

Új világ jön a PET-palackokkal kapcsolatos fenntarthatóság terén a GVH-eljárásainak is köszönhetően

A legnagyobb palackozó cégek olyan vállalásokat tettek, amelyek jelentős hatással lehetnek a PET-palackokkal kapcsolatos társadalmi tudatosságra

Budapest, 2026. augusztus 18. – Komoly és előremutató vállalásokat tettek a hazai ásványvíz- és üdítőital palackozással foglalkozó cégek a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2026-ban lezárt eljárásainak eredményeként. A vizsgált vállalkozások által meghatározott fogyasztói edukációs intézkedések, illetve társadalmi kampányok jelentős hatással lehetnek a fenntarthatósággal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációra, társadalmi szemléletre, illetve a PET-palackok magyarországi újrahasznosítására is. A GVH az érintett cégek kötelezően előírt vállalásainak végrehajtását következetesen ellenőrzi majd.

A műanyagból készült, úgynevezett PET (polietilén-tereftalát)-palackok használata rendkívül nagy környezeti kihívást jelent globálisan. [2025-től a Magyarországon forgalomba kerülő PET-palackoknak is legalább 25 százalékban újrahasznosított műanyagot \(rPET\) kell tartalmazniuk.](#) Az intézkedés az Európai Unió egyszer használatos műanyagokra vonatkozó irányelve alapján lépett életbe. Az Európai Unió tervei szerint 2030-ra a PET-palackok újrahasznosított anyagtartalmának el kell érnie a 30 százalékot, hosszú távon pedig az 50 százalékot.

Mindezek alapján jelentősen felértékelődött a PET-palackok újrahasznosítása, illetve az ezzel kapcsolatos környezetvédelmi és fenntarthatósági állítások. Ezért a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) [2024 nyarán egyszerre három versenyfelügyeleti eljárást indított PET-palackokkal kapcsolatos zöld állítások miatt.](#)

A GVH gyanúja szerint az érintett vállalkozások (1. Fonte Viva Kft. és MOL Nyrt., 2. Szentkirályi Magyarország Kft., 3. Coca-Cola HBC Magyarország Kft., Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft. és a The Coca Cola Company) az ásványvízes és üdítőitalos palackok címkéin feltüntetett, és egyéb kereskedelmi kommunikációjukban alkalmazott, a termék környezeti hatásaira vonatkozó állításokkal valószínűsíthetően megtéveszthették a fogyasztókat.

Az eljárások során a GVH Versenytanácsa egyik cég esetében sem állapított meg jogsértést, ugyanakkor több aggályt is megfogalmazott az érintett vállalkozások kereskedelmi kommunikációjával kapcsolatban. Ezek hatására **a cégek jelentős vállalásokat tettek, amelyek végrehajtása nem csak a vállalkozások belső megfelelését és jogszerű kommunikációját biztosítja, hanem a magyar fogyasztók általános tájékozottságát is támogatja a palackozott italtermékek környezeti hatásait illetően.**

1. [A Fonte Viva Kft. és a céget 2018 óta tulajdonló MOL Nyrt. komplex vállaláscsomagot ajánlottak fel a GVH Versenytanácsának.](#) A 2026 márciusában lezárt eljárásban a cégek vállalták a kereskedelmi kommunikációjukkal kapcsolatos belső folyamataik fejlesztését; egy megfelelési (compliance) szakértő kijelölését; valamint egy részletes belső megfelelési szabályzat kialakítását a jövőbeni kereskedelmi kommunikációk tekintetében, mely a környezeti állításokra vonatkozó intézkedéseket is tartalmaz. Ezen vállalásokon túlmenően **a vállalkozások érdemi edukációs intézkedéseket is meghatároztak. A cégek vállalták, hogy olyan edukációs tartalmakat állítanak össze, melyek kiterjednek a palackozott termékek környezeti hatásaira és a palackvisszaváltási folyamat fontosságára is.**

2. A második – 2026 májusában lezárt – eljárás során a Szentkirályi Magyarország Kft. szintén részletes, kötelezettségvállalási csomagot nyújtott be a Versenytanács számára. Ennek keretében a cég vállalta egy új belső megfelelési program kidolgozását és bevezetését, amely kiemelten figyelembe veszi a GVH zöld marketing iránymutatásait; belső képzések tartását a releváns munkakörben dolgozói számára; valamint a honlapi kommunikációjának felülvizsgálatát. **A Szentkirályi vállalta továbbá a betétdíjas visszaváltási rendszerrel kapcsolatos tájékoztatásának fejlesztését is. Ennek keretében a Szentkirályi 2029 végéig negyedévente közzéteszi a weboldalán, hogy a forgalomba hozott PET-palackok mekkora arányban kerültek ténylegesen vissza a rendszerbe, mely adatok közérthetőségét idősoros grafikonnal segíti majd.**
3. A harmadik eljárás során – amelyet a napokban, 2026 augusztusban zárt le a GVH – a Coca-Cola vállalkozáscsoportba tartozó cégek (Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft., The Coca-Cola Company, SA Coca-Cola Services NV) és a Coca-Cola HBC Magyarország Kft. részletes kötelezettségvállalási csomagot nyújtottak be a GVH aggályainak kezelése érdekében, melyet a GVH javaslatainak megfelelően bővítettek is. Az érintett cégek vállalták, hogy egy célzott és jelentős költségvetésű reklámkampányt indítanak Magyarországon a korábban is használt „Hasznosíts újra” szlogenjére építve. A kampány célja az lesz, hogy ösztönözze a fogyasztókat a PET-palackok újrahasznosításának segítésére, és növelje tudatosságukat, valamint ismereteiket az újrahasznosítás hazai gyakorlati lehetőségeit és a releváns környezetvédelmi és fenntarthatósági szempontokat illetően. Az eljárás alá vontak vállalták továbbá, hogy meghatározott ideig nem hivatkoznak a „100%-ban újrahasznosítható” kifejezésre a Naturaqua termékek kapcsán.

A GVH Versenytanácsa mindhárom eljárás esetében úgy ítélte meg, hogy az eljárás alá vontak vállalásai érdemiek, és előremutatóak, így alkalmasak az azonosított problémák és a GVH aggályainak kezelésére. A GVH Versenytanácsa jogsértés megállapítása, vagy annak hiánya nélkül zárta le az eljárásokat, és kötelezte az eljárás alá vont cégeket a vállalt kötelezettségek teljesítésére. A maradéktalan teljesítés tényét a GVH a későbbiekben utóvizsgálatok keretében ellenőrzi majd.

A Gazdasági Versenyhivatal az elmúlt években kiemelten foglalkozik az ún. „zöld állításokkal”. 2024 januárjában publikálta a kérdéskört vizsgáló piacelemzését, amely rávilágított többek között arra, hogy sok esetben nem egyértelműek, zavarosak a zöld reklámüzenetek, a fogyasztók jelentős része pedig nincs tisztában az egyes állítások és jelölések pontos tartalmával, illetve jelentésével. **A versenyhatóság felhívja a vállalkozások figyelmét, hogy a zöld állításokat tartalmazó kereskedelmi kommunikációjuk kialakítása során mindig körültekintően járjanak el. A zöld állításoknak minden esetben világosan és tárgyilagosan igazolhatónak kell lenniük.**

A GVH a vállalkozásokat segítő tanácsait Zöld marketing útmutatójában foglalta össze, a fogyasztókat pedig a Gondolja Végig Higgadtan! kampánysorozata keretében segíti a zöld üzenetekkel kapcsolatos eligazodásban.

GVH Kommunikáció

További információ:

Horváth Bálint, kommunikációs vezető +36 20 238 6939