



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

A Szentkirályi ásványvíz ügyében döntött tegnap a GVH

A Gazdasági Versenyhivatal hivatalból indított eljárást annak megállapítására, hogy a **Szentkirályi Ásványvíz Kft.** a szénsavmentes és szénsavas ásványvízes palackjainak címkéin és reklámanyagain alkalmazott kifejezések használatával a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e. A használt kifejezések az ásványvíz minőségével összefüggésben, azok piaci rangsorban elért helyére és használatára vonatkoztak.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa 2004. december 22-én hozott határozatában megállapította, hogy a Szentkirályi Ásványvíz Kft. a szénsavas ásványvízes palackokon 2004. áprilisában (0,5 és 1,5 literes), 2004. májusától szeptemberig (1,5 literes) és 2004. májusától (0,5 literes) használt címkéken alkalmazott jelölésekkel a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított. A Versenytanács kötelezte a vállalkozást, hogy a határozat kézbesítésétől számított 30 napon túl ne hozza forgalomba a jogsértő címkével ellátott, jelenleg még forgalomban lévő 0,5 literes szénsavas termékét és 1 millió forint bírság megfizetésére kötelezte a vállalkozást. Ezt meghaladóan a Szentkirályi Ásványvíz Kft. által a címkéin használt egyéb jelölések tekintetében a Versenytanács az eljárást megszüntette. A határozat ellen jogorvoslatnak van helye.

A Szentkirályi Ásványvíz Kft. az általa forgalmazott egyes szénsavas termékeken is feltüntette „Euscar” díjra utaló jelzéseket. A rendelkezésre álló adatokból megállapítható volt azonban, hogy a szénsavas ásványvíz nem nyert díjat. Az expon egy olasz vállalkozás lett ennek a kategóriának a győztese, ezért a Versenytanács azt vizsgálta, hogy ezek a címkék kelthették-e azt a hatást a fogyasztókban, mintha a széndioxid-dúsított ásványvíz is díjat nyert volna.

A Versenytanács álláspontja szerint annak megítélésénél, hogy a reklámok és hirdetések jogsértőnek minősülnek-e, elsődlegesen a fogyasztók szempontjából az áru lényeges tulajdonságára vonatkozó közlések valóságtartalmát kell vizsgálni. Ezt követően lehet állást foglalni abban, hogy az egyébként az áru lényeges tulajdonságára vonatkozó valós tény megtévesztésre alkalmas módon közölték-e a fogyasztókkal. Az egyes szénsavas termékeken alkalmazott címkék összehatásukkal azt az üzenetet hordozták, hogy a fogyasztó által éppen megvett szénsavas ásványvízként értékesített áru lett a világverseny győztese.

A Versenytanács a határozat indokolásában kiemelte, hogy a mindennapi, nem nagy értékű, gyakran vásárolt használati cikkek esetében különösen fontos a pontos és a jogszabályoknak megfelelő tájékoztatás. Az átlagfogyasztótól nem várható el, hogy a kapott információknak a vásárlás előtt hosszasan utánajárjon, egy-egy címkét vagy reklámot hosszadalmasan (netán tudományos alapon) tanulmányozzon, összevetve annak domináns, illetve nem lényeges közléseit.

Magyarországon az egészséges életmóddal összefüggésben megnőtt ásványvízfogyasztást szemlélteti, hogy míg 1998-ban 23,2 liter volt az egy főre jutó éves ásványvízfogyasztás, addig az idei 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 szezonálitás mérséklődése, illetve a fogyasztás kiegyensúlyozottabbá válása.

2004. I. félévében az összeforgalom 90 %-át tíz ásványvíz palackozó üzem termelése adta, a maradék 10 %-on osztozott kb. 13-15 kisebb palackozó üzem. A két legnagyobb forgalmat bonyolító vállalkozás együttes piaci részesedése közel 40%. Az elmúlt évek során a dinamikusan növekvő ásványvízfogyasztás következtében sok új hazai és külföldi márka került piacra. Az éleződő versenyhelyzetben a piaci szereplők márkaépítésre, marketingmunkára fordított kiadásai megnöttek. Ezért is van jelentősége annak, hogy 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 étrangere a été décerné á Szentkirályi”) nyerte el. Az Aqua-Expot minden év februárjában rendezik meg a Zenit International. A kiállítást a „The Best Water in the World” megnevezéssel hirdetik meg, ahol kategóriánként osztják ki a díjakat.

Budapest, 2004. december 22.

dr. Horváth Anita
Sajtófőnök