



bcsdh

Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért
Business Council for Sustainable Development in Hungary

Kommunikációs munkacsoport ülés

2022. szeptember 27.





**A beszélgetés során
kerüljük az olyan
versenyjogi
szempontból,
üzletileg érzékeny
témákat mint:**

- **Árazás**
- **Marketingstratégia, reklámstratégia**
- **Költségek**
- **Bevételek**
- **Kereskedelmi feltételek (beszerzési stratégia, szállítási-, disztribúciós stratégiák)**

Napirend

14:00	Köszöntő /bemutakozás	Márta Irén , igazgató, BCSDH
14:10	A HELL Energy a fenntarthatóság útján	Mihály Eszter , HELL, CSR menedzser
14:25	Mi is az a zöldmosás?	Chikán-Kovács Eszter , kommunikációs menedzser, BCSDH
14:35	Zöld marketing, avagy mit ajánl a Gazdasági Versenyhivatal a vállalatoknak a zöldmosás elkerülésére?	dr. Szoboszlai Izabella , a GVH Versenytanácsának tagja
14:55	Milyen dilemmák, tapasztalatok vannak a témában? - beszélgetés	munkacsoport
15:15	Összegzés, Következő lépések	Márta Irén , igazgató, BCSDH / Chikán-Kovács Eszter , kommunikációs menedzser, BCSDH

HELL Energy a fenntarthatóság útján

Mihály Eszter

HELL Energy- CSR menedzser



HELL ENERGY

A FENNTARTHATÓSÁG ÚTJÁN

10+

PIACVEZETŐ

MAGYARORSZÁG

ROMÂNIA

GÖRÖGORSZÁG

BULGÁRIA

HORVÁTHORSZÁG

AZERBAJDZSÁN

SZLOVÁKIA

BOSZNIA

MACEDÓNIA

CIPRUS

50+

ORSZÁG

#3

LEGNAGYOBB ENERGIAITALGYÁRTÓ

SIKERES MÁRKA

**MODERN
DOBOZGYÁR**

TÖLTŐÜZEM

**AUTOMATA
MAGASRAKTÁR**



MAGAS VERTIKÁLIS INTEGRÁCIÓ

EGYEDÜLÁLLÓ POZÍCIÓ



2006
HELL

XIXO

2013
XIXO

ENERGY
COFFEE



2019
ENERGY COFFEE

SWISS
LABORATORY



2020
SWISS

2009

WILLIAMS F1



2018

BRUCE WILLIS



2020

BRUCE WILLIS &
ZULEYKA



2021

FLOEWATER



MÉRFOLDKÖVEK



VÁLLALATI FENNTARTHATÓSÁG

KÖRFORGÁSBAN A JÖVŐ

- A körforgásos gazdaság egy olyan rendszer, amelyben nincsenek hulladékok és amelyben a ma termékei egyben a jövő alapanyagai. Az alumínium a körforgásos gazdaság egy kulcsfontosságú eleme. Gyakorlatilag **korlátlanul és 100%-ban újrahasznosítható minőségmegőrzés mellett**, tehát az anyag a termelési ciklusban bármennyiszer újra és újra felhasználható. ([Can Makers Institute](#))
- Az újrahasznosított alumínium megegyezik az eredeti ásványi anyagból előállított alumíniummal. ([Can Makers](#))
- Az alumínium újrahasznosítása gyors és gazdaságos, hisz az elsődleges gyártáshoz szükséges **energia mindössze 5%-át** igényli, így ökológiai lábnyom tekintetében is a **leghatékonyabb** italcsomagolás. ([European Aluminum](#))
- Ezen tulajdonságainak köszönhetően, a valaha gyártott alumínium **75%-a ma is forgalomban van**. ([The Aluminum Association](#))



60 NAP ÉS ÚJRA DOBOZ



KÖRNYEZETBARÁT



Hatékony szállítás
és tárolás



Gyorsabban lehűl,
kevesebb energia



Magas gazdasági
érték

FOGYASZTÓBARÁT



Egészségre nincs káros
hatása



Védelmet nyújt
oxigéntől és napfénytől



Friss és hosszan tartó
szavatosság

SZAVAK HELYETT TETTEK

REFUSE – Környezetbarát alternatíva: alumínium doboz

Nem várjuk meg még mások elő állnak a megoldással, hanem magunk keressük azt. A XIXO a lenépszerűbb italkategóriában, a szénsavas üdítőknél már teljesen kivonta a PET palackban csomagolt termékeit, és ezentúl kizárólag alumínium italdobozba csomagolja termékeit, hisz életciklusát tekintve a leginkább környezetbarát megoldás.

MÁSOK HELYETT MI

REDUCE – PET palack részarány csökkentése

A HELL ENERGY nem üres ígéreteket tesz, hanem konkrét intézkedéseket vezet be. A cégcsoport az utóbbi öt évben 60 százalékkal csökkentette PET palack csomagolású termékeinek arányát a portfóliójában, így ez az arány ma már csak 5 százalék, és ezt 2025-re 1 százalék alá csökkentjük le.

MAJD HELYETT MOST

RECYCLE – MAGAS ÚJRAHASZNOSÍTOTT TARTALOM

Minden tőlünk telhetőt megteszünk, hogy a ma elérhető megoldásait még ma elkezdjük alkalmazni és példát mutassunk. A világ első energia- és üdítőitalgyártója vagyunk, aki igazoltan legalább 75 százalékban újrahasznosított alumíniumból készíti majd termékei csomagolását, mely továbbra is 100 százalékban és végtelenszer újrahasznosítható lesz. Ezzel a világlegzöldebb italcsomagolását adjuk fogyasztóinknak.

KÖRNYEZETTUDATOS GONDOLKODÁS

TUDATOS BESZERZÉS

-60 CO2 CSÖKKENTÉS

A HELL ENERGY nem üres ígéreteket tesz, hanem konkrét intézkedéseket vezet be. A cégcsoport az utóbbi öt évben 60 százalékkal csökkentette PET palack csomagolású termékeinek arányát a portfóliójában, így ez az arány ma már csak 5 százalék, és ezt 2025-re 1 százalék alá csökkentjük le.

ZÖLD ENERGIA

-100% CO2 CSÖKKENTÉS

Nem várjuk meg még mások elő állnak a megoldással, hanem magunk keressük azt. Egy új koncepción dolgozunk, mely lehetővé teszi a PET palackok eliminálását. Bemutatjuk és megismertetjük az emberekkel az utolsó palackok, amelyekre szükségünk van és bárhol bármikor újra tudnak tölteni a megfelelő helyeken.

HATÉKONY SZÁLLÍTÁS

-30% CO2 CSÖKKENTÉS

Minden tőlünk telhetőt megteszünk, hogy a ma elérhető megoldásait még ma elkezdjük alkalmazni és példát mutassunk. A világ első energia- és üdítőitalgyártója vagyunk, aki igazoltan legalább 75 százalékban újrahasznosított alumíniumból készíti majd termékei csomagolását, mely továbbra is 100 százalékban és végtelenszer újrahasznosítható lesz. Ezzel a világlegzöldebb italcsomagolását adjuk fogyasztóinknak.

ALACSONY CO2 KIBOCSÁTÁSÚ MŰKÖDÉS

HELL ENERGY

A VILÁGON AZ ELSŐK KÖZÖTT GARANTÁL

ALACSONY SZÉNLÁBNYOMÚ

ITALCSOMAGOLÁST

FOGYASZTÓINAK.



9% ELSŐDLEGES NYERSANYAG

1 M2 = 1 TONNA
100% REHABILITÁCIÓ

16% ÚJRAHASZNOSÍTOTT GYÁRTÁSI HULLADÉK

100% VISSZAFORGATÁS
HULLADÉKMENTES GYÁRTÁS

75% ÚJRAHASZNOSÍTOTT FOGYASZTÓI HULLADÉK

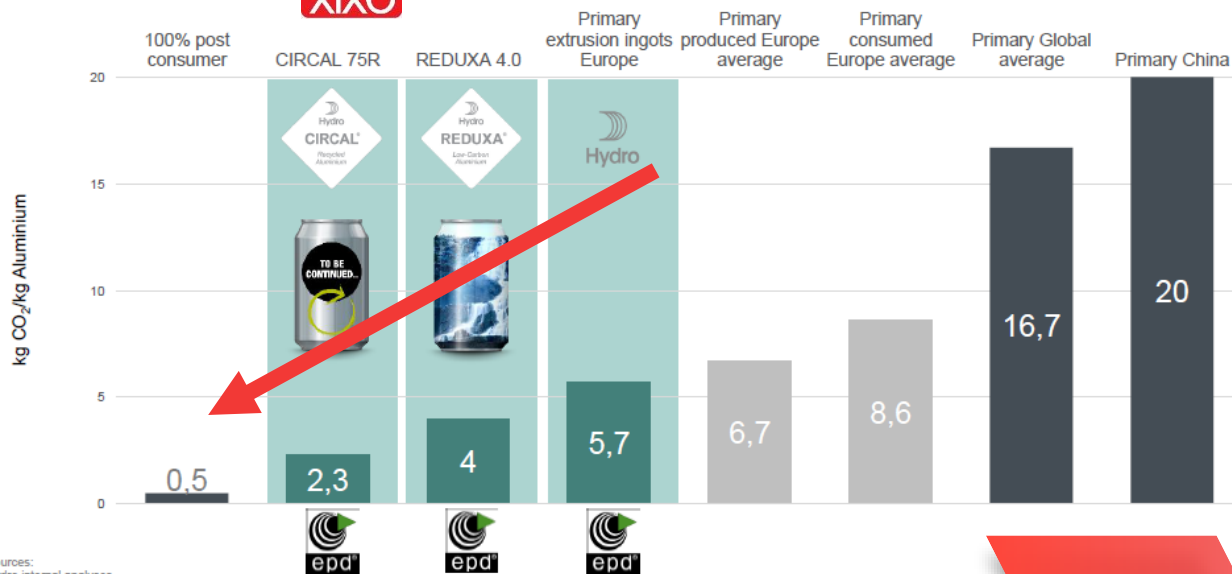
100% ÚJRAHASZNOSÍTHATÓ VÉGTELENSZER
DOBOZBÓL DOBOZ

KÖRNYEZETBARÁT CSOMAGOLÁS

KÖRNYEZETBARÁT CSOMAGOLÁS



XIXO

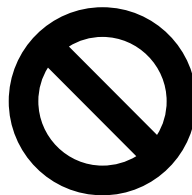


*75% EOL Scrap + 10% Process Scrap + 15% Primary Ingot: 2,3 kg CO₂/kg 75R

**VISSZAGYŰJTÉSI
KAMPÁNYOK**



**PET PALACK
TELJES KIVONÁS
CSD KAT.**



**FOGYASZTÓI
EDUKÁCIÓ**



FOGYASZTÓI BEVONÁS

DÖNTSD TUDATOSAN, GYŰJTS SZELEKTÍVEN!



TUDATOS
VÁSÁRLÁS



SZELEKTÍV
HULLADÉKGYŰJTÉS



MUTASS
PÉLDÁT

CSOMAGOLÁSMENTES JÖVŐ



Prémium minőségű víz csomagolásmentesen

Felismertük, hogy a rendelkezésre álló víz fontos fenntarthatósági érték, így koncepciónk alapja **a jó minőségű helyi hálózati víz.**

A **FLOEWATER** a helyi hálózati víz egyszerűségét, elérhetőségét és környezeti előnyeit kombinálja a legjobb minőségű víz tisztaságával és friss, finom ízével.

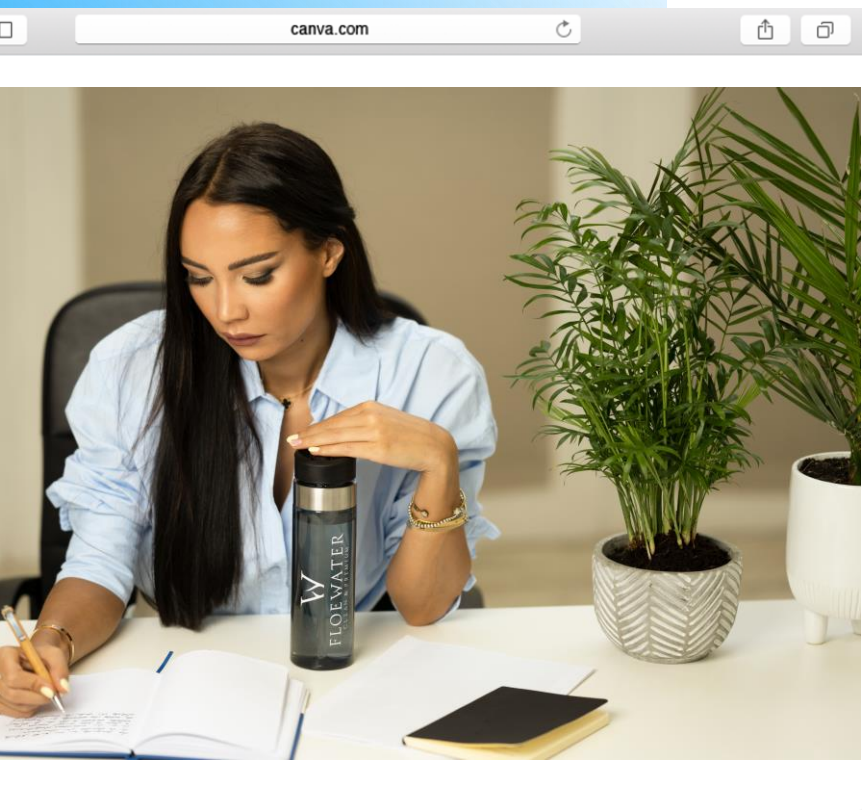
Prémium minőségű szűrt víz **fenntartható módon**, hulladéktól és egyszer használatos csomagolástól mentesen.

Célunk

Az egyszer használatos műanyag palackok számát csökkenteni, és arra ösztönözni a fogyasztókat, hogy szűrt csapvizet fogyasszanak egy környezettudatosabb élet érdekében.

Célcsoport: vendéglátóipar, munkahelyek, fitness termek





MINDENKINEK LEGYEN SAJÁT KULACSA!



környezetbarát és egészségesebb



bármikor újratölthető



egyszer használatos pet palackok száma csökkenthető



AZ ÚJRATÖLTÉS VELED KEZDŐDIK!

VÁLASZD A TISZTA JÖVŐT, HASZNÁLD TE IS SAJÁT KULACSDOD!



MIHÁLY ESZTER

**CSR MANAGER
HELL ENERGY CÉGCSOPORT**



Mi is az a zöldmosás?

Egy gyors játék...



Zöldremosás

Értékcsoportok elvárásai folyamatosan növekednek a vállalatok környezeti teljesítményének átláthatóságával kapcsolatban.

TÁRSADALOM



A fogyasztók jelentős része elvárja a márkáktól, hogy segítsenek nekik a fenntarthatóbb fogyasztási szokások kialakításában.*

POLITIKA



Az EU lesz az első karbonsemleges kontinens 2050-re

SZABÁLYOZÁS



Az EU egyre szigorúbban szabályozza a vállalatok nem-pénzügyi jelentéstételét

BEFEKTETŐK, BANKOK



A felelős befektetések feltétele a hosszú távú, transzparens kritériumok meghatározása

GREENWASHING



Túlzó, vagy hamis állítások egy szervezet tevékenységének környezeti hatására vonatkozóan.



Fogyasztási cikkek és kozmetikumok



Divat és textilipar



Elektromos eszközök



Autóipar és közlekedés

A zöldremosás jelei

A greenwashing 7 „bűne” (TerraChoice, 2010)



Mit kockáztatunk a zöldmosással?

A hazai fogyasztók 70% hajlandó többet fizetni olyan termékekért, amely környezetbarát. A fogyasztók és a ténylegesen fenntartható vállalatok védelme érdekében egyre szigorodik a szabályozás a zöldre mosó cégekkel szemben.



Jogi követelmény

- A szabályozó hatóságok világossá tették, hogy a zöldre mosás ma már "lényeges kockázat", ezért szabályozás folyamatosan egyre kifinomultabbá válik a greenwashing szankcionálásának megteremtésében.

Anyagi kockázat

- Anyagi veszteség a félrevezető marketingtevékenységből fakadó büntetés, illetve a fogyasztói bizalom elvesztése miatt.

Reputációs veszteség

- Fogyasztói bizalom elvesztése
- Befektetői bizalom megrendülése - kedvezőtlen hatás a részvényárfolyamra

Zöldre mosás egyre gyakoribb

Leggyakrabban előforduló zöld állítások



Összetétel

- Újrahasznosítható
- Újrahasznosított
- Újratölthető
- „Organikus / bio, stb.



Előállítás

- Megújuló (zöld) energia
- Élettartam és tartósság
- Szén-dioxid kibocsátás



Jövőre vonatkozó állítások

- Lebomló
- Komposztálható
- Tevékenységgel és működéssel kapcsolatos kommunikáció



Összehasonlító és piaci állítások

- Korábbi termékkel / termék kategóriával történő összehasonlítás
- „Leg’-ek használata
- Címkék



Zöldre mosás szabályozása

A zöld állítások fele valótlan vagy megtévesztő – ezért a fogyasztóvédelmi és felügyeleti hatóságok egyre szigorúbban lépnek fel az ilyen állításokkal szemben.



Franciaország a világon a legfejlettebb szabályozással rendelkezik a Greenwashing tekintetében.

Zöld marketing, avagy mit ajánl a Gazdasági Versenyhivatal a vállalatoknak a zöldmosás elkerülésére?

Dr. Szoboszlai Izabella

Versenytanácsstag -Gazdasági Versenyhivatal





Zöld marketing, avagy mit ajánl a Gazdasági Versenyhivatal a vállalatoknak a zöldmosás elkerülésére

dr. Szoboszlai Izabella
Gazdasági Versenyhivatal
Versenytanács

2022. szeptember 27.

Aktuális kérdések – mire kell különösen figyelni?

Igazolási kötelezettség

Fttv. 14. §: az állítások valóságtartalmát a közvéleménynek, reklámozónak kell igazolnia (a kereskedelmi gyakorlat idejére vonatkozóan, naprakészen)

Fogyasztói percepció jelentősége

Fttv. 4. § (2): ha „*ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által **ésszerűen előre látható**, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.*”

Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat:

- a) sérül a szakmai gondosság követelménye és
- b) a fogyasztói magatartás, döntés torzulhat.

Kommunikációs környezet

- Árkommunikációs verseny után **zöldkommunikációs verseny**
- **Tudatosság és bizalmatlanság** együtt: a fogyasztók tudása limitált!
- **Zöld marketing – A Gazdasági Versenyhivatal tanácsai vállalkozásoknak** (2020-ban, www.gvh.hu/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok)
- Nemzetközi szervezetek – iránymutatások
- Sweep-ek (CPC: 2020. ősz, ICPEN: 2021. február)
- 2021. december: **Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (UCPD) értelmezéséhez és alkalmazásához** (kiemelt, önálló fejezet a fenntarthatósággal kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat)
- Európai uniós jogalkotási kezdeményezések

GVH iránymutatása

„zöld állítás” (állít/sugall/benyomást kelt) - **explicit és implicit** állítások kedvező a környezetre / a környezetre másoknál kevésbé ártalmas

- Termékkel, **összetételével** kapcsolatos állítások
- **Előállítási** folyamatra vonatkozó állítások
- **Jövőre** vonatkozó zöld állítások
- **Összehasonlító** és piacelsőségi állítások

Általános elvárások:

- világos, közérthető nyelvezetet
- valós, pontos, egyértelmű, konkrét üzenet a fogyasztóknak
- túlzás, több értelmű, félreérthető fogalmazás kerülendő!
- legyen igazolható és helytálló a tartalom
- tanúsító címkék, ábrák ellenőrizhetősége, hitelessége

GVH iránymutatása

- ✓ Egyértelműen és a fogyasztók számára érthető nyelven fogalmazza meg milyen környezeti előnyökkel rendelkezik a termék, a szolgáltatás vagy a vállalkozás működése, programja.
- ✓ Biztosítson lehetőséget a fogyasztók számára, hogy az állítások valóságtartalmáról maguk is meggyőződhessenek.
- ✓ Az állításai legyenek igazolhatók, bizonyítékai pedig világosak, tárgyilagosak és meggyőzőek. Mérlegelje, hogy a zöld állítása a legmegfelelőbb és legfrissebb kutatásokra, adatokra, mérési módszertanokra támaszkodik-e.
- ✓ Érdemes tartózkodnia az állítás használatától, ha az alátámasztására használt kutatás vagy felmérés eredménye kétségeket ébreszt a környezetre gyakorolt hatásokat illetően.
- ✓ Folyamatosan vizsgálja felül a kommunikációban használt állításokat, hogy azok naprakészek maradjanak.
- ✓ Ne tüntessen fel környezeti előnyt a terméke vagy szolgáltatása sajátosságaként, ha ez jogszabályi előírásból eredően, vagy az érintett piacon általános gyakorlat révén egyébként elérhető a fogyasztóknak.
- ✓ Fenntarthatósági tevékenységéről inkább elért eredményeket, mint jövőbeli teljesítményekkel kapcsolatos vállalásokat kommunikáljon.

Versenyfelügyeleti eljárások

VJ/67/1997. ételek és italok csomagolásához használt réteges kartondoboz

„környezetbarát” csomagolóanyag - bizonyítatlan, fogyasztók számára ellenőrizhetetlen állítások

VJ/4/2002. őrölt kávé

„A legtisztább fekete. A világ legkörültekintőbben gondozott ültetvényeiről, környezetbarát technológiák felhasználásával.” - csak a feldolgozás körülményeit bemutatóan volt bizonyíték, a növénytermesztés körülményeire nem

VJ/59/2011. kozmetikumok (arckrém, feszesítő gél, arcmaszk)

„100% BIO” termékek - Ecocert tanúsítvány, hogy a termékek bioalapanyagok felhasználásával készültek, de nem minden összetevő kapott bio minősítést

VJ/68/2015. vitaminok

„100%-ban természetes eredetű”, „minden tekintetben natural” - nincs bizonyíték minden összetevőre, nem zárható ki egyértelműen a mesterséges összetevők jelenléte

VJ/4/2019. szolárium franchise

„zöld bio”, „bio”, „természet erejével” állítások együtt alkalmazva (igazolatlan) egészségre vonatkozó állításokkal (pl. „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő”) - nem magyarázták meg (nem is igazolták) a zöld állítások jelentését

VJ/2/2021. fogászat

„környezettudatos rendelő” - általános értelmű állítás, konkrétumok nélkül

Jogalkalmazási keretek – az Fttv. különösen releváns szakaszai

Ésszerűen tájékozott fogyasztó (de jelentős információs aszimmetria és felmerülhet sérülékenység)

Költői túlzás - Nem tekinthető a magatartás torzítására alkalmasnak a reklámban túlzó vagy nem szó szerint értendő kijelentések bevett, a reklám természetéből adódó mértéket meg nem haladó alkalmazása.

Megtévesztés szempontjából releváns jellemzők lehetnek pl.

- ba*) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai,
- bg*) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei,
- bh*) veszélyessége, kockázatai,
- bi*) környezeti hatásai,
- bj*) az egészségre gyakorolt hatása, vagy
- bk*) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,
- i*) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

Jogalkalmazási keretek – az Fttv. különösen releváns szakaszai: a jelenleg 35 elemű feketelista egyes pontjai

3. Minőségi **jelzés, bizalmi jegy** vagy hasonló megkülönböztető jelölés jogosulatlan feltüntetése.
4. Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozást, annak kereskedelmi gyakorlatát vagy áruját valamely közigazgatási hatóság, közigazgatási jogkör gyakorlására **feljogosított szerv** vagy erre feljogosított magánjogi jogi személy **engedélyezte, jóváhagyta vagy elismerte**, vagy ilyen állítás az engedélyezési, jóváhagyási, illetve elismerési feltételeknek való megfelelés nélkül.
10. A fogyasztók **törvényes jogainak** olyanként való bemutatása, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének.
11. Az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (**szerkesztői tartalomnak álcázott reklám**).

Iránymutatás UCP irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 1.

4. A TISZTESSÉGTELEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV ALKALMAZÁSA KONKRÉT TERÜLETEKEN

4.1. Fenntarthatóság

4.1.1. Környezetbarát jellegre vonatkozó állítások

4.1.1.1. Kölcsönhatás a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokkal foglalkozó egyéb uniós jogszabályokkal

4.1.1.2. Fő alapelvek

4.1.1.3. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

4.1.1.4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

4.1.1.5. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

4.1.1.6. Az I. melléklet alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

4.1.1.7. A környezetbarát jellegre vonatkozó összehasonlító állítások

4.1.2. Tervezett elavulás

Iránymutatás UCP irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 2.

- Még **nincsenek konkrét szabályokról a zöld kijelentéseket illetően, de az irányelv** egyfajta „biztonsági hálóként” kiegészíti az egyéb uniós jogszabályokat.
- A **termék ábrázolásának és általános megjelenítésének** (kivitelezés, színválasztás, képek, ábrák, hangok, szimbólumok vagy címkék megválasztása) is hitelesen és pontosan kell ábrázolnia a környezeti előnyöket, nem szabad eltúloznia azokat.
- A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások valószínűleg megtévesztők, ha **homályos és általános megállapításokat tartalmaznak** anélkül, hogy megfelelően alátámasztanak az előnyöket, és nem jelölik meg a termék azon releváns aspektusát, amelyre az állítás hivatkozik.
- Egy környezetbarát jellegre vonatkozó állítás vizsgálatakor **a termék által a teljes életciklusa alatt – ideértve az ellátási láncot is – kifejtett fő környezeti hatások** relevánsak. Egy környezetbarát jellegre vonatkozó állításnak azokhoz a szempontokhoz kell kapcsolódnia, **amelyek jelentősek a termék környezeti hatása szempontjából.**
- A **rendkívül szennyező iparágaknak** biztosítaniuk kell, hogy a környezetbarát jellegre vonatkozó állításaik relatív értelemben pontosak legyenek, például a „környezetbarát” helyett a „kevésbé károsak a környezetre” kifejezés használatával.
- Ha egy kereskedő a **cégnevében, márkanevében, terméknevében**, stb. környezetbarát jellegről szóló állításokat használ, és ezt a nevet marketingcélokra használja, az ilyen **marketingre ugyanazok az alátámasztási követelmények vonatkoznak**, mint általában a marketingkommunikációban.
- Az átlagfogyasztótól nem várható el, hogy tisztában legyen a különböző **magatartási kódexek, címkézési rendszerek, tanúsítványok vagy logók** jelentésével / jelentőségével. A kereskedőknek tájékoztatniuk kell a fogyasztókat ezekről és a szóban forgó állítással kapcsolatos releváns jellemzőkről, és hivatkozniuk kell a tanúsítással kapcsolatos valamennyi információ elérhetőségének helyére, ideértve azt is, hogy a tanúsítást harmadik fél végzi-e. A kereskedőknek azt is biztosítaniuk kell, hogy a fogyasztóknak lehetőségük legyen hozzáférhető és egyértelmű módon további információkat kapni.

Tervezett irányelvi módosítások

Az Európai Bizottság 2022. március 30-án tette közzé az Európai Parlament és a Tanács javaslatát fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növelése, valamint a tisztességtelen gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb védelem és a hatékonyabb tájékoztatás érdekében az alábbiak kiegészítéséről:

- a fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv **(CRD): élettartammal, tartóssággal, illetve javíthatósággal kapcsolatos információk,**
- **UCPD: fellépés a pl. a következők ellen:**
 - áruk korai elavulásával kapcsolatos gyakorlatok,
 - környezetbarát jellegre vonatkozó megtévesztő állítások, a „greenwashing”,
 - nem átlátható / nem hiteles fenntarthatósági címkék és fenntarthatósági információs eszközök

A UCP tervezett kiegészítése

Jelentős információ lehet:

környezeti vagy szociális hatás, javíthatóság, tartósság

Megtévesztő lehet:

- jövőre vonatkozó környezeti állítás anélkül, hogy a vállalkozás egyértelműen biztosítaná a vállalását és kontroll rendszert építene be,
- olyan fogyasztói előny reklámozása, amely az adott piacon általános gyakorlatból származik
- digitális összehasonlító szolgáltatás biztosítása, ha nincs tájékoztatás az összehasonlítás módszeréről

A UCP tervezett kiegészítése – 10 új feketelistás tényállás 1.

- Olyan **fenntarthatósági címke** feltüntetése, amely nem valamilyen (harmadik fél) tanúsítási rendszeren alapul, illetve amelyet nem a hatóságok vezettek be.
- A **környezetbarát** jellegre vonatkozó olyan **általános állítás** megfogalmazása, amellyel kapcsolatban a kereskedő nem képes igazolni az állítással kapcsolatos (EU jognak megfelelően) elismert kiváló környezeti teljesítményt.
- A környezetbarát jellegre vonatkozó állítás **egész termék tekintetében történő alkalmazása**, ha az ténylegesen a terméknek csak egy adott aspektusára vonatkozik.
- Ha a kereskedő a kínálata megkülönböztető jegyeként mutatja be azokat a **jogszabályban előírt követelményeket**, amelyek az uniós piacon az érintett termékkategóriába tartozó valamennyi termékre vonatkozóan alkalmazandók.
- A fogyasztó arra vonatkozó tájékoztatásának az elmulasztása, hogy valamely **szoftverfrissítés negatív hatással** lesz a digitális elemeket tartalmazó áruk használatára vagy ezen áruk bizonyos funkciójára, akkor is, ha a szoftverfrissítés javítja a termék egyéb funkcióinak a működését.

A UCP tervezett kiegészítése – 10 új feketelistás tényállás 2.

- A fogyasztó arról való tájékoztatásának az elmulasztása, hogy az áru olyan tulajdonsággal rendelkezik, amelyet **tartósságának a korlátozása** érdekében alakítottak ki.
- Annak állítása, hogy az áru bizonyos szintű **tartóssággal** rendelkezik a használati idő vagy intenzitás tekintetében, ami **nem felel meg a valóságnak**.
- A termékek **javítható**ként történő feltüntetése, ha az nem felel meg a valóságnak, vagy a fogyasztó arról való tájékoztatásának az elmulasztása, hogy a termékek nem teszik lehetővé a javítást a jogszabályi előírásoknak megfelelően.
- A fogyasztó arra való **ösztönzése**, hogy az áru fogyóeszközeit **korábban cserélje ki**, mint ahogy az műszaki okokból szükséges.
- Az arra vonatkozó tájékoztatás elmulasztása, hogy az árut úgy tervezték meg, hogy **funkcionalitása korlátozott** legyen, ha a fogyasztó olyan fogyóeszközöket, pótalkatrészeket vagy tartozékokat használ, amelyeket **nem az eredeti gyártó** biztosított.

Formai kérdések – hogyan lehet zöld állítást tisztességesen kommunikálni?

Kiegyensúlyozott tájékoztatás – formai kérdés is!

Online felületek **információ áteresztőképessége** jelentős
DE: **információs zaj!**

Képek, ikonok, szimbólumok, hívószavak, linkek stb. – egyetlen kattintásra a szükséges információ (kivéve, ha a kattintás szükségessége nem nyilvánvaló!)

Szabványok ismertetése (?)

Senki nem olvas ÁSZF-et és GYIK-ot a látogatottsági adatok alapján, csak ha már csalódott - más a funkciója (és a korrekciós lehetősége / szerepe)

- a regisztráció és a szerződéskötés előtti,
- a szerződéskötés utáni, a használat közbeni és
- a szerződés teljesítése utáni tájékoztatásoknak.

Köszönöm a figyelmet és várom a kérdéseket!



bcsdh

Szakmai programterv - 2022



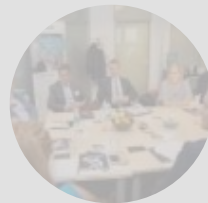
How to finance
Net Zero
Ambitions?
Január 26.



Felmérés
A tagvállalatok
fenntarthatósági
érettségéről



Körforgásos
Gazdaság
Platform



Kerekasztalok
Vállalatvezetői
beszélgetések
Május 17.,
május 25., június 1.

Üzleti ebéd és
díjátadó
Október 13.



Körforgásos
Gazdaság
Platform



Körforgásos
Gazdaság
Summit
November 24.

„A jövő vezetői”
9. évfolyam:
Január 19. –
október 7.



AKADÉMIA
Április 13.
Május 11.
Június 7.



BCSDH Tisztújító
Taggyűlés
Február 22.



BCSDH hétvége
Május 27-28.

Fenntartható jövőért díj
pályázati időszak:
Június 1.-július 31.

Jövő vezetői program 2023
pályázati időszak:
Szeptember 1. – október 31.

Kereslet-
kínálat
program
Január 25.

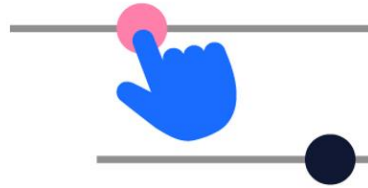
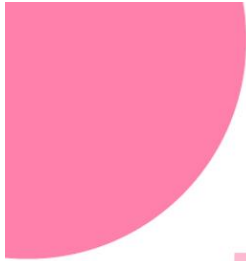


Business Ambitions
Forum
Május 10.

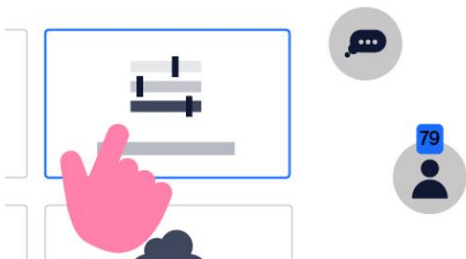


Egy gyors kérdőív...

- Go to **www.menti.com**
- and use the code **2252 7204**



Mentimeter



Következő lépések:

- **Következő megbeszélés:**
2023. március
- **Tervezett téma:**
 - BCSDH szakmai tervei 2023
 - Felelős fogyasztói magatartás – mit tehetnek a cégek?





**Köszönjük az
aktív munkát!**