



1026 Budapest, Riadó u. 5-11.
Telefon: (06-1) 472-8865
KRID: 213396918
Ügyszám: VJ/35/2024.
Iktatószám: VJ/35-86/2024.

Betekinthető változat

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Lakatos, Köves és Társai Ügyvédi Iroda (1075 Budapest, Madách Imre út 14., cégkapu azonosító: 18190254) által képviselt **Szentkirályi Magyarország Kft.** (1117 Budapest, Gábor Dénes utca 4. C. ép. 5. em.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult VJ/35/2024. számú eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – kötelezi a Szentkirályi Magyarország Kft.-t az általa tett, jelen (végzéssel egybefoglalt) határozat melléklete szerinti kötelezettségvállalás teljesítésére.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Űrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez* dokumentum¹ használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a 2021. március 23-tól 2022. augusztus 25-ig gyártott ásványvizes palackok termék címkéjén megjelenített „Palackból palackot 25% RePET” kommunikáció nem jogsértő.

Az eljáró versenytanács meghozta az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács a honlapi és a termékcímkén történő kommunikáción kívül az egyéb kommunikációs csatornákon folytatott kereskedelmi kommunikáció tekintetében az eljárást megszünteti a Tptv. 60/A. § (1) bekezdés c) pontja alapján, mivel az eljárás megindítására a jogsértő kereskedelmi gyakorlat megvalósulását követő három éven túl került sor.

A végzés ellen a közléstől számított 8 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Űrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez* dokumentum² használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a

¹ https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

² https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselőt kötelező.

* * *

Amennyiben a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

INDOKOLÁS

I.

Az ügyindítás

1. A Gazdasági Versenyhivatal 2024. augusztus 1. napján versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel észlelte, hogy a Szentkirályi Magyarország Kereskedelmi és Termelő Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: eljárás alá vont vállalkozás) 2019. november 18. napjától a Szentkirályi márkanév alatt forgalmazott ásványvizek, illetve ízesített italok címkéin és a termékek népszerűsítése érdekében alkalmazott kereskedelmi kommunikációjában a „*Szállj be a körforgásba*” körforgásos rendszert hirdeti, amelynek keretében a „*Gyűjtsd szelektíven!*”, „*100%-ban újrahasznosítható*”, „*Palackból palackot, 50% rePET*”, és ehhez hasonló jelentéstartalmú állításokkal és a kereskedelmi kommunikáció képi megjelenítésével valószínűsíthetően megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat a termék lényeges jellemzőivel kapcsolatban, különösen a termékek környezeti hatásai tekintetében, amely magatartásával a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pont bi) alpontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat
2. A vizsgálat a VJ/35-56/2024. számú vizsgálati jelentést 2025. július 30-án terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került.
3. Az eljáró versenytanács a VJ/35-60/2024. számú irattal megküldte a VJ/35-57/2024. számú vizsgálati jelentést észrevételezés, illetve nyilatkozattétel céljából a Tpv. 73. §-ának (3) bekezdése alapján. Az eljárás alá vont jelentésre tett észrevételeit a VJ/35-63/2024. számú irat tartalmazza.
4. Az eljáró versenytanács a VJ/35-74/2024. számú irattal megküldte a VJ/35-73/2024. számú előzetes álláspontját észrevételezés illetve nyilatkozattétel céljából. Az eljárás alá vont előzetes álláspontra adott nyilatkozatát VJ/35-77/2024. számú irat tartalmazza. Az eljárás alá vont nem kérte tárgyalás tartását.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

5. Az eljárás alá vont vállalkozás 2003. augusztus 28-án került bejegyzésre, főtevékenységként üdítőital és ásványvíz gyártással foglalkozik. Az eljárás alá vont vállalkozás két telephellyel rendelkezik Magyarországon, ahol az ásványvíz palackozást végző üzemek is találhatóak.
6. Az eljárás alá vont nettó értékesítési árbevétele a 2024. évi beszámolója szerint 42 344 800 000 Ft volt és 567 fő volt az átlagos statisztikai állományi létszám.

7. Az eljárás alá vont vállalkozással szemben a megelőző tíz évben a Gazdasági Versenyhivatal nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást.

III.

Az érintett piac

8. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termék az összes, Szentkirályi márkanév alatt PET-palackban forgalmazott ásványvíz, illetve ízesített ital, amely kiskereskedelmi forgalomban kapható.

III.1. Ásványvíz és helyettesítő termékei

III.1.1. Ásványvíz

9. Az ásványvíz termékkategóriát illetően az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a természetes ásványvizet a felszín alatti vízzáró rétegek alatt felhalmozódott vízkészletekből nyerik. Ez a vízkészlet az emberi tevékenység megjelenése előtt évmilliók során halmozódott fel és különböző geológiai folyamatok miatt elzáródott a felszíni vízkészlettel. Ezek a vízkészletek jelenleg sem érintkeznek a felszíni vízkészlettel, ezeken a leőhelyeken ezért a víz eredendően tiszta, vagyis az emberi tevékenység megjelenése előtti állapotában található meg.
10. Az eljárás alá vont vállalkozás bemutatta, hogy a természetes ásványvíz eredendően kedvező tulajdonságainak védelmét a jogalkotó azzal garantálja, hogy szabályozza a természetes ásványvízként forgalomba hozható termékek ekként történő nyilvántartásba vételét, kezelését, ellenőrzését és palackozását. A vonatkozó jogszabály, a természetes ásványvíz, a forrásvíz, az ivóvíz, az ásványi anyaggal dúsított ivóvíz és az ízesített víz palackozásának és forgalomba hozatalának szabályairól szóló 65/2004. (IV. 27.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet (a továbbiakban: együttes rendelet). Az együttes rendelet 2. § a) pontja alapján a természetes ásványvíz a természetes állapotában emberi fogyasztásra szánt, az együttes rendelet 3. §-a szerint hivatalosan elismert víz, amely
1. védett, felszín alatti vízáadó rétegből – egy vagy több természetes vagy mesterségesen feltárt forrásból vagy kútból – származik,
 2. eredendően szennyeződésmentes,
 3. ásványianyag- és nyomelem-tartalma, valamint egyéb összetevőinek következtében egészségügyi szempontból előnyös tulajdonságokkal rendelkezik, és egyértelműen megkülönböztethető az ivóvíztől,
 4. összetétele és hőmérséklete közel állandó, vagy a természetes ingadozás határain belül van,
 5. a rendelet 1. számú mellékletben felsorolt összetevőinek mennyisége palackozáskor nem haladja meg az ott megengedett határértékeket,
 6. mikrobiológiai szempontból megfelel a rendelet 5. § szerinti előírásainak.

III.1.2. Forrásvíz

11. A forrásvizekkel kapcsolatban szintén idézi az eljárás alá vont vállalkozás az együttes rendeletet, miszerint a forrásvíz természetes állapotában emberi fogyasztásra szánt víz, tehát nem kell tisztítani, amely megfelel az együttes rendelet 10. § szerinti palackozási, mikrobiológiai, forgalmazási és kezelési követelményeknek, továbbá teljesíti az ivóvíz

minőségi követelményeiről és az ellenőrzés rendjéről szóló 201/2001. (X. 25.) Korm. rendelet előírásait is.³

III.1.3. Kezelt víz

12. Az eljárás alá vont vállalkozás megítélése szerint a kezelt víz rendelkezik a legalacsonyabb minőséggel a forrásvízhez vagy ásványvízhez viszonyítva. Ez általában a legolcsóbb víz, valamiféle hozzáadott értékkel kerül forgalmazásra a fogyasztók számára, és általában a kiskereskedelmi láncok saját márkajelzésével értékesítik.

III.1.4. Ivóvíz, csapvíz

13. Az ivóvizet és a csapvizet egy kategóriába sorolva hivatkozik az eljárás alá vont vállalkozás az együttes rendeletre, ami alapján az ivóvíz emberi fogyasztásra szánt víz, amely megfelel a 201/2001. (X. 25.) Korm. rendelet előírásainak. Az eljárás alá vont vállalkozás piaci ismeretei szerint Magyarországon az ivóvíz sokáig viszonylag hagyományos helyettesítő volt mind a kiskereskedelmi, mind a HoReCA disztribúción belül más típusú vizek számára, és szörpökkel (szirupokkal) együtt az ízesített vízpiac szerves részét képezi. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy az ivóvíz a felszíni és a felszín alatti vizek együttes forrásától származik, és viszonylag összetett technológiai eljárásokkal biztosítható, hogy az ivóvíz minősége elérje a jogszabályi követelményeket.

III.1.5. Termékpiac

14. Az eljárás alá vont vállalkozás kifejtette, hogy a termékpiac meghatározása vonatkozásában először is különbséget kell tenni az alkoholmentes italok körén belül:
- az ízesített italok (üdítők) (a végfelhasználó fogyasztók az üdítő kategórián belül különbséget tesznek gyümölcslevek, RTD⁴ teák, sportitalok, energiaitalok, kólaízű italok, tonikok, ízesített vizek és egyéb szénsavas üdítőitalok között) és
 - nem ízesített italok (ásványvizeket, dúsított vizeket, forrásvizeket, legújabban pedig szűrt ivóvizeket foglal magában) között.
15. A fent említett termékek csoportosíthatók a
- szénsavasság⁵
 - disztribúciós csatornák szerint.
16. A disztribúciós csatorna lehet:
- HoReCa disztribúciós csatorna, azaz a „házon kívüli” csatorna⁶

³ Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy 201/2001. (X. 25.) Korm. rendeletet az 5/2023. (1.23.) Korm. rendelet 30. § értelmében hatályát veszítette 2023. január 12. napján.

⁴ Ready to drink – fogyasztásra azonnal alkalmas.

⁵ A szénsavas italok olyan italok, amelyekben nagy nyomással széndioxid gázt oldanak fel, ezáltal az ital ízét és pH-értékét megváltoztatják, ami sajátos érzést biztosít az ilyen termékek fogyasztása közben. Amíg a szénsavmentes italok kémhatása semleges, a szénsavas italok kémhatása kifejezetten savas, pl. a forrásvíz savtartalma pH 3,0 és 4,0 közé esik, ami az almához hasonló pH érték.

⁶ Szállodák, éttermek, kávéházak, ahol az italokat közvetlen fogyasztásra vásárolják. Az értékesített termékek eltérnek a kiskereskedelmi disztribúció (azaz kiskereskedők, például szupermarketek, hipermarketek, áruházak, kiskereskedelmi üzletek, diszkontáruházak) részére értékesített termékektől. Az eltérés például a termékajánlatok, csomagolási formátumok és méretek tekintetében jelentkezik. A HoReCa-csatornákon a termékeket kisebb méretekben (pl. 0,25 liter, 0,33 liter, 0,7 liter) és jellemzően üvegpalackokban, vagy rendkívül nagy méretben, ballonos kiszolgálásban vízadagolók számára (19 liter) forgalmazzák.

- kiskereskedelmi csatorna.⁷

III.1.5.1. Keresleti oldal

17. *A nem ízesített italok (vizek)* tekintetében a HoReCa disztribúció esetében a nem ízesített italok fogyasztói igényei jelentősen eltérnek a kiskereskedelmi disztribúcióban azonosított igényektől. Ez a különbség érzékelhető, mivel a HoReCa-csatornában a fogyasztók a nem ízesített italok tekintetében jellemzően csak a főbb kategóriák megkülönböztetésére hajlamosak, mint pl. szénsavas vagy nem szénsavas víz. Ami az ízesítés nélküli vizeket illeti, ebben a csatornában a fogyasztók nem tesznek érdemi különbséget forrásvíz, dúsított víz vagy az ásványvíz között, sőt a HoReCa szektorban az ivóvizet (csapvizet), vagy akár vízszűrő berendezéssel előállított szűrt és hűtött, esetleg szénsavval dúsított ivóvizet gyakran kínálják a vendéglátók a palackozott víztermékek alternatívájaként. A fogyasztói igényeknek megfelelően a HoReCa disztribúcióban jellemzően a termékkínálati paletta szűkebb, mint a kiskereskedelmi csatornán.
18. *Az ízesített italok* HoReCa disztribúcióján belüli fogyasztói igény kifinomultabb, mivel ebben a csatornában a végső fogyasztók megkülönböztetik a kólaízű italokat, a tonikokat, a gyümölcsleveket, a fogyasztásra kész teákat és az egyéb szénsavas üdítőitalok kategóriáit.
19. A fentiekől eltérően a kiskereskedelmi disztribúciós csatornán a fogyasztók igényei sokkal specifikusabbak, ami lehetővé teszi, hogy sokkal szélesebb termékválaszték legyen jelen a csatornában. Megkülönböztethető a forrásvíz, az ásványvíz, a kezelt (dúsított) vizek és újabban a szűrt ivóvíz, akár szénsavas, akár szénsavmentes formában.

III.1.5.2. Kínálati oldal

20. *A HoReCa-csatornában* a következő szereplők tekinthetők versenytársnak:
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok].
21. *A kiskereskedelmi csatornában a nem ízesített víz kategóriában* a forgalmazók közül a következők tekinthetők fontosabb versenytársnak:
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];
 - [üzleti titok];

⁷ A termékeket 0,25 litertől 2,5 literig terjedő méretekben és műanyag palackokban, fémdobozban vagy papírdobozban kínálják eladásra. Az eljárás alá vont vállalkozás tapasztalatai szerint az ízesített vizek jellemzően csak a kiskereskedelmi disztribúciós csatornában jelennek meg. Az ízesített italok kiskereskedelmi disztribúciójában a termékkínálat a kólaízű italokra, tonikra, gyümölcslére, fogyasztásra kész teaitalokra, egyéb szénsavas üdítőitalokra, ízesített vizekre (beleértve a szirupalapú italokat és szirupokat is), energiatalokra és sportitalokra osztható.

- [üzleti titok];

- [üzleti titok].

III.1.6. Piaci részesedési adatok

22. A 2022-2024. évre vonatkozó értékesítési és piaci részesedési adatok az AC Nielsen Piackutató Kft. adatszolgáltatása szerint:⁸ az eljárás alá vont piaci részesedése körülbelül [10-50%]. A részletes táblázatot a vizsgálati jelentés 4. számú melléklete tartalmazza.⁹

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

23. A versenyfelügyeleti eljárásban a Gazdasági Versenyhivatal azt vizsgálta, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2019. november 18. napjától a Szentkirályi márkanév alatt forgalmazott ásványvizetek, illetve ízesített italok címkéin és a termékek népszerűsítése érdekében alkalmazott kereskedelmi kommunikációjában a „*Szállj be (te is) a körforgásba*” körforgásos rendszert hirdeti, amelynek keretében a „*Gyűjtsd szelektíven!*”, „*100%-ban újrahasznosítható*”, „*Palackból palackot, 50% rePET*”, és ehhez hasonló jelentéstartalmú állításokkal és a kereskedelmi kommunikáció képi megjelenítésével megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott-e a termék lényeges jellemzőivel kapcsolatban, különösen a termékek környezeti hatásai tekintetében. A vizsgálat alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont honlapján 2019. november 13-tól legalább 2024. augusztus 12-ig folyamatosan tett közzé a termékei környezeti hatásával kapcsolatos kommunikációt a „*szentkiralyi.hu/korforgas*” internetes aloldalon¹⁰.
24. Az eljáró versenytanács a rendelkezésre álló információk alapján megállapította, hogy az eljárás alá vont a vizsgált időszakban három elkülönült kommunikációs kampányt folytatott a termékei PET-palackos csomagolásának környezeti hatásait érintően. Ezek a kampányok egymást követően, de az egyes kampányok között néhány hónapos szünetekkel kerültek lebonyolításra, és eltérő fő üzenet(ek)kel dolgoztak, így az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem tekinthetőek egyetlen összefüggő, folyamatos kereskedelmi gyakorlatnak¹¹. Az egyes kampányok főbb jellemzőit az alábbi táblázat foglalja össze.

	Időtartam	Főüzenet	Megjelenés
1. kampány	gyártás: 2019.10.28.-2020.03.11. komm.: 2019.10.31.-2020.06.06.	szállj be a körforgásba; 100%-ban újrahasznosítható	közösségi média posztok, kiskereskedelmi láncok akciós újságjai, termékek csomagolása (címke, zsugorfólia), honlapi aloldal, TV, mozi, YouTube, DM márka aloldal

⁸ VJ/35-25/2024. sz. irat.

⁹ Az első 10 vállalkozást tartalmazza a táblázat. További adatok a VJ/35-25/2024. iratban találhatóak.

¹⁰ A [https://web.archive.org/ weboldal https://www.szentkiralyi.hu/korforgas/](https://web.archive.org/weboldal/https://www.szentkiralyi.hu/korforgas/) aloldalon elérhető archivált oldalmentések alapján

¹¹ VJ/35-63/2024 számú irat

2. kampány	gyártás: 2020.09.15.-2020.09.17. komm.: 2020.11.08.-2020.12.30.	Palackból palackot - 50% rePET (Kifli, NetPincér, Emag webshopban)	palackok címkéje (2*50.000 db), közösségi média posztok
3. kampány	gyártás: 2021.03.23.-2022.08.25.	Palackból palackot - 25% rePET (Lidl üzletekben)	palackok címkéje (kb. 3- 4 millió db), honlapi aloldal

25. A 3. kampány keretében tanúsított kereskedelmi gyakorlat az alábbi szöveges és képi elemeket tartalmazta:

Palack címke:



Honlapi kommunikáció:



26. Mint ahogyan az az eljárás alá vont vállalkozás előadásából kiderült, a <http://szentkiralyi.hu/korforgas> internetes aloldalnak¹² az a funkciója, hogy kiegészítse a kampány egyéb csatornáin zajló kommunikációt, és az egyéb csatornákra jellemző terjedelmi korlátok nélkül tájékoztasson általánosan a PET-palackok újrahasznosíthatóságával és a körforgásos gazdasági modellel kapcsolatban.¹³ Ezen az aloldalon többek között az alábbi képi megjelenések és üzenetek voltak láthatóak 2020 december 29-től a vizsgálók által megállapítottak szerint 2024. augusztus 12-ig.¹⁴ A honlap teljes tartalmát (a 2019.11.13-tól 2025. január 14-i között 15 időállapotban archivált oldalait) az előzetes álláspont 1. sz. melléklete tartalmazza¹⁵.

¹² VJ/35-4/2024. sz. irat 1/Db. sz. melléklet.

¹³ VJ/35-26/2024. sz. irat 8_62_b-19-8-2020 szeusz-pdf. fájlnevű melléklet 6. kérdésre adott válasz.

¹⁴ <https://web.archive.org/web/20240812145046/https://www.szentkiralyi.hu/korforgas/>.

¹⁵ [https://web.archive.org/„szentkiralyi.hu/korforgas aloldal mentések](https://web.archive.org/„szentkiralyi.hu/korforgas%20aloldal%20mentések)



„Képzeld el egy olyan világot, amelyben a PET-palack nem vész el, hanem újra és újra PET-palackként kerül az üzletek polcaira! **Ez nem a távoli jövő** vagy egy tudományos-fantasztikus film nyitójelenete, hanem egy olyan fenntartható gazdasági modell, amelynek megvalósulásáért nap mint nap te is könnyedén tehetesz! A körforgásos gazdaság egy olyan rendszer, amelyben felhasználásukat követően a termékek azonos vagy feldolgozott formában kerülnek vissza a gyártásba. Mindent megteszünk azért, hogy a Szentkirályi ásványvíz csomagolásaként szolgáló PET-palackok, valamint a kupakok és címkék alapanyagai folyamatosan használatban maradjanak. Ezzel a **megújuló természeti energiához hasonló önfenntartó rendszert tudunk létrehozni**, amelyhez a te segítségedre is szükségünk van!” (kiemelés a versenytanácstól)

27. „Hosszú évek óta dolgozunk a vállalat és az egész iparág környezettudatos működéséért. A legnagyobb siker számunkra, hogy az eddig végzett munkánkat fogyasztóink is elismerik: egy friss kutatás* szerint a három legfenntarthatóbb hazai vállalat közé sorolják a Szentkirályi Magyarországot. Éppen ezért nem állunk meg, és fenntarthatósági törekvéseink folytatásaként bemutatjuk legújabb innovációnkat, a 25 százalékban rePET-ből, vagyis újrahasznosított PET-ből készült 0,5 literes palackjainkat. Az új csomagolásnak köszönhetően a három alapelvre épülő körforgásos gazdaság következő szintjére léptünk.

- Az első alapelvet, amely kiköti, hogy a palackok 100 százalékban újrahasznosítható anyagból készüljenek, sikerrel megvalósítottuk.
- A második alapelv szerint kulcsfontosságú, hogy a palackokat – lehetőleg betétdíjas rendszerben – hatékonyan gyűjtsük vissza, hiszen csak annyi hasznosítható újra, amennyi visszajut a gyártásba.
- A jelenlegi fejlesztéssel pedig a harmadik, „palackból-palackot” néven is ismert alapelvet teljesítjük, amely a legfenntarthatóbb megoldás termékeink csomagolására.”

„A PET-palackokat szinte veszteség nélkül lehet újrahasznosítani és újra palackokat előállítani belőle – **kishíján a végtelenségig**. A legfenntarthatóbb megoldás, ha a régiekből új PET-palackok készülnek, és ezzel bezárul a PET-körforgás. A betétdíjas rendszer segítségével a fogyasztókat arra ösztönözzük, hogy juttassák el a gyűjtőpontokra az üres PET-palackokat, ahol visszakapják a palackok betétdíjaként meghatározott, vásárláskor kifizetett összeget. A visszagyűjtött palackokat az újrahasznosítás első lépéseként préselik, majd őrléménnyé darálják. Ezt granulátummá alakítják, majd előformát öntenek belőle, amelyből újra PET-palackok készülhetnek. Így **hosszú távon hulladékmentesen lehet palackozni** a természetes ásványvizet.” (Kiemelés az eljáró versenytanácstól.)

IV.1. A PET-palackok gyártásával és újrahasznosításával kapcsolatban feltárt tényállás

28. A PET műanyag palackok az 1980-as években jelentek meg, tömegük hamar lement 50 gramm alá, így jelentősen könnyebbek, kényelmesebbek voltak, mint az üveg. Hamar belátható volt, hogy a PET ellenállósága és tartóssága megkíván valamilyen újrahasznosítást. Azonban ekkor még nem volt mögöttük újrahasznosító ipar, ezért az 1990-es évek elején megjelentek az újrahasználatú vastagabb falú PET-palackok. A palackokat úgy tervezték, hogy azokat több tízszer újra lehessen használni. Ezek a palackok relatíve kevés ideig voltak forgalomban, mert hamar kiderült, hogy a felületük puhasága miatt karcolódnak, és nem tudják hozni azt a vizuális élményt, aminek elő kell segítenie a termék vásárlását. Az újrahasználatú PET-palackok eltűnésével párhuzamosan kezdett elterjedni a szelektív hulladékszigetes gyűjtés is, mely 2004 környékére érte el a teljes budapesti lefedettséget. A házhoz menő szelektív hulladékgyűjtés 2015-ben vált teljeskörűvé Budapesten, és ezzel a folyamattal párhuzamosan csökkent a hulladékszigetek száma. Manapság Magyarország nagy részén elérhető a házhoz menő szelektív hulladékiszállítás valamilyen formája, illetve gyűjtő szigetek is működnek még.¹⁶
29. 1950-ben még évi 2 millió tonna műanyagot gyártottak világszerte, 2015-re ez az éves gyártás 407 millió tonnára nőtt, amiből közel 300 millió tonna szűz műanyag¹⁷ volt. Míg az újrahasznosítási ráta globális szinten a teljes portfóliót tekintve 14-18% közötti szintet ért el, a szeméttisztítás 24%-ot, addig a maradék 58-62% közötti mennyiség hulladéklerakókban és elszórva a természetben végzi – egy 2023-ban megjelent tanulmány szerint.¹⁸ A műanyag hulladékok bomlása hosszú idő, míg az elégetett műanyag az üvegházhatást erősíti. A műanyagipar alapanyaga továbbra is nagyobb részt a kőolaj, a teljes kitermelés 4%-át használja fel. Felhasználási funkció szerint a csomagolóipar a legnagyobb műanyag igényű terület, 2015-ben 145 millió tonna műanyag csomagolóanyag került legyártásra világszerte.¹⁹
30. Egy 2012-es felmérés szerint a magyarországi PET italos palackok 2011-es éves felhasznált mennyisége megközelítőleg 1,5 milliárd darab. Egy 2014-es adat alapján az újrahasznosítási arány 21,4% alapanyagként, további 21,5% volt energiatermelési célú égetés által. Ezek alapján becsülhetően közel 800 millió PET-palackkal nőtt a nem újrahasznosított kumulált hulladék mennyiség, nagy része szeméttelpeken, kisebb része országszerte elszórva.²⁰
31. 2022-ben Magyarországon a műanyagcsomagolások 27,5%-a került újrahasznosításra,²¹ 2020-ban pedig az EU-ban a használt PET-palackok 28,7%-ából gyártottak újra csomagolóanyagot.²²

¹⁶ Pónusz Mónika: Fenntarthatóság – Ellátási Láncok – Logisztika in Egymillió karakter a fenntarthatóságról I. Budapest, 2023 Károli Gáspár Református Egyetem Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kara (Szerkesztette Andó Éva – Csillik Péter – Kovács Róbert) 87-88. https://www.researchgate.net/publication/374741951_Egymillio_karakter_a_fenntarthatosagrol_kotet_1.

¹⁷ A szűz műanyag (angolul: virgin plastic) olyan műanyag, amelyet elsődleges nyersanyagból, például kőolajból vagy földgázból állítanak elő, és még nem használták fel korábban semmilyen formában. Ez azt jelenti, hogy nem tartalmaz újrahasznosított anyagot, és először kerül gyártásba, majd felhasználásra. Lásd bővebben: <https://greendex.hu/mit-tartsunk-szem-elott-mielott-muanyagot-vasarolunk/>.

¹⁸ Pónusz 85.

¹⁹ Uo.

²⁰ Pónusz 88.

²¹ https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_wm020/default/table?lang=en.

²² <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/measuring-the-quality-of-recycling/figure-3-mass-flow-for-pet-recycling-in-2018-and-2020>.

32. A megkeresett hulladékgazdálkodási vállalkozások nem tudtak nyilatkozni az újrahasznosítás arányáról.

IV.2. Egyéb bizonyítékok

IV.2.1. Műanyag újrahasznosításra vonatkozó információk

33. Az Eurostat által közzétett újrahasznosításra vonatkozó információk szerint Magyarországon a csomagolóanyagokat 2019 és 2022 között 24,9-33% közötti arányban hasznosították újra.²³
34. Lakosságszámarányosan az EU-ban 6-21 kg műanyag került újrahasznosításra fejenként 2021-ben, Magyarország vonatkozásában 2020-ban ez a szám 11,82 kg volt.²⁴
35. 2020-ban az Európai Unióban 4,6 millió tonna legyártott PET csomagolóanyagból mindössze 1,318 millió tonnát hasznosítottak újra csomagolóanyag gyártása céljából, ami az összes legyártott PET csomagolás 28,7%-a.²⁵

IV.2.2. A PET/rePET gyártással kapcsolatos videó tartalma

36. A vizsgálati jelentés 3. számú mellékleteként nyilvántartott, az eljárás alá vont vállalkozás támogatásával készült videó végén a riporter és a General Plastic hulladékfeldolgozó üzem értékesítési vezetője közötti alábbi párbeszéd hangzik el:
- Riporter: *„Talán érdekes kérdés, hány újrahasznosítási ciklust bír a PET?”*
 - Értékesítési vezető: *Ha a reciklált PET elvárt anyagát vesszük alapul a flakonban, ami 25%, vagyis általánosságban a gyártók hozzákeverik az új anyagokhoz a reciklált anyagot. 75% új gyártású anyag és a többi reciklált alapanyag. Ez végtelenszer használható. Újra és újra.*
 - Riporter: *Vagyis, nem degradálódik a folyamat során?*
 - Értékesítési vezető: *Degradálódik, de az új flakonhoz mindig kerül 75% új gyártású szűz alapanyag. Vagyis 25% reciklált anyagot a következő körben mindig hozzáadunk az új anyaghoz. És így elérjük ugyanazt a minőséget újra és újra.*
 - Riporter: *Oké, csak feltételezésképp, ha 100%-ban reciklált anyagot használtok a gyártásban, akkor hányszor lehetne használni?*
 - Értékesítési vezető: *Négyszer-öttször és utána már gondok lennének. Mi előformát is gyártunk, így értünk valamit ehhez a témához. És nem vagyunk hívei a 100%-os reciklált anyag használatának az előformában, a palackban.*
 - Riporter: *Vagyis vannak határok.*
 - Értékesítési vezető: ***Igen. Mixelni kell a kettőt. A flakon minősége miatt muszáj használni szűz anyagot. Ehhez adagolhatsz újrahasznosított anyagot, környezetvédelmi, vagy bármely okból, de a 100%-ban újrahasznosított alapanyagokból készülő palack nem a jövő.”***

²³ https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_wm020/default/table?lang=en

²⁴ https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2018/12/story/20181212STO21610/20181212STO21610_hu.pdf

²⁵ <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/measuring-the-quality-of-recycling/figure-3-mass-flow-for-pet-recycling-in-2018-and-2020>

IV.2.3. Fogalommeghatározások

IV.2.3.1. Körforgásos rendszer, körforgásos gazdaság

37. A körforgásos gazdaság olyan rendszer, amely a lehető leghosszabb ideig megőrzi a termékek, anyagok és erőforrások értékét a gazdaságban, és minimalizálja a hulladékkeletkezést. Ez egy olyan rendszert jelent, amelyben a termékeket újrafelhasználják, megjavítják, újragyártják vagy újrafeldolgozzák.²⁶
38. A körforgásos gazdaság termelési és fogyasztási modellje arra épül, hogy egyszeri fogyasztás helyett a termékek élettartamát a lehető legjobban meghosszabbítsuk. Erre alkalmas módszer lehet, ha vásárlás helyett kölcsönzünk, a már megvásárolt termékeknek pedig „második esélyt” adunk azzal, hogy megjavítjuk, átalakítjuk, esetleg továbbadjuk őket. Amikor az adott termék eléri az élelciklusa végét, akkor az alapanyagokat újra lehet hasznosítani. Így csökken a hulladék mennyisége, ráadásul az alapanyagok és késztermékek újbóli felhasználása gazdaságilag is értékteremtő.²⁷



1. számú ábra

39. Az eljárás alá vont vállalkozás a körforgásos gazdaságra vonatkozóan az alábbiakat nyilatkozta:

²⁶ <https://eur-lex.europa.eu/HU/legal-content/glossary/circular-economy.html> (2026.01.21.)

²⁷ <https://www.europarl.europa.eu/topics/hu/article/20151201STO05603/korforgasos-gazdasag-mit-jelentmiert-fontos-es-mi-a-haszna>.

„A Szentkirályi Magyarország évek óta elkötelezett támogatója a körforgásos gazdaságnak és a fenntartható vállalati működésnek. Az újrahasznosítható anyagok begyűjtése és újrahasznosítása új szemléletet honosít meg a gazdaság egészében, melynek során a használt PET-palackokra is értékes másodlagos nyersanyagként, nem pedig szemétként tekinthetünk. Az italcsomagolások visszagyűjtése volt ezidáig a körforgásos gazdaság kerékkötője, azonban a kötelező betétdíjas rendszer bevezetésével ez az akadály is elhárult.” „A körforgásos gazdaság minél szélesebb körű megvalósításának alapja a hatékony visszagyűjtés, éppen ezért továbbra is biztatjuk a vásárlókat, hogy váltsák vissza a palackokat és minél előbb közelítsük meg a 100%-os visszaváltási arányt. Hiszen már a boltokban a bizonyíték, hogy a visszaváltott palack valóban újrahasznosul” – mondta Buzási Dániel, a Szentkirályi Magyarország ügyvezetője.²⁸

„Meghatározó mérföldkőhöz ért az idén 30 éves Szentkirályi 2022-ben indított, ötéves fejlesztési programja, amelynek egyik kiemelt célja a körforgásos gazdaságra történő átállás. A beruházás első ütemében a vállalat szentkirályi telephelyén megépült gyártócsarnokban kapott helyet az új, nagy teljesítményű PET palackozó gyártósor.”²⁹

IV.2.3.2. Újrahasznosítás, újrahasznosítható

40. **Újrahasznosítás (recycling):** az újrahasznosítás fogalmát sokszor azonosítják a körkörös gazdasági koncepció egészével. A zárt anyagáramokra épülő irányzat azonban többet jelent az anyagok egyszerű visszaforgatásánál. Az újrahasznosítás során a körforgásos alapelvek csak halványan érvényesülnek, hiszen nem tartja fent a termékek eredeti funkcióját, vagy ruhazza fel őket újjal. Ezen az alacsony prioritási szinten az egyetlen fontos tényező a tárgyak anyaga, melyek másodlagos nyersanyagként újra bekerülnek a termelési folyamatokba. Ez a mechanizmus, bár új alapanyagok felhasználását nem – vagy csak alacsony mértékben – igényli, mégis extra energiafelhasználással jár. Továbbá, az újrahasznosítás hatékonyságát több tényező csökkenti. Egyes funkciók betöltése után már nem minden terméket lehet újra termelésbe vonni. Továbbá, az újrahasznosítás alkalmával az egyes anyagok nem 100%-osan hasznosulnak. A legnagyobb gondot viszont az jelenti, hogy a napjainkban gyártott termékek több különféle alapanyagból készülnek és nem lehet megfelelően szétválasztani őket. Ez az egyik oka annak, hogy a termékviszaváltó rendszerek még az olyan országokban sem működnek maximális hatékonysággal, mint Hollandia. Hiába a fejlett újrahasznosító infrastruktúra, amelyet az elmúlt években hoztak létre. Ezért a korábban taglalt körkörös terméktervezés fontos részét képezi, hogy a megtermelt javak ne csak hosszú életűek és könnyen karbantarthatók, hanem egyszerűbb összetételűek is legyenek.³⁰
41. Az újrahasznosítás – amellyel sokan azonosítják a környezettudatos életmódot – a körkörös gazdaság egy alacsony prioritási szintjén jelenik meg.³¹

²⁸ <https://www.szentkiralyi.hu/a-kor-bezarul-mar-a-boltokban-a-bizonyitek-hogy-a-visszavaltott-szentkiralyi-palackokbol-is-ujra-palackok-lesznek/> 2025.január 21.

²⁹ <https://www.szentkiralyi.hu/a-korforgasos-gazdasag-jegyeben-boviti-gyartokapacitasat-a-szentkiralyi-magyarorszag-atadtak-a-vallalatsoport-egyik-legmodernebb-gyaregyseget/> 2023.június 2.

³⁰ Horváth Bálint: Körforgásos gazdasági modellek és hatékonyságuk mérése 2019. 26. https://real-phd.mtak.hu/1553/1/horvath_balint_ertekezes_DOI.pdf.

³¹ Uo. 27.

42. Az újrahasznosítás – a közhiedelemmel ellentétben – nem jelenti az elsődleges termelés teljes helyettesítését.³²
43. Az újrahasznosítás, karbantartás (legyen az újragyártás, felújítás vagy javítás) és az újrahasználat esetén azonban téves azt feltételezni, hogy ezek a folyamatok teljes mértékben kiváltják az új (elsődleges) nyersanyagok használatát. A termékek a karbantartás után vagy az újrahasználat során többször cserélnek tulajdonost, a régi felhasználójuk pedig sokszor új árucikk vásárlásával kompenzálja a régi hiányát. Természetesen hasznos mindkét tevékenység, hiszen megelőzi a hulladékok létrejöttét, viszont nem feltétlenül csökkenti a termékek fogyasztását. Továbbá az újrahasznosítás esetében az 1:1-es hasznosulás téves elképzelés, mert bizonyos materiákat (pl. műanyag) csak korlátozott feltételek mellett lehet újra termelésbe vonni. Sok esetben az is előfordul, hogy a szelektíven gyűjtött hulladék minőségi vagy használati okokból kifolyólag egyáltalán nem alkalmas az újrahasznosításra.³³

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

44. Az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgálati szakban előadta, hogy az ásványvíz és üdítőital ipar abban a különleges helyzetben van, hogy az elkövetkező években az első teljesen körforgásos, azaz hulladékmentesen működő iparággá válhat, hiszen valamennyi az ágazat által használt csomagolóanyag 100%-ban újrahasznosítható, azaz alkalmas arra, hogy használat után ismételten italos palackká váljon. Ezt azonban tudatosítani kell a fogyasztókban. A környezetvédelmi célok nem valósíthatók meg egyedül a kibocsátók által, a fogyasztók közreműködése nélkül.³⁴
45. Kifejtette, hogy az EU által előírányzott körforgásos gazdasági modell keretében ismertett előírások, valamint az azon túlmenően önkéntesen tett ágazati szövetségi vállalások akkor tudnak hatékonyan megvalósulni, ha a lakosságnál a PET-palackok visszagyűjtésében minél hamarabb megtörténik az ehhez szükséges szemléletváltás. Az eljárás alá vont vállalkozás szerint, ezért nagy szükség van a fogyasztók tájékoztatására, oktatására. El kell érni, hogy a fogyasztók tudatosan járjanak el, gyűjtsék össze a kiürült csomagolóanyagokat. Fontosnak és indokoltnak tartja a lakosság aktivizálását és edukálását a körforgásos gazdasági modellről, vagyis arról, hogy a PET-palack újrahasznosítható, ha megvalósul a visszagyűjtés.³⁵
46. Álláspontja szerint az iparági edukációs kommunikáció sikerének valódi mérőszáma a műanyag hulladék visszagyűjtési rátájának, a visszagyűjtés hatékonyságának növekedése lesz, amely azonban csak hosszabb távon mérhető.³⁶
47. Hangsúlyozta, hogy nagyon komoly erőfeszítéseket tesz a körforgásos gazdasági modell megvalósulása érdekében. A körforgásos gazdasági modell kialakulása többlépcsős folyamat.³⁷
48. A körforgásos gazdasági modell kialakításának „nulladik” lépése, hogy a Szentkirályi ásványvíz csomagolásához használt PET-palackok, kupakok és címkék újrahasznosítható

³² Uo. 32.

³³ Uo.126.

³⁴ VJ/35-26/2024. sz. irat.

³⁵ VJ/35-26/2024. sz. irat.

³⁶ VJ/35-26/2024. sz. irat.

³⁷ VJ/35-26/2024. sz. irat.

anyagból készülnek, így alkalmasak arra, hogy akár anyagvesztés nélkül, megfelelő fogyasztói magatartás (gyűjtés) mellett a gyártási folyamatba visszakerülve és felhasználva ismét csomagolóanyagként szolgálhasson. Az eljárás alá vont vállalkozás ezen terméke esetén nemcsak a palackokat, hanem a kupakot és a címkét is újrahasznosítható alapanyagból gyártja. Ennek eredményeképpen a kupak, a címke és a PET-palack is újrahasznosításra kerülhet.³⁸

49. [üzleti titok].³⁹

50. Végezetül hozzáfűzte, hogy ezen túlmenően is elkötelezett a környezetvédelem iránt. Környezettudatos céljai megvalósításának eszközeként az ISO 14001:2015 szabvány követelményei szerinti környezetközpontú irányítási rendszert működtet integráltan más szabványkövetelményekkel Integrált Irányítási Rendszere keretében a szentkirályi és kékkúti telephelyén, valamint a budapesti székhelyen is. A rendszer működésének részletes leírását az eljárás alá vont vállalkozás megküldte.⁴⁰

V.1. Az eljárás alá vont vállalkozás fogyasztók újrahasznosításra való ösztönzésére vonatkozó nyilatkozata

51. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy Magyarországon lassan két évtizede, Budapesten 2003 óta olyan szelektív hulladékgazdálkodási rendszer működik, amely biztosítja az újrahasznosítható háztartási hulladékok elkülönített gyűjtését. A fogyasztóknak csak annyit kell tenniük, hogy az újrahasznosítható csomagolási hulladékot (pl. a PET-palackot) a megfelelő szelektív hulladékgyűjtő edényzetbe helyezik el. A 2023. július 1-jén bevezetett betétdíjas rendszer a fogyasztóknak további ösztönzést ad, hogy az említett csomagolási hulladékot szelektíven gyűjtsék. A fogyasztóknak emiatt kulcsszerepük van a PET-palackok körforgásának megvalósításában, mivel a körforgásos hulladékok újrahasznosításának a szelektív gyűjtés előfeltétele.⁴¹

52. Az eljárás alá vont vállalkozás elsődleges célja, hogy felhívja a figyelmet a környezetvédelem fontosságára, és elősegítse a felelős hulladékkezelési gyakorlatok elterjedését. Ennek érdekében a következő intézkedéseket tette:

- **címkézési tájékoztatás:** A palackokon található címkéken világosan feltünteti, hogy a termék újrahasznosítható PET anyagból készül, és arra biztatja a fogyasztókat, hogy a palackokat helyezték el a megfelelő szelektív hulladékgyűjtőkbe;
- **edukációs kampányok:** Számos kommunikációs csatornán (pl. közösségi média, weboldal) évek óta folytat kampányokat az újrahasznosítás fontosságáról és a palackok szelektív gyűjtésének előnyeiről. Részt vesz környezettudatos oktatási programokban, amelyek célja a fogyasztók tájékoztatása a fenntartható életmódról, az újrahasznosításról és a hulladék csökkentéséről. (Erre példa a 2021. év víz világnapja sajtóközleményben hivatkozott speciális tananyag. Különösen a betétdíjas rendszerről sokat kommunikál a fogyasztókkal, például több kiemelt népszerűségű

³⁸ VJ/35-26/2024. sz. irat.

³⁹ VJ/35-26/2024. sz. irat.

⁴⁰ VJ/35-27/2024. sz. irat.

⁴¹ VJ/35-4/2024. sz. irat 4.b. pont.

eseményen igyekezett a palackvisszaváltó gépet is bemutatni, a tulajdonos-felsővezetés aktív részvételével.);⁴²

- **edukációs microsite és plakátkampány:** A Szövetséggel közösen 2017 óta szelektív hulladékgyűjtés kapcsán edukációs microsite-ot működtetett (www.szelektivven.hu), illetve a szelektív hulladékgyűjtést szóróanyagokkal is propagálja.⁴³

V.2. A PET-palack gyártására, újrahasznosítására, illetve palackozásra vonatkozó információk az eljárás alá vont vállalkozás előadása alapján

53. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a szelektív hulladékként összegyűjtött PET-palackot a PET-palack újrahasznosító üzemben darálják, tisztítják, mossák, majd élelmiszeripari minőségű granulátumot készítenek belőle, amely alkalmas új palack készítésére. Ez a granulátum palackkészítő technológiától függően különböző százalékban bekeverhető az új granulátumba, csökkentve ezáltal a felhasználandó „szűz” granulátum mennyiségét.
54. Az eljárás alá vont vállalkozás az újrahasznosított PET alapanyag számos felhasználási területét ismeri, ám ezek közül a két legnagyobb – a *szálgyártás* és a *„bottle to bottle”* technológia – hasznosítja az előállított alapanyag körülbelül kétharmadát. Kezdetben a palackok újrahasznosításából származó PET-et gyakorlatilag kizárólag szálgyártásra alkalmazták, élelmiszeriparba történő visszajuttatását törvényileg is korlátozták. 1989-ben már engedélyeztek olyan alkalmazásokat, ahol a reciklált PET és az élelmiszer között valamilyen fizikai gát húzódik. Ekkor leggyakrabban tojástartókat, illetve 0,02 mm originális PET bevonatot tartalmazó palackokat készítettek. Manapság már léteznek olyan tiszta technológiák, melyek az alapanyag származásának ellenőrzése mellett, a visszagyűjtött palackokból ismételtelen palackok gyártására alkalmas alapanyagot állíthatnak elő („*bottle to bottle*”).⁴⁴
55. A PET-palack tehát jellegéből adódóan 100%-ban újrahasznosítható, vagyis amióta termékeit PET-palackba csomagolva forgalmazza, azóta 100%-ban újrahasznosítható csomagolással dolgozik.
56. [üzleti titok]. Általánosságban elmondható, hogy az előformát PET granulátumból gyártják speciális gyártósorokon. A PET a csomagolásról és a csomagolási hulladékkal kapcsolatos hulladékgazdálkodási tevékenységekről szóló 442/2012. (XII. 29.) Korm. rendelet (a továbbiakban: Korm. rendelet) 2. melléklete szerint 01 kódszámmal azonosítandó újrahasznosítható anyag.⁴⁵
57. [üzleti titok]. A címke alapanyaga PP, mely a Korm. rendelet 2. melléklete szerint 05 kódszámmal azonosítandó újrahasznosítható anyag. A záróelem alapanyaga HDPE, mely a Korm. rendelet 2. melléklete szerint 02 kódszámmal azonosítandó újrahasznosítható anyag.⁴⁶

⁴² 2023. évi Vivicittá [https://www.facebook.com/Szentkiralvi.Asvanvviz/Dfotos/pb.1000648372970Q5.-2207520000/10159696570213870/?\(vpe=3&locale=hu](https://www.facebook.com/Szentkiralvi.Asvanvviz/Dfotos/pb.1000648372970Q5.-2207520000/10159696570213870/?(vpe=3&locale=hu) HU. <https://www.szentkiralvi.hu/betetdijas-rendszer>.

⁴³ VJ/35-4/2024. sz irat 7. pont 7. melléklet. A vizsgálat megállapította a megjelölt weboldallal kapcsolatban, hogy az már legkorábban 2024 augusztusa óta nem elérhető nyilvánosan.

⁴⁴ VJ/35-27/2024. 8B. melléklet

⁴⁵ VJ/35-4/2024. sz irat.

⁴⁶ VJ/35-4/2024. sz irat.

58. Az eljárás alá vont vállalkozás az [üzleti titok]⁴⁷ [üzleti titok].

59. [üzleti titok].⁴⁸

V.2.1. A palackozásra vonatkozó információ

60. [üzleti titok].⁴⁹

V.2.2. Újrahasznosításra vonatkozó információk az eljárás alá vont vállalkozás előadása alapján

61. Az eljárás alá vont vállalkozás által használt anyagok kivétel nélkül a körforgásos gazdaság szempontjából jogszabály által meghatározottan fontos újrahasznosítandó alapanyagok, melyekkel kapcsolatban a hulladékgyűjtést a koncessziós társaság, a MOHU végzi. Az eljárás alá vont vállalkozás kiemelte, hogy a www.repont.hu weboldalon a „*fun facts*” cím alatt a MOHU is arról tájékoztatja a fogyasztókat, hogy a PET-palackok 100%-ban újrahasznosíthatók.⁵⁰



62. [üzleti titok].⁵¹

63. Az említett csomagolóanyagok újrahasznosíthatóságát a MSZ EN 13430 szabványnak való megfelelés biztosítja. A szabvány pontos tartalmáról az eljárás alá vontnak nincs ismerete, mivel az a csomagolóanyag gyártás folyamata szempontjából lényeges. Ezt a szabványt, mint a csomagolás újrahasznosíthatóságára vonatkozó egyik lényegi követelményt tartalmazza a Korm. rendelet is.⁵²

64. Az eljárás alá vont vállalkozás csatolta a beszállító által kiállított, a csomagolás környezetvédelmi követelményeknek való megfelelése igazolásának részletes szabályairól szóló 91/2006. (XII. 26.) GKM rendelet (a továbbiakban: GKM rendelet) alapján kiállított megfelelési igazolást, melyek tartalmazzák a szabványnak való megfelelést is.⁵³

⁴⁷ VJ/35-4/2024. 6A. és 6B. melléklet.

⁴⁸ VJ/35-4/2024. sz irat.

⁴⁹ VJ/35-4/2024. sz irat.

⁵⁰ VJ/35-4/2024. sz irat.

⁵¹ VJ/35-4/2024 sz irat., <https://napcor.com/pet-life-cvcle-assessment-report-2023/>

⁵² VJ/35-4/2024. sz irat.

⁵³ VJ/35-4/2024. sz irat.

65. [üzleti titok], a palackozáshoz vásárolt alapanyagok (PET előforma, kupak, címke) szabvány szerinti megfelelése önmagában biztosítja a „100%-ban újrahasznosítható” állítás valóságtartalmát.⁵⁴
66. Az eljárás alá vont vállalkozás megjegyezte, [üzleti titok].⁵⁵
67. [üzleti titok].
68. [üzleti titok].
69. Az eljárás alá vont vállalkozás által gyártott, a jelen vizsgálattal érintett ásványvíztermékek csomagolása nem újratöltésre van tervezve, tehát nem forgalmaz újrahasználatra tervezett csomagolásban műanyag palackos ásványvíz terméket.⁵⁶ [üzleti titok].⁵⁷ [üzleti titok].⁵⁸
70. Az eljárás alá vont vállalkozás az újrahasznosítással kapcsolatban előadta továbbá, hogy [üzleti titok]. Ebben a körben az eljárás alá vont vállalkozás hivatkozza a hulladékról szóló 2012. évi CLXXXV. törvényt (a továbbiakban: Hulladéktörvény), és különösen annak 7., 12., 15., 16., és 43. §-át.⁵⁹

V.2.3. Újrahasznosított anyagtartalomra vonatkozó információk az eljárás alá vont vállalkozás előadása alapján

71. A „25% rePET” és az „50% rePET”, szlogeneket az eljárás alá vont vállalkozás olyan dokumentációval⁶⁰ kívánta az Fttv. 14. § szerint igazolni, amely az alábbiakat tartalmazza.

- [üzleti titok];
- [üzleti titok]⁶¹ [üzleti titok];
- [üzleti titok];
- [üzleti titok];
- [üzleti titok];
- [üzleti titok];
- [üzleti titok];
- [üzleti titok];

72. [üzleti titok] [üzleti titok].

73. [üzleti titok].

74. A „zsugorfólia 25%-ban újrahasznosított anyagból készül” állítást az eljárás alá vont vállalkozás olyan dokumentációval⁶² kívánta az Fttv. 14. § szerint igazolni, amely az alábbiakat tartalmazza.

- [üzleti titok];

⁵⁴ VJ/35-4/2024. sz irat.

⁵⁵ VJ/35-8/2024. sz irat.

⁵⁶ VJ/35-8/2024. sz irat.

⁵⁷ VJ/35-8/2024. sz irat, 1-3. bekezdések.

⁵⁸ VJ/35-8/2024. sz irat, 4. pont.

⁵⁹ VJ/35-15/2024. sz irat, 4. pont.

⁶⁰ VJ/35-44/2024. sz irat, 2. pont.

⁶¹ Az eljárás alá vont vállalkozás ezen granulátumok felhasználásával rendelte meg az előformák előállítását.

⁶² VJ/35-46/2024. sz irat, 3. pont.

- [üzleti titok];
- szállítólevelek;
- a zsugorfólia beszállítójának gyártói igazolását arról, hogy a beszállított anyag 25%-ban újrahasznosított anyagból készült.

V.3. Az eljárás alá vont vizsgálati szakban adott álláspontja

75. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint a vizsgált kereskedelmi kommunikációs tartalmak mindegyike a PET-palack újrahasznosíthatóságára utal, ami szabványos csomagolóanyagok esetében az uniós és a magyar jogalkotó által elismert tény. Ennek kapcsán az eljárás alá vont vállalkozás hivatkozott a körforgásos gazdasággal és DRS rendszerrel összefüggő jogszabályokra, valamint szabványokra. Az eljárás alá vont vállalkozás szerint a szabványnak való megfelelést igazolta.
76. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint a hivatkozott kereskedelmi kommunikációs eszközök egyike sem tartalmazott a fentiekben túlmutató üzenetet, amit a fogyasztó másként értelmezhetett volna.
77. Az eljárás alá vont vállalkozás kiemelte, hogy az „50% re-PET” szlogent, mint kereskedelmi kommunikációt kizárólag 2020-ban használta, amit az általa csatolt mellékletek igazolnak. Álláspontja szerint emiatt az Fttv. 13. § alkalmazásának van helye, így e kereskedelmi kommunikáció versenyfelügyeleti eljárásban már nem vizsgálható.
78. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint az eljárás megszüntetésének van helye a „25% rePET” szlogen esetében, amellyel kapcsolatban a kereskedelmi kommunikációja kizárólag a termékcímkére terjedt ki, így annak vizsgálatára álláspontja szerint nem a Gazdasági Versenyhivatalnak van hatásköre az Fttv. 10. § (4) bekezdés a) pontja alapján.⁶³

V.4. Az eljárás alá vont észrevétele a vizsgálati jelentésre

79. Az eljárás alá vont vitatta azt a megállapítást, hogy az összes vizsgálattal érintett magatartás egy olyan kampány része lett volna, amely szelektív hulladékgyűjtéssel kapcsolatos aktivitásra szólította fel az erre fogékony fogyasztókat (vizsgálati jelentés 9. pont).
80. Előadta, hogy nem folytatott folyamatos kampányt, hanem elkülönült, különböző időpontokban gyártott termékcsalád (1. „Gyűjtsd szelektíven”/„Szállj be a körforgásba”/„100%-ban újrahasznosítható” címkével ellátott PET csomagolású Szentkirályi ásványvíz; 2. 0,5l-es 50%rePET csomagolású Szentkirályi ásványvíz és 3. 0,5l-es 25%rePET csomagolású Szentkirályi ásványvíz) tekintetében különböző időszakokban különböző kereskedelmi gyakorlatokat folytatott, amelyek egymással nem voltak átfedésben. Emiatt, szemben a vizsgálati jelentéssel, valójában nem beszélhetünk egyetlen kampányról, hanem a három termékcsalád tekintetében három különböző tartalmú aktivitás valósult meg.
81. Előadta, hogy a „Gyűjtsd szelektíven”/„Szállj be a körforgásba”/„100%-ban újrahasznosítható” címkével ellátott termékeket 2019. október 28. és 2020. március 11. között gyártotta, szemben a vizsgálati jelentésben foglaltakkal ezekkel a termékekkel kapcsolatban az eljárás alá vont nem folytatott közösségi média kampányt. A közösségi médiában közzétett posztok a PET palack újrahasznosíthatóságára és szelektív gyűjtés fontosságára hívták fel a figyelmet. Ilyen tartalmú posztokat az eljárás alá vont 2020. január 24-ig bezárólag tett közzé. Azt nem vitatta, hogy ezekkel a termékekkel kapcsolatban a

⁶³ VJ/35-4/2024. sz irat 8. pont.

Társaság tv spotokat és mozis megjelenéseket is közzétett 2020. január-márciusban, a YouTube-on 2020. január-februárban, egyéb online (dm márkaoldal) megjelenésekben 2020. április 1. - június 6. között, továbbá akciós újságokban 2019. október 31. - 2020. április 22. között. Kizárólag ezeknek a termékeknek a címkéje tartalmazta a www.szentkiralyi.hu/korforgas aloldalra utaló linket, amely linkkel a fogyasztók csak ezeknek a termékeknek a forgalmazási időszakában a termék címkén találkozhattak.

82. A „*Palackból palackot 50% rePET*” címkével ellátott termékeket 2020. szeptember 15-17. között gyártotta kétszer 50 000 darab mennyiségben. Az eljárás alá vont ezeket a termékeket a közösségi médiában a vizsgálati jelentés 5. mellékletének 17-21. oldalán bemutatott 5 posztban, 2020. november 8. és 2020. december 30. között népszerűsítette. Mindegyik posztban feltüntette, hogy ez a termék kizárólag a Netpincér, a Kifli.hu és az eMAG kínálatában volt kapható online. Megjegyezte, hogy amikor a Társaság ezeket a termékeket gyártotta, az előző pontban ismertetett termékcsalád gyártása és az azzal kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció a Társaság részéről már megszűnt. Ezen termékek esetében sem a címke, sem a posztok nem tartalmaztak a Társaság www.szentkiralyi.hu/korforgas aloldalra utalást. Álláspontja szerint ezen kereskedelmi kommunikáció elévült, mivel a vizsgálat 2020. december 30-án azonosította az utolsó, ezekkel a termékekkel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatot.
83. Az eljárás alá vont a „*Palackból palackot 25% rePET*” címkével ellátott termékeket 2021. március 23. - 2022. augusztus 25. között gyártotta a Lidl számára. Az eljárás alá vont állítása szerint ezekkel a termékekkel kapcsolatban nem folytatott a címkén kívül kereskedelmi kommunikációt. Megállapította, hogy amikor a Társaság ezeket a termékeket gyártotta, az előző két pontban ismertetett termékcsalád gyártása és az azzal kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció már megszűnt. Ezen termékek esetében sem a címke, sem a posztok nem tartalmaztak a Társaság www.szentkiralyi.hu/korforgas aloldalra utalást. Álláspontja szerint ezzel termékkel és a „*Palackból palackot 25% rePET*” szlogennel kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció elévült.
84. Álláspontja szerint a „*Gyűjtsd szelektíven*”/„*Szállj be a körforgásba*”/„*100%-ban újrahasznosítható*” címkével ellátott termékek gyártása 2020. márciusban megszűnt. A vizsgálat 2020. júniusban azonosította az utolsó, ezekkel a termékekkel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatot (dm márkaoldal, vizsgálati jelentés 73. pont), így az eljárás alá vont álláspontja szerint az elévülés 2023. júniusban bekövetkezett az összes, ezen terméket érintő kereskedelmi gyakorlat tekintetében.
85. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a vizsgálati jelentés a 184. pontban az állításokon túlmenően képi megjelenítéseket (fák, erdő, földgömb, szélkerék) és színeket (kék és zöld háttér) kifogásol. Előadta, hogy a kifogásolt képi megjelenítést csak a „*Gyűjtsd szelektíven*”/„*Szállj be a körforgásba*”/„*100%-ban újrahasznosítható*” címkével ellátott termékek kapcsán alkalmazta. Álláspontja szerint a vizsgálati jelentés a termékek esetében nem mutatja be, hogy a vizsgálók miért jutottak a konkrét eseten arra a következtetésre, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációk képi kialakítása külön-külön nem feltétlenül, de „*együttesen - és különösen az újrahasznosíthatóságra vonatkozó állításokkal kiegészülve - azt a benyomást kelthetik a fogyasztóban, hogy az eljárás alá vont vállalkozás vizsgálatlal érintett termékeinek nincs negatív hatása, vagy csak pozitív hatása van a környezetre, pedig a PET-palackok bizonyítottan rendelkeznek negatív környezeti hatással.*”
86. Kiemeli, hogy a GVH Zöld marketing iránymutatása a kerüendő implicit állításra azt a példát hozza, amikor a vállalkozás olyan termékei esetében is feltüntet környezetre utaló elemeket (pl. földgömb, zöld háttér), amelyek esetében környezetvédelmi szempontok figyelembe vételére törekvés nem valósult meg. A vizsgált kereskedelmi

kommunikációkban a kifogásolt képi megjelenítés álláspontja szerint minden esetben világos, egyértelmű, konkrét és igazolt állításokkal együtt szerepelt, ezért a vizsgálati jelentésben minden alapot nélkülöz az, hogy a konkrét esetben a fent jelzett implicit tartalmat tulajdonítja az eljárás alá vont által alkalmazott képi megjelenésnek. Jelezte, hogy az érintett termékek gyártása 2020. márciusban, tehát jóval a GVH Zöld marketing iránymutatásának kiadása előtt megszűnt, ezért annak betartását visszamenőlegesen még akkor sem lehetne számonkérni, ha az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának valóban tulajdonítható lenne implicit tartalom.

87. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a „*Szállj be a körforgásba!*” cselekvésre felhívó szlogen a 2019-2020-ban gyártott palackok címkéin a szelektív hulladékgyűjtő kuka képével együtt jelent meg. Az eljárás alá vont ugyanebben az időszakban közösségi média kampányt is folytatott, amely a PET palack szelektív gyűjtésének fontosságára hívta fel a figyelmet („*gyűjtsd szelektíven*”), amit a vizsgálati jelentés jogszerűnek talált. A vizsgálati jelentés megállapítása szerint (216. pont) a fogyasztó eltérő jelentéstartalmat tulajdonított a „*Szállj be a körforgásba!*” és a „*gyűjtsd szelektíven*” szlogeneknek, álláspontja szerint a vizsgálat ennek kapcsán pusztán feltételezésekkel élt, és a vizsgálati jelentés nem tartalmaz adatot e megállapítás alátámasztására.
88. Rámutatott, hogy a vizsgálati jelentés nem értékelte az ÖRT állásfoglalását azzal kapcsolatban, hogy az átlagfogyasztó mit értett a Társaság kereskedelmi kommunikációja alatt (vizsgálati jelentés 129. pont). „*Az ÖRT szerint a „100%-ban újrahasznosítható” konkrét egyértelmű állítás, amely az adott termék vagy csomagolás - a reklámmüzenet további megfogalmazása alapján - egyes, vagy összes elemének teljes mértékben történő újrahasznosíthatóságát ígéri a fogyasztó számára.*” Az ÖRT nyilatkozata a vizsgálat értelmezésének homlokegyenest ellentmond, ami alátámasztja, hogy a vizsgálati jelentés értelmezése téves (míg annak helyességét a vizsgálati jelentés nem támasztja alá).
89. A „*körforgás fogalma*” kapcsán az eljárás alá vont álláspontja szerint a vizsgálati jelentés nem tartalmazza, hogy a „*körforgásos gazdaság*” fogalma régóta jogszabályi szinten is megjelenik. Kijelentette, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat előtt, 2018 tavaszán elfogadták az EU körforgásos gazdaságra történő átállást célzó irányelv csomagját, amelyben az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/852 irányelve (2018. május 30.) a csomagolásról és a csomagolási hulladékról szóló 94/62/EK irányelv módosításáról vonatkozik a csomagolási hulladéokra. Az irányelv preambuluma rögzíti, hogy az irányelv célja a „*körforgásos gazdaság felé való elmozdulás*”, valamint, hogy „*Biztosítani kell, hogy a gazdasági szempontból értékes hulladékok a megfelelő hulladékgazdálkodásnak köszönhetően és a 2008/98/EK irányelvben meghatározott hulladékhierarchiával összhangban fokozatosan és ténylegesen hasznosításra kerüljenek és visszakerüljenek az európai gazdaságba, amely így előreléphet „Az európai gazdasági növekedés és foglalkoztatás kritikus szükségleteinek kielégítése” című, 2008. november 4-i bizottsági közlemény végrehajtásában, és a körforgásos gazdaság megvalósításában.*” Álláspontja szerint az irányelv alapján világos, hogy a „*körforgásos gazdaság*” tökéleteshez közeli megvalósulása távlati cél, amelynek megvalósítása irányába az idézett uniós jogalkotás is egyelőre csak lépéseket tesz, iránymeghatározásról van tehát itt szó. A jogalanyok felé is ez az elvárás tükröződik a vonatkozó jogszabályokban és az azok végrehajtására irányuló hatósági erőfeszítésekben. Példaként említette ezzel kapcsolatban a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság 2025. szeptember 12-én kiadott friss közleményét⁶⁴, mely kiemeli: „*A visszaváltási díj bevezetésének célja, hogy ösztönözze a fogyasztókat az*

⁶⁴ https://nkfh.gov.hu/hirek/zoeld-allitasok-es-visszavaltasi-dijak-nagyito-alatt-oroszagos-fogyasztovedelmi-ellenorzes-indul#_blank

italcsomagolások – így például a műanyagpalackok, dobozok és üvegek – visszajuttatására, elősegítve ezzel azok újrahasznosítását és a hulladék mennyiségének csökkentését. Mindez hozzájárul a körforgásos gazdaság megvalósításához, mérsékli a környezetterhelést, valamint támogatja a fenntartható és tudatos fogyasztói magatartás kialakulását.” A hatósági közleményből nyilvánvaló tehát, hogy a visszagyűjtés fontos eleme a körforgásos gazdaság megvalósításának, amivel egyező üzenetet kommunikált a vizsgált kereskedelmi gyakorlat.

90. Ezzel szemben a fogalom használatát – véleménye szerint teljesen önkényes módon – a vizsgálati jelentés kizárólag a modell tökéletes, 100%-ban megvalósult formájában tartja hivatkozhatónak. Mindez inkompatibilis a vonatkozó csomagolási hulladéokra vonatkozó jogszabályi környezettel, amely pl. a szelektív gyűjtést vagy az előírt mértékű újrahasznosítást kifejezetten a körforgásos gazdaság megvalósításaként fogja fel.
91. Kifejtette, hogy a vizsgálati jelentés 144. pontjában bemutatott körforgásos gazdasági modellt bemutató ábra szerint a körforgásos gazdaságnak egyértelműen része az, hogy a rendszerbe friss nyersanyag kerül be, azonban a nem körforgásos gazdasághoz képest csökkent mennyiségben. Az ábra tehát cáfolja azt a máshol előforduló vizsgálói értelmezést, hogy a „szállj be a körforgásba” szlogen azért megtévesztő, mert körforgásos gazdaságnak fogalmi része az, hogy a folyamatban csak újrafelhasznált nyersanyagok vesznek részt. Kiemeli, hogy ennek ellentmondva állítja a vizsgálati jelentés a 143. pontban, hogy a körforgásos gazdaság fogalmi része lenne a zárt rendszer, amely megállapításhoz köthetően a 131. lábjegyzetben hivatkozott anyagban nem is szerepel forrásmegjelölés. Álláspontja szerint ez az értelmezés az említett uniós jognak is ellentmond.
92. Véleménye szerint lényeges, hogy a körforgásos gazdaságnak a 144. pontban bemutatott ábra szerint is lényegi része a hulladékok összegyűjtése és kezelése, ezért az eljárás alá vont részéről teljességgel megalapozott volt a körforgásba történő beszállásra hívás a szelektív hulladékgyűjtést célzó aktivitásra ösztönző kampány keretében.
93. A vizsgálati jelentés 226-230. pontjaiban kifejtett objektív megtévesztéssel kapcsolatban előadta, hogy a GVH először a vizsgálati jelentés 104. pontjában is hivatkozott Zöld marketing iránymutatásban tette közzé 2020. december 17-én azt az elvárását, hogy az igazolásoknak már a zöld állítás első közzétételekor rendelkezésre kell állnia. Ezen elvárás közzétételekor a kérdéses termékek gyártása már háromnegyed éve megszűnt. Előadta, hogy a kérdéses címkék beszállítási és felhasználási adatait a vizsgálat során benyújtotta. A VJ/35-36/2024. sz. irat 2. melléklete bemutatja (az excel táblázat „Recycling” fülön), hogy az érintett termékekhez a gyártás során végig az egész időszakban ötféle címkét használt fel (730589, 730590, 730591, 730573, 730574 anyagazonosítóval), tehát nem történt a gyártás során anyagváltás. Véleménye szerint miután a vizsgálok 2020. januártól kezdődően elfogadták ezen anyagok vonatkozásában az igazolást a gyártótól, ésszerűen az igazolást ugyanazon anyagazonosítókkal jelölt anyagokra visszamenőlegesen is el kell fogadniuk, vagy ezt a kérdést a vizsgálat alatt tisztázniuk kellett volna.
94. Előadta továbbá, hogy a PET palack 100%-ban újrahasznosítható jellegére vonatkozóan az ÖRT nyilatkozata ellentmond a vizsgálat megállapításának, a vizsgálat nem támasztotta alá semmivel az értelmezését.
95. Nem értett egyet a vizsgálati jelentés 240. pontjában foglalt megállapítással, hogy a kereskedelmi gyakorlat azért megtévesztő, mert a „körforgás” bizonyos korlátai nem derülnek ki belőle. A vizsgálat nem azonosította a körforgásos gazdaság keretében követelményt arra, hogy a 100%-ban rePET palackból legalább hányszor készülhet 100%-os rePET palack ahhoz, hogy az körforgásos termék lehessen. Az erre vonatkozó tájékoztatás

hiánya ezért sem lehet szubjektíven megtévesztő. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció („szállj be a körforgásba”, „100%-ban újrahasznosítható”) nincs logikai összefüggésben a 100%-ban rePET palackok újrahasznosítási lehetőségeivel.

96. Az eljárás alá vont álláspontja szerint bizonyítatlan és minden alapot nélkülöz a vizsgálati jelentés azon megállapítása, hogy a „100%-ban újrahasznosítható” szöveget a fogyasztó úgy értelmezi, hogy a PET termékből egy az egyben új palack készül, szűz PET hozzáadása nélkül. A vizsgálati jelentés a General Plastic Youtube videó tartalmára hivatkozik, amely szerint „a 100%-ban újrahasznosított alapanyagokból készülő palack nem a jövő”. A vizsgálati jelentés szerint ezért megtévesztő a „100%-ban újrahasznosítható” szöveg (vizsgálati jelentés 141. és 218. pont).
97. Álláspontja szerint az ÖRT álláspont a fenti értelmezést egyértelműen cáfolja. A fenti értelmezés teljesen elrugaszkodott a nyelvtani értelmezéstől is, tévesen szinonimaként kezeli az alapanyag „újrahasznosított”, valamint az „újrahasznosítható” jellegére utaló kifejezéseket, amelyek egymástól világosan elkülönült nyelvtani jelentéstartalmat hordoznak. A vizsgálati jelentés következetlenségét mutatja, hogy másutt a vizsgálati jelentés a valós jelentéstartalmat tulajdonítja a „100%-ban újrahasznosítható” állításnak. Így pl. a 100%-ban újrahasznosíthatóság Fttv. 14. § szerinti igazolásához elfogadta a beszállítói újrahasznosíthatósági megfelelőségi igazolásokat (ld. 227-228. pont).
98. Előadta, hogy logikailag is hibás az az értelmezés, hogy ha egy csomagolás, pl. PET palack, „100%-ban újrahasznosítható”, akkor abba bele kell érteni azt is, hogy ebből a csomagolásból csak olyan termék készülhet, amely 100%-ban ezt az újrahasznosított alapanyagot tartalmazza. Nyilvánvaló, hogy ha pl. egy 100%-ban újrahasznosítható PET palack anyagát 5 különböző új PET palackhoz keverik hozzá, akkor az első PET palack anyaga 100%-ban újrahasznosult ebben az 5 új palackban, függetlenül attól, hogy az 5 új palack előállításához szükséges további alapanyagigényt mi biztosítja. Kiemelte, hogy a Társaság által csomagolóanyagként használt palackok, kupakok és címkék alapanyaga (PET, HDPE, valamint PP) esetében kötelező szabvány alapján az újrahasznosíthatóságot gyártói megfelelőségi igazolással tanúsítani, amire a vizsgálati jelentés a 114-116. pontban utalt. Az eljárás alá vont ezeket a megfelelőségi igazolásokat csatolta is az eljárás során. A szlogen ehhez a szabvány és jogszabály által megállapított tartalomhoz képest nem tartalmazott többletjelentést.
99. Jelezte, hogy a vizsgálói értelmezés a GVH 2020. december 17-én közzétett Zöld marketing iránymutatásának is ellentmond, amely szintén az ÖRT és a Társaság által is állított jelentést tulajdonítja az újrahasznosításnak. Az iránymutatás azt a javaslatot tartalmazza, hogy „A termék újrahasznosíthatóságára vonatkozó állítások esetén az újrahasznosítás módjáról, lehetőségeiről is javasolt tájékoztatni a fogyasztókat. Ha a termék technikailag, anyagában ugyan újrahasznosítható, de a tényleges újrahasznosításra az újrahasznosító létesítmények hiánya vagy távolsága, az újrahasznosítás szervezetlensége miatt nem kerülhet sor, akkor a termék újrahasznosíthatóságára vonatkozó állítás megtévesztő lehet.” A Társaság által alkalmazott, a 100%-ban újrahasznosíthatóságra vonatkozó kereskedelmi gyakorlatnak minden esetben része volt a szelektív gyűjtésre való fogyasztói felhívás, amely a kereskedelmi gyakorlat alkalmazásának időpontjában már minden magyarországi településen elérhető volt. Ezt a tényt a vizsgálat számára a hulladékgazdálkodó társaságok már 2012-2016. évtől kezdve megerősítették (ld. vizsgálati jelentés VII.3.2. fejezet).
100. Az újrahasznosítás arányával kapcsolatban kifejtette, hogy az nem utalt arra, hogy az eljárás alá vont termékeinek mekkora része kerül ténylegesen újrahasznosításra. Az eljárás alá vont az első kampányban minden esetben együtt kommunikálta a szelektív gyűjtés fontosságát az újrahasznosíthatósággal. Edukációs kampányaiban is arra hívta fel a figyelmet, hogy a

szelektív gyűjtés célja az, hogy az így gyűjtött hulladékból később nyersanyag válhasson. Véleménye szerint logikailag könnyen belátható, hogy az újrahasznosított nyersanyag (pl. rePET) előállításának nélkülözhetetlen előfeltétele az elsődleges nyersanyag, azaz a PET-hulladék összegyűjtése. Az utóbb bevezetett DRS rendszer is az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának észszerűségét igazolja, a vizsgálat által azonosított, 2025-ben készült videó pedig bemutatja, hogy rePET előállítás aktuálisan a DRS rendszerben begyűjtött PET palackokból történik.

101. A vizsgálati jelentés 93-94. pontja bemutatja, hogy Magyarországon már 2014-ben a használt PET palackok 21,4%-át, az EU-ban 2020-ban ezek 28,7%-át újrahasznosították alapanyagként. A vizsgálat azonban nem tárt fel arra vonatkozó adatot, hogy ennek az újrahasznosított mennyiségnek mekkora része származott szelektív hulladékgyűjtésből. A fenti adatot a vizsgálat – meglehetősen egyoldalúan – csak a nem újrahasznosított kumulált hulladék mennyiségi növekedésének kiszámításához használta, ami viszont nincs semmilyen összefüggésben a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal. Ilyen összefüggést a vizsgálat sem mutatott ki.
102. Véleménye szerint a vizsgálat a kiegyensúlyozott tényfeltárás igényével arra kitérhetett volna, hogy a szelektív gyűjtés mennyiben járult hozzá az újrahasznosítás lehetőségéhez a kérdéses időszakban. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatával legfeljebb ezen adattal lehetett volna összefüggésbe hozható. Ugyanakkor ennek az adatnak a léte vagy nemléte (ahogy maga az adat sem) nem befolyásolja az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának jogszerű voltát, mivel ettől függetlenül az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának minden mozzanata megalapozott. Tény ugyanis, hogy a PET újrahasznosítható (és jelentős, de legalábbis nem elhanyagolható mértékben ténylegesen is újrahasznosították Magyarországon is már 2014-ben is!); tény, hogy a szelektív gyűjtés az újrahasznosítás miatt társadalmilag hasznos (és a körforgásos gazdasághoz nélkülözhetetlen a vizsgálat feltárása alapján); továbbá a vizsgálat által feltárt tény (General Plastic videó), hogy újrahasznosított alapanyagot (rePET) előállítani a szelektált (PET) hulladékból lehet. Az eljárás alá vont által csatolt, 2019-ből származó beszállítói nyilatkozat kifejezetten hivatkozik arra, hogy a 100%rePET pehely visszagyűjtött palackokból lett előállítva („bottles”). Ez egyrészt igazolja, hogy már 2019-ben az újrahasznosított PET alapanyagot (rePET) előállítani a szelektált (PET) hulladékból lehetett, tehát ez nem csak egy elvi lehetőség, hanem tényleges gyakorlat volt már akkor. Továbbá igazolja azt is, hogy a palackokból előállított rePET-ből valóban rePET palackokat állított elő az eljárás alá vont számára a Delta Plast már 2020-ban.
103. Előadta, hogy a vizsgálati jelentés 242. pontja szerint a vizsgált kereskedelmi gyakorlatok jelentős része szubjektíve azért megtévesztő, mert abból egyéb, káros környezeti hatásokra nem következtet a fogyasztó.
104. A vizsgálati jelentés itt egyik párhuzamként a csapvizet hozza, amit az eljárás alá vont úgy értelmez, hogy a vizsgálat szerint az a probléma, hogy a fogyasztó az eljárás alá vont termékének kommunikációjából arra nem következtet, hogy választhatna az ásványvíz helyett olyan alternatívát, amelynek nincsenek az ásványvízgyártással és forgalmazással összefüggő környezeti hatásai. Második párhuzamként a jelentés „*versenyárs termékeket*” említi, amelyeket nem feltétlenül népszerűsítik vizsgált állításokkal hasonló állításokkal, miközben az említett káros környezeti hatások azok esetében is fennállnak.
105. Az ÖRT állásfoglalása alapján valamennyi vizsgált kereskedelmi gyakorlat konkrét üzenetet hordozott a terméktulajdonsággal kapcsolatban, ami a GVH Zöld marketing kommunikációjában megfogalmazott első követelmény. A vizsgálat megközelítésével ellentétben azt Fttv. nem támasztja az a követelményt, hogy az eljárás alá vont a termékének

valamennyi számba vehető tulajdonságára felhívja fogyasztók figyelmét valamennyi kereskedelmi kommunikációjában. Az eljárás alá vont álláspontja szerint köztudott, azaz a magyar átlagfogyasztó számára is ismert tény, hogy a csapvíznek – összehasonlítva nemcsak az eljárás alá vont termékeivel, hanem bármilyen előre csomagolt termékekkel – nincsen a csomagolásból és közúti szállításból származó környezetterhelése, emiatt az átlagosan tájékozott fogyasztó ügyleti döntésben nem okozhatott torzulást az, hogy a vizsgált kommunikáció a saját terméke kapcsán erre a közismert körülményre nem utalt. A tényyszerűség kedvéért fontos kiemelni, hogy a csapvíznek is van környezetterhelése (a teljesség igénye nélkül a valamennyi vezetékes víz- és csatornarendszerrel ellátott települést érintő tisztítással összefüggő környezetterhelést említhető, mely az ásványvíz esetében hiányzik), ezért sem érthető a párhuzam. Ennek azonban semmi köze a vizsgált kereskedelmi kommunikációhoz. Ugyanez a helyzet a versenytárs termékekkel kapcsolatban, azzal, hogy itt még kevésbé érthető, pontosan milyen kötelezettség teljesítésének hiányát rója fel ezzel kapcsolatban az eljárás alá vontnak a vizsgálati jelentés, és az az Fttv. sérelmét miként alapozná meg.

V.5. Az eljárás alá vont által benyújtott kötelezettségvállalás

106. Az eljárás alá vont 2026. március 17-én kelt nyilatkozatában⁶⁵ részletesen megindokolta, hogy álláspontja szerint miért lehet jelen eljárást a Tpv 75. § (1) bekezdése szerint jogsértés megállapítás nélkül kötelezettségvállalás elfogadásával lezárni. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása a jelen határozat mellékletét képezi, ezért az eljáró versenytanács jelen pontban csak összefoglalóan ismerteti annak tartalmát.
107. Az eljárás alá vont vállalkozás vállalja egy korábban nem létező, formálisan kihirdetett fogyasztóvédelmi megfelelési program bevezetését. A program két fő pillérré épül, egyrészt létrehozna egy megfelelési szabályzat és kézikönyvet, ami tartalmazza a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó szabályokat (különös tekintettel az élelmiszerekre és ásványvizekre), a GVH zöld marketing iránymutatásait, valamint a reklám- és promóciós anyagok készítésének belső eljárásrendjét. A dokumentumot a vezetőség munkáltatói utasításban hirdeti ki, és az intranet felületén teszi közzé. Másrészt kidolgoz és megvalósít egy képzési rendet, amely szerint a releváns munkakörben dolgozók számára a hatályba lépést követő két hónapon belül két alkalommal tartanak képzést, az új belépők pedig egy hónapon belül részesülnek oktatásban. A Társaság vállalja továbbá az éves frissítő tréningek megtartását, illetve a zöld marketinggel kapcsolatos joggyakorlat évenkénti felülvizsgálatát és beépítését a tananyagba.
108. A fentiekén kívül az eljárás alá vont vállalkozás felülvizsgálja és frissíti a honlapján található fenntarthatósági aloldalt, amelynek lezárásáról tájékoztatja a GVH-t.
109. A vállalás fontos eleme a betétdíjas rendszerrel (DRS) kapcsolatos tájékoztatás fejlesztése. Az eljárás alá vont vállalkozás 2029 végéig a weboldalon negyedévente közzéteszi, hogy a forgalomba hozott PET palackok mekkora arányban kerültek vissza a rendszerbe. Az adatok közérthetőségét idősoros grafikon segíti. A számítás alapját a MOHU-val kötött egyedi megállapodás alapján kapott visszaváltási adatok képezik. Az eljárás alá vont vállalkozás ezen felül vállalja, hogy 2029-ig évente legalább egy olyan fogyasztói kampányt szervez, amely népszerűsíti a betétdíjas rendszerrel foglalkozó edukációs aloldalt, elősegítve ezzel a tudatos fogyasztói döntéshozatalt.

⁶⁵ VJ/35-77/2024

VI. Jogsabályi háttér

110. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg a termékhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
111. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.
112. Az Fttv. 3. § (3) és (4) bekezdései szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §), továbbá tisztességtelenek a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok.
113. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve termék nyelvi, kulturális és szociális - különösen családi kapcsolatokkal összefüggő - vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
114. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésének bi) alpontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót a termék környezeti hatásai (mint a termék különös lényeges jellemzője) tekintetében és ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
115. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
116. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
117. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
 - a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
 - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

118. Az Fttv. 13. § szerint az eljárás a jogsértő kereskedelmi gyakorlat megvalósulását követő három éven túl nem indítható meg. Ha a jogsértő magatartás folyamatos, a határidő a magatartás abbahagyásakor kezdődik. Ha a jogsértő magatartás azzal valósul meg, hogy valamely helyzetet vagy állapotot nem szüntetnek meg, a határidő mindaddig nem kezdődik el, amíg ez a helyzet vagy állapot fennáll.
119. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
120. A Tpv. 45. §-a alapján a Gazdasági Versenyhivatal illetékessége az ország egész területére kiterjed.
121. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az Ákr. rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.
122. A Tpv. 75. § (1) bekezdése értelmében, ha a 67. § (2) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalkozó kötelezettség. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése kimondja továbbá, hogy az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal – sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében. Ez a rendelkezés nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
123. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének m) pontja szerint a 75. § alapján a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi.

VII.

Jogi értékelés

124. Tekintettel arra, hogy az eljáró versenytanács a jelen határozat szerint a kötelezettségvállalást elfogadta, az alábbiakban a jogi értékelés is elsősorban a felajánlott kötelezettségvállalás elfogadhatóságával kapcsolatos megfontolásokra koncentrál, figyelemmel arra, hogy – a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. közleménye a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel; a továbbiakban: Kötelezettségvállalási közlemény) 15. pontjával összhangban – a kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban a Gazdasági Versenyhivatal nem végzi, nem végezheti el a tényállás teljes körű tisztázását és a vizsgált magatartás érdemi értékelését, mert a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás teljesítését csak a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül írhatja elő. Míg a jogsértés vagy annak hiányának megállapítása a tényállás teljes körű tisztázását és a magatartás alapos értékelését igényelné, addig a kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban azt kell a Gazdasági Versenyhivatalnak bemutatnia, hogy az eljárás alá vontak vállalása mellett a magatartás

összhangba kerül az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon.

125. Szintén utal az eljáró versenytanács a Kötelezettségvállalási közlemény 10. pontjára, amely rögzíti, hogy a kötelezettségvállalás egyik célja az eljárás alá vont magatartásának az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel való összhangba hozása, ekként a nyilvánvalóan nem jogsértő esetekben a Gazdasági Versenyhivatal értelemszerűen nem alkalmazza a Tpv. 75. §-át. Ennek megfelelően az alábbi jogi értékelésben az eljáró versenytanács arra is kitér, hogy a vizsgált magatartás esetén miért nem állapítható meg a jogsértés nyilvánvaló hiánya, ekként miért indokolt a kötelezettségvállalás elfogadása ebből a szempontból is.

VII.1. Elévülés

126. Az eljáró versenytanács a feltárt tényállás alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont több kommunikációs csatornán, különböző integrált kampányok keretében a PET palack csomagolás előnyös környezeti hatását („100% újrahasznosítható”) és a szelektív gyűjtés fontosságát („Gyűjtsd szelektíven!” valamint a „Szállj be a körforgásba”) hangsúlyozva, valamint a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó képeket (fák, erdő, földgömb, szélkerék) és színeket (kék és zöld háttér) ábrázoló képi világgal (a továbbiakban röviden „képi világ”) kommunikált a fogyasztók számára 2021. március 23. és 2022. augusztus 25. között. Az eljárás alá vont a „Szállj be (te is) a körforgásba!” valamint a „100% újrahasznosítható”, és „Fenntartható csomagolás”, valamint a „Gyűjts te is szelektíven” szlogeneket és a „képi világot” tartalmazó honlapi kommunikációja 2019. november 13-tól 2024 augusztusáig folyamatosan elérhető volt minden internethozzáféréssel rendelkező fogyasztó számára, mely aloldal 2021. december 29-től kiegészült a 25% rePET kampány üzeneteivel (megismételve a címkéken elhelyezett tartalmat, illetve azon túli állításokat is megjelenítve)⁶⁶. Ellentétes a tényállással az eljárás alá vontnak a vizsgálati jelentésre tett észrevételében írt azon nyilatkozata, hogy a 2021.03.23. - 2022.08.25 között gyártott 25% RePET palackos termékekkel kapcsolatban a Társaság nem folytatott a címkén kívül kereskedelmi kommunikációt⁶⁷.
127. A versenytanács joggyakorlata alapján az integrált kommunikációs kampány azt jelenti, hogy a vállalkozás ugyanazt a marketing üzenetet egy időben több csatornán keresztül is kommunikálja a fogyasztókkal⁶⁸, ami a 25% RePET palackok címkéjén és a honlapon megjelenített azonos üzenet kommunikációjával megvalósult.
128. A versenytanács joggyakorlata alapján integrált kommunikációs kampány esetén a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában megvalósuló párhuzamos tájékoztatások nem szükségszerűen eredményezik azt, hogy a fogyasztó a különböző kereskedelmi kommunikációkból szerzett információkat elemzi, összeveti, s a valótlan információkat közlő kereskedelmi kommunikáció üzenetét maga korrigálja, ilyen kötelezettség nem is telepíthető a fogyasztóra⁶⁹. Az integrált kampány egyes elemei ezért önállóan is meg kell, hogy feleljenek a jogszabályi előírásoknak, emiatt egy integrált kampányban használt minden egyes kommunikációs eszköz esetében külön - külön szükséges vizsgálni, hogy mi az üzenet, amit a fogyasztó érzékel a kommunikáció során.
129. A tényállás alapján megállapítható, hogy a „Szállj be te is a körforgásba” és a „100%-ban újrahasznosítható” fő üzenetekkel dolgozó 1. kampány és a „Palackból palackot – 50%

⁶⁶ Lásd az 1. számú mellékletet

⁶⁷ VJ/35-63/2024 számú irat 3. oldal

⁶⁸ Elvi döntések: I.6.9

⁶⁹ Elvi döntések: I.6.9

rePET” fő üzenetet közvetítő 2. kampány jóval 2021. augusztus 1-jét megelőzően lezárult, így – a honlapi kommunikáción kívül, ami folyamatosan elérhető volt a vizsgálat megindításakor is – az ezen kampányok keretében alkalmazott többi kommunikációs eszköz tekintetében az eljárás megszüntetése indokolt a Tpv. 60/A. § (1) bekezdés c) pontja alapján.

130. A „*Palackból palackot – 25% rePET*” fő üzenetű 3. kampány azonban, bár 2021. augusztus 1-jét megelőzően indult, de azt követően is folyamatban volt, legalább a 2022. augusztus 25-ig gyártott termékek forgalmazásának végéig, ezért az a vizsgálat tárgyát képezheti Mivel ennek a kampánynak a honlapi kommunikáció is részét képezte, hiszen a körforgásos aloldal kiegészült a 25% rePET palackokkal kapcsolatos információkkal, így a honlap teljes tartalma ugyancsak vizsgálható a jelen eljárásban, azzal kapcsolatban elévülés nem állapítható meg.

VII.2. Hatály, hatáskör, illetékesség

131. Mivel a vizsgált kereskedelmi gyakorlat, az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak (is) szólnak, így a fentebb ismertetett tényállásra, annak értékelésére az Fttv. rendelkezései alkalmazandók.
132. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
133. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése alapján a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak: [a GVH hatásköre megállapítható]
- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen [...] a jogsértéssel érintett termék mennyiségére;
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
134. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll – emiatt pedig a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre megállapítható – az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont árbevétele meghaladta a 40 milliárd forintot, foglalkoztatottak száma pedig az 500 főt, és a kereskedelmi gyakorlat megjelent a több milliós darabszámban gyártott, a nagy forgalmú Lidl áruházláncban forgalmazott termékek címkéjén, valamint az eljárás alá vont honlapján – amely az ország teljes területéről elérhető bármely internethasználó számára.
135. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

VII.3. Az eljárás alá vont felelőssége

136. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
137. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy az érintett termékek

értékesítéséből, illetve népszerűsítésével összefüggésben közvetlenül árbevétele származott, az eladás ösztönzése közvetlenül érdekében állt.⁷⁰

VII.4. A vizsgált magatartás értékelése

VII.4.1. A UCP Iránymutatás által felállított alapelvek

138. Az Fttv. által átültetett UCP Irányelv minden olyan kereskedelmi gyakorlatra alkalmazandó, amely az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti ügylet előtt, alatt és után történik.
139. A UCP 2016-os Iránymutatás önálló fejezetet szentel a fenntarthatósággal és környezetvédelemmel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatnak. A „környezetbarát jellegre vonatkozó állítások” vagy „zöld állítások” olyan gyakorlatra utalnak, amely azt sugallja vagy másként azt a benyomást kelti (egy kereskedelmi kommunikációban, marketing- vagy reklámanyagban), hogy az adott termék vagy szolgáltatás **kedvező hatással van a környezetre, nincs hatással a környezetre vagy kevésbé ártalmas a környezetre**, mint a konkurens áruk vagy szolgáltatások. Az iránymutatás szerint ugyan a UCP Irányelv nem rendelkezik konkrét szabályokról a környezetbarát jellegre vonatkozó kijelentéseket illetően, azonban biztosítja annak jogalapját, hogy a kereskedők ne tegyenek környezetbarát jellegre vonatkozó kijelentéseket a fogyasztókkal szemben tisztességtelen módon. Kiemelendő, hogy az irányelv nem akadályozza a „zöld állítások” használatát, amíg azok nem tisztességtelenek, sőt, az irányelv segíthet a kereskedőknek abban, hogy befektessenek termékeik környezeti teljesítményébe, mivel lehetővé teszi számukra, hogy átláthatóan tájékoztassák a fogyasztókat az ilyen törekvéseikről, és megakadályozza, hogy a versenytársak a környezetbarát jellegre vonatkozó megtévesztő kijelentéseket tegyenek.
140. A fentieket a Gazdasági Versenyhivatal gyakorlata, illetve a „zöld állítások” kapcsán 2020-ban kiadott útmutatója⁷¹ is követi.

VII.4.2. Az érintett fogyasztói kör

141. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban szinte minden fogyasztó érintett, hiszen hacsak alkalomszerűen is, szinte mindenki fogyaszt ásványvizet.
142. Az érintett fogyasztók magatartásának értékelése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott észszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartását kell alapul venni, tekintettel arra, hogy széleskörű, általános jellemzőkkel bíró fogyasztói csoportnak szóltak a tájékoztatások, így nem azonosítható olyan csoport, amelynek tagjai az adott kereskedelmi gyakorlat vagy annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

VII.4.3. A kommunikációk üzenete

VII.4.3.1. A palackok címkéjének üzenete

143. A palackokon található zöld állítás az volt, hogy a palack 25%-ban újrahasznosított PET palackból készült.

VII.4.3.2. A honlapi kommunikáció üzenete

⁷⁰ VJ/35-36/2024. sz. adatszolgáltatás 4. kérdésére adott válasz.

⁷¹ Zöld marketing – A Gazdasági Versenyhivatal tanácsai vállalkozásoknak: https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/szakmai_felhasznalok_tajekoztatok_zold-iranymutatas_201217&inline=true

144. Eljárás alá vont honlapján a „www.szentkiralyi.hu/korforgas” aloldalon 2021. december 29-én már olvasható volt, a 25% rePET” kampány üzenete, amely szerint „*a palackból palackot alapelv*”-et teljesíti amely a „*legfenntarthatóbb megoldás*” eljárás alá vont termékeinek csomagolására”. Az aloldal a „*Szállj be (te is) a körforgásba!*” felhívást valamint a „*Köszönjük, hogy szelektíven gyűjtöd PET palackjainkat!*” feliratot az alábbi képi elemekkel együtt jeleníti meg: fák, erdő, földgömb, szélkerék, és a természetre utaló színeket (kék és zöld háttér) tartalmaz, amelyek a „*100% újrahasznosítható*” állítással kiegészülve vezetnek fel az eljárás alá vont zöld állításait. A kép alatt olvasható leírás tartalmazza, hogy a „*[szelektív visszagyűjtéssel] a megújuló természeti energiához hasonló öfenntartó rendszert tudunk létrehozni, amelyhez a te segítségedre is szükségünk van!*”. Ezzel az eljárás alá vont a szemétkétség elérhetőségének illúzióját kelti a fogyasztókban, hiszen a PET-hulladék nem szemét, mert az „*szinte a végtelenségig*” újrahasznosul. Az eljárás alá vont azt sugallja, hogy természetes öfenntartó rendszert tud létrehozni, és reális lehetőségként sugallja a teljes környezetbarát működés megvalósíthatóságát.
145. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint szemben az eljárás alá vont véleményével a 2018. tavaszán elfogadott EU irányelvben⁷² megjelenő „*körforgásos gazdaság*” fogalma nem eredményezi azt, hogy a fogyasztók a „*Szállj be te is a körforgásba*” szlogen alapján az EU irányelvben megjelenő körforgásos gazdasági modellre asszociálhassanak, mivel magában a szlogenben nem a „*körforgásos gazdaság*” hanem csupán „*körforgás*” jelenik meg, a honlapon megjelenő szöveg pedig nem tartalmaz utalást az EU irányelvre.
146. A vizsgált kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos fogyasztói percepcióra az explicit állításokon túlmenően hatással vannak az olyan – a vizsgált kereskedelmi kommunikáció részét képező – implicit állítások (megjelenítések) is, mint a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó képek (fák, erdő, földgömb, szélkerék) és színek (kék és zöld háttér). Bár az egyes képi elemek külön-külön nem feltétlenül hordoznak magukban a termék környezeti hatására vonatkozó jelentéstartalmat, együttesen – és különösen az újrahasznosíthatóságra vonatkozó túlzó állításokkal kiegészülve, hogy a PET palackok végtelenségig újrahasznosíthatóak, vagy hogy a hulladékmentes palackozás hosszú távon elérhető – azt a benyomást kelthetik a fogyasztóban, hogy az eljárás alá vont vállalkozás vizsgálatot érintett termékeinek nincs negatív hatása, vagy csak pozitív hatása van a környezetre. Erre az értelmezésre erősít rá az a tény, hogy az állítások vízzel összefüggésben, egy természetes vizet ábrázoló földgömb kíséretében jelentek meg, mert így a fogyasztó tudattalanul arra asszociálhat, hogy a hulladék a víz körforgásához hasonlóan, minőségromlás nélkül végtelenszer képes megújulni. A vállalkozás honlapi kommunikációja explicit leírja, hogy „*a megújuló természeti energiához hasonló öfenntartó rendszert tudunk létrehozni*”. Eljárás alá vont arról is tájékoztat, hogy hosszú távon hulladékmentesen palackozhatunk természetes ásványvizet, azzal az ígérettel, hogy ez nem „*a távoli jövő*”.⁷³
147. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat az eljárás alá vont vállalkozás minden PET-palackos termékére vonatkozóan hordoz üzenetet, és bár ezek az állítások az egész Szentkirályi márkát zöld fényben tüntetik fel, az eljárás alá vont vállalkozás alumínium és üveg csomagolású termékei nem érintettek, hiszen a tényállásban megjelölt állítások egyértelműen a PET-palackos termékek csomagolására vonatkoznak.

⁷² Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/852 irányelve (2018. május 30.)

⁷³ Képzeld el egy olyan világot, amelyben a PET-palack nem vész el, hanem újra és újra PET-palackként kerül az üzletek polcaira! Ez nem a távoli jövő vagy egy tudományos-fantasztikus film nyitójelenete, hanem egy olyan fenntartható gazdasági modell, amelynek megvalósulásáért nap mint nap te is könnyedén tehetsz!

VII.4.4. A fogyasztó ügyleti döntése, annak befolyásolására való alkalmasság

148. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is. Ez alapján az ügyleti döntés torzítására való alkalmasság megvalósulhat a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában, így például, ha a fogyasztó az esetlegesen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat hatására módosítja az adott esetben szóba jöhető helyettesítő árukra vonatkozó preferencia-sorrendjét, vagy egy kereskedelmi kommunikáció hatására olyan árut von be az alternatívák értékelési körébe, amely addig nem volt ismert számára.⁷⁴
149. Az Fttv. kommentár⁷⁵ szerint a termékek megvásárlásakor a fogyasztók környezetvédelmi megfontolásokat mérlegelhetnek. A reklámokban és a marketing kampányokban a kereskedők (az Fttv. terminológiájában: a vállalkozások) ezeket egyre inkább figyelembe veszik, és a környezetbarát jellegre vonatkozó kijelentések nagyon nyomatékos marketing eszközzé váltak.
150. A magyarországi fogyasztókról elmondható, hogy közepesen szkeptikusak a csomagoláson és a hirdetésekben található zöld állításokkal kapcsolatban, aggódnak a környezetért, és a zöld termékekkel kapcsolatos attitűdjük pozitív. Ez utóbbi abban nyilvánul meg, hogy a zöld állítások bármely formában való feltüntetése közepes hatásméretű, pozitívabb környezetbarát fogyasztói termékészlelést eredményez. A termékek fenntarthatósága vonatkozásában a leggyakoribb tájékoztatósi módot számukra a csomagoláson feltüntetett címkék és információk kínálják és ezzel kapcsolatban megállapítható, hogy a zöld állítások termékeken való megjelenítése növeli a termékekre vonatkozó vásárlási szándékot.⁷⁶ Figyelemmel arra, hogy a fogyasztók számára egy termék környezetre gyakorolt hatása jelentős, az azonos funkciójú termékek közötti választást meghatározó tényező, ezért amennyiben a kapott tájékoztatás valótlan vagy más okból megtévesztésre alkalmas, úgy a kommunikáció a fogyasztó ügyleti döntését tisztességtelenül befolyásolhatja.
151. Az ásványvíz előállításának káros környezeti hatása abból adódik, hogy a palackokba csomagolása, szállítása is energiát igényel, a vizsgálattal érintett időszakban az alacsony arányú újrahasznosítás miatt pedig jelentős mennyiségű műanyag szemét keletkezett. A PET-palackokból keletkező nagy mennyiségű hulladék főleg a személtlerakóba, esetleg hulladékégetőbe kerül, a vizsgált időszakban az újrahasznosítás aránya alacsony volt.
152. Észszerűen jár el az a fogyasztó, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy észszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.⁷⁷ A honlapon megjelenő *Szállj be (te is) a körforgásba*” körforgásos rendszert hirdető állítás a kereskedelmi kommunikáció képi megjelenítésével együtt valamint az, hogy „a megújuló természeti energiához hasonló öfenntartó rendszert

⁷⁴ Elvi döntések I.2.2.

⁷⁵ Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez (a továbbiakban: Fttv. kommentár).

⁷⁶ Zöld piacelemzés 13-15.

⁷⁷ Elvi döntések I.4.2.

tudunk létrehozni” „hosszú távon hulladékmenetesen lehet palackozni” (ami azonban a korábbi állítás szerint nem a távoli jövő); „a PET palackokat végtelenszer újra lehet hasznosítani” alkalmasak arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg, nevezetesen, vásárol ilyen terméket, vagy nagyobb mennyiségben vásárol, mint egyébként tette volna, mert megnyugszik, hogy nem is annyira környezetszennyező a vásárlás, hiszen a csomagolás (szeméttmentesen) újrahasznosul, vagy az eljárás alá vont PET palackban árult környezetbarát színben feltüntetett termékeit választja a versenytárs termékek helyett, amelyek ilyen megtévesztő kommunikációt nem alkalmaztak.

153. A jelen ügyben a releváns üzleti döntés lehet, hogy a fogyasztó:

- vásárol-e ásványvíz terméket,
- a piacon lévő ásványvíz termékek közül környezetvédelmi szempontokat mérlegelve melyik terméket választja, részesíti előnyben,
- az alacsonyabb árú termék helyett akár a drágább, de környezeti hatás szempontjából kedvezőbbnek tűnő terméket választ.

VII.4.5. A termék környezetre vonatkozó hatására irányuló állítások – a vizsgált kommunikáció Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bi) alpontja szerinti értékelése

VII.4.5.1. A zöld kommunikáció jelentősége és az igazolásával kapcsolatos elvárások

154. Az eljáró versenytanács a fentiek szerint az eljárás alá vont kötelezettségvállalását elfogadta, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlatnak az Fttv. 6. § szerinti teljes értékelését sem végzi, végezheti el, hanem azt a szempontot vizsgálja meg, hogy a jogsértés nem zárható-e ki egyértelműen.
155. Az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjának bi) alpontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót a termék lényeges jellemzői, így különösen *környezeti hatásai* tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
156. Az Fttv. kommentár⁷⁸ szerint a termékek megvásárlásakor a fogyasztók környezetvédelmi megfontolásokat mérlegelhetnek. Ahhoz azonban, hogy a környezetbarát jellegre vonatkozó kijelentések a fogyasztók számára tájékoztatóak legyenek, és hatékonyan járuljanak hozzá az alacsonyabb környezetvédelmi hatású termékek és szolgáltatások előmozdításához, elengedhetetlen, hogy azok egyértelműek, valóságosak, pontosak és ne félrevezetőek legyenek. Nem szabad, hogy egyetlen környezetvédelmi kérdés hangsúlyozásával véka alá rejtsék a kompromisszumokat vagy a környezetvédelemre gyakorolt káros hatásokat. A környezetbarát jellegre vonatkozó valós kijelentések alkalmazása azért is fontos, hogy megvédje a tisztességtelen versenytől azon kereskedőket (vállalkozásokat), akik igaz állításokat tesznek szemben azokkal, akiknek környezetvédelmi állításai megalapozatlanok.
157. A túl távan megfogalmazott zöld reklámállítások önmagukban nem vagy nehezen értelmezhetők, vagy akár több különböző jelentéssel is bírhatnak a fogyasztók számára.

⁷⁸ Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez

Emiatt előfordulhat, hogy a fogyasztók az állítást a vállalkozás által kommunikálni kívánt üzenettől eltérően értelmezik. A hirdetésnek ezért egyértelművé kell tennie, hogy a zöld állítás a termék, a szolgáltatás vagy a vállalkozás tevékenységének, felelősségvállalási programjának mely aspektusára vonatkozik.⁷⁹

158. Egy vállalkozás környezetbarát működésének népszerűsítése során is pontosan meg kell jelölni azokat a tevékenységeket, intézkedéseket, amelyek valamilyen realizált környezeti előnnyel járnak.⁸⁰
159. A Gazdasági Versenyhivatal Zöld marketing iránymutatása⁸¹ szerint a környezeti állítások megjelenésüket tekintve *két nagy csoportba* sorolhatók. Az *explicit állítások* a vállalkozások környezetvédelmi törekvéseit konkrét megfogalmazásokkal, szavakkal (pl. 100% újrahasznosítható, 100% karbonsemleges) vagy valamilyen szempontrendszernek való megfelelést tanúsító címke alkalmazásával (pl. FSC⁸² tanúsítvány) jelzik a fogyasztók felé. Az *implicit állítások* ezzel szemben kevésbé specifikusak; a képi megjelenés (pl. zöld szín, virágok, erdő, földgömb, hegyek, állatok), a hanghatások (pl. madárcsicsergés, folyó csobogás) összehatásukban kelthetik azt a benyomást a fogyasztóban, hogy a termék vagy szolgáltatás összetétele, csomagolása, használata, vagy a vállalkozás tevékenysége kifejezetten előnyös, de legalábbis nem káros a környezetre nézve.⁸³

VII.4.5.2. A környezetre ható állítások a jelen ügyben

160. A megjelenített képi világgal együtt megjelenő „*Szállj be a körforgásba!*” szlogen, azzal az állítással, hogy a szelektív gyűjtéssel „*megújuló természeti energiához hasonló önfenntartó rendszert tudunk létrehozni*”, és hogy jelenleg is a „*legfenntarthatóbb megoldást alkalmazzák*” valamint az, hogy a hulladékmentes csomagolás a PET technológiával hosszú távon (de nem a távoli jövőben) elérhető, azt a benyomást kelti a fogyasztóban, hogy az eljárás alá vont tevékenységének nincs negatív hatása a környezetre, mivel a PET palack a megújuló természeti erőforrásokhoz hasonlóan csaknem végtelenszer újrahasznosítható, és elérhető a hulladékmentes körforgás, amibe a fogyasztó is bekapcsolódhat, ha szelektíven gyűjti a PET csomagolást. A körforgásos gazdaság azonban nem jelent hulladékmentességet. A vizsgált időszakban a PET palackok újrafelhasználása csak részleges volt, mivel a PET palackok nagyobb részt egyszeri használat után a szeméttelenen kötöttek ki, másrészt az eljárás alá vont által alkalmazott csomagolóanyag túlnyomó többsége nem újra felhasznált alapanyagból készült. Az eljárás alá vont is hangsúlyozta, hogy a körforgásos modell arra is vonatkozik, amikor nem 100%-ban valósul meg az, hogy újrahasznosított alapanyag felhasználásával készülnek a termékek, és hivatkozik a vizsgálati jelentés 144. pontjában bemutatott ábrára (lenti bal oldali ábra).⁸⁴ Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont nem a bal oldali ábrát használta a honlapi kommunikációjában, hanem a jobb oldali ábrát:

⁷⁹https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/szakmai_felhasznalok_tajekoztatok_zold-iranymutatas_201217&inline=true III. pont

⁸⁰https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/szakmai_felhasznalok_tajekoztatok_zold-iranymutatas_201217&inline=true III. pont

⁸¹ Zöld marketing - A Gazdasági Versenyhivatal tanácsai vállalkozásoknak (a továbbiakban: Zöld marketing iránymutatás).

https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/szakmai_felhasznalok_tajekoztatok_zold-iranymutatas_201217&inline=true.

⁸² Forest Stewardship Council, Felelős Erdőgazdálkodás Tanácsa.

⁸³ Zöld marketing iránymutatás 3. o.

⁸⁴ VJ/35-63/2024 sz irat 6. oldal



161. Az eljárás alá vont által a honlapi kommunikációjában megjelenített ábrán sem a gyártáshoz szükséges új nyersanyagok, sem pedig a keletkezett hulladék nem kerül feltüntetésre. Az eljárás alá vont honlapján az alábbi tájékoztatást tette közzé: „A körforgásos gazdaság egy olyan rendszer, amelyben felhasználásukat követően a termékek azonos vagy feldolgozott formában kerülnek vissza a gyártásba. Mindent megteszünk azért, hogy a Szentkirályi ásványvíz csomagolásaként szolgáló PET-palackok, valamint a kupakok és címkék alapanyagai folyamatosan használatban maradjanak. **Ezzel a megújuló természeti energiához hasonló önfenntartó rendszert tudunk létrehozni, amelyhez a te segítségedre is szükségünk van!**” Szinte veszteség nélkül lehet újra és újra palackokat előállítani belőle – kis híján a végtelenségig. A legfenntarthatóbb megoldás, ha a régiekből új PET-palackok készülnek, és ezzel bezárul a PET-körforgás. A visszagyűjtött palackokat az újrahasznosítás első lépéseként préselik, majd őrlémmé darálják. Ezt granulátummá alakítják, majd előformát öntenek belőle, amelyből mi új Szentkirályi palackot készítünk. Így hosszú távon hulladékmentesen palackozhatunk természetes ásványvizet.”. Ez azonban megtévesztő, mert a PET palackok visszagyűjtése a vizsgált időszakban nem valósult meg 100%-ban, a tömeges PET palack gyártáshoz az eljárás alá vont által is elismerten szükséges új nyersanyag bevonása is, ami alapanyag és energiaigényes tevékenység. Annál is inkább, mivel az Európai Parlament és a Tanács csomagolásról és a csomagolási hulladékról, az (EU) 2019/1020 rendelet és az (EU) 2019/904 irányelv módosításáról, valamint a 94/62/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló (EU) 2025/40 rendelete szerint a tagállamoknak 2029. január 1-jéig kell meghozniuk azokat az intézkedéseket, hogy az egyszer használatos műanyag italpalackok legalább 90%-át elkülönítetten gyűjtsék.⁸⁵
162. A honlapon közzétett leírásokban szó sincs a gyártás során szükséges új alapanyag felhasználásáról, valamint a szelektív gyűjtés korlátai miatt óhatatlanul keletkező PET és műanyag hulladékról sem. Az eljárás alá vont vállalkozás palackjainak esetében tehát nem beszélhetünk teljesértékű (természeti energiához hasonló) körforgásról, hiszen ehhez az

⁸⁵ Az Európai Parlament és a Tanács csomagolásról és a csomagolási hulladékról, az (EU) 2019/1020 rendelet és az (EU) 2019/904 irányelv módosításáról, valamint a 94/62/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló (EU) 2025/40 rendelete 50. cikk

újrahasznosítási arány, valamint az új csomagolóanyag újrahasznosított-alapanyag aránya túl alacsony.⁸⁶

163. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a honlapi kommunikáció egésze is azt a benyomást kelti az átlagfogyasztóban, hogy el lehet érni a PET csomagolás 100%-os újrahasznosítási arányát, az eljárással érintett termék csomagolása esetében azonban viszonylag alacsony volt ez az arány az érintett időszakban.⁸⁷ Ugyanebből az okból kifolyólag nincs jelentősége annak sem a vizsgált kereskedelmi gyakorlat minősítése szempontjából, hogy a fogyasztók számára széles körben elérhető az újrahasznosítás gyakorlati feltételét biztosító szelektív hulladékgyűjtés lehetősége⁸⁸.
164. A tényállásban rögzített üzleti kommunikációból okkal következtethet az átlagfogyasztó arra, hogy a hulladék és új alapanyag mentes újrahasznosítás technikai feltételei adottak, és szelektív hulladékgyűjtés esetén ez ténylegesen meg is valósulhat. „*Képzeld el egy olyan világot, amelyben a PET-palack nem vész el, hanem újra és újra PET-palackként kerül az üzletek polcaira! Ez nem a távoli jövő vagy egy tudományos-fantasztikus film nyitójelenete, hanem egy olyan fenntartható gazdasági modell, amelynek megvalósulásáért nap mint nap te is könnyedén tehetsz!*” Egyetért az eljáró versenytanács a vizsgálat azon megállapításával, hogy az eljárás alá vont vállalkozásnak az a nyilatkozata, miszerint az ásványvíz és üdítőital ipar az elkövetkező években teljesen körforgásos, azaz hulladékmentesen működő iparággá válhat, téves feltételezés. Mint ahogyan arra az eljárás alá vont vállalkozás is hivatkozik, 2025-től kezdődően a forgalomba hozott PET-palackoknak legalább 25%-ban, 2030-tól legalább 30% újrafeldolgozott műanyagot kell tartalmazniuk. A már idézett EU rendelet szerint 2040-re az egyszer használatos műanyag italpalackok esetében az újrahasznosított anyagtartalomnak minimum 65%-ot kell elérni⁸⁹. Ez korántsem jelenti a teljes körforgást és a hulladékmentességet, hiszen az új palackokhoz minden alkalommal jelentős mennyiségű szűz műanyagot is hozzá kell adni⁹⁰ és a forgalomba került PET-palackok 100%-ának visszagyűjtése sem garantált.
165. Szemben az eljárás alá vont által sugallt kommunikációval, hogy a PET palackok nem terhelik a környezetet, megállapítható, hogy a PET palackok gyártásához hosszú távon szükség van új alapanyagra, és a PET palackok 100%-os visszagyűjtése a gyakorlatban nem valósítható meg, valamennyi hulladék mindenképpen keletkezik, a vizsgált időszakban ennek mértéke ráadásul még eléggé jelentős volt, tekintettel a 30% alatti újrafeldolgozásra.
166. Figyelemmel arra, hogy a fogyasztók számára egy termék környezetre gyakorolt hatása jelentős, az azonos funkciójú termékek közötti választást meghatározó tényező (maga az eljárás alá vont vállalkozás is a fogyasztók felé éppen ezen jellemzőjét emelte ki a termékeinek), ezért amennyiben a kapott tájékoztatás valótlan vagy más okból

⁸⁶ Ld. vizsgálati jelentés 3. számú mellékletét.

⁸⁷ https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_wm020/default/table?lang=en.

<https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/measuring-the-quality-of-recycling/figure-3-mass-flow-for-pet-recycling-in-2018-and-2020>.

⁸⁸ A hulladékgazdálkodási vállalkozások nyilatkozatai alapján a vizsgálat megállapította, hogy a szelektív hulladékgyűjtés Magyarországon országszerte könnyen elérhető volt a fogyasztók számára a vizsgált időszakban.

⁸⁹ Az Európai Parlament és a Tanács csomagolásról és a csomagolási hulladékról, az (EU) 2019/1020 rendelet és az (EU) 2019/904 irányelv módosításáról, valamint a 94/62/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló (EU) 2025/40 rendelete

⁹⁰ Lásd a 36. bekezdést

megtévesztésre alkalmas, úgy a kommunikáció a fogyasztó ügyleti döntését tisztességtelenül befolyásolhatja.⁹¹

167. E körben tehát nem zárható ki a jogsértés egyértelműen az eljárás alá vont jelen eljárásban vizsgált magatartása vonatkozásában, ugyanakkor az nem is állapítható meg teljes bizonyossággal.

VII.5. A kötelezettségvállalás értékelése

VII.5.1. Jogszabályokkal való összhang megteremtése

168. A kötelezettségvállalás keretében az eljárás alá vont vállalta a kereskedelmi kommunikációk kialakításával kapcsolatos belső folyamataik fejlesztését, megfelelési program bevezetését és részletes belső szabályzat kialakítását. A jelen eljárásban vizsgált magatartás szempontjából kiemelendő, hogy ennek keretében a honlapi kommunikáció tekintetében a jövőbeni kereskedelmi kommunikációkra vonatkozó, a jelen eljárásban felmerült aggályokat egyértelműen orvosolni képes vállalások szerepelnek.
169. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint e vállalat a jövőre nézve is biztosítani képes a jogszabályokkal való összhangot.
170. Az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás elfogadását támogató érveként hivatkozik arra, hogy az egyrészt jelentősen túlmutat a jelen eljárásban vizsgált magatartáson (a belső folyamatok fejlesztése, a megfelelési intézkedések, képzések formalizálása és kötelező belső szabályzat formájában történő rögzítése tekintetében), másrészt a palackozott termékek környezeti hatásaival és a palackvisszaváltási folyamat jelentőségével kapcsolatban a fogyasztók tudatosságát növelő intézkedéseket tartalmaz. Utóbbi intézkedés – a fogyasztók tájékozottságának növelésén keresztül – a generális prevenció szempontjából is hasznos és előremutató lehet, hiszen a fogyasztói tudatosság növelésével csökken a fogyasztók megtévesztésének lehetősége. Az eljáró versenytanács szerint így a fogyasztók megfontoltabb, megalapozottabb ügyleti döntéseket hozhatnak. A fentiekén túl a kötelezettségvállalás elfogadása a vállalatok számára pozitív és előremutató mintaként szolgál azon elvárás szempontjából, hogy a GVH zöld iránymutatását beemeljék a megfelelési erőfeszítéseikbe.
171. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a honlapi edukációs vállalatban foglaltak abból a szempontból is előremutatóak, hogy annak alapján a fogyasztók tényadatok alapján tudnak tájékozódni a DRS rendszerbe visszaváltott PET palackos termékek arányáról, ami elősegíti a tájékozott és tudatos ügyleti döntés kialakítását.
172. A kötelezettségvállalás elfogadása melletti további szempontként mérlegelte az eljáró versenytanács azt, hogy bár a környezeti állítások Fttv. szerinti értékelése vonatkozásában a Gazdasági Versenyhivatal a piaci szereplők számára több dokumentumot is közzétett,⁹² amelyek iránymutatásul szolgálnak az egyes kereskedelmi gyakorlatok önellenőrzés keretében történő értékelése vonatkozásában, a jelen eljárásban vizsgált jellegű kommunikációk tekintetében – a magatartás tanúsításának idején – még nem voltak ismertek versenyhatósági döntések.
173. Az elfogadott kötelezettségvállalás a belső folyamatok fejlesztésén és a fogyasztói tudatosság növelésén keresztül alkalmas arra, hogy a jogszabályokkal összhangban lévő, a

⁹¹ VJ/34-121/2022. sz. határozat 256. bekezdés.

⁹² Pl.: Zöld marketing iránymutatás, Zöld piacelemzési tanulmány.

vállalások szerinti gyakorlat a megfelelő kontrollmechanizmusok segítségével ténylegesen is érvényesüljön, illetve az egész piacon kedvező hatásokkal járjon.

VII.5.2. A kötelezettségvállalás elfogadhatósága

174. A Kötelezettségvállalási közlemény értelmében csak kivételes esetben kerülhet sor a vállalások elfogadására, ha sérülékeny fogyasztói célcsoportól van szó; ilyen célcsoportot azonban az eljáró versenytanács a jelen ügyben nem azonosított. A vállalások elfogadása ellen szóló körülményként értékelhető továbbá, ha a vizsgált magatartás jelentős súlyúnak minősül, így különösen, ha hosszabb ideje tartó magatartásról van szó, vagy a vizsgált magatartás jelentős számú fogyasztót érint, az a fogyasztóknak jelentős hátrányt okoz(hat)ott. A jelen esetben ugyan több évig tartó magatartásról volt szó, azonban a vizsgálat tárgyát képező honalpi kommunikáció önmagában véve kisebb fogyasztói körhöz juthatott el. A vállalások elfogadása mellett szól az a körülmény is, hogy a vonatkozó joggyakorlat még kevésbé tekinthető kiforrottnak, a kereskedelmi gyakorlat tanúsításának idején még nem feltétlenül volt egyértelmű például az implicit, képi világgal operáló zöld állítások jelentősége a kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékelése tekintetében.
175. Az eljárás alá vonttal szemben az elmúlt 10 évben a Gazdasági Versenyhivatal nem folytatott eljárást, így nem is állapított meg jogsértést, ebből következően korábbi kötelezettségvállalással kapcsolatos probléma sem merülhetett fel.
176. Az eljáró versenytanács a fentiekben részletesen kifejtettekre tekintettel a kötelezettségvállalást relevánsnak értékelte, mivel az kiküszöböli az azonosított aggályokat, a feltárt problémák gyökerére hat, akként, hogy a jogsértés elkerülését szolgáló konkrét intézkedéseket is tartalmaz. A vállalás az eljárás tárgyát képező magatartáson túl is mutat, amennyiben a belső folyamatokat a környezeti állításokon túlmenően is, valamennyi kereskedelmi kommunikáció tekintetében fejleszti, illetve előremutató edukációs elemeket is tartalmaz.
177. A kötelezettségvállalás továbbá hitelesnek is tekinthető, mivel ténylegesen is megvalósítható elemeket tartalmaz, amelyek megvalósításának módját, ütemezését az eljárás alá vont megfelelően alátámasztotta.
178. A kötelezettségvállalás időszerűségét szintén igazolta az eljárás alá vont az intézkedések bevezetésére vonatkozó időpontok megjelölésével.
179. Végezetül, az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalásban nem azonosított ellentmondást, az ellenőrizhetőséget a vállalásnak az egyes intézkedések megvalósulását igazoló, beszámolásra vonatkozó elemei biztosítják, és a vállalás csak korlátozott mértékben tartalmaz üzleti titkokat.
180. Az eljáró versenytanács felhívja az eljárás alá vont vállalkozás figyelmét, hogy a Tpvt. 75. § (4) bekezdése szerint határidőben jelezze, amennyiben a MOHU MOL Hulladékgazdálkodási Zrt-től kapott adatokhoz történő hozzáférése a vállalási időszak alatt önhibáján kívül megszűnne.

VII.6. Összegzés

181. Az előzőekben részletesen kifejtettekre tekintettel az eljáró versenytanács – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – kötelezi az eljárás alá vontat az általa tett kötelezettségvállalás teljesítésére.
182. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 75. § (2) bekezdésével összhangban rögzíti, hogy a Gazdasági Versenyhivatal – sem a kötelezettségvállalásban foglalt határidő letelte előtt, sem

annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében.

VIII. Egyéb eljárási kérdések

183. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a Tpv. 77. § (1) bekezdésének c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, a 75. § szerinti kötelezettségvállalás teljesítését.
184. Az eljáró versenytanács felhívja továbbá a figyelmet arra is, hogy a Tpv. 75. § (2) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal – sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében – ez a rendelkezés azonban nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
185. Az eljáró versenytanács határozatát módosítja (ha egyébként a kötelezettségvállalással elérni kívánt eredmény más módon is elérhető)
186. a kötelezett vállalkozás kérelmére, ha a kötelezett a határozatban előírt valamely kötelezettséget rajta kívül álló elháríthatatlan ok miatt nem tudja teljesíteni [Tpv. 75. § (3) bekezdés a) pont], vagy
187. a kötelezett vállalkozás kérelmére vagy hivatalból, ha a határozatban előírt valamely kötelezettség teljesítése a körülmények változása, így különösen a piaci viszonyok, a verseny feltételeinek módosulása folytán a továbbiakban nem indokolt [Tpv. 75. § (3) bekezdés b) pont].
188. A Tpv. 75. § (3) bekezdés a) pontja szerinti kérelem azonban csak a kötelezettség teljesítését megakadályozó okról való tudomásszerzéstől számított tizenöt napon belül, de legkésőbb az ok felmerülésétől számított két hónapon belül terjeszthető elő.
189. Az eljáró versenytanács a Tpv. 75. § (5) bekezdése alapján a közigazgatási bíróság által el nem bírált határozatát visszavonja akkor is, ha a kötelezettségvállalást előíró határozat a döntés szempontjából lényeges ténynek a kötelezett vállalkozás általi félrevezető közlésén alapult.
190. A Tpv. 75. § (6) bekezdése szerint ha a vállalkozás nem teljesítette az (1) bekezdés szerinti határozatban, illetve a (3) bekezdés szerint módosított határozatban előírt kötelezettséget, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának – a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felrúthatóságára is figyelemmel történő – mérlegelése alapján a határozatot visszavonja vagy megállapítja a kötelezettség nem teljesítését és bírságot szabhat ki.
191. Az eljáró versenytanács kiemeli továbbá, hogy a Tpv. 75. § (6a) bekezdése értelmében, ha a kötelezettségvállalást előíró határozat meghozatala a kötelezett vállalkozás által közölt hiányos, helytelen vagy félrevezető információ alapján, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának (a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló

versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő mérlegelése alapján a határozatot visszavonhatja.

192. A Tpvt. 75. § (7) bekezdés b) pontja szerint a határozat a (6) és a (6a) bekezdés szerinti esetben a kötelezettség teljesítésére előírt határidő lejártától, folyamatos kötelezettség esetén a kötelezettség megsértésétől számított öt éven belül vonható vissza.
193. A Tpvt. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
194. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 29. § (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól szóló 2023. évi CIII. törvény (a továbbiakban: Dáptv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – a Dáptv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
195. A Dáptv. 19. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és az ügyfél jogi képviselője.
196. A Dáptv. 19. § (5) bekezdése szerint, ha jogszabály egy nyilatkozat megtétele vonatkozásában az elektronikus kapcsolattartást – vagy az elektronikus kapcsolattartás módját – kötelezővé teszi, az e követelménynek meg nem felelő nyilatkozat – törvényben vagy kormányrendeletben meghatározott esetek kivételével – érvénytelen.
197. A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
198. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
199. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.

200. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2026. május 4.

dr. Ay Zoltán Nándor
előadó versenytanácsstag

dr. Kuritár Dávid
versenytanácsstag

Váczai Nóra
versenytanácsstag

Melléklet:

Elfogadott kötelezettségvállalás

M E L L É K L E T

A Szentkirályi Magyarország Kft. (Társaság) kötelezettségvállalása:

1. MEGFELELŐSÉGI PROGRAM

A Társaság vállalja, hogy a jelen ügyben hozott döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül megalkotja és ugyanezen határidőn belül kötelező szabályzatként életbe lépteti új, fogyasztóvédelmi joggal kapcsolatos és formálisan kihirdetett megfelelési programját.

A Társaság vállalja, hogy a megfelelési szabályzatot a hatályba léptetéstől számított 5 évig kötelező szabályként fenntartja.

A megfelelési program egyrészt egy megfelelési szabályzat/kézikönyv elfogadását jelenti (amelyet az eljárás alá vont rendszeresen felülvizsgál és szükség esetén frissít a releváns jogszabályokra, jogalkalmazási gyakorlatra, valamint az üzleti folyamataiban bekövetkezett esetleges változásokra tekintettel), másrészt egy kapcsolódó képzési rendet.

1.1 Fogyasztóvédelmi megfelelési szabályzat

A szabályzat tartalma:

1. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó szabályrendszer lényegi ismertetése (ideértve az élelmiszerekre és az ásványvizekre vonatkozó speciális megfelelési szabályokat)
2. A GVH Zöld marketing iránymutatása és a Zöld marketing piacelemzésének megállapításai, nemzetközi irányok
3. a Társaság jogi megfelelést biztosító eljárásrendje, kiemelten:
 - a. fogyasztói promóciós mechanizmusok, játékszabályok és ezek kommunikációs anyagai
 - b. általános termék- és brand kommunikációk (offline és online)
 - c. tévéreklámokkészítése esetén, kötelező és dokumentált jóváhagyási folyamat útján.
4. 4. Képzési rend, melynek keretében a Társaság vállalja, hogy
 - a. a megfelelési szabályzat folyamatos elérhetőségét biztosítja a Társaság belső számítógépes hálózatán,
 - b. a megfelelési szabályzat rendelkezéseiről a Társaság releváns munkakörben eljáró munkavállalói számára a szabályzat hatályba léptetésétől számított 2 hónapon belül kétszer azonos tartalommal képzést szervez.
 - c. Ugyancsak képzést szervez a Társaság a releváns munkakörbe felvett új munkavállalók számára a belépéstől számított 1 hónapon belül.

- d. Vállalja a Társaság, hogy soron kívül frissítő tréninget szervez, amennyiben a joggyakorlatban vagy a jogszabályokban bekövetkezett változások ezt indokolják, egyéb esetben az első tréningtől számítva legkésőbb 1 év múlva szervez 1 db frissítő tréninget a jelen kötelezettségvállalás részeként.
- e. Külön vállalja a Társaság, hogy évente áttekinti a GVH zöld marketing kommunikációval összefüggésben frissült joggyakorlatát, és a szabályzatot és a tréning anyagot ebben a vonatkozásban évente frissíti.
5. A Társaság a megfelelési program tekintetében kijelöli a végrehajtásért felelős személyt és az őt támogató szakterületeket, akik rendszeres jelentésben értékelik a megfelelési program működését. A Társaság ügyvezetése évente áttekinti a megfelelési program értékelését és meghatározza a megfelelési program működtetésére allokált erőforrásokat.
6. Szintén a fogyasztóvédelmi megfelelési szabályzat tartalmazza a megfelelési program működését biztosító ellenőrzési és kontrollmechanizmusok részleteit, és az esetleges hiányosságokhoz kapcsolódó intézkedéseket.

A fogyasztóvédelmi megfelelési szabályzatot a Társaság vezetősége hirdetni kíván munkáltatói utasításban.

A teljesítés igazolásának módja: A szabályzat megalkotásának és kihirdetésének teljesítését a Társaság a szabályzat és a kihirdetést igazoló belső kommunikáció másolatának benyújtásával vállalja. A szabályzat folyamatos elérését a Társaság képernyőfotókkal igazolja, melyeket 3 hónapos időközönként készít el. A tréningek megtartását a Társaság a releváns munkakört betöltő munkavállalók listája, a képzés anyaga, a munkavállalók részvételét igazoló jelenléti ívek (jelenléti tréning esetén) vagy az online meetingről készült képernyőfotók (online tréning esetén) csatolásával igazol.

A teljesítés igazolásának határideje: A Társaság vállalja, hogy a szabályzat és a kihirdetést igazoló belső kommunikáció másolatát a szabályzat megalkotására irányadó fent jelzett határidőig, a szabályzat elérhetőségét és a tréningek megtartását igazoló említett iratokat egyben, a tárgyévet követő május 31. napjáig benyújtja a GVH-nak.

2. A TÁRSASÁG FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS ALOLDALÁNAK A FRISSÍTÉSE

A Társaság vállalja, hogy 2026. május 31-ig önkéntesen felülvizsgálja és frissíti a Társaság felelősségvállalással foglalkozó oldalát a corporate weboldalon (<https://szentkiralyimagyarország.hu/felelossegvallalas/> aloldal), és a tartalmakat szükség esetén módosítja. A felülvizsgálat befejezéséről a GVH-t tájékoztatja. A teljesítés igazolásának módja és határideje: képernyőfotókkal, a fogyasztóvédelmi megfelelési szabályzat megalkotására nyitva álló határidővel egyezően.

3. BETÉTDÍJAS RENDSZER - ALOLDAL TARTALMI FRISSÍTÉSE

A Társaság vállalja, hogy corporate weboldalán (szentkiralyimagyarország.hu) a jelenleg a betétdíjas rendszert bemutató aloldal (<https://szentkiralyimagyarország.hu/betetdijas-rendszer/>) tartalmát a jelen ügyben hozott döntés kézhezvételétől számított 90 napon belül

frissíti oly módon, hogy 2029. végéig negyedévente frissített tájékoztatást ad a fogyasztóknak arról, hogy a Társaság által forgalomba hozott PET palackos termékek mekkora arányban kerültek vissza a DRS rendszerbe.

A közzétett információ alapját képező adatokat a Társaság számítja ki oly módon, hogy összehasonlítja a MOHU MOL Hulladékgazdálkodási Zrt. („MOHU”) részére a DRS rendszer működtetése során a Társaság által forgalomba hozott DRS rendszer hatálya alá tartozó termékmennyiségre vonatkozó adatokat a MOHU által a Társaság részére negyedévente azonos bontásban megküldött visszaváltási adatokkal. A számított arányszámot fogja a Társaság közzétenni az edukációs oldalon negyedéves gyakorisággal idősoros grafikon formátumban.

A Társaság vállalja, hogy ezt a weboldalt és a fenti tájékoztatást 2029. végéig fenntartja, kivéve abban az esetben, ha a Társaság hozzáférése az alapul fekvő adatokhoz időközben – előre nem látható módon – a Társaság önhibáján kívül megszűnne.

A teljesítés igazolásának módja: Az aloldal készre jelentésével és az aloldal elérhetőségének folyamatos biztosításával. A Társaság vállalja, hogy a közzétett adatok helyességét (azaz a számítás megfelelőségét) az adatok közzététele előtt a MOHU-val ellenőriztetni a pontos adatközzététel érdekében. A Társaság vállalja, hogy a számításokat a tárgyévét követő május 31. napjáig benyújtja a GVH-nak.