



Problémákat tárt fel a zöld reklámokkal kapcsolatban a közös európai hatósági vizsgálat

Budapest, 2021. február 4. – A Gazdasági Versenyhivatal is részt vett az Európai Bizottság és a tagállami hatóságok Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózatának (CPC) közös vizsgálatában, mely az ún. zöld reklámállításokat tekintette át az online térben. Az összehangolt akció számos problémát tárt fel.

A tagállami hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat (Consumer Protection Cooperation Network – CPC) közös vizsgálata 2020 októberében és novemberében tekintette át az online kereskedelemben használt, környezetbarát jellegre és fenntarthatóságra vonatkozó reklámállításokat. Az összehangolt akció (ún. sweep) során a hatóságok összesen 344, online értékesített termék és szolgáltatás környezeti jellemzőire vonatkozó állításait ellenőrizték különböző szektorokban (pl. textiltermékek, kozmetikumok, háztartási eszközök), hogy felmérjék azok megbízhatóságát és egyértelműségét. A munkát koordináló Európai Bizottság most [közzétette összefoglalóját](#) a vizsgálat eredményeiről.

A feltártak alapján a hirdetések nagy része (59%-a) nem biztosított a fogyasztók számára könnyen elérhető bizonyítékokat állításai alátámasztására. A reklámok 37%-a sugallta félreérthető állításokkal, hogy a vállalkozás tevékenysége nincs negatív hatással a környezetre, vagy kizárólag pozitív hatással bír. A vizsgálat emellett 7 olyan hirdetést is feltárt, amely valamely környezetvédelmi tanúsító szervezet támogatását vagy jóváhagyását állította valótlanul.

Az állítások összességét tekintve elmondható, hogy 42%-uk esetében feltételezhető azok valótlan vagy megtévesztő jellege. Pozitívumként emelhető ki, hogy az esetek 76%-ában az állítások nyelvezete érthető volt.

Az európai vizsgálatlal egyidejűleg a 65 ország fogyasztóvédelmi szervezeteit tömörítő, nemzetközi ICPEN hálózat (International Consumer Protection and Enforcement Network) is lefolytatta azonos célú ellenőrzését, mely [hasonló tendenciákról számol be](#).

A magyar versenyhatóság korábban [már figyelmeztette a fogyasztókat az ilyen típusú, megtévesztő hirdetésekre](#), tavaly decemberben pedig közzétette ún. „Zöld marketing” tájékoztatóját, hogy segítse a vállalkozásokat a környezetbarát jellegre és fenntarthatóságra vonatkozó, megfelelő reklámgyakorlat kialakításában.

GVH Sajtóiroda