erre tekintettel kialakult fogyasztói döntések, sérthetnék a piaci verseny tisztaságát.

Önmagában az a tény azonban, hogy az árú egy lényeges tulajdonságára a gyártó felhívja a figyelmet –többlettényállás nélkül – nem alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, függetlenül attól, hogy a magatartás más jogszabályt sérthet.

A „tökéletes tisztaságú” állítás vonatkozásában a Versenytanács figyelembe vette, hogy az áru, minőségét tekintve, megfelel a természetes ásványvizekkel szemben támasztott követelményeknek, így az alkalmazott jelző önmagában, a hozzá csatlakozó valós információkkal együtt, önmagában nem alapoz meg jogsértést.

A forralással kapcsolatos állítást a gyártó eltávolította, így e vonatkozásban, annak csekély súlya miatt, a jogsértés megállapítása már nem volt indokolt.

21.2.A Versenytanács az eljárást, annak jogsértőnek nem minősített részében, megszüntette a Tptv. 77.§ (1) bekezdése alapján, figyelemmel a Tptv. 72.§ (1) bekezdés a.) pontjában foglaltakra.

22. A Tptv. 78.§(1) bekezdése alapján az eljárás alá vont vállalkozással szemben bírságot szabott ki, minek összegét a (2) bekezdésben írtakra figyelemmel határozta meg.

A jogsérelem súlyával kapcsolatban mérlegelte, hogy a jogsértés a forgalmazott egyik árú vonatkozásában valósult meg a piaci rangsora kihatóan, jellemzően azonban nem valótlan állítással. A fogyasztói érdekek szempontjából azt vette figyelembe, hogy a magatartás, bár alkalmas volt a megtévesztésre, a fogyasztókat egy egyébként jó termék fogyasztására ösztönözte anélkül, hogy a fogyasztás rájuk nézve negatív hatással járt volna.

A kis piaci részesedéssel bíró eljárás alá vont vállalkozás a jogsértő helyzetet nem tartotta fenn hosszú ideig, illetve azt az 1,5 literes palackok vonatkozásában önként megszüntette, így a jogsértés megállapításán túl e vonatkozásban nem kellett kötelezettséget megállapítani.

Budapest, 2004. december 21.