

A FOGYASZTÓK VÉDELMENEK
ÚJ IRÁNYAI ÉS KIHÍVÁSAI
A XXI. SZÁZADBAN

Szerkesztette:

SZIKORA VERONIKA és ÁRVA ZSUZSANNA

A Debreceni Egyetem
Állam- és Jogtudományi Karának kiadványa

Felelős kiadó:
SZIKORA VERONIKA, dékán
Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar

Szerkesztők:
SZIKORA VERONIKA és ÁRVA ZSUZSANNA

A szövegek korrektúráját
TÖRÖK ÉVA végezte.

A tanulmányokat lektorálták:
PROF. DR. BENCZE MÁTYÁS
egyetemi tanár, tudományos és stratégiai dékánhelyettes
Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar
Jogelméleti és Jogszociológiai Tanszék

DR. HAJNAL ZSOLT
egyetemi adjunktus
Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar
Polgári Jogi Tanszék

ISBN 978-963-473-988-3

Készült a Főnix Média nyomdaüzemében.

Debrecen, 2018

TARTALOMJEGYZÉK

SZIKORA VERONIKA

Előszó	7
--------------	---

P. SZABÓ BÉLA

A LÓKUPECEK JOGA SZAVATOSSÁGI KÉRDÉSEK A 17. SZÁZAD EURÓPAI JOGTUDOMÁNYÁBAN ÉS GYAKORLATÁBAN EGY NEVEZETES ESETGYŰJTEMÉNY KAPCSÁN	11
---	----

FÉZER TAMÁS

A FOGYASZTÓK ADATAINAK ÉS PRIVÁTSZFÉRÁJÁNAK VÉDELME ELEKTRONIKUS KÖRNYEZETBEN	53
--	----

TÖRÖK ÉVA

A FOGYASZTÓI SZERZŐDÉSEKKEL KAPCSOLATOS JOGALKALMAZÁS – KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ EGYÉRTELMI MEGFOGALMAZÁS KÖVETELMÉNYÉRE	67
---	----

SZIKORA VERONIKA – JAGUSZTIN TAMÁS

HELYZETKÉP A TÁRSULT PERLÉSRŐL – EURÓPÁBAN ÉS AZON TÚL	83
--	----

CSÉCSY ANDREA

A KELLÉKSZAVATOSSÁGI IGÉNYÉRVÉNYESÍTÉSI HATÁRIDŐK AZ 1959. ÉVI IV. TÖRVÉNY HATÁLYBALÉPÉSÉTŐL NAPJAINKIG	97
--	----

VARGA NELLI

A FOGYASZTÓI KÖLCÖNSZERZŐDÉSEK JÓERKÖLCSEBE ÜTKÖZÉSE	111
--	-----

HAJNAL ZSOLT

GONDOLATOK A BÉKÉLTETŐ TESTÜLETI ELJÁRÁS REFORMJÁHOZ	127
--	-----

BIHARI ERIKA

LEHETŐSÉGEK ÉS KIHÍVÁSOK – KOLLEKTÍV FOGYASZTÓI JOGÉRVÉNYESÍTÉS MAGYARORSZÁGON	147
---	-----

PRIBULA LÁSZLÓ

TULAJDONJOG MINT BIZTOSÍTÉK? A MAGYARORSZÁGI JOGALKALMAZÁS DILEMMÁI – A FIDUCIÁRIUS HITELBIZTOSÍTÉKOK ÉRTÉKELÉSE A MAGYARORSZÁGI BÍRÓI GYAKORLATBAN	157
---	-----

BENCZE MÁTYÁS

A VISELKEDÉSTUDOMÁNYOK EREDMÉNYEINEK HASZNOSÍTHATÓSÁGA

A HAZAI FOGYASZTÓVÉDELMI JOG TERÜLETÉN 173

GÁBRI ANGÉLA

MODERN KORI KIHÍVÁSOK A FOGYASZTÓVÉDELMI JOGALKOTÁSBAN

– A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS TUDOMÁNYA 189

FICSOR KRISZTINA

AZ ÁLLAMI BEAVATKOZÁS ELMÉLETI KÉRDÉSEI A FOGYASZTÓVÉDELMI SZABÁLYOZÁS

TERÜLETÉN, A JOGI PATERNALIZMUS PROBLÉMÁJA 207

CSŰRÖS GABRIELLA

AZ ÁLLAM (KÖLTSÉGVETÉS) ÉS A PÉNZÜGYI SZEKTOR KÖZÖTTI KAPCSOLAT

GYENGÍTÉSÉRE IRÁNYULÓ UNIÓS INTÉZKEDÉSEK 225

LOVAS DÓRA – HORVÁTH BETTINA

PÉNZÜGYI FOGYASZTÓVÉDELMI JOGVISZONY ALAKULÁSA

A GLOBÁLIS PÉNZÜGYI-GAZDASÁGI VÁLSÁG ELŐTT ÉS UTÁN 243

BÁNYAI ORSOLYA – FODOR LÁSZLÓ

ZÖLD JELZÉST KAPOTT? – TERMÉKJELÖLÉSEK A FOGYASZTÓ-

ÉS A KÖRNYEZETVÉDELEMBEN 275

ÁRVA ZSUZSANNA

FOGYASZTÓVÉDELEM A KÖZIGAZGATÁSI REFORMOK KERESZTMETSZETÉBEN 295

NÁDAS GYÖRGY

ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK A MUNKAJOGBAN,

FOGYASZTÓ-E A MUNKAVÁLLALÓ 313

ZACCARIA MÁRTON LEÓ

AZ EGYENLŐ BÁNÁSMÓD ELVÉNEK ÉRVÉNYESÜLÉSE A SZOLGÁLTATÁSOKHOZ VALÓ

HOZZÁFÉRÉS ÉS AZ ÁRUFORGALOM TERÜLETÉN AZ EGYENLŐ BÁNÁSMÓD HATÓSÁG

AKTUÁLIS JOGGYAKORLATÁBAN 329

MADAI SÁNDOR

MEGJEGYZÉSEK A „FOGYASZTÓVÉDELMI BÜNTETŐJOG” KÉRDÉSÉHEZ 349

BÁNYAI ORSOLYA

egyetemi adjunktus

Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar

Agrárjogi, Környezetjogi és Munkajogi Tanszék

FODOR LÁSZLÓ

egyetemi tanár

Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar

Agrárjogi, Környezetjogi és Munkajogi Tanszék

ZÖLD JELZÉST KAPOTT? – TERMÉKJELÖLÉSEK

A FOGYASZTÓ- ÉS A KÖRNYEZETVÉDELEMBEN*

A tanulmány célja a termékjelölések példáján bemutatni a fogyasztóvédelmi jog és a környezetjog kapcsolódását. Bár a két jogterületnek különböző a célja és rendeltetése, a termékjelölések nyilvánvaló kapcsolódási pontot jelentenek közöttük. A termékjelölés ugyanis egy olyan eszköz, amely egyszerre képes fogyasztó- és környezetvédelmi szempontok érvényesítésére. A termékjelölés a terméken (esetleg szolgáltatáson) elhelyezett olyan egyszerűsített megkülönböztető jelzés, amely alkalmas arra, hogy információt nyújtson a vásárlók (fogyasztók) számára a termék bizonyos tulajdonságairól, ezzel elősegítve a termék megvásárlásával kapcsolatos, tudatos döntéshozatalt.¹ A termékjelölések közt a környezetvédelmi jelölések sajátos

* A tanulmány az Igazságügyi Minisztérium jogászképzés színvonalának emelését célzó programjai keretében valósult meg.

1 A tudatosság (környezettudatosság, céltudatosság, egészségtudatosság stb.) nem homogén kategória, számos területet takar, amelyek két markánsan elkülönülő csoportba tartoznak: az önértéket követő és a közérdeket szem előtt tartó cselekedetek csoportjába. A környezetbarát termékeket preferáló tudatos vásárlók száma Magyarországon egyes felmérések szerint csökkenőben (Kirákat.hu és Ipsos felmérései), míg más kutatások (Tudatos Vásárlók Egyesülete, a MagNet Bank és a GfK közös felmérése) szerint növekedőben van. Dudás Katalin: A tudatos fogyasztói magatartás dimenziói, *Vezetéstudomány*, 2011/7-8, 53., 54.; [Elérhető: <http://tudatosvasarlo.hu/piaci-jelentes> (letöltés dátuma: 2018. január 12.).]

kategóriát képeznek, hiszen a fogyasztóvédelmen túl környezetvédelmi célokat is szolgálnak.

Első lépésben megkíséreljük röviden – elméleti síkon – összefoglalni a két szakterület egymással való kapcsolatának sajátosságait. Ezen belül kitérünk arra is, hogy mi a termékjelölések jelentősége a környezet- illetve fogyasztóvédelemben. Tekintettel arra, hogy számos jelölés létezik, amelyek között már kiigazodni sem könnyű, megkíséreljük rendszerezni a környezetvédelmi jelöléseket. A magyar, az Európai Unió-s és nemzetközi szabályozást alapul véve ki is válogattunk néhány, a hazai piacon gyakrabban előforduló környezetvédelmi jelölést, amelyet röviden bemutatunk, fogyasztóvédelmi szempontból. Záró gondolatként kitérünk a termékjelölés-típusú szabályozás buktatóira is. Mindezzel arra igyekszünk rámutatni, hogy az ökológiai szempontból tudatos fogyasztói magatartás általánossá válásához a jelölések szükségesek, de nem elégséges eszközök. A környezetvédelem és a fogyasztással kielégíteni kívánt, az életszínvonal megtartására vagy javítására irányuló vágy nem hozható teljesen összhangba egymással, de lehetséges a mainál fenntarthatóbb fogyasztási minták kialakítása. Ha nem is minden termékkörben, de különösen az építkezés, az otthonaink berendezése, a táplálkozás, a közlekedés² terén a fenntartható (pl. energiatakarékos) fogyasztási minta érdemben csökkentheti az emberiség ökológiai lábnyomát, úgy, hogy közben ahhoz élvezeti előnyök (pl. nagyobb kényelem) is társulnak.

Ez persze már messze nem csak a jogtudomány feladata, ahogyan a fogyasztási mintákkal összefüggő gazdasági és szociális problémák megoldása sem. Nem terjed ki a vizsgálat a környezeti veszélyek jelöléseire (amelyeket pl. háztartási vegyszerek esetén kötelező alkalmazni), illetve a környezetvédelmi termékjelölések reklámjogi, védjegyjogi sajátosságaira, a jelölésekkel való visszaélések és a jogkövetkezmények bemutatására sem, ami e tanulmány terjedelmi kereteit jelentősen meghaladná.

1. A KÖRNYEZETVÉDELEM ÉS A FOGYASZTÓVÉDELEM KAPCSOLATA

Bevezetőnkben arra utaltunk, hogy mintegy eszközként kapcsolatot teremt a két szabályozási terület között a termékjelölés. A környezet- és a fogyasztóvédelem kapcsolata azonban ennél sokkal mélyebb és összetettebb, miközben érdemi, koncepcionális különbségek is vannak közöttük – röviden ezt igyekszünk előbb megvilágítani.

2 Ezen életviszonyok jelentőségére ld. Joachim H. Spangenberg, Sylvia Lorek: *Lebensqualität, Konsum und Umwelt: intelligente Lösungen statt unnötiger Gegensätze*, Bonn, Fridrich Ebert Stiftung (2003) 22.

Közös a két szakterület jogpolitikai céljai és szabályozási módszerei közül a védelmi doktrína, vagyis az, hogy az állam a jogi szabályozáson keresztül – részben objektív intézményvédelmi eszközök, részben az érintetteknek biztosított alanyi jogi illetve igényérvényesítési pozíciók révén – kiegyenlített erőviszonyokat befolyásol, egyensúlyi vagy ahhoz közeli pozícióba segítve a gyengébbik felet. A gyengébbik fél szerepében láthatjuk a környezetet (természetet) s annak elemeit, a közösséget és annak tagjait, beleértve a jövő nemzedékeit is, illetve a fogyasztókat. Mindkét esetben értelmezhető a védelem egyéni és csoportérdekként egyaránt. Mindkét esetben elsődleges illetve meghatározó kötelezettje a követelményeknek a gazdasági szereplő, a gyártó, aki – gazdasági, szociális, információs – előnyben van a magánszemélyhez (az átlagos vagy a sokszor alacsonyabb képzettséggel, jövedelemmel, érdekvérvényesítő képességgel és készséggel bíró fogyasztóhoz) képest, aki a termékét megveszi, szolgáltatását igénybe veszi, s adott esetben a termelési és fogyasztási folyamatok negatív – környezeti, gazdasági, egészségügyi stb. – hatásait elszenvedi.

Nem véletlen, hogy az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés 11. és 12. cikke előírja az EU valamennyi politikájának kialakítása során a környezet- illetve fogyasztóvédelmi követelmények érvényesítését, és hogy a 114. cikk (3) bekezdése szerint (az egészségügy és a biztonság mellett) e területeken az EU a védelem magas szintjét veszi alapul. Mindkettő esetén megengedi a Szerződés (169. és 193. cikke) a tagállamok számára, hogy az uniós sztenderdektől eltérhessenek, amennyiben szigorúbb elvárásokat támasztanak a környezet illetve a fogyasztók védelmében. (Érdekességként: számos német – pl. a bajor – tartományi kormányon belül azonos tárcához tartozik a környezetvédelem és a fogyasztóvédelem.)

Szabályozás-módszertani szempontból kiemelendő, hogy mindkét szakterületen szerepe van a termékek jelölésének, címkézésének. A termékjelölések alkalmazása mögött általában az a piaci kudarc húzódik, amit információs aszimmetriaként szoktak emlegetni. Eszerint egy termék forgalmazói és fogyasztói között például a rendelkezésre álló információk tekintetében nincs egyensúlyi helyzet, és ha ez a helyzet nincs kompenzálva, úgy az megakadályozza a fogyasztókat abban, hogy „optimális” döntést hozzanak.³ Az információs közgazdaságtan alapvetése, hogy a fogyasztók informáltságának javításával ez a piaci kudarc orvosolható.⁴ Ezt az elméletet a fogyasztóvédelmi jog és a környezeti jog egyaránt érvényesíti,

3 A valóság az, hogy rengeteg a termék, túl sok az információ, kevés az idő, kevés a független, elérhető és valóban érthető információ a termék környezeti tulajdonságairól. Ralph E. Horne: Limits to labels: The role of eco-labels in The assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption, *International Journal of Consumer Studies*, 2009/33, 180.

4 Balogh Virág: Fogyasztóvédelem, szabályozás, hatékonyság, *Iustum Aequum Salutare*, 2012/8, 13.

hiszen mindkét jogterület támogatja a fogyasztók/környezethasználók számára a megfelelő mennyiségű és minőségű információk rendelkezésre bocsátását.⁵ Az információnyújtásnak az egyik módja a termékjelölések alkalmazása.⁶

Mindkét esetben fontos célja a szabályozásnak, hogy „képesítse” is a gyengébbik pozícióban lévő felet arra, hogy jogait érvényesíteni tudja, ami alapvetően a környezeti illetve fogyasztói tudatosság javításával lehetséges. E ponton – tehát nem csak a konkrét termékkel, annak tulajdonságaival összefüggésben – szintén szerephez jut az információ, pl. a környezeti illetve fogyasztói jogok mibenlétéről, érvényesítésük módozatairól. Ennek megfelelően mind a környezetvédelem, mind a fogyasztóvédelem törvényi előírásai kitérnek az oktatás szerepére.⁷

A környezet- és fogyasztóvédelem mögöttes értékei közt számos átfedést fedezhetünk fel, hiszen a termékeknek vannak olyan tulajdonságai, amelyek mindkét szempontból relevánsak, a fogyasztói döntés kialakításakor környezeti szempontok is szerepet kaphatnak (hogy csak egyetlen, de annál szemléletesebb példával éljünk: a gyártó a fogyasztót akár a termék lényeges környezeti tulajdonsága (pl. energiafogyasztása) tekintetében is félrevezetheti az értékesítés (promóció) során). Mindkét szakterület szempontjából fontos, hogy a piac legyen transzparens, a termékek közti verseny tiszta, vagyis a fogyasztó számára legyen lehetőség a termékek összehasonlítására s a valóságnak megfelelő szempont szerinti választásra. Nem csak a környezet-, hanem a fogyasztóvédelem is része a fenntartható fejlődésnek, tekintettel a fenntartható fejlődés gazdasági, társadalmi és környezeti összetevőire.

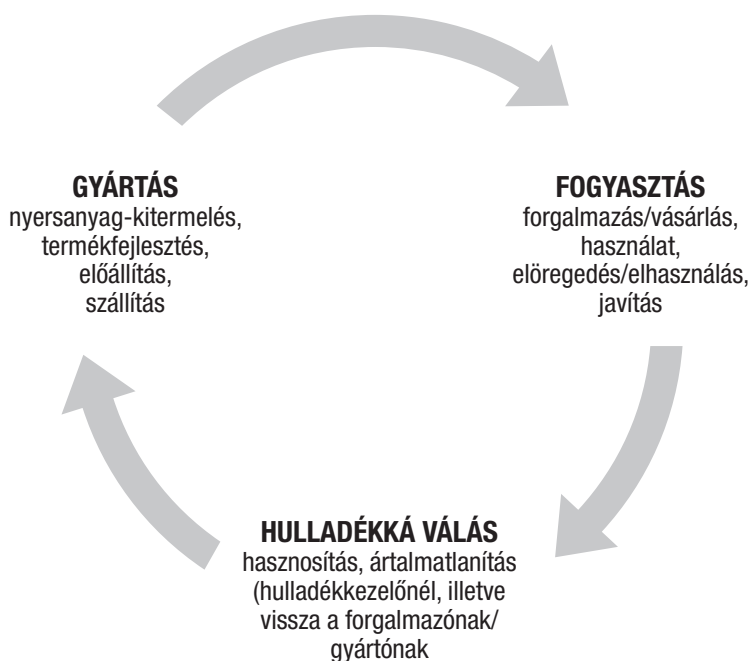
Míg eddig a közös pontokat hangsúlyoztuk, immár rá kell térnünk a két szakterület közti eltérésekre. Könnyen belátható, hogy a környezetvédelem és a fogyasztóvédelem tárgya különbözik egymástól, még ha van is azok közt átfedés. A környezetvédelem ugyanis sokkal összetettebb elvárásokat támaszt a termékekkel, szolgáltatásokkal szemben. Ez egyfelől a szempontok sokféleségét jelenti, amelyek a fogyasztóvédelem szempontjából többnyire marginálisak (pl. a közösség egésze szempontjából érdekes energiafogyasztási kérdések, egy nagy energiaigényű termék használata során, mint amilyen a mikrohullámú sütő), s nem csak a konkrét termék, hanem az egész termékcsoporthoz, azon is túl a fogyasztói kultúra, az életmód tekintetében jelent elvárásokat. A környezetvédelemben a fogyasztó szerepe felértékelődött az

5 Fazekas Judit: *Fogyasztóvédelmi jog*, Budapest, Complex (2007); Fodor László: *Környezetjog*, Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó (2015); Bándi Gyula: *Környezetjog*, Budapest, Szent István Társulat (2014).

6 Jasper Stein: The legal status of eco-labels and Product and Process Methods in The World Trade Organization, *American Journal of Economics and Business Administration*, 2009/4, 285-295.

7 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről, 17. §.; 1995. évi LIII. törvény a környezet védelmének általános szabályairól, 54-55. §.

utóbbi évtizedekben, a tudatosság jelenleg alacsony szintjét⁸ radikálisan emelni kell, hiszen választása a többi életciklusra is kihat. Tovább lépve, lényeges eltérés, hogy míg a környezetvédelem a termék teljes életútját (életciklusát) látja, addig a fogyasztóvédelem – ha nem is kizárólagosan, de első sorban – a fogyasztási ciklusra figyel. Az 1. sz. ábrán leegyszerűsített tartalommal ezt igyekszünk szemléltetni, kiemelve a fogyasztóvédelem számára legfontosabb szakaszt.⁹



1. ábra – egy termék életciklusa (egyszerűsítés). Forrás: saját szerkesztés.

2. A KÖRNYEZETVÉDELMI JELÖLÉSEK RENDSZEREZÉSE

Termékjelölés alatt általában a terméken, a csomagolásán, esetleg a forgalmazás helyén (polcon) elhelyezett képi és/vagy szöveges tájékoztatást értünk. Egy termékjelölés – szimbólumként, gyűjtőszóként – sokkalta több információt közvetíthet, mint amit a fogyasztó egy szöveges leírásból a vásárlás során el tudna

⁸ Nemzetközi tapasztalatok szerint a fogyasztók alig 5%-a tekinthető felelős vásárlónak, a fogyasztói politika nem elég hatékony e téren. Christian Bala, Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.): *Der verantwortungsvolle Verbraucher. Aspekte des ethischen, nachhaltigen und politischen Konsums*, Düsseldorf, Verbraucherzentrale NRW (2015) 125.

⁹ A környezetvédelem (integrált termékpolitika) és a fogyasztóvédelem kapcsolatára ld. még Péter Judit: Fenn tartható fogyasztás, *Európai Jog*, 2002/3, 20-25.

vagy akarna olvasni. Ha tehát a fogyasztó egy általa ismert, megbízhatónak tartott termékjelöléssel találkozik, annak alapján máris különböző elvárások teljesülését feltételezi. Éppen ebből fakadóan a termékjelölésekkel könnyen vissza is lehet élni, ha a szabályozás nem támaszt velük szemben követelményeket.

A környezetvédelmi termékjelölések – magától értetődően – a termék (akár pozitív, akár negatív) környezeti tulajdonságait vagy azok egy részét közvetítik. Ezeknek nagyon sokfajtajávan, ezért igyekszünk őket csoportosítani. Előbb azonban szükséges rámutatni arra, hogy nem egyedül a termékjelölés lehet információhordozó, hiszen amellet sok más módja is ismeretes a fogyasztó tájékoztatásának (a prospektustól a termékleírason, használati útmutatón át a reklámkampányig). Ugyanakkor az is elképzelhető, hogy valamely termék, szolgáltatás hagyományos módon nem is „címkézhető” – gondoljunk csak, pl. a vezetékes közszolgáltatásokra. Az alábbiakban még egy összefüggésre fogunk rávilágítani: elképzelhető, hogy a környezetvédelmi termékjelölés feltételei közt további tájékoztatást írnak elő, nem csak a környezeti tulajdonságokat illetően, hanem pl. a rendeltetésszerű használat módját illetően, hiszen egy termék csak akkor lesz, pl. környezetbarát, ha környezetbarát módon is használják. Ez további kapcsolatot jelent a két szakterület között.

Mint említettük, rengeteg környezetvédelmi jelölés létezik, az ecolabelindex.com például 464-et különböztet meg világszerte.¹⁰ A globalizáció eredményeképpen itt Magyarországon is találkozhatunk számos olyan termékkel, amelynek a jelölése Földünk egy másik pontjáról származik. A termékjelöléseket többféleképpen szokták csoportosítani. James Salzman nevéhez fűzik azt a klasszikus csoportosítást, amelynek az alapján megkülönböztethetünk ún. öko-jelöléseket (eco-labels), amelyek a termék teljes életciklusát figyelembe vevő, átfogó értékelésen alapulnak; egy-egy speciális tulajdonság igazolására irányuló, önkéntes címkéket (single-issue voluntary labels); illetve ugyancsak egy-egy tulajdonság igazolására szolgáló, de kötelező jelöléseket (single-issue mandatory labels).¹¹ Ez utóbbi két kategóriában a termék egy-egy életciklusára (pl. gyártás, ártalmatlanítás) és nem teljes életciklusára vonatkozik a címkén található állítás. Egy másik igen gyakran alkalmazott rendszerezés az ún. ISO klasszifikáció. Ez alapján három kategóriát különböztetünk meg (I, II, III) plusz egyet (I-höz hasonló), amelyik az első három kategória jellemzőit együttesen, vegyesen tartalmazza.¹² Az első kategóriába (Type I) tartoznak azok a jelölések, amelyek megfelelnek az ISO 14024 szabványnak. Ezek olyan címkék, amelyek alkalmazása önkéntes, sokrétű követelményen alapuló; amelyeket

10 <http://www.ecolabelindex.com/ecolabels/> (letöltés dátuma: 2018. január 26.)

11 Alejandra Martínez Gándara: *The law and economics of eco-labels*, Rotterdam, Erasmus University (2013) 34.

12 E negyedik típust a szakirodalom alakította ki, nem ISO szabványhoz köthető.

független harmadik fél által hitelesített eljárás eredményeképpen ítélnék oda, olyan termékekre, amelyeknek a környezetbarát jellegét a termék teljes életciklusára vetítve fogalmazzák meg. Ilyen például a magyar környezetbarát termék védjegy, a német Kék Angyal, az Európai Virág, a Nordic Swan stb.



2. ábra: néhány átfogóan tanúsító környezetvédelmi jelölés

A második kategóriába (Type II) azok a jelölések tartoznak, amelyek környezetbarát jellegét vagy tulajdonságait a gyártó, forgalmazó, vagy kereskedő a saját termékére nézve maga állítja, mindenfajta független hitelesítés nélkül (pl. újrahasznosított alapanyagból készült, delfin-barát stb.)¹³. Itt már felmerül a lehetősége (veszélye) a fogyasztó félrevezetésének illetve az ún. zöldre mosásnak (greenwashing), tekintve, hogy az állítás valóságát nem garantálja független személy.¹⁴ Az effajta állítások megjelenhetnek a termék címkéjén, vagy például reklámjában is.¹⁵ Az ilyen környezetvédelmi állításokra az ISO 14021 tartalmaz előírásokat (pl. az állítás valóságára, pontosságára nézve, alkalmazható mintákat kínál stb.).¹⁶ A harmadik kategóriába (Type III) tartozó jelölések az ISO 14025 szabványához igazodnak, és nem feltétlenül a fogyasztóknak szólnak (bár ez sem kizárt), hanem jellemzően inkább az üzleti szférának.¹⁷ E kategóriában a jelölések részletes adatszolgáltatásban öltönek testet, amelyeknek az értékelése a vevőre marad.¹⁸ A nyújtott adatokat szakértők gyűjtik, és független szakértők hitelesítik. Ugyanakkor mindössze 7 ország alkalmaz ilyen jelöléseket.¹⁹ Ahogy említettük, létezik még egy az első kategóriához hasonlító negyedik kategória (Type I-like) is, amelybe olyan jelölések tartoznak,

13 Horne: i. m. 177.

14 *A guide to environmental labels – for Procurement Practitioners of the United Nations System*, UNOPS (2009) 10.

15 Magyarországon a Magyar Reklámetikai Kódex 22. cikkelye tartalmaz a környezetvédelemmel kapcsolatos állításokra nézve iránymutatást.

16 Gándara: i. m. 42.

17 <https://www.iso.org/standard/38131.html> (letöltés dátuma: 2018. január 20.)

18 *A guide to environmental labels* (2009) i. m. 12.

19 Japán, Kanada, Németország, Norvégia, Dánia, Dél-Korea, Kína és Svédország. *A guide to environmental labels* (2009) i. m. 12.

amelyek egy-egy környezeti jellemzőt igazolnak, független harmadik fél hitelesítése által (pl. FSC, Energy Star).

Ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy ebbe az ISO klasszifikációba az immár hazánkban is közzismert energiacímkék például nem férnek bele.²⁰ Ezek ugyan csak közvetve tekinthetők környezetvédelmi jelöléseknek, de tekintettel arra, hogy az energiacímkék a fogyasztói döntések befolyásolásával hozzájárulnak az energiateljesítés (illetve bizonyos termékcsoportok esetén a vízfogyasztás, a zajkibocsátás) csökkentéséhez, és ezzel az ökológiai lábnyom csökkentéséhez, nem mehetünk el mellettük szó nélkül. Ezek a jelölések főként arról tájékoztatnak, hogy a termék milyen energiateljesítéssel jár, miáltal a fogyasztók előnyben tudják részesíteni a kisebb energiaigényű készülékeket.²¹ Az energiacímkéket is csoportosíthatjuk, pl. aszerint, hogy milyen jellegű információt szolgáltatnak a termék energetikai jellemzőiről (megkülönböztető vagy komparatív jelölés).²² Megkülönböztető jelölések alatt értjük azokat, amelyek arról adnak tájékoztatást, hogy az adott termék energiateljesítése (vagy a legenergiateljesítősebb) a hasonló termékekhez képest, de nem ad lehetőséget összehasonlításra. Ilyen például az Energy Star jelölés. Ehhez képest a komparatív jelölések (egy skálán keresztül) lehetővé teszik, hogy a vevők rálátást kapjanak arra, hogy a kiválasztott terméknek vannak esetleg sokkal energiateljesítősebbek is, vagy éppen ellenkezőleg, a kiválasztott termék a leginkább energiateljesítősebb modellek közé tartozik. Az energiacímkék ilyen komparatív jellegű jelölések. Az összehasonlítást lehetővé tevő skála Európában színes sávokból és betűjelölésekből, de például az Amerikai Egyesült Államokban vagy Ausztráliában a szállodák minősítéséhez hasonlóan csillagokból épül fel. A példa is mutatja, hogy az ehhez hasonló jelöléseket világszerte alkalmazzák.

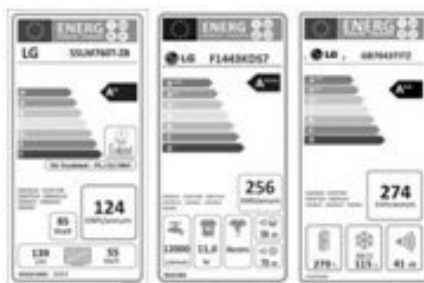
20 Éppen ezért vannak további csoportosítási lehetőségek is. Ehhez lásd Horne: i. m., 177.; Fodor László: Környezetvédelmi címkézés az Európai Unióban. In: Fodor László (szerk.): *A környezetvédelmi szabályozás elmélete és gyakorlata*, Debrecen, Lícium-Art (2002) 51-65.

21 Érdekes módon azonban egyáltalán nem mindegy, hogy milyen információkat és hogyan tartalmaznak ezek a jelölések. Ld. ezzel kapcsolatban Michael Colombier, Philippe Menanteau: From energy labelling to performance standards: some methods of stimulating technical change to obtain greater energy efficiency, *Energy Policy*, 1997/25, 425-434.

22 Luc Werring (szerk.): *EU Energy Law, EU environmental law. Energy efficiency and renewable energy sources*, Leuven, Claeys and Casteels (2006) 186.



Energiacímke Ausztráliában



Energiacímke az Európai Unióban

3. ábra: energiacímkék

E jelzéseket másfelől aszerint is lehet csoportosítani, hogy alkalmazásuk önkéntes vagy kötelező jelleggel történik-e. Ha önkéntes alapúak, mint például az Energy Star, ott a termék gyártói azzal válnak jogosulttá a jelölés használatára, hogy vállalják az általánosnál szigorúbb energiahatékonysági követelményeknek való megfelelést. Ha kötelező jellegűek, mint az „energiacímkék”, akkor a gyártóknak ugyan nem kell javítaniuk a termék energiahatékonyságán, de ha nem teszik, akkor a jelölés kötelező használatával tulajdonképpen kijelentik, hogy a termék adott esetben nagyon rossz energetikai jellemzőkkel bír, ami csökkentheti a termékkel kapcsolatos vásárlási kedvet.²³

3. NÉHÁNY KÖRNYEZETVÉDELMI TERMÉKJELÖLÉS FOGYASZTÓVÉDELMI SZEMPONTBÓL

3.1. Az EU ökocímkéje (európai virág, európai margaréta) és a környezetbarát termék védjegy

Elsőként az EU-nak a környezeti szempontokat átfogó, a teljes életciklus figyelembe vételén alapuló jelölését említjük, amelyet 31 országban használnak, vagyis a teljes belső piacon biztosítja a kiemelkedő környezeti tulajdonságokkal bíró termékek, szolgáltatások megkülönböztetését.²⁴ Ezzel, s minden pozitív irányban kiemelt termékkel kapcsolatban rögzíteni kell, hogy a megkülönböztetésnek objektív szempontjai vannak, de csupán az átlagostól való eltérésre utal. Tehát, pl. a reklám

²³ Adrian Bradbrook: Eco-Labeling: Lessons from the Energy Sector, *Adelaide Law Review*, 1996/18, 40.

²⁴ Az EU jogrendje számos termékjelölést ismer, mint amilyen az ökocímke, az ellenőrzött ökológiai gazdálkodás címkéje, az energiacímke, vagy az itt nem ismertetendő jelölések közül az újrahasznosítható csomagolás, az elkülönített gyűjtés, a genetikailag módosított szervezetek és a környezetre veszélyes vegyi anyagok jelölése. Ludwig Krämer: *Az Európai Unió környezeti joga*, Budapest–Pécs, Dialóg Campus (2012) 248-253.

funkciót is betöltő,²⁵ környezetbarát illetve környezetkímélő jelölések esetében nem arról van szó, hogy az adott termék vagy szolgáltatás kedvezően befolyásolná a környezet állapotát, hiszen az ilyen termékeknek is van negatív környezeti hatása, csak kevesebb a többinél. Épp e viszonylagosság miatt az egyes termék csekélyebb környezeti terhet negligálhatja az, ha a termékből többet vásárolnak a fogyasztók, hiszen a környezetvédelem szempontjából ezek hatásainak az összeadódása (és az adott iparág terjeszkedésével, újabb beruházásaival járó hatás) is releváns. A környezetbarát termék kelendősége akkor lesz csak pozitív, ha összességében nem fogyasztunk többet, illetve egyidejűleg a termékcsoport rosszabb adottságú termékei visszaszorulnak a piacon.

Az átfogó értékelés elvégzése nehéz feladat, egy terméknek ugyanis sokféle, környezeti szempontból releváns tulajdonsága lehet, amelyeket összességükben kell értékelni (pl. hulladékszegény-e, könnyen lebomlik-e, mennyi a nyersanyag igénye, tartalmaz-e ózonkárosító anyagot stb.) Ha ezek közül csak egyeseket vizsgálunk, az eredmény félrevezető lehet, hiszen egy jó tulajdonság mellett előfordulhat, hogy a termék valamely más tulajdonsága kifejezetten káros a környezetre. Ezért a fogyasztók védelme is azon megfontolások közt szerepelt, melyekre tekintettel az EU kidolgozta saját címkézési rendszerét, amelyben biztosított a fogyasztóvédelmi szervezetek közreműködése, illetve „a fogyasztók tájékoztatása a termékek környezeti hatásairól pontos, nem megtévesztő és tudományosan megalapozott információk alapján.”²⁶

Az odaítélés objektív feltételeit a termékcsoport mindenkorai technológiai fejlesztési szintjére tekintettel állapítják meg, a termékcsoportok kijelölésekor pedig azt vizsgálják, hogy az adott termékek azonos célt szolgálnak-e, és hogy versenytársként jelennek-e meg a piacon. A termékcsoportok felállításának gazdasági és környezetvédelmi feltételei is vannak: az érintett termékek (pl. a televíziók, mosószeresek, másolópapírok) jelentős piaci részesedése, nagy mennyisége, jelentős környezeti hatásai, illetve annak lehetősége, hogy a címkével befolyásolt fogyasztói választás a környezeti helyzet javulását eredményezze.

Az ökocímke védjegy, kiadásáról a nemzeti hatóságok döntenek, ennek eljárásrendje is szabályozott, vagyis adottak a garanciák ahhoz, hogy megbízzanak benne a fogyasztók. Nehézséget itt az jelent, hogy a tagállamoknak is vannak saját címkézési

25 Valkó László: A környezeti ipar fejlesztésének környezeti és gazdasági hatásai. In: Kerekes Sándor (szerk.): *Szigorodó környezetpolitika*, Budapest, MTA (1998) 54.

26 Az Európai Parlament és a Tanács 66/2010/EK rendelete (2009. november 25.) az uniós ökocímkéről, 1. preambulumbekzdés.

rendszerük, amelyek együttes jelenléte a piacon elbizonytalaníthatja a fogyasztót a választás során. Ezért elvárás, hogy a tagállamok harmonizálják a követelményeket, a nemzeti és az uniós címkét ugyanazon az alapon lehessen megszerezni, s lehetőleg együtt tüntessék fel a terméken.

A környezetvédelmi követelmények egyébként szorosan kötődnek a termékekkel szemben támasztott termékfelelősségi, fogyasztóvédelmi, termékbiztonsági stb. követelményekhez. A címkézésnek ugyanis olyan feltételei is vannak, mint a garanciavállalás a szokásosnál hosszabb élettartamra és az alkatrészekkel való ellátásra, a használati útmutató kiadása, a termék összetevőinek feltüntetése stb.

A fogyasztóvédelem és a környezetvédelem szoros kapcsolatára jó példa a magyar nemzeti ökocímke is, hiszen ennek szabályozását az hívta életre az 1990-es években, hogy számos gyártó megalapozatlanul és gyakran félrevezető módon jelölte a terméke környezeti tulajdonságait (akkoriban a Gazdasági Versenyhivatal számos döntést hozott ilyen ügyekben). A szabályozás mai modellje már nagyban hasonlít az uniós ökocímkére, ugyanakkor vannak eltérések, pl. a termékcsoportok körében.

Mindkét jelölés sajátja, hogy a fogyasztó (versenytárs) központi, az interneten szabadon elérhető lista (nyilvántartás) segítségével leellenőrizheti, hogy a termék gyártója valóban elnyerte-e a védjegyhasználat jogát, s milyen szempontok alapján.

3.2. *A Kék Angyal*

A Kék Angyal egy német termékjelölés, ennek ellenére érdemes megemlíteni, hiszen a hazai piacon is előfordul. Ez a világ első, jogilag szabályozott, átfogó értékelésen alapuló környezetvédelmi termékjelölése, amely egyedülálló módon az ENSZ környezetvédelmi emblémáját tartalmazza. Amint (német nyelvtudás hiányában is) feltűnik, összetett jelölésről van szó, s ennek megfelelően több funkciót is betölt egyszerre. Egyfelől megkülönbözteti a terméket annak kiemelkedő környezeti tulajdonsága (tulajdonságai) alapján (a legfontosabb tulajdonságok szövegszerűen meg is jelennek köriratként; ezek elhagyása esetén a címkehasználat jogellenes).²⁷ Az odaítélő testület neve is szerepel benne, ami önmagában is garancia arra, hogy tényleg csak a kiemelkedő termékekre kerülhet. Nem utolsósorban reklámfunkciót is betölt, szó-kép jellegéből fakadóan. A gyártó oldaláról nézve előnye, hogy megszólítja a fogyasztót, rengeteg információ összekapcsolására és hordozására alkalmas, s megkönnyíti a termék forgalmazását (nem csak reklámként, hanem fogyasztói tájékoztatásként is, sokat spórolva a fogyasztó személyes kiszolgálásán).

27 Michael Kloepfer: *Umweltrecht*, München, C. H. Beck (1998) 459.

A fogyasztó oldalán az információs aszimmetria kiküszöbölése az előny, illetőleg a termék iránti bizalom (a jelölés alapján elvárhatja, hogy a termék a többihez képest, objektív szempontok alapján bizonyult jobbnak). Egy átlagos felkészültségű (átlagos képzettségű, átlagos környezeti ismeretekkel bíró) fogyasztó számára egyértelmű, könnyen érthető a jelölés. Probléma ugyanakkor, hogy mellette sok egyéb termékjelöléssel is találkozhat a fogyasztó.²⁸

3.3. Az energiacímke

Az Európai Unióban már a '70-es évek végétől kezdve létezik szabályozás a címkézésre energetikai szempontból. A hatályos szabályokat az energiacímkézés kereteinek meghatározásáról szóló 2017/1369/EU rendelet tartalmazza.²⁹ Ez egy keretjogszabály, amelynek végrehajtására további irányelveket, illetve felhatalmazáson alapuló rendeleteket fogadott el, illetve fogad el az Európai Bizottság.³⁰ A rendelet hatálya az ún. energiafogyasztást befolyásoló termékekre terjed ki, amelyek egyrészt a közvetlen energiafelhasználással járó termékek, másrészt azok, amelyek közvetett hatással vannak az energiafelhasználásra (pl. gumiabroncs).³¹ A jogszabály kifejezetten kivonja a hatálya alól a használt termékeket (a harmadik országból importált és első alkalommal forgalomba hozott használt termékek kivételével). Az irányelv alapján a kereskedők feladata a címkék elhelyezése valamint egy adatlap³² rendelkezésre bocsátása.³³ A címkék mindenekelőtt tájékoztatnak a készülék energia- és egyéb alapvető erőforrás (pl. víz, vegyi anyag stb.) fogyasztásáról, valamint arról, hogy az melyik (A-tól G-ig terjedő) energiahatékonysági osztályba tartozik. Bár a címkén a leghangsúlyosabb információ az energiahatékonysági osztály, valamint az éves energiafogyasztás, a fogyasztók döntését kiegészítő információk is segítik. (A televíziók esetében kiegészítő

28 Ingo Zakrewski: *Umweltschutzbezogene Verbraucherinformationen durch das Umweltzeichen „Der Blaue Engel“*. Eine rechtliche Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Verbraucherschutzrechtes, Frankfurt-Main, Peter Lang (2010) 307-316.

29 *Hivatalos Lap* L 198., 2017.7.28., 1-23.

30 A Bizottság 206/2012/EU rendelete (2012. március 6.) a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvnek a légkondicionáló berendezések és a háztartási ventilátorok környezetbarát tervezésére vonatkozó követelmények tekintetében történő végrehajtásáról; a Bizottság 665/2013/EU felhatalmazáson alapuló rendelete (2013. május 3.) a 2010/30/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek a porszívók energiafogyasztásának címkézése tekintetében történő kiegészítéséről; a Bizottság 1061/2010/EU felhatalmazáson alapuló rendelete (2010. szeptember 28.) a 2010/30/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek a háztartási mosógépek energiafogyasztásának címkézése tekintetében történő kiegészítéséről stb.

31 Az Európai Parlament és a Tanács 1222/2009/EK rendelete (2009. november 25.) a gumiabroncsok üzemanyag-hatékonyság és más lényeges paraméterek tekintetében történő címkézéséről.

32 Az adatlap egy a termékre vonatkozó szabványos információs táblázat.

33 2017/1369/EU rendelet 5. cikk (1) bekezdés. A kereskedő a jogszabály fogalomhasználatában „az a kiskereskedő vagy más természetes vagy jogi személy, aki a vásárlóknak vagy az üzembe helyezőknek termékeket ajánl eladásra, ad bérbe vagy részletvásárlásra, illetve mutat be kereskedelmi tevékenység keretében, akár térítésmentesen, akár ellenérték fejében”. 2017/1369/EU rendelet 2. cikk 13. pont.

információ például a képernyő átmérője, hűtőszekrényeknél a tárolókapacitás, valamint a zajkibocsátás.) A jövőben ilyen további információ lehet még a termékek szén-, valamint ökológiai lábnyoma is, amelyek feltüntetéséről az Európai Bizottság akkor fog dönteni, ha nem tartja megfelelőnek a jelenlegi rendszer hatékonyságát.

Az energiacímkéket a termékeken kell elhelyezni. Mivel azonban sok esetben előfordul, hogy a fogyasztók egy (pl. katalógusban meghirdetett) akcióra reagálva, csupán az alacsony árak ismeretében, már otthon meghozzák a döntésüket, és célirányosan mennek megvásárolni a kiválasztott terméket (nem szólva az e-kereskedelemről, amikor csak utólag veszik a kezükbe a terméket a fogyasztók), szerencsés az irányelvnek az előírása, miszerint egy termék konkrét modelljével kapcsolatos hirdetésben – amennyiben abban az árat is feltüntetik –, szerepelnie kell a termék energiahatékonysági osztályának is. A szállítóknak 2019. január 1-jétől a termék energiacímkéjét és adatlapját fel kell tölteniük egy az Európai Bizottság által létrehozott és működtetett, ún. termék-adatbázis nyilvános részébe. Ebből az adatbázisból bármelyik fogyasztó könnyen, felhasználóbarát módon letöltheti majd bármelyik, a rendelet hatálya alá tartozó termék energiacímkéjét, és azokat más termékekkel össze is hasonlíthatja.

A tagállami hatóságoknak ellenőrizniük kell, hogy a készülékek teljesítik-e a gyártó által megadott energiahatékonysági osztállyal vagy az energiafogyasztással kapcsolatban meghatározott követelményeket. Amennyiben a hatóságnak elég oka van azt feltételezni, hogy a termék kockázatot jelent a (környezet-, illetve fogyasztóvédelmi) közérdekre, úgy értékelést kell végeznie a címkézésre vonatkozó követelmények tekintetében. Szükség esetén a tagállami piacfelügyeleti hatóságnak korlátoznia kell, vagy meg kell tiltania az érintett termék forgalmazását/használatát. Ezek a rendelkezések biztosítják, hogy az energiacímkét minden érintett termék tekintetében alkalmazzák. Egy csak néhány termékre kiterjedő, nem kötelező, önkéntes rendszer ahhoz vezetne, hogy kizárólag csak néhány terméket jelölnének meg címkével, ami a végfelhasználók megtévesztésének vagy félretájékoztatásának kockázatát hordozná. Ugyancsak a fogyasztókat védő rendelkezés, hogy tilos minden olyan címke, szimbólum vagy jelzés használata, amely a vonatkozó felhatalmazáson alapuló jogi aktus követelményeinek nem felel meg, de a fogyasztókat megtévesztheti az energiafogyasztás tekintetében. Ez teljesen érthető, és általánosan alkalmazott követelmény a környezetvédelmi jelölések körében.

Az energiacímke-rendszer ismertségét, valamint az energiafelhasználási szokások fejlesztését szolgálja az irányelvnek az a rendelkezése, miszerint az energiafogyasztásra vagy az energiamegtakarításra vonatkozó címkék és adatlapok rendszerének

bevezetését oktatási és promóciós információs kampányok kísérik. Az európai energiacímkézési rendszer megfelel az ilyen rendszerekkel szemben támasztott alapvető követelményeknek. Ezek közül a legfontosabb, hogy a fogyasztóknak egyszerű, könnyen értelmezhető információt nyújtson a döntésük kialakításához. Ezen a téren azzal lehetne fejleszteni, ha a termék ökológiai lábnyomát is feltüntetnék a címkén. Ezáltal lehetővé válna, hogy a fogyasztók az olyan készülékek környezeti hatásairól is képet kapjanak, amelyek nem rendelkeznek környezetbarát termékjelöléssel. Azok ugyanis önkéntes jellegükönél fogva, csak a termékek egy korlátozott körét érintik.

3.4. Az Energy Star jelölés

Az Európai Unióban létezik egy másik energiacímke is, amelyik azonban már önkéntes alapon alkalmazható, és megkülönböztető jellegű. Ez az „Energy Star” jelölés. A címkét eredetileg az Amerikai Egyesült Államokban használták a leghatékonyabb energiafelhasználású számítástechnikai eszközök (pl. számítógép, monitor, nyomtató stb.) jelölésére. Ezekre a készülékekre általában jellemző, hogy egyrészt a technológia hihetetlenül gyorsan fejlődik, másrészt világszerte kereskednek velük. Éppen ez utóbbi okból kifolyólag, annak ellenére, hogy a logót eredetileg csak az USA-ban alkalmazták, végeredményben „de facto” nemzetközi jelölés lett. Emiatt az Európai Unió is inkább ennek a már bevált logónak a használata mellett döntött.

Ennek érdekében az Egyesült Államok valamint az Európai Unió 2001-ben nemzetközi egyezmény keretében állapodtak meg a jelölés közös használatáról.³⁴ A szerződésben a felek rögzítették a logó használatának technikai követelményeit is. Ezek eredetileg csak a készülékek készenléti állapotában fogyasztott energia mennyiségére vonatkoztak, azonban az egyezmény 2006-os felülvizsgálata eredményeképpen az új szerződésben már az aktív állapotban felhasznált energia mennyiségére is határoztak meg minimális követelményeket.³⁵ Tekintve, hogy a számítástechnikai eszközök az internethasználat miatt egyre többet vannak aktív állapotban, és nőtt a készülékek energiafelhasználása is, a követelményeknek a kiterjesztése jelentős mértékben javított az Energy Star jelölési rendszer hatékonyságán.

³⁴ OJ L 172, 26/06/2003, 0003-0030.

³⁵ Agreement between the Government of the United States of America and the European Community on the coordination of energy-efficiency labelling programmes for office equipment, *Official Journal* L 381 of 28.12.2006. A Tanács a következő határozattal ültette át a szerződést a közösségi jogba: 2006/1005/EK: A Tanács határozata (2006. december 18.) az Amerikai Egyesült Államok kormánya és az Európai Közösség közötti, az irodai berendezések energiahatékonyságára vonatkozó címkézési programok összehangolásáról szóló megállapodás megkötéséről.

A jelölés egyébként csak azokon a készülékeken tüntethető fel, amelyek megfelelnek ezeknek a szerződésben rögzített kritériumoknak (C melléklet). A készülékek követelményeknek való megfelelését a program európai irányító testülete, az Európai Közösség Energy Star Testülete (irányítási testület) ellenőrzi. Amennyiben egy termék nem felel meg a követelményeknek, akkor a gyártót az irányítási testület először figyelmezteti, de ha nem tesz eleget az elvárásoknak, akkor végső soron kizárhatják a programból.



4. ábra. az Energy Star termékjelölés

3.5. Az FSC jelölés

Az FSC egy 1994 óta létező, nemzetközileg széles körben elterjedt jelölés a papír- és faárúk körében. A jelölést egy non-profit magánszervezet (Forest Stewardship Council) ítéli oda azoknak, akik önként vállalják, hogy megfelelnek az FSC jó erdőgazdálkodási gyakorlattal (FSC Principles and Criteria of good forest management) kapcsolatos kritériumainak. Az FSC kritériumok megfelelőségét, és így a tanúsítás hiteleségét egy független nemzetközi ernyőszervezet (ISEAL – International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance) garantálja. A logó használati jogát megszerzőket évente, független auditálás keretében ellenőrzik az FSC követelményeknek való megfelelés tekintetében.³⁶

Ezt a jelölést kifejezetten annak szemléltetésére választottuk ki, hogy a környezetvédelmi termékjelölések esetenként a termék olyan létszakát tanúsítják, amelyik a fogyasztóvédelem szempontjából kevésbé lényeges (a jelöléssel való visszaélés ugyanakkor itt is releváns).

36 <http://www.ecolabelindex.com/ecolabel/forest-stewardship-council-fsc-forest-management-certification> (letöltés dátuma: 2018. január 12.)



FSC 100%*

FSC Recycled**

FSC MIX***

5. ábra: a jó erdőgazdálkodási gyakorlatra utaló címke

3.6. Ellenőrzött ökológiai gazdálkodásból származó termék (biotermék)

Az ökológiai gazdálkodásra utaló, Európai Unió-s termékjelölés a mezőgazdaság nyers- és késztermékeire (élelmiszerekre, takarmányokra, vetőmagokra) alkalmazott tanúsítási rendszer (a tanúsított termékeket az „ellenőrzött ökológiai gazdálkodásból származó termék” jelöléssel különböztetik meg.)³⁷ Ez átfogó környezeti követelményrendszert érvényesít, amennyiben megjelenik benne, pl. a vetésforgó alkalmazása, az állatállomány szabadtartása, a vegyszerhasználat szigorú korlátozása, vagy a génmódosított szervezetek tilalma. A követelményrendszerben egyszerre érvényesül így a talaj-, a víz-, az élővilág védelme, amelyekkel ráadásul összekapcsolódik az egészségvédelem, az átlagosnál egészségesebb, biztonságosabb élelmiszer iránti fogyasztói igény. A fogyasztó leginkább éppen az élelmiszerek esetében érdekelt abban, hogy a termék már az előállítás során „környezetbarát” legyen, hiszen az általa elfogyasztott termék tápértéke, a vegyszermaradvány mértéke is függ ettől. Nem véletlen, hogy a felmérések szerint a bio-élelmiszereket a fogyasztók amiatt választják, mert magas minőséget feltételeznek tőlük, s éppen emiatt hajlandók értük magasabb árat is fizetni.³⁸

* Azt jelzi a vásárlónak, hogy az adott papír- vagy faáru 100%-ban fenntartható erdőgazdálkodásból származik.

** Azt jelöli, hogy a termék újrahasznosított alapanyagból készült.

*** Azt jelzi, hogy a termékben található faanyag vagy fenntartható erdőgazdálkodásból, vagy újrahasznosított alapanyagból származik, vagy ún. kontrollált faanyagból tevődik össze. Ez utóbbi azt garantálja, hogy a faáru olyan erdőgazdálkodásból származik, amelyik nem illegális, amellyel nem sértik az emberi, illetve polgári jogokat, amelyet alacsony természet-megőrzési értékkel rendelkező területen folytatnak, amelyet nem génmódosított erdőállományban, vagy olyan erdőállományban folytatnak, amelyet átminősítettek ültetvénynek, illetve nem erdőként történő felhasználásra.

37 A Tanács 834/2007/EK rendelete (2007. június 28.) az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről és a 2092/91/EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről.

38 Alexander Beck, Johannes Kahl, Boris Liebl (Hrsg.): *Wissenstandsanalyse zu Qualität, Verbraucherschutz und Verarbeitung ökologischer Lebensmittel*, Frankfurt-Main, FiBL Deutschland (2012) 5.



Biokontroll HU-ÖKO-01
EU-mezőgazdaság

6. ábra: az ellenőrzött ökológiai gazdálkodásból való termék címkéje (magyar változat)

ZÁRÓ GONDOLATOK

(A SZABÁLYOZÁS NÉHÁNY MÉLYEBB ÖSSZEFÜGGÉSE S BUKTATÓJA)

A termékjelölésekkel kapcsolatos szabályozás (a leírt követelményeket alapul véve) akkor megfelelő, ha valamilyen módon biztosítja, hogy a fogyasztó/környezethasználó a döntési helyzetben kellő információval rendelkezzen, és az hiteles is legyen. Az, hogy a termékjelölések egy köre nem kötelező, hanem önkéntes kötelezettségvállaláson alapszik (mint a klasszikus értelemben vett öko-címkék), még nem akadályozza az információáramlást. Tapasztalatok szerint attól kezdve, hogy az ilyen jelölések megjelennek egy piacon, a gyártó cégek – függetlenül attól, hogy a vásárlói prioritást mennyire befolyásolja a környezetvédelem – azonnal lecsapnak az ilyen piaci résekre, versenyelőnyt kínáló helyzetekre.³⁹

A jogi szabályozás szempontjából érdemes tisztában lenni néhány nehézséggel, amivel a fogyasztónak meg kell küzdenie. Ha a környezetbarát termék túl drága, akkor a vásárlás alapvető célja és a környezeti tudatosság ellentétbe kerül egymással. Emellett frusztrációhoz vezet az is, ha túl sok a jelölés, s azok végeredményben nem adnak egyértelmű eligazítást; ha nem érhetők el egyszerűen az üzletekben a címkézett termékek; ha a címkézett termék vásárlásához sem az állam, sem a társadalom nem kapcsol egyértelmű elismerést; ha a termék környezeti előnye nehezen felismerhető. Mindezek elveszik a vásárlás örömet.⁴⁰

Önmagában a környezetvédelmi jelölések nagy száma is mutatja, hogy információ van bőven. Ez kételyeket ébreszt a tekintetben, hogy a jelölések be tudják-e tölteni a funkciójukat, vagy csak még áttekinthetlenebbé teszik a piacot.⁴¹ Az információ minősége pedig még egy további kérdés. A jogi szabályozás Achilles-sarkát azok

³⁹ James Salzman: Informin the green consumer. The debate over the use and abuse of environmental labels, *Journal of Industrial Ecology*, 1997/2, 13.

⁴⁰ Spangenberg, Lorek: i. m. 28.

⁴¹ Németországban emiatt már az is felmerült, hogy egyes ágazatokban (pl. élelmiszer) egységesítsék (egyetlen „ernyő”-címkével váltsák fel) a jelöléseket. Bala, Schuldzinski: i. m. 126.

– a termékek előállítói által kialakított – környezetvédelmi jelölések és egyéb kijelentések képezik, amelyek gyakorlatilag ellenőrizhetetlen módon fogalmaznak meg a termék környezetbarát jellegére vonatkozó, megtévesztő állításokat, s így felhívítják a piacot, elmosás a határokat a csalás és a hitelesség között.⁴² Ezt a jelenséget az angol nyelvű szakirodalomban „greenwashing”-nak nevezik. A TerraChoice 2010-ben, az Amerikai Egyesült Államokban és Kanadában végzett felmérése szerint 2009-hez képest 79%-kal nőtt a „zöld” termékek aránya a piacon. A kutatás során 4744 terméket regisztráltak be a terméken található környezetvédelmi állítás alapján „zöld”-ként. E termékek 95%-áról (!) azonban az derült ki, hogy kisebb vagy nagyobb félrevezető állítást tartalmazott.⁴³ Látható tehát, hogy ahogyan nő a zöld termékek piaca, úgy nő vele együtt a megtévesztések száma is.⁴⁴ Véleményünk szerint az állami szabályozás ezen csak korlátok között tud enyhíteni, hiszen legfeljebb szűrőpróbaszerű, vagy néhány kampányszerű hatósági ellenőrzésre van lehetőség az effajta visszaélések kiszűrésére.

Nem beszélve arról, hogy bár a környezetvédelmi termékjelölések piaca nő, az még nem jelenti a káros környezetvédelmi hatások egyidejű csökkenését is. Vagyis önmagukban a környezetvédelmi jelölések nem alkalmasak a Földünkön megfigyelhető káros környezeti folyamatok visszafordítására, legfeljebb minimális csökkentésére, vagy egyszerűen csak pusztán a fogyasztói lelkiismeret megnyugtatására. Michael Kochen e jelenséget a középkori búcsúcédulákhoz hasonlítja. Ha valaki megvásárolta a búcsúcédulát, akkor az egyház megbocsátotta a vétkeit. Ehhez hasonlóan a környezetbarát termékek megvásárlása is egyfajta „búcsúcédula-vásárlás”-ként értelmezhető, ha nem jár együtt más környezettudatos magatartással.⁴⁵ Vagyis a környezetvédelmi jelölésekkel kapcsolatos jogi szabályozás egyik gyengesége az, hogy nem számol a negatív visszahatásokkal: ugyanis hiába ösztönöz a jobb környezeti jellemzőkkel bíró termékek választására, a fogyasztás

42 Érdekes problémát vet fel, amikor olyan terméknevet védjegyeznek, amely valamilyen „zöld” (pl. organikus, természetes, fenntartható) tulajdonságra utal úgy, hogy közben illyennel a termék nem rendelkezik. A védjegy bejegyzését ugyanakkor ez még nem akadályozza, egyedül csak az, ha már van hasonló védjegy regisztrálva. Gándara: i. m. 217–218.; A védjegyek jelentőségéről lásd még Csécsy György: A tanúsító védjegyek jelentősége a fogyasztók tájékoztatásában. In: Fodor László (szerk.): *A környezetvédelmi szabályozás elmélete és gyakorlata*, Debrecen, Lícium-Art (2002) 91–99.

43 TerraChoice: *The sins of greenwashing. A report on environmental claims made in the North American consumer market* (2010) 16. A megtévesztő környezetvédelmi kijelentéseknek hét tipikus esetét azonosítja a tanulmány, mint például homályos/túl általános, nem bizonyítható, valótlan állítások.

44 Ez a jelenség a következő miatt csökkenti a szabályozás hatékonyságát. Kutatások igazolják ugyanis, hogyha a vásárlók egy döntési helyzetben társadalmi normák ütközését élik meg a szituációban (pl. helyes környezetbarát terméket vásárolni vs. helytelen környezetvédelmi jellemzőkről másokat megtévesztetni; helyes a gyermekek felnevelése vs. fontos a környezetvédelem, stb.) a számukra kényelmesebb, kézenfekvőbb döntést hozzák. Robert Cooter: Three Effects of Social Norms on Law: Expression, Deterrence, and Internalization, *Oregon Law Review*, 2000/1, 7.

45 Matthew J. Kotchen: Offsetting green guilt, *Stanford Social Innovation Review*, 2009/2, 26.

abszolút mértéke és ezzel párhuzamosan a társadalmunk ökológiai lábnyoma is növekszik. E ponton figyelembe kell venni azt a körülményt is, hogy a környezetvédelmi termékjelöléseknek reklámmértéke van, s mint ilyenek, végső soron serkentőleg hatnak a fogyasztásra. A probléma ugyanakkor csak a fogyasztás drámai visszaszorításával lenne orvosolható.⁴⁶

A termékjelölésekkel kapcsolatos jogi szabályozás másik gyengeségét az adja, hogy nem számol azzal, hogy a fogyasztók korántsem annyira racionálisak és tudatosak, mint ahogy a neoliberális, illetve információs közgazdaságtan feltételezi. Logikus, átgondolt döntések helyett a legtöbb fogyasztó gyors, emocionális alapú döntéseket hoz.⁴⁷ Ráadásul egészen eltérőek az egyes fogyasztói csoportok (pl. vidéken lakó idősebbek, városi fiatalok) preferenciái, mással lehet őket megszólítani. Ezt a fogyasztói attitűdöt ismerve, a szabályozást úgy lehet fejleszteni (és ez már meg is kezdődött, hiszen a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos Európai Unió-s szabályozás már kifejezetten épít a viselkedési közgazdaságtan eredményeire),⁴⁸ hogy tekintettel van a fogyasztói döntések ösztönös jellegére. Mindez (bizalom hiányában) ugyanakkor ellenérzés is kiválthat, hiszen azzal, hogy a szabályozó maga is kihasználja ezt a fogyasztói attitűdöt a kívánt szabályozói célok megvalósítására, azt feltételezi, hogy maga a szabályozó is járatos a fogyasztóidöntéshozatalmanipulációjában (nudge), amithelytelen célok megvalósítására is felhasználhat akár. Nagyon érdekes, pl. hogy a fiatalok sokkal kritikusabbak a pozitív termékjelölésekkel szemben az átlagnál.⁴⁹ A társadalom nagyobb körét érintő fogyasztói/környezeti tudatosság hiánya ugyanakkor felveti a paternalizmus igényét is, legalábbis azon fogyasztók/környezethasználók körében, akik nem képesek kellő tudatosságra.⁵⁰ E beavatkozás formájának és mértékének azonban véleményünk szerint nem közgazdasági elméleteken kell alapulnia, hanem örök érvényű értékeken. A gazdasági növekedés (a fogyasztás fokozása) helyett például az ökológiai korlátok, természeti törvények tiszteletben tartásán.⁵¹ Vagyis az „igazi” fogyasztóvédelem korlátozza a döntési szabadságot, és visszafogja a mértéktelen fogyasztást.

46 Bánya Orsolya: *Energiajog az ökológiai fenntarthatóság szolgálatában*, Debrecen, DELA (2014); Kerekes Sándor: A szenvedélyek féken tartása, avagy a fenntartható kapitalizmus? *Közgazdaság*, 2016/2; Takács-Sánta András, Bódi Balázs: Tikopia társadalma, amely elkerülte a közlegelők tragédiáját, *Socio*, 2016/3, 91-104.

47 Daniel Kahnemann: *Thinking, fast and slow*, New York, Farrar-Straus and Giroux (2011).

48 Balogh Virág: Fogyasztóvédelem, szabályozás, hatékonyság, *Iustum Aequum Salutare*, 2012/8. 21.

49 Bala, Schuldzinski: i. m. 125-126.

50 A valósághoz hozzátartozik, hogy vannak olyan fogyasztók/környezethasználók, akik tudatosak, vagyis a szabályozónak érdemes ezt is szem előtt tartania (aszimmetrikus paternalizmus). Colin Camerer, Samuel Issacharoff, George Lowenstein, Ted O'Donoghue, Matthew Rabin: Regulation for conservatives: Behavioral economics and The case for „assymetric paternalism”, *University of Pennsylvania Law Review*, 2003/3, 151, 1211-1254.

51 Jan Laitos, Juliana Okulski: *Why environmental policies fail*, Cambridge, Cambridge University Press (2017) 174.

A környezetvédelmi jelölésekkel kapcsolatos jogi szabályozás indokolt tehát, s fontos eleme mind a fogyasztóvédelemnek, mind a környezetvédelemnek. A mögöttes célok megvalósulása ugyanakkor nemcsak az előírások minőségén múlik. Elősegítené azt, ha a fogyasztói tudatosság világszerte javulna, s a jelenleg uralkodó, túlzott fogyasztással járó, fenntarthatatlan értékrendet⁵² a jogi szabályozás egyetlen területe sem támogatná.

52 Bányai Orsolya: Somogyvámos és Krisna-völgy környezetvédelmi szabályozása az ökológiai fenntarthatóság nézőpontjából, *Iustum Aequum Salutare*, 2017/4, 266.