

Zöld állítások és fenntarthatóság a GVH legújabb podcast adásában

Budapest, 2024. április 12. – Mik azok a „zöld állítások”? Mire érdemes odafigyelniük a vállalkozásoknak fenntarthatósági szempontból? – a válaszokért érdemes meghallgatni a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) podcast-sorozatának legújabb adását.

Az elmúlt években készült piackutatások szerint növekvő elvárás a fogyasztók részéről a gyártók környezetbarát működése, ezzel egyidejűleg pedig növekszik azon vásárlók aránya, akik figyelembe veszik fogyasztásuk környezetre gyakorolt hatását. A GVH ezért kiemelt figyelemmel vizsgálja az ún. „zöld hirdetéseket”.

A GVH 2024 januárjában publikálta [zöld állításokat vizsgáló piacelemzését](#) amelynek egyik fókuszában az élelmiszerek álltak. A vizsgálat megállapította, hogy a hazai vállalkozások nagyon széles értelmezésekkel és nem rendszerezett módon kommunikálnak a fenntarthatósággal kapcsolatban. Számos vállalkozás ún. bizalmi jegyekkel, logókkal támasztja alá a „zöld” működését, ugyanakkor nem mindig azonosítható (vagy magyarul nem elérhető) a fogyasztók számára a mögöttük álló tanúsító szervezet vagy szempontrendszer. A piacelemzés részeként az ELTE-vel közösen végzett kontrollált, véletlenített kísérlet megmutatta, hogy a zöld állítások termécsomagoláson való megjelenítése hatással van a fogyasztók adott termékről kialakított képére, illetve vásárlási szándékára. Ugyanakkor a fogyasztók jelentős része nincs tisztában a látott állítások pontos tartalmával, és sok esetben félreérti azokat.

A piacelemzés megállapításai alapján a GVH számos javaslattal élt a jogalkotó és a piaci szereplők felé, többek között többszintes, államilag szabályozott fenntarthatósági jelölőrendszer kialakítását javasolta a jogalkotónak.

Ehhez kapcsolódóan a GVH Podcast vendége Szöllösi Réka független élelmiszerpolitikai elemző és fenntarthatósági tanácsadó volt. A beszélgetés során Berezvai Zombor, a GVH vezető közgazdásza olyan kérdésekre kereste a választ, mint az élelmiszerek környezetterhelése, ezen belül is az alapanyagtermelés, a szállítás és a csomagolás jelentősége. Ezen kívül szó esett egy egységes fenntarthatósági jelölési rendszer kiépítésének lehetőségeiről és nehézségeiről és a nemzetközi mezőnyben sikeres fenntartható termékekről és vállalatokról.

A beszélgetés – a GVH podcast korábbi adásai mellett – meghallgatható

- a Gazdasági Versenyhivatal honlapján: <https://gvh.hu/sajtoszoba/gvh-podcast>,
- a GVH Youtube-csatornáján: <https://youtu.be/z5LpcG4nOns>
- valamint a nemzeti versenyhatóság Spotify csatornáján: <https://open.spotify.com/episode/2AA6Ifu5gFnIKayBbNTZiG>

A fogyasztók [a GVH honlapján olvashatnak bővebben](#) a zöld hirdetésekről, a vállalkozások pedig a hatóság [Zöld marketing útmutatójából](#) kaphatnak közérthető iránymutatást a környezetvédelemre vonatkozó reklámállítások elvárásairól.

GVH Közszolgálati kommunikációs Iroda

További információ:

Horváth Bálint, kommunikációs vezető +36 20 238 6939

Gondolovics Katalin, sajtószóvivő +36 30 603 1170