



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-140/2004/20.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Rt.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított versenyfelügyeleti eljárást, hogy tudomására jutott, a Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Rt. két eltérő forrásból származó és eltérő ásványianyag összetételű ásványvizét (a „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz” termékeket) azonos grafikai megjelenéssel és azonos áron forgalmazza, amely magatartással megsérthette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 8.§-a (2) bekezdésének a) pontját.

I.

Az eljárás alá vont

1. A Fővárosi Ásványvíz és Jégipari Vállalat 1992-ben alakult át részvénytársasággá, s folytatta tevékenységét Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Rt. név alatt. A vállalkozás többségi tulajdonát 1993-ban a PepsiCo Inc. szerezte meg. Az eljárás alá vont a Pepsi-csoport nemzetközileg ismert üdítőital-márkái mellett általa korábban forgalmazott termékeket is megtartott kínálatában. 1999-ben az eljárás alá vont többségi tulajdonát a PepsiAmericas Inc. vállalatcsoport vásárolta meg, amely tovább bővítette a cég termékválasztékát. Az eljárás alá vont a szénsavas üdítőitalok és ásványvizek mellett jelenleg gyümölcsleveket, jeges teákat és

sportitalokat is forgalmaz. Az általa gyártott és forgalmazott (különböző márkájú, ízű, kiszerezésű) termékek választéka meghaladja a kétszázat.

II. Az érintett piac

2. Az alkoholmentes italok piaca az elmúlt években folyamatosan növekedett, elsősorban az ásványvíz- és a gyümölcslelfogyasztás növekedésének köszönhető.

3. Magyarországon természetes ásványvíz megnevezéssel csak hivatalosan elismert víz hozható forgalomba.

A természetes ásványvíz, a forrásvíz, az ivóvíz, az ásványi anyaggal dúsított ivóvíz és az ízesített víz palackozásának és forgalomba hozatalának szabályairól szóló 65/2004. (IV. 27.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet (a továbbiakban: Rendelet) 2.§-ának a) pontja értelmében a természetes ásványvíz olyan, természetes állapotában emberi fogyasztásra szánt, az Országos Tisztifőorvosi Hivatal Országos Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Főigazgatósága (a továbbiakban: OGYFI) által hivatalosan elismert víz, amely

- védett, felszín alatti vízáradó rétegből (egy vagy több természetes vagy mesterségesen feltárt forrásból vagy kútból) származik,
- eredendően szennyeződésmentes,
- ásványianyag- és nyomelem-tartalma, valamint egyéb összetevőinek következtében egészségügyi szempontból előnyös tulajdonságokkal rendelkezik,
- összetétele és hőmérséklete közel állandó vagy a természetes ingadozás határain belül van,
- a Rendelet 1. számú mellékletében felsorolt összetevőinek mennyisége palackozáskor nem haladja meg az ott megengedett határértékeket,
- mikrobiológiai szempontból megfelel a Rendelet előírásainak.

4. Az elmúlt évtizedben az ásványvízfogyasztás többszörösére nőtt. 1998-ban az egy főre jutó éves ásványvízfogyasztás csak 23,2 liter volt, a 2004. évre már 68 litert prognosztizálnak. Az elkövetkező években - az uniós fejenkénti 80-100 literes átlag eléréséig - az ásványvízfogyasztás további növekedése várható.

5. A magyarországi ásványvízpiacon a termékek három fő típusa különböztethető meg, a szénsavas, az enyhén szénsavas és a szénsavmentes termékek. A fogyasztók a szénsavval dúsított ásványvizeket részesítik előnyben, az éves szinten eladott összes mennyiségnek ez adja a 69%-át, amely mellett 24% a szénsavmentes, 7% a szénsavval enyhén dúsított ásványvizek részesedése.

6. Az ásványvizek többsége műanyag, azon belül is az egyutas csomagolásban kerül forgalomba. A visszaváltható palackok részesedése folyamatosan csökken. Jellemzően a 1,5 literes PET-palackos (a vendéglátásban a 0,33 literes kiszerezésű) termékek a legkeresettebbek.

7. A magyar ásványvízpiac összforgalma 2003-ban meghaladta a 600 millió litert, a 2004. év I. félévében 280 millió liter került értékesítésre. Ennek a mennyiségnek kb. 96%-a természetes ásványvíz és forrásvíz (a többi gyógyvíz, ivóvíz, ásványi anyaggal dúsított ivóvíz, illetve ízesített ásvány- és forrásvíz). A magyar ásványvízfogyasztást döntően a magyar

termékek fedezik (hazánkban száz elismert ásványvíznyerő helyet tartanak nyilván). Az import kb. 3 millió liter, szerepe nem jelentős.

8. Az elmúlt években a korábbi ásványvizek mellett számos új termék jelent meg a piacon. A piac növekedése együtt járt az ásványvízmárkák intenzív marketingtámogatásával. Bővült a kereskedelmi láncok saját márkás termékeinek részaránya (ezen ásványvizek részaránya ma már körülbelül 28-29%).

9. Az eljárás alá vont közel 15%-os piaci részesedésével a második legnagyobb szereplője a hazai ásványvízpiacnak.

10. Az eljárás alá vont termékkínálatának tagjai a „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz,” amelyeket 0,25 literestől 1,5 literes kiserelésig terjedő választékban, eldobható, illetve betétdíjas műanyag palackban hoz forgalomba.

11. A „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz” víznyerő helye eltérő: a „Margitszigeti Kristályvíz” néven palackozott termékek vizét a „Budapesti Margitsziget II.” jelű, „Magda kút” elnevezésű, a „Gellérthegyi Kristályvíz” néven forgalmazott termék esetében a vizet a „Juventus B-5 OKK” számú kútból nyerik.

A margitszigeti kútvíz 1968-ban engedélyezett elnevezése a „Kristályvíz” (a termék múltja ugyanakkor több mint százöt évre nyúlik vissza).

A „Juventus B-5 OKK” számú kútból nyert víz korábban „Harmatvíz” névvel került forgalmazásra, azonban az elnevezésben 2001-ben változás következett be. Az OGYFI 2001. augusztus 3-án engedélyezte a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Rt. számára, hogy a társaság tulajdonában és üzemeltetésében lévő „Juventus B-5 OKK” számú kút vizének belső (palackozási célú) felhasználásánál az addig használt (törzskönyvben rögzített) „Harmatvíz” elnevezés helyett a „Gellérthegyi Kristályvíz” megnevezést használja. A határozat szerint a palackok címkéjén az elnevezés mindkét szava egyforma betűnagysággal szerepelhet, mivel az elnevezés törzskönyvben rögzített név. A névmódosítás előzménye volt, hogy - amint az a határozat indokolásában szerepel - az OGYFI az elnevezés módosításának jogi rendezése miatt korábban írásban megkereste az üzemeltetőt.

Ezt megelőzően, még 2001. július 2-án a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Rt. az eljárás alá vonthoz intézett levelében - az eljárás alá vont 2001. június 20-i megkeresésére adott válaszként - közölte, a „Juventus” kút tulajdonosaként hozzájárul az eljárás alá vont korábban „Harmatvíz” elnevezésű termékének „Gellérthegyi Kristályvíz” néven történő forgalomba hozatalához.

12. A „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Margitszigeti Kristályvíz” ásványianyag-tartalmában eltérések mutatkoznak. A „Margitszigeti Kristályvíz” összes ásványianyag-tartalma 1350 mg/l, a „Gellérthegyi Kristályvíz” összes ásványianyag-tartalma 1520 mg/l. Az egyes ásványi anyagok eltérő mennyiségben vannak jelen a két vízben:

	„Margitszigeti Kristályvíz” (mg/l)	„Gellérthegyi Kristályvíz” (mg/l)
nátrium	147	137
kalcium	153	175
magnézium	39,2	59
klorid	176	153
fluorid	2,7	2,1
szulfát	197	291
hidrogénkarbonát	560	570
metakavasav	54	34

Az ásványianyag-tartalomban való eltérés eredményeként a „Margitszigeti Kristályvíz” fluoridos és kalciumos, a „Gellérthegyi Kristályvíz” fluoridos, kalciumos, magnéziumos és szulfátos természetes ásványvíznek minősül.

III.

Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

13. Az eljárás alá vont a „Margitszigeti Kristályvíz” és „Gellérthegyi Kristályvíz” korábbi címkéinek módosításáról döntött, a papírból készült címkét 2004 márciusától fólia alapú címkével váltva fel. Az eljárás alá vont eljárás során hangsúlyozott célja az volt, hogy egységes arculatot teremtsen az általa forgalmazott termékek tekintetében.

A szén-dioxiddal dúsított és szén-dioxiddal enyhén dúsított, 1,5 l kiszerelésű „Margitszigeti Kristályvíz”, illetve a szénsavmentes „Gellérthegyi Kristályvíz” 2004 márciusában bevezetett címkéjén több azonos elem található:

- középkék színű fóliacímke,
- a címkén szereplő feliratok színe (sötétkék, illetve fehér) elrendezése és a grafikai ábrák,
- a címke baloldalán és jobb oldalának középső részén 67x62 mm-es pajzsra emlékeztető ábra található, melynek széle, sötétkékből világosodva folyamatosan fehér színbe vált át. A pajzs középső részét szalagszerűen, 25 mm széles fehér színű csík fogja át, melyben sötétkék 17 mm-es betűnagysággal a „Kristályvíz” felirat látható. A felirat alatt, a pajzs kiszélesedő részén 20 mm-es nagyságú kék színű kristály ábra található,
- a baloldali pajzsra emlékeztető ábra jobb oldalán a „Kiváló Magyar Élelmiszer” védjegy, „Natural mineral water” felirat és a palack űrtartalma van feltüntetve,
- a címke középső részén az ásványvíz pontos megnevezése, típusának meghatározása, összes ásványi anyag tartalma, összetétele, a kötelező feliratok, mint palackozta, minőségmegőrzési idő feltüntetésére történő utalás stb. és 10 mm átmérőjű bélyegző lenyomatra emlékeztető embléma található, melynek középső részében kék színű kereszt látható. Az emblémában apró betűkkel, körkörösén „Az ÁNTSZ Fővárosi Intézetének ellenőrzésével”, a keresztben pedig a „Tiszta természetes ásványvíz” felirat olvasható,
- a jobb oldali pajzsra emlékeztető ábra jobb oldalán a termék vonalkódja és a flakon űrtartalma került feltüntetésre.

A címkék között különbségek is találhatók:

- a szén-dioxiddal dúsított és szén-dioxiddal enyhén dúsított ásványvíz címkéjén a pajzsra emlékeztető ábra felső részén 10 mm-es betűnagysággal a „Margitszigeti”, a szénsavmentes ásványvíznél pedig a „Gellérthegyi” kifejezés szerepel,
- a szénsavmentes ásványvíznél a pajzs alsó részében látható kristály ábra háttére rózsaszín, az enyhén szénsavasé világoszöld, a szénsavasé pedig kék színű.

A termékek záróeleme azonos színű a címkén látható (szénsavtartalomra utaló) színekkel. A szén-dioxiddal dúsított ásványvíz záróeleme világoskék, az enyhén szénsavasé világoszöld, a szénsavmentesé pedig rózsaszín. A záróelem tetején fehér színnel félkörívben alul és felül 2 mm-es betűnagysággal a „Margitszigeti”, illetve „Gellérthegyi”, közepén pedig 5 mm-essel a „Kristályvíz” felirat látható.

14. A szén-dioxiddal dúsított gyümölcsízű „Gellérthegyi ásványvíz”-ek fóliacímkéinek színvilága, az azon található feliratok, grafikai ábrák és azok elrendezése néhány eltéréstől eltekintve azonos a szén-dioxiddal dúsított, illetve szén-dioxiddal enyhén dúsított „Margitszigeti Kristályvíz”-zel és a szénsavmentes „Gellérthegyi Kristályvíz”-zel. Az eltérések az alábbiak:

- a pajzsra emlékeztető ábra alsó részén nem a kristály ábrája, hanem az adott íznek megfelelő gyümölcs- és háttérszín látható,
- a két pajzsra emlékeztető ábra között marketing felirat is található.

IV.

A vizsgálati jelentés

15. A vizsgáló jelentésében kiemelte, a címkék más hatóságok által történő jóváhagyása, jogszabályoknak való megfelelése önmagában nem zárja ki, hogy azok a Tpv. rendelkezéseibe ütközzenek. Az egyes árukon alkalmazott címkéket összképük (az elnevezés, a feliratok és az ábrák együttese) alapján kell megítélni, hogy azok mennyiben vannak összhangban a Tpv. 8.§-ának rendelkezéseivel.

16. Megítélése szerint a kereskedelmi hálózatban az azonos grafikai megjelenésű, de eltérő ásványanyag-összetételű széndioxiddal dúsított és enyhén szénsavas „Margitszigeti Kristályvíz”-ek és szénsavmentes, illetve széndioxiddal dúsított gyümölcsízű „Gellérthegyi Kristályvíz”-ek a fogyasztók számára azt a téves képzetet keltik, mintha a két ásványvíz egy termékcsalád különféle változatai lennének. A megtévesztéshez hozzájárul az is, hogy az azonos kiszínezésű (ízésítés nélküli) „Margitszigeti Kristályvíz” és „Gellérthegyi Kristályvíz” termékek átadási árai azonosak, annak ellenére, hogy eredetük és beltartalmuk különböző.

17. A vizsgáló jogsértés megállapítását, a jogsértő magatartás további folytatásának megtiltását és bírság kiszabását indítványozta az ügyben.

V.

Az eljárás alá vont védekezése

18. Az eljárás alá vont előadta, a termékein található címkék megalkotása során arra törekedett, hogy a termékek közötti különbség, amely alapvetően a természetes ásványvíz származási helyéből adódik, megfelelő hangsúlyt kapjon. A korábban használt címkék esetében a grafikai megjelenítés volt a domináns, a jelenlegi címkéknél pedig a szóelem megjelenítése válik hangsúlyossá, mivel a hasonló képi megjelenítés mellett a „Margitszigeti” és a „Gellérthegyi” kifejezés jelentősen nagyobb betűvel jelenik meg a címkén (ezen túlmenően az eltérő származási hely a kupakokon is jelölésre kerül).

19. Álláspontja szerint a korábban használt címke eltérő grafikai hátterének köszönhetően, illetve a jelenleg alkalmazott címke kiemelt helyen található jelentősen nagyobb betűi révén az átlagos fogyasztó könnyen különbséget tehet a két termék között. A fogyasztónak tehát nem kell minden egyes vásárlásnál tüzetesen megvizsgálnia a két terméket, hiszen a jelenlegi címkén megtalálható figyelemfelkeltő felirat is azonnali és pontos tájékoztatást ad a két termék közötti eltérésről.

A hangsúlyos megjelenítés eredményeképpen a termékek címkéje könnyen leolvasható és azonosítható az elárusítóhelyeken, bármilyen is legyen termékek elhelyezése. A betűk nagysága és a címke grafikai kialakítása ugyanis lehetővé teszi, hogy a fogyasztók akár a padlószint magasságában elhelyezett termékeket is megkülönböztessék egymástól.

20. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a KERMI Minőségellenőrző és Szolgáltató Kft. szerint az új címkével forgalomba hozott „Margitszigeti Kristályvíz” és „Gellérthegyi Kristályvíz” termékek mindenben megfelelnek a Rendelet előírásainak.

21. Az eljárás alá vont jogsértés hiányában a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését kérte.

VI.

Jogi háttér

22. A Tpv. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének j) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában a 72.§ (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljárást megszünteti.

A Tpv. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentése alapján az eljárást megszünteti, ha nem látja indokoltnak annak folytatását, illetve megállapítja, hogy az eljárás alá vont ügyfél a törvénybe ütköző magatartás hiányában nem marasztalható el.

VII.

A Versenytanács döntése

23. A jelen eljárás annak versenyjogi elbírálására irányult, hogy a „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz” termékek 2004 márciusától alkalmazott címkéivel az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e. A vizsgáló nem vonta vizsgálat alá a 2004 márciusát megelőzően alkalmazott címkéket, így azokkal kapcsolatban a Versenytanács nem alakította ki álláspontját, azok versenyjogi értékelését nem végezte el.

24. A Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Környezetegészségügyi Intézete (a továbbiakban: OKI) a Gazdasági Versenyhivatal megkeresésére adott válaszában ismertette, megítélése szerint a két vízféleség elnevezése, feliratozása eltér az engedélyezettől. Ezzel összefüggésben a Versenytanács kiemeli, önmagában valamely (nem versenyjogi) jogszabály vagy közigazgatási határozat megsértése nem ad alapot a Tpv. III. fejezete megsértésének megállapítására, de - amint azt a Legfelsőbb Bíróság Vj-3/2000. számú ügyben hozott Kf. II. 39.312/2001/4. számú ítéletében megállapította - az sem változtat a versenyjogi megítélésen, ha egy adott címkét más hatóság jóváhagyott.

A vizsgáló jelentésében kiemelte, a címkék más hatóságok által történő jóváhagyása, jogszabályoknak való megfelelése önmagában nem zárja ki, hogy azok a Tpv. rendelkezéseibe ütközzenek. Ez azonban kiegészítendő azzal, a címkék más hatóságok által történő jóváhagyásának hiánya, jogszabályoknak való meg nem felelése önmagában nem jelenti azt, hogy azok a Tpv. rendelkezéseibe ütköznek.

A Gazdasági Versenyhivatal eljárása keretében a vállalkozások tájékoztatásának versenyjogi hatását vizsgálja a Tpv. alapján, azt, hogy a vállalkozás a fogyasztók tájékoztatása során megsértette-e a Tpv. előírásait vagy sem (vö. a Legfelsőbb Bíróság Kf. II. 39.666/2000/5. számú ítéletével.). Ennek megfelelően a nem versenyjogi tárgyú jogszabályi előírásokat sértő piaci magatartás is csak akkor adhat alapot a versenyjogi jogsértés megállapítására, ha az adott magatartás a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására is alkalmas. Mindez egyben természetesen azt is jelenti, hogy a különböző jogszabályokban meghatározott, különböző célból és hatáskörben eljáró szervek párhuzamos eljárása nem kizárt ugyanaz magatartással kapcsolatban, amely ugyanannak a tevékenységnek többféle felelősségi rendszerben történő elbírálását is eredményezheti (lásd a Legfelsőbb Bíróság Kf. IV. 27.929/1998/4. számú ítéletét).

25. Számos egyéb tényező mellett a termékek csomagolásának is szerepe van a fogyasztói döntések befolyásolásában. A csomagolás a márkaépítés egyik legfontosabb eszköze, s mint ilyen, a potenciális fogyasztót a vásárlás helyén érdemben befolyásolhatja. A termék csomagolása, a csomagolás anyaga, színe, formája, felirata, a csomagoláson közölt

információk, így a termék valamely tulajdonságának ismertetése stb. alkalmas arra, hogy befolyást gyakoroljon a fogyasztói döntésekre. A csomagolás számos marketingfeladat teljesítésére vehető igénybe, így például különböző reklámok elhelyezésére. Amint azt a Legfelsőbb Bíróság a Vj-169/1995. számú ügy kapcsán Kf. I. 27.843/1998/5. számú ítéletében megállapította, a külső megjelenés az áru lényeges tulajdonsága.

Minderre figyelemmel a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont „Margitszigeti Kristályvíz” és „Gellérthegyi Kristályvíz” termékeinek csomagolása, maga a palack és az azon feltüntetett információk részét képezik a fogyasztói döntések befolyásolását célzó, illetve arra alkalmas vállalkozói magatartásnak, így vonatkozásukban is alkalmazhatóak a Tpvt. rendelkezései.

26. A fogyasztóknak szóló tájékoztatás (reklám vagy más tájékoztatás) versenyjogi általi megítéléséhez elengedhetetlen a reklám fogyasztók által vett üzenetének - a Tpvt. 9.§-a alapján történő - megállapítása. Ennek során mindenképp a tájékoztatás (adott esetben a csomagolás) észlelőire gyakorolt első benyomását kell szem előtt tartani.

27. A Versenytanács megítélése szerint a „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz” termékek 2004 márciusától alkalmazott csomagolásai (címkéi) nem alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére. A csomagolásuk (címkék) összehatásukban egyértelmű, szembeötlő tájékoztatást adnak arról a fogyasztók számára, hogy „Margitszigeti Kristályvíz” vagy „Gellérthegyi Kristályvíz” termékről van-e szó.

A Versenytanács álláspontját támasztja alá a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség Gazdasági Versenyhivatal megkeresésére adott véleménye is, amely szerint megjelenésében a két termék első ránézésre jól megkülönböztethető. Az eljárás alá vont új címkéin a két termék grafikai megjelenítése közel azonos, azonban az ún. kereskedelmi megnevezés (az OGYFI által jóváhagyott törzskönyvi név) két része (földrajzi hely és fantázia név) közvetlenül egymás alatt, közel azonos betű nagysággal került megjelenítésre. A teljes törzskönyvi megnevezés két részét nem szakítja meg semmiféle grafikai elem.

Megjegyzni továbbá a Versenytanács, hogy a jelen esetben a „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz” termékek esetében alkalmazott azonos átadási ár sem eredményezhette az eljárás alá vont magatartásának fogyasztók megtévesztésére való alkalmasságát.

28. A Versenytanács előtt ismert az OKI véleménye is, amely szerint a két forgalomban lévő vízféleség elnevezése, feliratozása eltér az engedélyezettől, s a címkék grafikai hasonlósága nagyban elősegítheti a fogyasztók megtévesztését. A Versenytanács ezzel összefüggésben kiemeli, hogy - amint azt az előzőekben már jelezte - önmagában egy másik jogszabály vagy egy más hatóság által hozott határozat megsértése nem ad alapot a Tpvt. III. fejezete sérelmének a megállapítására. Amint azt a Fővárosi Ítéletábrla a Vj-34/2002. számú ügyben hozott 2. Kf. 27.128/2003/6. számú ítéletében megállapította, a Tpvt. 9.§-ából következően azt a kérdést, hogy a Tpvt. hatálya alá tartozó vállalkozásnak a magatartása, így az általa adott tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e, elsődlegesen a Tpvt. rendelkezései szerint kell elbírálni. A Tpvt. 9.§-a alapján pedig a Versenytanács álláspontja szerint nem állapítható meg a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatás. A Versenytanács ebből adódóan nem vette figyelembe az OGYFI azon véleményét sem, hogy a „Margitszigeti Kristályvíz” és a „Gellérthegyi Kristályvíz” termékek címkéi kifogásolhatók. A

Versenytanács döntése ugyanakkor nem akadályoz más hatóságokat abban, hogy saját hatáskörükben eljárjanak a címkékkel összefüggésben, ha ezt a rájuk irányadó jogszabályok alkalmazása körében indokoltnak ítélik.

29. A Versenytanács szükségesnek tartja annak kiemelését, hogy a jelen és a Vj-157/2003. szám alatt lefolytatott versenyfelügyeleti eljárásban elbírált ügy között jelentős különbségek ragadhatók meg. Ezek közül kiemelendő, hogy a Vj-157/2003. számú ügy esetében az adott vállalkozás egy régóta meglévő, ismert, egyetlen egy termékhez kötődő márkanévet kívánt kiterjeszteni egy más kútból nyert ásványvíz termékre oly módon, hogy ennek során a fogyasztók megtévesztésére alkalmas csomagolást alkalmazott, olyat, amely összehatásában a címkék eltérése ellenére is azt közvetítette, hogy a két termék teljesen, minden jellemzőjében azonos, semmilyen különbség sincs közöttük, kizárólag a szénsavtartalomban. A jelen esetben ugyanakkor a címke megfelelő, a megtévesztésre alkalmasságot kizáró módon tájékoztatja a fogyasztót arról, hogy „Margitszigeti Kristályvíz” vagy „Gellérthegyi Kristályvíz” terméket tartalmaz-e a palack, illetve jelentőséggel bír az is, hogy a „Gellérthegyi Kristályvíz” elnevezés már 2001 óta alkalmazásra kerül.

30. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást a Tpv. - a törvény 77.§-a (1) bekezdésének j) pontja által felhívott - 72.§-a (1) bekezdése a) pontjának második fordulata alapján megszüntette.

31. A Versenytanács határozatát a Tpv. 74.§-a második mondatának figyelembevételével tárgyaláson kívül hozta meg.

32. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83.§-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2004. december 9.