

Átfogó fenntarthatósági kampányt indít a Coca-Cola a GVH eljárásának eredményeként

Harmadik „PET-palackos” eljárását is lezárta a versenyhatóság

Budapest, 2026. augusztus 17. – A Coca-Cola vállalkozáscsoportba tartozó cégek (Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft., The Coca-Cola Company, SA Coca-Cola Services NV) és a Coca-Cola HBC Magyarország Kft. egy átfogó és célzott edukációs kampány kidolgozását és hazai végrehajtását vállalták a GVH most lezárt eljárásának eredményeként. A kampány célja, hogy növelje a fogyasztók tudatosságát a PET-palackok újrahasznosításának gyakorlati teendőit illetően, erősítse a fenntarthatósági tudatosságot és ösztönözze a fogyasztókat a PET-palackok visszaváltására. A versenyhatóság értékelése alapján az edukációs kampánynak a piac egészére kiterjedő pozitív hatásai lehetnek. A GVH Versenytanácsa kötelezően előírta a vállalatokat, melyek teljesítését következetesen ellenőrzi majd.

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) [2024 nyarán PET-palackokkal kapcsolatos zöld állítások miatt indított versenyfelügyeleti eljárást több vállalkozással, köztük a Coca-Cola több vállalkozásával szemben](#) is. A GVH eredeti gyanúja szerint a vállalkozások a Naturaqua márkájú ásványvizek címkéin és kereskedelmi kommunikációjában alkalmazott állításaival (pl. „Hasznosíts újra 100%-ban újrahasznosítható PET palack vagyok”) megtévesztette a fogyasztókat. Az eljárás a Coca-Cola HBC Magyarország Kft.-vel, valamint a Coca-Cola vállalkozáscsoportba tartozó egyes vállalkozásokkal (a Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft.-vel, a The Coca-Cola Company-vel, valamint az SA Coca-Cola Services NV-vel) szemben zajlott.

Az eljárás alá vont cégek az eljárás során igazolták, hogy a vizsgálatot érintett palackok, valamint azok kupakjai és címkéi technikai értelemben valóban 100%-ban újrahasznosíthatóak. A GVH-nak azonban aggályai voltak azt illetően, hogy míg a vizsgált címkék és kereskedelmi kommunikáció kiemeli ezt az egyedüli pozitív tulajdonságot, addig nem térnek ki a termék és a csomagolás környezeti terheire. A versenyhatóság szerint e körben lényeges az is, hogy a PET-palackok újrahasznosítása a vizsgált időszakban messze elmaradt a 100%-os aránytól Magyarországon. Felmerült tehát, hogy a vizsgált kommunikáció a valóságnál „zöldebb” fényben tüntethette fel az egész terméket.

Az eljárás alá vont cégek az eljárás során részletes kötelezettségvállalási csomagot nyújtottak be a GVH aggályainak kezelése érdekében, melyet a GVH javaslatainak megfelelően bővítettek is.

- Az eljárás alá vontak vállalták, hogy egy célzott és jelentős költségvetésű reklámkampányt indítanak Magyarországon a korábban is használt „Hasznosíts újra” szlogenjére építve. A kampány célja az lesz, hogy ösztönözze a fogyasztókat a PET-palackok újrahasznosításának segítésére, és növelje tudatosságukat, valamint ismereteiket az újrahasznosítás hazai gyakorlati lehetőségeit és a releváns környezetvédelmi és fenntarthatósági szempontokat illetően.
- Az eljárás alá vontak vállalták továbbá, hogy meghatározott ideig nem hivatkoznak a „100%-ban újrahasznosítható” kifejezésre a Naturaqua termékek kapcsán.

A GVH Versenytanácsa úgy ítélte meg, hogy az eljárás alá vontak vállalásai érdemiek, és előremutatóak, így alkalmasak az azonosított problémák és a GVH aggályainak kezelésére. A Versenytanács kiemelően értékelte a vállalt edukációs kampány várható pozitív társadalmi és

környezeti hatásait. A versenyhatóság úgy látja, hogy a kampány jellegéből fakadóan túlmutat a palackozott ásványvizek termékkörén, és valamennyi palackozott italtermékre kiterjed majd, általánosságban növelve a magyar fogyasztók tudatosságát, és tájékozottságát. A vállalatok így nem csak az eljárás alá vontak gyakorlatára, hanem a PET-palack piac egészére is kihathatnak prevenciós jelleggel.

Mindezek fényében a GVH Versenytanácsa jogsértés megállapítása, vagy annak hiánya nélkül lezárta az eljárást, és kötelezte az eljárás alá vontakat a vállalt kötelezettségek teljesítésére. A maradéktalan teljesítés tényét a GVH a későbbiekben utóvizsgálat keretében ellenőrzi majd.

Ezzel lezárult a versenyhatóság utolsó ún. „PET-palackos” eljárása is, melyeket 2024 nyarán indított. A GVH korábban a [Fonte Viva Kft.-vel](#) és a [Szentkirályi Magyarország Kft.-vel](#) szembeni eljárásait is lezárta, hasonló edukációs és korrekciós intézkedéseket eredményezve.

A Gazdasági Versenyhivatal az elmúlt években kiemelten foglalkozik az ún. „zöld állításokkal”. 2024 januárjában publikálta a [kérdéskört vizsgáló piacelemzését](#), amely rávilágított többek között arra, hogy sok esetben nem egyértelműek, zavarosak a zöld reklámüzenetek, a fogyasztók jelentős része pedig nincs tisztában az egyes állítások és jelölések pontos tartalmával, illetve jelentésével. A versenyhatóság felhívja a vállalkozások figyelmét, hogy a zöld állításokat tartalmazó kereskedelmi kommunikációjuk kialakítása során mindig körültekintően járjanak el. A zöld állításoknak minden esetben világosan és tárgyilagosan igazolhatónak kell lenniük. A GVH a vállalkozásokat segítő tanácsait [Zöld marketing útmutatójában](#) foglalta össze, a fogyasztókat pedig a [Gondolja Végig Higgadtan! kampánysorozata keretében segíti](#) a zöld üzenetekkel kapcsolatos eligazodásban.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **VJ/34/2024.**

GVH Kommunikáció

További információ:

Horváth Bálint, kommunikációs vezető +36 20 238 6939