



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL  
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΤΑΧΡΑΣΗΣ  
ΔΙΑΓΩΓΗΣ

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

VJ-139/2004/20.

Ikt.sz.:...../2004.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Gazdasági Versenyhivatal által a BUSZESZ Rt. eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztók megtévesztése miatt indított eljárásban – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

### H a t á r o z a t o t

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A határozat ellen, annak kézhezvételétől számított 30 napon belül, a Gazdasági Versenyhivatalnál előterjesztett, de a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel élhet az eljárás alá vont vállalkozás.

### I.

A Gazdasági Versenyhivatal az 1996.évi LVII.tv. (Tpv.) 70.§- (1) bekezdése alapján hivatalból indított eljárást annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a Tpv.8.§-ába ütközően, jogellenes magatartást tanúsított-e, azzal, hogy az azonos forrásból származó szénsavmentes ásványvizét, egymástól eltérő grafikai megjelenésű címkével (azonos áron és kereskedelmi márkanév alatt) forgalmazva, az azonos összetételű „Óbudai Gyémánt” szénsavmentes természetes ásványvizek közül, az ún. „gyerekcímkés” terméket különleges egyedi tulajdonságokkal ruházza fel az áru címkéjén és a különféle reklám anyagokban, továbbá az ún. „gyerekcímkés” Óbudai Gyémánt szénsavmentes természetes ásványvizet a termék gyűjtőcsomagolására szolgáló zsugorfólián illetve a különféle reklámhordozókon és akciókban „babavíz”-ként népszerűsítette.

### II.

#### 1. Eljárás alá vont vállalkozás

1.1. A BUSZESZ Élelmiszeripari Rt. a magyar főváros legrégebbi erjedésipari cége, elődjének alapítása és működése az 1860-as évekre vezethető vissza.

A zártkörű részvénytársaságként működő Rt. többségi tulajdonosa az osztrák Mauthner Markhof konzern.

A cég rendelkezik az ISO 9001/2000 minőségi tanúsítvánnyal, 2004.-ben pedig elnyerte az Európai Minőségi Díjat, az "Europe Award for Quality" -t.

Az eljárás alá vont vállalkozás - kinek fő tevékenységi körébe tartozik az ásványvíz-, és üdítőitalok gyártása - árbevételének 97,8%-a belföldi értékesítésből származik.

A hazai ásványvíz piac szereplői közül a kisebb forgalmat bonyolító vállalkozások közé tartozó eljárás alá vont vállalkozás piaci részesedése kb. 3,5%.

Az általa palackozott „Óbudai Gyémánt” megnevezésű ásványvíz, szénsavas, enyhén szénsavas és szénsavmentes változatban kerül forgalmazásra, a 0,25 literestől az 5 literes kiszerezésig terjedő választékban.

Az ásványvíz értékesítésén belül a szénsavas vizek aránya 56%-ot, az enyhén szénsavasé 9% -ot, míg a szénsavmentes ásványvízé 35%-ot képvisel.

Az eljárás alá vont vállalkozás által 2003. május - 2004. augusztus között értékesített „Óbudai Gyémánt” szénsavmentes ásványvízen belül – a jelen eljárással érintett - un. „gyermekcímkezés” termék 45,2 %-kal részesedéssel bír.

1.2. Az országosan forgalmazott árú 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,
- összetétele és hőmérséklete közel állandó, vagy a természetes ingadozás határain belül van, és
- mikrobiológiai szempontból megfelel a jogszabály által előírt elvárásoknak.

1.3 Az eljárással érintett Óbudai Gyémánt” szénsavmentes természetes ásványvizek összes ásványi anyag tartalma azonos: 687 mg/ liter.

Ásványi anyag összetételük alapján kis nátriumtartalmú, kalcium-és magnézium-és hidrogén-karbonátot tartalmazó természetes ásványvizeknek minősülnek. Összetételük a következő:

Összetevő	Mennyiség – mg/l
Kálium	1,9
Nátrium	11,0
Magnézium	47,0
Kalcium	91,0
Fluorid	0,3
Klorid	9,0
Szulfát	84,0
Metakovasav	29,0
Hidrogén-karbonát	445,0

## 2. A piac jellemzői

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

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.

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 dinamikusan növekvő ásványvízfogyasztás sok új hazai és külföldi márkát vonzott új belépőként a piacra.

Az eljárásban érintett BUSZESZ Rt. piaci részesedése a palackozott és értékesített természetes ásványvizek mennyiségéből – a fent írtak szerint - 3,5 %.

Az ásványvíz import (francia, olasz, cseh ásványvizek stb.) mennyisége a Magyar Ásványvíz Szövetség és Termék Tanács becsült adatai 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.

### 3. Az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott címkék:

3.1. 2003. májusáig az eljárás alá vont RT. által, „Óbudai Gyémánt” márkaneven forgalmazott természetes ásványvizek (szénsavas, enyhén szénsavas, szénsavmentes) címkéinek grafikai arculata és felirata azonosak voltak. A kék tónusú címkéken észlelhető színkülönbségek a termékek eltérő szénsavtartalmára utaltak. Az ásványvizek szénsavtartalmát a címke tetején és alján rózsaszín, sárga illetve világoskék csík színekkel jelezték. A színes csíkon körben, kék színnel a „szénsavmentes”; „enyhe” illetve „dús” kifejezés került feltüntetésre (vizsgálati jelentés 1., 2., 3. melléklete).

3.2. Az eljárás alá vont vállalkozás 2003. májusától olyan szénsavmentes ásványvízzel lépett piacra, melyet új címkével (vizsgálati jelentés 4.számú melléklete) kínált.

A forgalomba hozott, és az eljárásban vizsgált ún. „gyermekcímkés” szénsavmentes ásványvíz címkéjének grafikai megjelenése és az azon szereplő feliratok eltértek a már korábban is forgalmazott szénsavmentes ásványvíz címkéjétől.

A piacra bevezetett árun az alábbi grafikai elemek és feliratok találhatóak voltak fellelhetőek:

A címke alapszínévé a rózsaszínes drapp szín vált.

A címke baloldalán és a jobboldal középső részén egy kisdedjének pusztit adó anyának és gyermekének fotóját helyezték el.

A kiemelten, fehér színnel írt márkanév alatt világoskék színű pecsétlenyomatra emlékeztető emblémában, körkörösén, illetve középen az alábbi, nagy betűs feliratokat szerepeltették:

„Tiszta vizet gyermekének! Együtt vigyázunk rád!”

A címke középső részén (felül) az alábbi apró betűs tájékoztatás volt olvasható:

„A víz az éltető 4 elem, a lét legelső pillanatától. A gyémánt tiszta ásványi anyagok optimális egyensúlyával rendelkező Óbudai Gyémánt babavizet minden állapotos, szoptatós kismamának, újszülöttnak és csecsemőnek ajánljuk. Elkülönített üzemi részben, fokozott ellenőrzés mellett készül. Újszülöttek részére forralja fel, kinyitva ne tárolja 1 napnál tovább.”

A fogyasztói ajánlás alatt a termék szénsavtartalmára utaló és pontos megnevezést (Kis nátriumtartalmú, kalcium-és magnézium-hidrogénkarbonátot tartalmazó, elismert ásványvíz), az ásványi anyag összetételt (milligramm/liter mértékegységben) és a termékminőség megőrzési idejét illetve tárolására vonatkozó feliratot tüntették fel.

A címke alsó és felső szélén 3mm-es világoskék csíkot helyeztek el. Az alsó csíkban - fehér 1,5 mm-es betű nagysággal - az alábbi felirat volt látható:

„Minden várandós, szoptatós kismamának, újszülöttnak és csecsemőnek ajánljuk, mert elkülönített üzemi részben, fokozott ellenőrzés mellett készült.”

A 0,5 l-es kiszerelésű „gyermekcímkés” szénsavmentes ásványvíz címkéjén szereplő feliratok – eltérő elrendezés mellett - megegyeztek a 1,5 literes palack feliratozásával.

A szénsavmentes „Óbudai Gyémánt” természetes ásványvizek jelölésében és külső megjelenésében 2003. májusa és 2004. I. féléve között nem történt változás.

3.3. Az eljárás alá vont vállalkozás 2004. I. félévét követően megváltoztatta az „Óbudai Gyémánt” márka általános logóját és a címkéken alkalmazott betűk típusát

A változtatások következtében az ún. „hagyományos” címkéjű ásványvizek addig egységes kékes színvilága is megváltozott és hangsúlyosabbá vált a „Óbudai Gyémánt” márkanév és termék megnevezése. Az eljárásban nem vizsgált ún. hagyományos szénsavmentes ásványvíz címkéjén is a rózsaszín szín vált dominánssá.

Az eljárásban vizsgált „gyermekcímkés” szénsavmentes ásványvíz címkéjének színvilágában és képi megjelenésében - jelen üggyel érintetten - nem történt változás, azon csak a képeken látható feliratok és a pecsétlenyomatra emlékeztető embléma elrendezése illetve a márkanév logója (A

„hagyományos” és a „gyermekcímkes” szénsavmentes ásványvizek címkéit a vizsgálati jelentés 5. és 6. számú melléklete tartalmazza.)

3.4.A „gyermekcímkes” ásványvíz címkéje 2004. augusztusától – amikor is az eljárás alá vont vállalkozás értesült a Gazdasági Versenyhivatal vizsgálatáról – módosult (vizsgálati jelentés 7.melléklet).

Az áru címkéjén szereplő fogyasztói ajánlás feliratában a „babavíz” megjelölést törölték az egyébként megmaradt szövegkörnyezetből, helyette az„ásványvíz” kifejezést alkalmazva.

A jelenleg is forgalomban lévő címkén nem történt egyéb változtatás.

A címke alsó szélén 3mm-es világoskék csíkban jelenleg is szerepel az apró fehér színű betűkkel írt felirat :

„Minden várandós, szoptatós kismamának, újszülöttnak és csecsemőnek ajánljuk, mert elkülönített üzemrészben, fokozott ellenőrzés mellett készült.”

#### 4. Reklámanyagok

Az eljárás alá vont vállalkozás az ún. „gyerekcímkes” ásványvizet különböző reklám hordozókon népszerűsítette, minek 2003 évi és 2004. I. félévi reklámköltségét és azok reklámhordozónkénti megoszlását a 6/ 10. számú üzleti titok tartalmazza.

##### 4.1.Gyűjtőcsomagolás

A fogyasztókhöz került, hat dobozos csomagolású ásványvizek gyűjtőcsomagolására 2004. augusztusáig drappos- rózsaszín zsugorfóliát alkalmazott az eljárás alá vont vállalkozás.

A zsugorfólián késsel árnyékolt 6 mm-es fehér betűkkel, kék színű emblémákban a „Most együtt vigyázunk rád” felirat, illetve középen (10 mm-es betűnagysággal) a „Babavíz” felirat szerepelt

2003. novembere és 2004. júliusa között 298 ezer darab 6-os csomag ásványvíz került forgalomba a „Babavíz” feliratú fóliacsomagolásban.

##### 4.2.Újságok

Az eljárás alá vont vállalkozás különféle – főleg kisgyerekes szülők által olvasott - színes magazinokban és egészségügyi szaklapokban 2003. évben 11 alkalommal, 2004. I. félévében pedig 4 alkalommal jelentetett meg a „gyermekcímkes” ásványvízzel kapcsolatos sajtóhirdetéseket.

A reklámanyagok mindegyikében szerepelt a címkéről már ismert, feltűnő helyen alkalmazott „Babavíz” embléma, annak, a kisebb betűvel szedett szövegezés kíséretében, hogy a „babavíz” „minden várandós, szoptatós kismamának, újszülöttnak és csecsemőknek” ajánlott. Az árura nézve közölték azt is, hogy azt elkülönített üzemrészben, szigorú mikrobiológiai ellenőrzés mellett töltötték fel.

(A újságokban megjelent hirdetéseket a 6 /9. sz. ügyirat tartalmazza.)

### 4.3. Televízió

Az RTL Klub Delelő műsorán belül, a Babamagazin részben 2003. augusztus 26., 27.-én és szeptember 2., 3.-án, 15 másodperces reklámfilm került sugárzásra a „gyermekcímkes” ásványvízről. A reklám egy baba, majd a baba és édesanyja, illetve a „gyermekcímkes” áru megjelenítése után közölte, hogy „Most együtt vigyázunk rád! A baba-mama rovat támogatója a Buszesz Rt.”

Ezután újra megjelentek a palackok, illetve címkéik. A gyorsan pergő képeken a palackok apró betűs feliratait nem voltak olvashatók.

### 4.4. Szórólapok

4.4.1 Az eljárásban érintett „gyermekcímkes” ásványvíz szórólapjai közül az A/4-es méretűből 2003-ban 13.000 db, 2004. I. félévében pedig 700 db készült, melyek a cég üzletkötőin keresztül kerültek terjesztésre, a kereskedelmi hálózatban.

A szórólapok egyik oldalán az áru címkéjén találhatóval megegyező, az ott megjelenített emblémát is tartalmazó fénykép és a 0,5 illetve 1,5 literes kiszerelésű ásványvíz csomagolása volt látható. A szórólapon feltüntetett „Óbudai Gyémánt” márkanév alatt az alábbi feliratot helyezték el:

„Minden várandós, szoptatós kismamának, újszülöttnak is ajánljuk, mert elkülönített üzembrészen, fokozott ellenőrzés mellett készül.”

A szórólap hátoldalán az édesanyákat szólították meg: „Kedves Anyuka! Mi lehetne Önnek fontosabb, mint gyermeke egészsége? A BUSZESZ Rt. elkötelezte magát az egészséges vízfogyasztás mellett, és segíteni szeretné Önt abban, hogy gyermekének mindig tiszta vizet adhasson. Cégünk ezért kifejlesztette az Óbudai Gyémánt babavizet, melyet minden várandós és szoptatós kismamának, újszülöttnak és csecsemőnek ajánlunk.”

Javasoljuk, próbálja ki főzéshez is. Újszülöttek részére forralja fel, és kinyitva ne tárolja 1 napnál tovább.

(Majd nagyobb betűkkel) Jó egészséget kívánunk!

4.4.2. A „gyermekcímkes” ásványvíz A/5 méretű szórólapjából 2003. évben 100.000 db, 2004 I. félévében pedig 76.000 db készült. A szórólapok a tavalyi évben reklámügynökségen keresztül - direkt mailben - szülő anyákhoz kerültek, illetve a Védők Konferenciáján kerültek szétosztásra. Az idei évben készült szórólapok hipermarketekben lettek terjesztve.

A szórólap egyik oldala azonos volt az A/4 méretűvel, azzal az eltéréssel, hogy ezen csak a 1,5 literes kiszerelésű ásványvíz csomagolása volt látható, és a lap alján a termék ásványi anyag tartalmára vonatkozó összehasonlító táblázat, illetve a 3.2. pontban írt címkén olvashatóval megegyező marketing felirat található, a babavizet az ott megjelölt célcsoportnak ajánlva.

(A szórólapokat a 6/9. számú ügyirat tartalmazza.)

## 5. Nyereményakció

Az eljárás alá vont Rt. 2004. májusában „Óbudai Gyémánt Babavíz” nyereményakciót hirdetett meg .

Az akció során 150.000 db. öntapadós matrica került szétosztására, amiből 2x12.000 db-t behúztak az „Anyák Lapja”-ba és az „Auto-Motor” magazinokba. A többi reklámanyagot reklámügynökség juttatta el az ország 80 városába, ahol az autósok között lettek szétosztva.

Az öntapadós címke egyik oldalán „behajtani tilos” háromszögletű táblára emlékeztető piros keretbe foglalva a termékcímkéjén szereplő fénykép és felette 40 mm-es átmérőjű pecsétlenyomatra emlékeztető emblémában körkörösén a „Most együtt vigyázunk rád!” mondat, középen pedig 7 mm-es betűnagysággal a „Babavíz” felirat volt látható.

A címke jobboldalán - köralakban elhelyezkedő sárga színű csillagok közé zárva - a „Vigyázz rám!” mondat jelent meg.

(A nyereményakciós öntapadós címke a 6/9. ügyirat tartalmazza).

## 6. Óriásplakátok.

Az eljárás alá vont vállalkozás a megújult csomagolású „Óbudai Gyémánt” ásványvizek népszerűsítése érdekében 2004. I. félévében 450 db-os óriás plakát kampányt indított, melyből 150 db volt a „gyermekcímkes”. A plakátokon a 3.2. pontban írtak voltak láthatók, az alábbiak mellett:

A plakátok kiemelt betű nagysággal hívták fel a figyelmet a célcsoportra, azzal, hogy az ásványvizet számukra „is” ajánlják, mert az ásványvíz elkülönített üzemi részben, fokozott ellenőrzés mellett készül.

## 7. Reklámajándékok

Az eljárás alá vont vállalkozás reklámügynökségen keresztül 2003-ban 300 db. „Babavíz” szövegezésű hímzéssel ellátott bébi törülközőt osztott szét szülőnőknek.

2004. I. félévében 1.000 db előkét készítettett, melyek ajándékcsomagokba kerültek illetve a nyereményakció során „apró ajándékként kerültek kisorsolásra.

Az ajándéktárgyak a „Babavíz” megjelölést viselték azzal a kísérőszöveggel, hogy „Együtt vigyázunk rád!”

(A bébi törülközőt és előkét a „Vizsgálati jelentés” 7. számú melléklete tartalmazza.)

## 8. Védőnők program

A programot ismeretterjesztő céllal indították 2003-ban.

A program során arra kívánták a védőnők és a gyermekorvosok figyelmét felhívni, hogy a szénsavmentes „Óbudai Gyémánt” természetes ásványvíz összetétele és tisztasága miatt tökéletesen megfelel a kisgyermek számára, azt korlátlan mennyiségben fogyaszthatják.

A program keretében a vállalat munkatársai részt vettek a Magyar Védőnők Egyesületének országos értekezletén, a Magyar Gyermeagyógyászok Országos konferenciáján, a megyei védőnői értekezleteken és az Anyatej Világnapjának rendezvényén.

Önkéntes jelentkezés alapján üzemlátogatásokat is szerveztek az Óbudai Gyémánt szénsavmentes ásványvíz palackozás higiénés körülményeinek megtekintésére a védőnők részére.

9. Az „Óbudai Gyémánt” szénsavmentes ásványvíz és a „gyermecímkés” áru azonos kútból nyert vízből készült és összetétele, valamint az alkalmazott gyártástechnológia megegyezett a már korábban is forgalmazott szénsavmentes ásványvizével.

A két ásványvíz között az előállítási körülményekben és a végtermékek minőségének ellenőrzésében van eltérés.

A „gyermecímkés” ásványvizet az eljárás alá vont vállalkozás a palackozóüzem elkülönített üzemszabályzatában, szigorú higiéniai feltételek betartásával állítja elő, majd a végterméket az egyébként alkalmazottnál szigorúbb ellenőrzési rendszerben ellenőrzi.

A „gyermecímkés” árunál a végtermék vizsgálatán túl, a laboratórium minden gyártáskor ellenőrzi a fertőtlenítés hatékonyságát. A teljes körű mikrobiológiai vizsgálat kiterjed a gépekre, a berendezésekre, a palackozó levegőjére, illetve a palackok és a gépkezelők higiéniai ellenőrzésére is. A hagyományos ásványvízzel szemben, ahol 8 óránként történik mintavétel és mikrobiológiai vizsgálat, a „gyermecímkés” árut óránként ellenőrzik.

Az eljárásban beszerzett mikrobiológiai vizsgálati eredményekből megállapíthatóan, mind a hagyományos, mind az ún. gyermekcímkével forgalomba hozott végtermék minősége megfelelő.

### 9. A forgalmazással kapcsolatos szabályok, vélemények.

9.1. A természetes gyógy tényezőkről rendelkező 74/1999. (XII. 25.) EüM rendelet 13. § (1) bekezdése szerint a Magyarországon kitermelt természetes ásványvizet, természetes ásványvíz minőségre, ( valamint gyógyvizet természetes gyógyhatásra) utaló elnevezéssel csak az OGYFI engedélyével lehet ellátni., továbbá elismert ásványvizet (és gyógyvizet) csak a külön jogszabályban előírt engedéllyel – lehet palackozni és forgalomba hozni.

Az. R. 22. § (1) bekezdése értelmében a Magyarországon kitermelt elismert természetes ásványvizekről az OGYFI vezet nyilvántartást.

9.2. Az Országos Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Igazgatóság (OGYFI) jelen ügyben hozzá intézett megkeresésre kifejtette, hogy az Országos Gyógyhelyi és Gyógyfürdőügyi Főigazgatóság a B-47 OKK számú kút vizét Óbudai Gyémánt néven ásványvíznek minősítette.

Az engedélyezés érdekében az ÁNTSZ Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Környezet Egészségügyi Intézete (továbbiakban: OKI) szakvéleményét kell csatolni.

Az OGYFI ismerete szerint a gyerekekre illetve csecsemőkre történő utalásnak nincs vizsgálati alapja, így a szénsavmentes ásványvíz kétféle címkézésével és az eltérő minőségű megjelöléssel nem értenek egyet, azt szakmailag nem találják indokoltnak.

A „babavíz” megjelölést sem ennél az ásványvíznél, sem más esetben nem tartják elfogadhatónak, ehhez hiteles orvosi vizsgálat igazolása kellene (10. számú ügyirat).



9.3. Az OKI közölte, hogy kifejezetten az eljárás alá vont Rt. megbízásából végzett ellenőrző vízvizsgálatokhoz kapcsolódóan a cég által forgalomba hozott Óbudai Gyémánt elnevezésű, elismert természetes ásványvíz címketervében a vízhygiéniás előírásokat sértő szabálytalanságokat tapasztaltak.

Ezeket korábbi (2003. március) szakvéleményükben kifogásolták, mely kifogásnak az Rt. helyt adott, elhagyva a „babavíz” elnevezést és a „terhesség ideje alatt is” feliratot a címkéken.

A jelenleg forgalomban levő címkék tartalmilag megfelelnek a hatályos jogszabálynak, és a fent említett szakvéleményben adott javaslatoknak.

Tartalmi szempontból az elsősorban grafikai megjelenítésben megnyilvánuló, babavízként történő reklámozás kifogásolható, amit a 65/2004. (IV.27.) FVM-ESZCSM-GKM 8.§ (1) bekezdése tételesen tilt, mint ahogy az olyan illusztrációk használatát is, amelyek nem valós tulajdonságokra utalnak.

A várandós, szoptatós kismamának, újszülöttnak és csecsemőnek is ajánljuk, mert elkülönített üzemenként, fokozott ellenőrzés mellett készül” megfogalmazást nem találták félrevezetőnek, mivel ez a felirat egy olyan tényleges, a minőségbiztosításban jelentkező többletre utal, amely – amennyiben azt rendszeresen végzik és dokumentálják – a másik kiszerelésű Óbudai Gyémánt vízhez képest az érzékeny szervezet számára kisebb kockázatot biztosít.

Az eljárás alá vonti áru összetétele táplálkozás élettani szempontból kedvező, azonban olyan különleges tulajdonságokkal nem rendelkezik, amely bármilyen kiemelés vagy javallatot indokolhatna.

10. Az OÉTI a megkeresésre adott válaszában előadta, hogy az ásványvíz nem egy különleges, kifejezetten csecsemők részére készült termék, hanem egy mindenki számára fogyasztható természetes ásványvíz, mely felhasználható a csecsemő táplálásában is (pl. tápszerkészítés, teakészítés). Egyedi tulajdonsággal felruházása nem indokolt.

Kifejtette, hogy az ásványvizek palackozásáról és forgalomba hozataláról rendelkező 65/2004.(IV.27.) FVM-ESZCSM-GKM. rendeletet 8.§-át sérti a felirat, ami tiltja az olyan megjelölések használatát, melyekkel a víz nem rendelkezik, illetve azt sugallja, hogy más ásványvíz nem rendelkezik a megjelölt tulajdonsággal.

Kifogásolta a „gyémánt tiszta ásványi anyagok optimális egyensúlyával rendelkező” feliratot, mivel sem hazai, sem nemzetközi adatok nem állnak rendelkezésre a vonatkozásban, hogy mikor és főleg ki számára optimális egy ásványvíz összetétele.

A „babavíz” elkülönített előállításáról, palackozásáról – adatok hiányában - nem nyilvánított véleményt.

11. A Magyar Ásványvíz Szövetség és Terméktanács véleménye szerint a termék címkéjén, illetve reklám anyagaiban feltüntetett állítások nem megalapozatlanok, mert minden olyan természetes ásványvíz, amelynek összetétele megfelel az ivóvizek minőségét meghatározó 201/2001. (X. 25.) Kormány. rendelet előírásainak, alkalmas gyermekek, illetve csecsemők táplálására.

A fentiekből következik, hogy a palackozott vizek nagy többsége alkalmas a gyermekek, illetve csecsemők táplálására, és ha azt a címkén tüntetik, ez nem téveszti meg a fogyasztót, vagyis feltüntetése megengedett.

A gyűjtő csomagoláson és a különböző reklámanyagokban a „babavíz”-ként való megjelenítést a Szövetség is kifogásolta.

12. A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség, Élelmiszerbiztonsági Osztályának álláspontja szerint a 65/2004. (IV. 27.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet 7. § (10) bekezdésében írtaknak a termelő eleget tesz.

A grafikai megjelenítés különbözősége – amelyet egyébként a rendelet előírásai nem tiltanak – arra a technológiai és minőségellenőrzési különbségre utal, amelyet a gyártó a gyártmánylapjában le is rögzített. A termék minőségellenőrzése során a termelés előtt és után az ásványvíz, a flakon és a kupak felhasználás előtti mikrobiológiai vizsgálatát elvégzik, ami az ásványvíz palackozása során nem szokásos gyakorlat.

A különleges grafikájú terméket csak megfelelő tételminősítés esetén hozzák forgalomba. A tételminősítés során a hivatkozott rendelet mikrobiológiai előírásainál szigorúbb határértékeket alkalmaznak.

A csecsemők és kisgyermek számára készült feldolgozott gabonaalapú élelmiszerekről és bébiételekről szóló 35/2004. (IV.26.) ESZCSM rendelet nem intézkedik e termékcsoport előállítására és forgalmazására vonatkozásában. Jogszabályi előírás hiányában nem kifogásolható, hogy a terméken jelölt „elkülönített üzemrészben, fokozott ellenőrzés mellett készül” tájékoztató túl egyes fogyasztói célcsoportoknak a terméket külön ajánlják.

### III.

#### 13. Az eljárás alá vont vállalkozás előadása

13.1. A szénsavmentes Óbudai ásványvíz címkéje gondosan eleget kívánt tenni a törvényi előírásoknak.

A vizsgálattal érintett termék összetételében nem különbözik a régebbi, un. csendes Óbudai ásványvíztől, de más felhasználói területet céloz meg, nem szomjoltó, hanem elsősorban ételkészítésre szolgál, amint azt az anyák és a védőnők tudják is.

A régebbi termékhez képest elkülönített üzemrészben és a dokumentált szigorú minőségbiztosítási rendszerrel készül, mely által annyival biztonságosabb feltételeket tudnak megvalósítani, hogy azt a termék címkéjén is helyesnek tartották kifejezésre juttatni.

Kifejtette, hogy bizonyos szempontból a gyermekcímkés ásványvíz eltér a többi Óbudai Gyémánt ásványvíztől, az eltérés a különleges minőségbiztosítási rendszer alkalmazásából adódik.

13.2. Előadta, hogy a két azonos forrásból származó szénsavmentes ásványvizet, egymástól eltérő grafikai megjelenésű címkével, de azonos áron és kereskedelmi márkánév alatt forgalmazza, miáltal nem sértik a 65/2004. (IV.27.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet 7. § 10. pontjának rendelkezését, miszerint tilos az ugyanazon forrásból származó természetes ásványvizet egynél több kereskedelmi név alatt forgalomba hozni.

A „gyerekcímkés” víz címkéjén a vizet ugyanúgy nevezik, mint a hagyományos csomagolású Óbudai vízen, tehát "szénsavmentes természetes ásványvíznek".

13.3. Az Ásványvízrendelet 8.§ 1-4 pontjai részletesen rögzítik, hogy azt, hogy a címkén illetve reklámokban mit szabad feltüntetni.

Eszerint tilos jelölésként ill. a reklámokban az olyan megnevezések használata, amelyek a természetes ásványvíz esetében olyan jellegzetes tulajdonságot sugallnak, amellyel a víz nem rendelkezik, különös tekintettel a víz eredetére, a kitermelési engedély megadásának dátumára, az elemzések eredményére, vagy bármelyik hasonló, az eredetiséget garantáló utalásokra.

Tilos továbbá minden olyan állítás, amely a természetes ásványvíznek az emberi betegségekkel kapcsolatos preventív kezelési jellegű vagy gyógyító tulajdonságokat tulajdonít.

A címkék grafikai megoldása valóban eltérő, ezt azonban az idézett rendelet nem tiltja.

Az ásványvíziparban (is) van arra példa, amikor ugyanazt a vizet a régebben megszokotthoz képest más, tipikusan gyermekmotívumokkal ellátva hozzák forgalomba.

13.4. Az eljárásban vizsgált címkén megjelenített információra előadta, hogy a "minden várandós, szoptatós kismamának, újszülöttnak is ajánljuk, mert elkülönített üzembrészben, fokozott ellenőrzés mellett készül" közlést az Országos Közegészségügyi Intézettel egyeztettek, és miután az „is” szót is betették a szövegbe, ezt az intézet elfogadta azzal, hogy ebben a formában nem alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

Kérte figyelembe venni, hogy a címkeszöveg tervezésekor maximális körültekintéssel, a hatósággal végig egyeztetve jártunk el, annak figyelmeztetésére azonnal visszavonták a vitatott anyagokat.

13.5. Álláspontja szerint az elkülönített üzembrészben való előállítást és a fokozott ellenőrzés tényét dokumentálták.

13.6. Hivatkozott arra, hogy az Óbudai az egyetlen magyar ásványvíz, amely idén nyártól viselheti a "kölyökbarát" minősítést, amit az összetétel alapján adott ki a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség gondos mérlegelés után.

13.7. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a „babavíz” feliratot visszavonták valamennyi reklámhordozón.

Előadta továbbá, hogy a címkék nyomdai beérkezésétől (2004. augusztus 2.) kezdődően a vizet csak az új címkékkel palackozzák.

13.8. Az eljárás alá vont vállalkozás kérte figyelembe venni, hogy magatartása nem volt jogellenes célzatú.

Előadta, hogy a megtévesztés célja csak anyagi vagyonszerzés lehet, ami jelen esetben nem állapítható meg, mivel a vizsgált reklámmal érintett terméket ugyanannyiért árusítják, mint a hagyományos Óbudai ásványvizet, annak ellenére, hogy sokkal több a ráfordítás.

A gyerekcímkés Óbudai forgalomba hozatalával az volt a cél, hogy minél több anya figyelmét felhívják arra, hogy tiszta vizet adjanak gyermekeiknek

13.9. Kifejtette, hogy a magatartás piaci hatása, veszélyessége elenyésző.

-Nem két, más összetételű vizet hoztak forgalomba ugyanazzal a címkével, hanem egy más technológiával előállított vizet forgalmazták egy jobb, figyelemfelhívóbb címkével.

-A fogyasztó nem károsodott, mert a két víz ugyanannyiba került. Az eljárás alá vont nem szerzett magának új piacot és sok előnyt.

A Nielsen piackutatás szerint, melynek legfrissebb számai most váltak ismertté, piaci részesedésünk a korábbi 3,5 helyett 2,9 %-ra csökkent, vagyis a gyermekcímke alkalmazása folytán nem keletkezett tisztességtelen verseny előny, illetve piaci verseny torzulás. A jogsértés megállapításához előbbire is szükség lenne.

Hivatkozott arra, hogy a piacra csekély, elhanyagolható hatással bíró cselekmény mentesül a szankcionálás alól. A hatás megítélése során pedig elsődleges szempont a piaci részesedés vizsgálata.

13.10. A gyermekcímkes víz palackja és ára azonos az egyéb Óbudai Gyémánt vizekkel, így az ésszerűen eljáró fogyasztóban, az okszerű logika szabályai szerint, nem keletkezhet olyan képzet, vagy tudattartalom, hogy nem Óbudai Gyémántot, hanem másfajta ásványvizet vásárol. Valójában, a fentebb felsorolt körülményekből, az a valós és helyes következtetés adódik, hogy a gyermekcímkes ásványvíz az Óbudai Gyémánt család egy tagja.

14. Fentiek alapján az eljárás megszüntetését kérte.

#### IV.

#### 15. Vizsgálati jelentés

15.1. A jelentés rögzítette, hogy (a Versenytanács joggyakorlata szerint, - melyet a Legfelsőbb Bíróság Kf.II.39.312/2001/4. számú ítéletével megerősített -) a címkék más hatóságok által történő jóváhagyása (más jogszabályoknak való megfelelése), illetve védjegyjelölme önmagában nem zárja ki, hogy azok a Tpv. rendelkezéseibe ütközzenek.

A jelentés a bírói és versenytanácsi gyakorlatra alapítva – az eljárás során feltárt tények és a beszerzett vélemények alapján - indítványozta az eljárás alá vont Rt. által a un. „gyermekcímkes” Óbudai Gyémánt szénsavmentes természetes ásványvizeinél alkalmazott címkék és reklámok vonatkozásában a Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontjába ütköző jogsértés megállapítását.

Indítványozta továbbá a jogsértő magatartástól történő eltiltást, valamint a Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján 3.000.000, azaz három millió forint bírság kiszabását.

Pótlólag rögzítette, hogy a beszerzett dokumentáció szerint a „gyermekcímkes” ásványvíz és a szénsavmentes ásványvíz mikrobiológiai eredményeiben különbség nem észlelhető, de a „gyermekcímkes” áru fokozottabb ellenőrzése nagyobb termékbiztonságot nyújt a fogyasztóknak.

Beszerezte továbbá a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőségtől az eljárás alá vont vállalkozó által kapott - az un. gyermekcímkes árut érintő - „Kölyökbarát” cím használatát megalapozó iratokat.

**V.**

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

A 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.

17. Az eljárás alá vont vállalkozás az eljárásban vizsgált magatartást versenypiacon fejtette ki, hol nagy számú vállalkozás kínálja termékét, így a címkéken elhelyezett tájékoztatások, illetve reklámok hatása a gazdasági versenyben érvényesül (Tpvt 8.§ (1) bekezdés).

18. Előrebocsátja a Versenytanács, hogy álláspontja szerint annak megítélésénél, hogy a vizsgált terméktájékoztatók, reklámok a Tpvt. 8.§ (2) bekezdés a.) pontjának alkalmazásában jogsértőnek minősülnek-e, az alábbiakat kell figyelembe venni.

18.1. Elsődlegesen a vizsgált közlések valóságtartalmát kell vizsgálni annak megállapítása érdekében, hogy a közölt tény, vagy tények valóságosak-e, továbbá, hogy az esetleg valótlan közlések az áru lényeges tulajdonságára vonatkoznak -e.

18.2. Ezt követően lehet 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 alkalmasság megítélésénél, figyelemmel kell lenni az adott tájékoztatás (reklám) szövegbeli és képi megjelenítésére - adott esetben az abban foglalt szövegek, egyes képek kiemelésére, az alkalmazott betűnagyságára, azok elhelyezésére - vagyis az információk összehatására. A reklám jogszerűsége megítélésénél annak fő, és egyben alapüzenete alapján kell állást foglalni.

Fentiek folytán - a Tpvt.8. § (2) bekezdése alkalmazásában - a fogyasztót ért összbenyomás az esetben is lehet jogsértő, ha az abban írt, vagy más módon megjelenített egy-egy közlés – önmagában - nem valótlan, illetve egy-egy megtévesztésre alkalmas momentum is ellensúlyozható a reklám összképe, összehatása alapján.

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, hogy a fogyasztó egy-egy címkét, vagy reklámot hosszadalmasan tanulmányozzon, illetve vásárlás előtt már ismerje, vagy a vásárlás során megismerje az adott piac sajátosságait.

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.

18.3. Előrebocsátja továbbá, hogy az esetben, ha valamely az árura vonatkozó tájékoztatást, reklámot, a Tpv. alkalmazásában, versenyjogi szempontból kell megítélni, a versenyjogi megítélés nem függ attól, hogy más hatóság – saját, vagyis nem versenyjogi szempontrendszer alapján – a rá vonatkozó más jogszabályok értelmében, a magatartást jogszerűnek, vagy jogszerűtlennek minősítene-e.

Fentiekből következően a Versenytanács mellőzte a vizsgálatban beszerzett, más jogszabályon alapuló, más típusú jogsértésre utaló jogi álláspontokat.

Fenti körben megjegyzi a Versenytanács, hogy a vizsgálatban megkeresett hatóságok - tartalmilag - jellemzően úgy nyilatkoztak, hogy az áru, mint természetes ásványvíz, nem rendelkezik olyan különleges tulajdonságokkal, ami a többi ásványvízhez viszonyítva a célcsoport szempontjából, vagy az árutulajdonság alapján indokolná kiemelését a versenytársi árúk közül a fogyasztók tájékoztatása során, mivel más, vele azonos vagy hasonló élelmiszernek is van ugyanilyen tulajdonsága.

18.4. A Tpv. 45.§ - ával összhangban a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (Grtv.) 15. § (2) bekezdése a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe utalta a vállalkozások gazdasági versenyben kifejtett, azok piaci pozícióját érintő, fogyasztók megtévesztésére alkalmas reklámok megítélését.

A Versenytanács - fent már kifejtett álláspontja szerint - a megkeresett hatóságoknak a címkék, reklámok üzenetéről adott minősítését sem vette figyelembe a már írtak szerint. Megjegyzi a Versenytanács, hogy az az áru valós tulajdonságának megítélése, a reklám üzenetével szemben, az e vonatkozásban szakmai tudással rendelkező más hatóságra tartozik.

18.5. Az áru címkéin és a reklámokban tett állításokat – a Grtv.17.§ (3)bekezdésével összhangban - annak a vállalkozásnak kell bizonyítania, akinek érdekében azok piacra kerülnek.

19. A Versenytanács elsődlegesen - fenti elvek figyelembevételével – azt vizsgálta, hogy az eljárás tárgyát képező reklámokban és címkéken szereplő – az árura tett - állítások milyen valóságtartalommal bírnak.

19.1. Ebben az OGYFI, OKI, az OÉTI és a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség szakmai véleményét vette alapul, kiindulva abból, hogy az áru megfelel a tényállás 1.2. pontjában írtak szerinti, az ásványvizekkel szemben támasztott követelményeknek.

Az OKI az áru összetételére úgy nyilatkozott, hogy az táplálkozás élettani szempontból kedvező. Az ásványvíz ajánlható a célcsoportnak is, az esetben, ha a fokozott ellenőrzés ténylegesen megvalósul.

A minőségbiztosítással járó, dokumentált többlettevékenység megalapozza azt, hogy az áru kisebb kockázattal jár az érzékeny szervezet (célcsoport) számára más árunál.

Az OÉTI és az OGYFI kifejtette, hogy bár ismereteik szerint az ásványvíz nem rendelkezik egyedi tulajdonságokkal a többi ásványvízhez képest, az felhasználható pl. a csecsemő táplálásban is (tea, tápkészítés), ugyanakkor az ásványvizeknél szokásos megkülönböztetésen túli (szénsavas, szénsavmentes) kiemelés szakmailag, az ásványvizek között, nem indokolt, kivéve, ha orvosilag hitelesen tanúsítják a csecsemők számára előnyös árutulajdonságokat.

A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség – részletesen kifejtve - az áru vonatkozásában lényegesnek találta - a vizsgálat által is ellenőrzött -, a minőségbiztosításban jelentkező különbséget.

19.2. Fenti véleményeket, és a vizsgálói jelentés azon megállapítását mérlegelve, miszerint a gyermekcímkes ásványvíz fokozott ellenőrzése nagyobb termékbiztonságot nyújt, a Versenytanács elfogadta, hogy az egyébként is kedvező élettani hatású szénsavmentes ásványvíz a fogyasztói célcsoport szempontjából többlet tulajdonsággal bír azon szénsavmentes ásványvízhez képest, mely – bár szintén kedvező élettani hatású – de az előállítás során, igazoltan, nem esik át azokon a minőségellenőrzési folyamaton, mint az eltérő címkével ellátott ún. „gyermekcímkes áru”.

Fentieknek az OÉTI és az OGYFI álláspontja sem mondott ellent, mert az OGYFI által értékelt körülményhez képest (ásványvizek minőségi, általános élettani tulajdonságai) jelen esetben más típusú – a termék előállításakor keletkező - előny jelentkezik a fogyasztók felé, az OÉTI pedig nem ismerte a palackozás körülményeit.

20. A fentiek szerint elfogadott lényeges árutulajdonság alapján kellett megítélni azt, hogy a különböző terméktájékoztatókban (címké), és egyéb reklámokban foglalt közlések, indokolatlan piaci előnyt teremtve, megtévesztésre alkalmas fogyasztói tájékoztatást adtak-e.

Tekintettel arra, hogy a reklámokban és a címkéken mutatkozó ábrázolás oka és egyben indokolt magyarázata az egyébként is tiszta – a névre utalva, elfogadhatóan „gyémánt tiszta” - szénsavmentes ásványvíz palackozása során tanúsított többlet magatartás volt, a Versenytanács nem találta megállapíthatónak az eljárás alá vont vállalkozás terhére – az ábrázolás konkrét megvalósításától függetlenül – a jogsértést, így az eljárást a Tpv. 77.§ (1) bekezdés j.) pontja alapján, jogsértés hiányában, megszüntette.

Egyes, esetleg más jogszabályokba ütköző kifejezések, vagy képek eltávolítását versenyjogi szempontból látta nem indokoltnak, ez utóbbi vonatkozásban az arra hatáskörrel bíró hatóságok jártak, vagy járnak el.

Budapest, 2004. december 14.