



A green és a zöld jelző: greening, greenwashing...

**KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG
ELEMZŐ KÖZPONT**



ENERGIAÜGYI MINISZTERIUM

MATE

MAGYAR AGRÁR- ÉS
ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

A green és a zöld jelző:
greening, greenwashing...

Körforgásos gazdaság

Sorozatszerkesztő:

Prof. Dr. Boros Anita

Vértesy László

A green és a zöld jelző:
greening, greenwashing...

Műhelytanulmány

MATE Press
Gödöllő, 2023

Szerző:
Dr. habil. Vértesy László, 2023

Lektorálta: Bognár Kitti Annamária

© Vértesy László, 2023
A műre a Creative commons 4.0 standard licenc
alábbi típusa vonatkozik: [CC-BY-NC-ND](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



ISBN 978-963-623-050-0 [PDF]
DOI: <https://doi.org/10.54597/mate.0098>

A kiadvány az ÉZFF / 212 / 2022 Zöldinnovációs és Energiahatékonysági
Expo és Zöld Fesztivál / Zöld Egyetemi Napok Projekt
keretén belül valósult meg.

Kiadja a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kiadó székhelye: H-2100 Gödöllő, Páter Károly utca 1.
Felelős kiadó: Prof. Dr. Gyuricza Csaba, rektor

Közreadja a Körforgásos Gazdaság Elemző Központ
Magyar Agrár- És Élettudományi Egyetem
H-2100 Gödöllő, Páter Károly utca 1.

KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG ELEMZŐ KÖZPONT



ENERGIAÜGYI MINISZTERIUM



MAGYAR AGRÁR- ÉS
ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

Tartalomjegyzék

Előszó	7
1. A green és a zöld jelző	9
1.1. Greening – zöldítés.....	9
1.2. Greenwashing – zöldrefestés, zöldremosás.....	11
1.3. Greenscamming – zöldátverés.....	15
1.4. További zöld... kifejezések.....	16
1.5. Corporate environmentalism – vállalati környezettudatosság.....	17
2. Gazdasági, vállalati megfontolások	21
3. A greenwashing gyakorlatok	25
3.1. A leggyakoribb visszaélési formák.....	25
3.2. A leggyakrabbanhasznált kifejezések.....	27
4. A greenwashing jogi megítélése	34
4.1. EU: környezeti fogyasztóvédelem és a 2022-es javaslat.....	35
4.2. EU: A zöld állításokról szóló irányelv-javaslat.....	38
4.3. Magyarország.....	42
Forrásjegyzék	49

Előszó

Tisztelt Olvasó!

A Körforgásos Gazdaság című műhelytanulmány sorozat a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemen működő Körforgásos Gazdaság Elemző Központ keretében végzett kutatások publikációs fóruma. A Központ egyik fontos célja a körforgásos gazdasági kutatások nemzetközi és hazai eredményeinek nyomon követése, a körforgásos gazdasági modellre való átállás nemzet- és makrogazdasági elemzése, az egyes szakterületeken megjelenő, hatékonyabb, fenntarthatóbb, klímasemleges megoldások feltérképezése és elemzése. Tevékenysége széleskörű: önálló projekteket koordinál, elemzési, kutatási szolgáltatásokat végez, nyilvántartja az Egyetemen folyó a körforgásos gazdasághoz kapcsolódó kutatási és oktatási tevékenységeket és azok eredményeit, továbbá a social media felületein keresztül biztosítani a legújabb ismeretek naprakész megosztását.

Weboldalunkon tovább tájékozódhat: <https://korforgas.uni-mate.hu/>

Prof. Dr. Boros Anita
központvezető,
sorozatszerkesztő

1. A green és a zöld jelző

Az utóbbi években mind fontosabb szemponttá váltak az üzleti világban, a politikában és a mindennapi életünkben a green és a zöld kifejezések, emellett a fenntartható, zéró, eco, öko stb. használata is egyre elterjedtebb. A green és zöld jelzők olyan tevékenységekre és termékekre utalnak, amelyek a fenntarthatóság és a környezetvédelem elvei irányítanak. Céljuk, hogy csökkentsék a káros környezeti hatásokat, és fenntarthatóbb életmódot és gazdasági rendszert teremtsenek. Azonban, ahogy egyre több vállalat és szervezet használja ezeket, úgy nő az igény az őszinteség és a hitelesség iránt is. Az emberek elvárják, hogy a zöld jelzőket csak akkor használják, ha azok valóban tükrözik a fenntartható és környezetbarát gyakorlatokat. A kifejezések köre egyre bővül: túlzöldítés, álzöldítés, zöldesítés, zöldbuzgóság, megzöldítés, zöldhamisítás, bezöldítés.

Zöld kifejezések

greening (zöldítés)	greenwashing (zöldrefestés, zöldremosás)	greenscamming (zöldátverés)	greencrowding (zöldtömörülés)
greenlighting (zöldreflektorfény)	greenshifting (zöldhárítás)	greenlabelling (zöldcímkézés)	greenrinsing (zöldre öblítés)
greenhushing (zöldelhallgatás)		corporate environmentalism (vállalati környezettudatosság)	

1.1. Greening – zöldítés

A zöldítés vagy zöldülés (greening) kifejezés – az angol nyelvterületen – már régóta ismert, eredetileg a zöldhajú almatermesztéssel függött össze, és már 1577-ben használták.¹ Modern korunkban kezdetben az a folyamatot jelölte, amelynek során fű, fák és más növények ültetésével, parkok kialakításával zöldebbé tesszük az épített környezetünket.² Célja általában a környe-

¹"Greening." *Merriam-Webster.com Dictionary*, Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/greening>. (2023.03.25.)

² Dorst, H., Van der Jagt, A., Raven, R., & Runhaar, H. (2019). Urban greening through nature-based solutions—Key characteristics of an emerging concept. *Sustainable Cities and Society*, 49, 101620. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101620>

zeti előnyök és a felületek vizuális kialakításának javítása növényekkel, például zöldfal vagy zöldtető, valamint zöldfelületek kialakítása. Kisléptékben, a munkaszervezési pszichológiában elfogadott, hogy az irodákba és munkaterületekre telepített növények segíthetik a koncentrációt, csökkenthetik a stressz-szintet, növelhetik a kreativitást, javíthatják a levegő minőségét és esztétikus megjelenést biztosíthatnak. Ehhez hasonló a ún. homlokzati zöldítés (facade greening) különböző támasztó kúszónövényekkel, kúszást segítő eszközökkel.

A 21. századra azonban a zöldítés már inkább a környezetvédelem aktívabbá válásának, a természeti környezet védelmére való odafigyelés megkezdésének folyamata. Ezek a zöld tulajdonságok közé tartoznak a következők: csökkentett toxicitás, újrafelhasználhatóság, energiahatékonyság, felelős gyártási technikák, csomagolás és címkézés, újrahasznosított tartalom, a személyes környezeti kockázatok csökkentése, a hőszigetelés enyhítése.

A zöldülés jelensége a felmelegedéssel, a tengerszint emelkedésével és a tengeri jég csökkenésével együtt az antropogén eredetű éghajlatváltozás igen hiteles bizonyítéka. A zöldítés az intenzíven művelt vagy erdősített területeken, például Kínában és Indiában, az emberi tevékenységet tükrözi. Erős zöldülés azonban az olyan bioszférákban is előfordul, ahol az ember által kevésbé befolyásolt terület van jelen, mint például az Északi-sarkvidék, ahol a globális változás mozgatórugói meghatározó szerepet játszanak. A növényzeti modellek azt sugallják, hogy globális szinten a CO₂-kibocsátás a zöldülés fő mozgatórugója, regionális szinten pedig más tényezők is jelentősek. A zöldítés a szárazföldi szén-dioxid-nyelő növelésével és a biogeofizikai folyamatok, elsősorban a párolgásból eredő lehűlés megváltoztatásával mérsékelheti a globális felmelegedést.³

Az Európai Unió szűkebb értelmezésében a zöldítés a fenntartható földhasználatot jelenti (sustainable land use). A környezetbarátabbá válást ösztönző közvetlen támogatásban (green direct payment) azok a gazdák részesülhetnek, akik a környezetvédelmi és éghajlat-politikai célok elérését segítő gazdálkodást folytatnak. A zöldítéssel az EU a mezőgazdasági termelőket a természeti erőforrások megőrzéséért és a közjavak biztosításáért

³ Piao, S., Wang, X., Park, T., Chen, C., Lian, X. U., He, Y., ... & Myneni, R. B. (2020). Characteristics, drivers and feedbacks of global greening. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.1038/s43017-019-0001-x>

jutalmazza, amelyek a piaci árakban nem tükröződő, a lakosság számára nyújtott előnyök. Az uniós országoknak jövedelemtámogatásuk 30%-át a zöldítésre kell fordítaniuk.⁴

A magyar Zöldítés gazdálkodói kézikönyv szerint is zöldítésnek nevezzük az éghajlat és a környezet szempontjából előnyös agrártevékenységek összességét. Más megfogalmazásban: jelenti az éghajlat és a környezet szempontjából előnyös agrártevékenységek összességét.⁵ Ezek közé tartoznak a következők: i) állandó gyepfelületek fenntartása, ii) a növénytermesztés diverzifikálása; és iii) a szántóterületek 5%-ának rendelkezésre bocsátása az éghajlat és a környezet szempontjából előnyös mezőgazdasági gyakorlatoknak szentelt ökológiai jelentőségű területek (ecological focus area, EFA) kijelölésére.⁶

1.2. Greenwashing – zöldrefestés, zöldremosás

Másfelől, mint minden divat, trend óhatatlanul megteremti az ügyeskedés, visszaélés lehetőségét is. A zöldrefestés vagy zöldremosás (greenwashing) kifejezést 1986 Jay Westerveld használta először esszéjében,⁷ amelyben a Fidzsi-szigetén töltötte nyaralásával kapcsolatban arról számolt be, hogy a szállodai szobában egy kártya hívta fel a figyelmet a törölközők többszöri használatára a „Föld erőforrásainak védelme” érdekében. Az aktivista ezt a tevékenységet inkább pénz- és energiamegtakarításként, mintsem környezetvédelmi tevékenységként jellemezte.⁸ Más források 1987, 1989-et említenek, már mostani értelmében: „az aktivisták folytatják a harcot a nagyvállalatok greenwashing tevékenysége ellen, amelyek során azt mondják a

⁴ European Commission (2023): Sustainable land use (greening) https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/income-support/greening_en

⁵ Kovács Máté et al. (2015): Zöldítés gazdálkodói kézikönyv. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara. 5. (holstein.hu/kezikonyv/zoldites_kezikonyv.pdf)

⁶ Magaouda, S., D’Ascanio, R., Muccitelli, S., & Palazzo, A. L. (2020). ‘Greening’ green infrastructure. Good Italian practices for enhancing green infrastructure through the common agricultural policy. *Sustainability*, 12(6), 2301. <https://doi.org/10.3390/su12062301>

⁷ Becker-Olsen, K., Potucek, S. (2013): Greenwashing. In: Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Gupta, A.D. (eds) Encyclopedia of Corporate Social Responsibility. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_104

⁸ Tóth Bettina (2023): Bizottsági javaslat a „zöldrefestés” csökkentéséért. Európa Stratégia Kutatóintézet. <https://www.ludovika.hu/blogok/ot-perc-europa-blog/2023/03/31/bizottsagi-javaslat-a-zoldrefestes-csokkenteseert/>

nyilvánosságnak, hogy a környezet érdekében tevékenykednek, miközben továbbra is szennyezik azt”.⁹

A kifejezés a zöldre utal, mint a természet- és környezetvédelem, de akár a pénzmosás szimbólumára, utóbbinál a tisztára mosás értelmében.¹⁰ Bár eszközei különbözőek lehetnek, de a működési módjuk mindig ugyanaz: a marketingben szép szavakkal és képekkel túlhangsúlyozzák a vállalat környezet iránti elkötelezettségét – épp annyira káros, mint jövedelmező alaptevékenységükről azonban szó sem esik.¹¹ Ez hivatott tisztára mosni a fogyasztók lelkiismeretét. A festés pedig arra, hogy valójában nem történik valódi változtatás, csak átfestik a barnát, régit, szennyezőt zöldre.

A környezetvédelemre utaló állítások középpontjában főként az áll, hogy a termékek összetétele vagy felhasználása milyen hatást gyakorol a környezetre. Gyakran az éghajlatváltozással és a szennyező anyag-kibocsátással kapcsolatosak, de érinthetik a természeti erőforrások racionális felhasználását, az erdőirtást, a fajok sokféleségét vagy az energiahatékonyságot is.¹²

A jelentés is több dimenzióban értelmezhető, így például olyan magatartás vagy tevékenység, amely elhitei az emberekkel, hogy egy vállalat többet tesz a környezetvédelemért, mint amennyit valójában tesz; egy termék, politika, tevékenység stb. környezetbarátabbnak vagy kevésbé környezetkárosítónak tüntetése, mint amilyen valójában.

⁹ 1987 D. Bellamy in *Sanity* Sept. 28/1 They create a lot of environmental ‘greenwash’, and thank god for it, because they create some very good nature reserves. But they’re also commissioning uneconomic nuclear power stations.

1989 *Observer* 5 Mar. 14/2 Six Ministers launched ‘Environment in Trust’, a clutch of pastel-shaded leaflets putting a greenwash over the Government’s environmental record.

1990 *Orange County (Calif.) Register* (Nexis) 5 Apr. a10. The activists will keep a booth outside the fair and continue to fight what the group calls ‘greenwashing’ by large corporations who tell the public they are working for the environment while continuing to pollute.

¹⁰ “Greenwashing.” *Merriam-Webster.com Dictionary*, Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/greenwashing>. (2023.03.25.)

¹¹ de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. D. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>

¹² Országgyűlés Hivatala (2021): A “greenwashing” jelenség. https://www.parlament.hu/documents/10181/39233854/Infojegyzet_2021_40_greenwashing.pdf/ec5b9e78-0b17-34b7-3273-8db1bd16bea9?t=1622187677016

A zöldrefestés kifejezés jelentése

Forrás, szerző	Definíció
Oxford English Dictionary (2023, első megjelenés 1999)	Alaptalan vagy félrevezető környezetvédő imázs kialakítása vagy propagálása. Egy szervezet által terjesztett dezinformáció a környezettudatos imázs kialakítása érdekében. Eredete: green + whitewashing (meszelés)
Merriam-Webster's Collegiate Dictionary (2023, online)	Környezetvédelmi aggodalmak kifejezése, különösen termékek, politikák vagy tevékenységek fedezeteként. Eredete: green + brainwashing (agymosás)
Polonsky et al. (1997)	Túlzott marketing annak érdekében, hogy egy cégnek zöld árnyalatot adjon anélkül, hogy csökkentené a cég káros környezeti hatását. Akkor fordul elő, amikor a cégek kevesebb érdemi és több „pózoló” állítást tesznek a környezetvédelmi reklámokban.
Corporate Watch (2001)	1) Környezetszennyező vagy társadalmilag ártalmas cégek arra irányuló kísérlete, hogy úgy őrizzék meg vagy terjesszék ki piacaikat, hogy környezetbarátnak vagy a szegénység elleni küzdelem bajnokainak tettetik magukat. 2) A fogyasztók vagy a döntéshozók agymosására irányuló kísérlet, amely azt kívánja elhitetni, hogy a szennyező óriásvállalatok a fenntartható fejlődés meghatározó tényezői.
Laufer (2003)	Dezinformáció azoktól a szervezetektől, amelyek célja a közhírnév javítása és a megítélés (közkép) további formálása.
TerraChoice (2007)	A fogyasztók félrevezetése egy vállalat környezetvédelmi gyakorlatával (cégszintű zöldrefestés) vagy egy termék vagy szolgáltatás környezeti előnyeivel kapcsolatban (termékszintű zöldmosás).
Gillespie (2008)	Olyan reklám vagy marketing, amely félrevezeti a közvéleményt egy személy, vállalat vagy termék feltételezett környezetvédelmi jellemzőinek hangsúlyozásával, ha ezek megalapozatlanok vagy nem relevánsak.
EUR-Lex 2010/C189/01, E-1632/09	Reklámeszközként szolgáló színlelt környezetvédelem.
Delmas and Burbano (2011)	Két vállalati magatartás metszéspontja: a rossz környezeti teljesítmény és a környezeti teljesítményről szóló pozitív kommunikáció.
Lyon and Maxwell (2011)	A vállalat környezeti vagy társadalmi teljesítményére vonatkozó pozitív információk szelektív nyilvánosságra hozatala, az e dimenziókra vonatkozó negatív információk teljes körű nyilvánosságra hozatala nélkül, túlzottan pozitív vállalati imázs kialakítása érdekében.

Walker and Wan (2012)	Stratégia, amelyet a vállalatok a környezeti kérdések szimbolikus kommunikációja érdekében alkalmaznak anélkül, hogy érdemben foglalkoznának velük. A szimbolikus és az érdemi cselekvések közötti különbség.
Forbes and Jermier (2012)	Felületes vállalati környezetvédelem, amely csupán egy stílus és lényegtelen; egy ünnepélyes zöld arculat [amely] egy vagy néhány jól látható zöld kritériumra összpontosítja a figyelmet, és figyelmen kívül hagyja az összes többi.
Marquis and Toffel (2012)	A szelektív közzététel olyan formája, amelyben a vállalatok környezetbarát programokat hirdetnek, hogy eltereljék a figyelmet a szervezet környezetbarát vagy kevésbé ízletes tevékenységeiről.
Gazdasági Versenyhivatal (2016)	Olyan vállalati marketing kommunikáció amely azt a látszatot kelti, hogy működésének középpontjában a környezettudatoság áll – noha ez nem minden tekintetben igaz; vagy igaz, de megtévesztő lehet a fogyasztó számára.
Országgyűlés, Infojegyzet (2021)	A "zöldre mosás" vagy "zöldre festés" a vállalati kereskedelmi kommunikációban a fogyasztók felé történő megtévesztő, esetleg valótlan környezetvédelmi állítások közlése.

Forrás: saját szerkesztés és kiegészítés: Frances Bowen (2014): After Greenwashing – Symbolic Corporate Environmentalism and Society. Cambridge University Press. 21–22. alapján

A jelenség és gyakorlat elterjedésében az áll, hogy a fogyasztók és a vállalatok is mindent zöldnek akarnak, a zöld szín szinte azonos az egészséggel, mindent zöldre festünk, mert így a termék könnyebben eladható, szimpatikusabb a gyártó és termelő, még akkor is, ha a valóban zöld részarány csekély. Durván fogalmazva, ez az esetek nem kis százalékában a fogyasztó részleges vagy teljes megtévesztését, durvább kifejezéssel élve becsapását jelenti.

Két alapváltozata van: a közvetlen vagy direkt zöldre mosás azt jelenti, hogy egy vállalat azt mondja a vásárlónak, hogy termékük kifejezetten zöld. Használhatják a következő szavakat: zöld, eco, fenntartható, természetes, stb. Ezeket a szavakat tanúsítványok, bizonyítékok nélkül is tudják alkalmazni, így nem feltétlenül szükséges, hogy igaz legyen. A közvetett zöldre mosás során a vállalatok különböző színeket vagy betűtípusokat, vagy szimbólumokat, képeket és vizuális segédeszközöket használnak, hogy a fenntarthatóság látszatát keltsék, s ezáltal eladásukat növelni tudják.¹³

¹³ Bíró Ágota (2021): Greenwashing, azaz a zöldre mosás jelentése és típusai. <https://agota-biro.com/greenwashing-azaz-a-zoldre-mosas-jelentese-es-tipusai/>

1.3. Greenscamming – zöldátverés

A zöldátverésnek (greenscamming) nevezzük azt, amikor egy szervezet vagy termék olyan nevet vesz fel, amely hamisan környezetbarát jelleget sugall. Ez a biológiában az agresszív mimikrihez hasonló.¹⁴

A greenscamminget különösen az ipari vállalatok és szövetségek használják, amelyek asztroturfó¹⁵ szervezeteket vetnek be, hogy megpróbálják vitatni azokat a tudományos eredményeket, amelyeket az üzleti modelljükre nézve fenyegetőnek tartanak. Erre példa az ember okozta globális felmelegedés tagadása a fosszilis energiaszektor vállalatai részéről, amelyet szintén külön erre a célra létrehozott greenscamming szervezetek irányítanak.

Az ilyen szervezetek létrehozásának egyik oka, hogy nehéz nyíltan kommunikálni a környezetet károsító tevékenységek előnyeit, másik lehetséges cél, hogy altívan támadják, cáfolják az környezeti és éghajlatváltozásokat. Ezek egyik finanszírozója az olajipari vállalatok, amelyek több mint 100 klímatagadó szervezetet támogattak anyagilag, és mintegy 20 millió dollárt költöttek greenscamming csoportokra.¹⁶ James Lawrence Powell számos ilyen szervezetet azonosított, amelyek közül érdemes kiemelni az Africa Fighting Malaria NGO-t, amelynek honlapján olyan cikkek és kommentárok találhatóak, amelyek ellenzik az ambiciózus klímavédelmi koncepciókat, annak ellenére, hogy a malária veszélyeit a globális felmelegedés súlyosbíthatja.¹⁷ További hasonló szervezetek:¹⁸ National Wetlands Coalition, Friends of Eagle Mountain, Sahara Club, Alliance for Environment and Resources, Abundant

¹⁴ Agresszív mimikri: a ragadozók, paraziták vagy parazitoidák hasonló jeleket, ártalmatlan mintát használnak, elkerülve, hogy zsákmányuk vagy gazdájuk helyesen azonosítsa őket.

¹⁵ Asztroturfózás: a közvélemény mesterséges ellenőrzése speciálisan felbékelt emberek segítségével.

¹⁶ Washington, Haydn; Cook, John (2011): Climate change denial: heads in the sand. London: Earthscan. p. 75. ISBN 9781849713368.

¹⁷ Powell, James Lawrence (2011): The inquisition of climate science. New York: Columbia University Press. pp. 93–94. ISBN 9780231157186.

¹⁸ Schneider, Jen; Steve Schwarze, Peter K. Bsumek, Jennifer Peoples (2016): The Hypocrite's Trap. In: Under Pressure. Palgrave Macmillan UK doi:10.1057/978-1-137-53315-9_5 és Ehrlich, Paul R.; Ehrlich, Anne H. (1996). Betrayal of science and reason: how anti-environmental rhetoric threatens our future. Washington, D.C.: Island Press. p. 16. ISBN 9781559634847.

Wildlife Society of North America, Global Climate Coalition, National Wilderness Institute, Environmental Policy Alliance of the Center for Organizational Research and Education, vagy az American Council on Science and Health, illetve a németországi European Institute for Climate and Energy (EIKE).¹⁹

1.4. További zöld... kifejezések

A szókészlet nap mint nap bővül. A Planet Tacker 2023 januári jelentése a zöldrefestés következő hat árnyalatára hívja fel a figyelmet.

A zöldrefestés hydrája

Forrás: Willis, John et al. (2023): Greenwashing HYDRA. Planet Tracker. (<https://planet-tracker.org/wp-content/uploads/2023/01/Greenwashing-Hydra-3.pdf>)



A hat legelterjedtebb módszer rövid ismertetése a következő:²⁰

- zöld-tömörülés (greencrowding): amikor egy hangzatos célokkal létrejött csoportosulás tagjává válik a cég, ami viszont lomha és a fenntarthatósági célok megvalósulását csak tovább lassítja, hogy a tempót nemhogy emeli, de tovább csökkenti a hasonló felfogású vállalatok tétlensége.
- zöld-reflektorfény (greenlighting): azt jelenti, hogy a vállalat a zöld törekvéseit hangsúlyozza, legyenek azok bármennyire aprók. közben pedig elterelik a figyelmet a környezetszennyezésről vagy a jelentős kibocsátásról.
- zöld-hárítás (greenshifting): tipikus példája a fogyasztói felelősség hangsúlyozása. bár vitathatatlan, hogy a fogyasztók tudatossága is

¹⁹ Brüggemann, Michael (2017): Die Medien und die Klimalüge. Falsche Skepsis und echte Leugnung. In: Volker Lilienthal, Irene Neverla (Eds.): „Lügenpresse“: Anatomie eines politischen Kampfbegriffs. Cologne 2017, p. 137–157, p. 143/44 and 150. és Rahmstorf, Stefan Hans Joachim Schellhuber (2012): Der Klimawandel: Diagnose, Prognose, Therapie. C. H. Beck, 7th. Edition 2012, ISBN 978-3406633850, p. 85.

²⁰ Kun Zsuzsa (2023): A zöld címke nem elég a fenntarthatósághoz (<https://qubit.hu/2023/03/21/a-zold-cimke-nem-eleg-a-fenntarthatosaghoz>)

elengedhetetlen a változáshoz, nem kompenzálhatják a nagyvállalati kibocsátást csupán tudatos fogyasztói szokásokkal.

- zöld-címkézés (greenlabelling): klasszikus marketingfogás, ami a csomagolással, a megjelenéssel játszik. általában alaptalanul címkéznek egy-egy terméket zöldnek vagy fenntarthatónak, viszont a teljes kampányt erre a többnyire hamis állításra építik fel.
- zöldre öblítés (greenwashing): ez kényelmes célok kitűzését jelenti, vagyis a cégek annak megfelelően változtatják zöld vállalásaikat, hogy azok elérhetőek legyenek számukra, ezáltal elmondhatják magukról, hogy teljesítették, amit megígértek.
- zöld-elhallgatás (greenhushing): a fenntarthatósági törekvések eltitkolása. távolról szerénységnek is tűnhet, de a jelentés szerint inkább arról van szó, hogy a cégek, kormányok inkább hallgatással próbálják elkerülni az ellenőrzéseket és a felelősségre vonást.

1.5. Corporate environmentalism – vállalati környezettudatosság

Röviden még egy negyedik fogalomra is érdemes utalni. A vállalati környezettudatosság vagy környezetvédelem (corporate environmentalism, CE) a szennyezés és az erőforrás-felhasználás csökkentésére, valamint a természetes élőhelyek megőrzésére irányuló vállalati szintű erőfeszítéseket jelenti. A CE-t alkalmazó vállalatok egyoldalúan vagy kollektíven, nem kormányzati szervezetek (NGO-k), vállalkozások és/vagy kormányok által támogatott kezdeményezéseken keresztül vállalhatják, hogy a vonatkozó jogi követelményeken túlmutató környezetvédelmi intézkedéseket tesznek. Következésképpen a cégek CE motivációi nem érthetők meg pusztán a kormányzati intézkedések vizsgálatával. A szakirodalomban CE-t a vállalati társadalmi felelősségvállalás (corporate social responsibility, CSR) tágabb fogalmának egy részhalmozásának tekintik.²¹ Ehhez hasonló a corporate greening.

A közvetlen CE lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy két célt érjenek el:

²¹ Chrun, E., Dolšák, N., & Prakash, A. (2016). Corporate environmentalism: Motivations and mechanisms. *Annual Review of Environment and Resources*, 41, 341-362. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-110615-090105>

- nyilvánosságra hozzák a környezetvédelmi gyakorlatukra vagy tevékenységük környezeti hatásaira vonatkozó információkat, ezáltal megnyílnak a nyilvánosság előtt, és
- konkrét intézkedéseket kezdeményeznek a környezetvédelem érdekében.

A cégek az információk nyilvánosságra hozatalát és a konkrét politikák elfogadását egyoldalúan vagy közösen, közösségi erőfeszítések részeként is megvalósíthatják.

A közvetett CE esetében az erőforrást nyújtó vállalat környezetbarát magatartást követel meg az erőforrást kereső vállalatoktól. A pénzügyi szolgáltatási ágazatban például az erőforrás-szolgáltató tőkeáttételt gyakorol a pénzeszközöket kereső vállalatokra – hitelek, portfólióbefektetések vagy kockázati finanszírozás formájában. Így három szerep azonosítható a pénzügyi szereplők közvetett CE megvalósításában:²²

- erőforrás-ellenőrök,
- feltételrendszer bevezetői és
- kapuőrök (gatekeepers).

A következő táblázat összefoglalja a vállalati környezettudatossággal kapcsolatos két fő nézőpontot. A hagyományos nézőpont a vállalati szintű környezetvédelmi stratégiára és teljesítményre vonatkozó kérdéseket tesz fel: Megéri zöldnek lenni? Mikor, miért és hogyan? Ezzel szemben a kritikai perspektíva a vállalatoknak a környezetromlással és annak következményeivel kapcsolatos diskurzusok közvetítőjeként és konstruktöreiként betöltött szerepét vizsgálja. A hangsúly inkább arra a kérdésre helyeződik, hogy mit jelent zöldnek lenni, és hogy kinek van hatalma eldönteni a választ és hogyan.

²² A kapuőrök jóváhagyási szerepükön keresztül szűrő- és jelzőszolgáltatásokat nyújtanak a cégek számára.

A vállalati környezettudatosság két nézőpontjának összehasonlítása

	Hagyományos perspektíva	Kritikai perspektíva
Vállalati környezettudatosság		
Fókuszban lévő jelenség	Vállalati környezetvédelmi stratégia és teljesítmény	A vállalatok mint a környezeti diskurzus közvetítői és konstruktörei
Kulcskapcsolatok	Gazdasági kapcsolatok	Hatalmi kapcsolatok
Az elemzés szintje	Cég	Terület vagy rendszer
Elsődleges kutatási kérdések	Megéri-e zöldnek lenni? (Mikor, miért, hogyan?)	Mit jelent zöldnek lenni? (Ki, miért, hogyan...)
Filozófiai álláspont	Pozitívista	Konstruktívista
Szimbolikus vállalati környezettudatosság		
Környezetvédelmi probléma	Aszimmetrikus információs probléma	Ellenőrzési probléma
Elemző apparátus	A jelzés és a hírnév közigazgatásigana	Hatalmi viszonyok az intézményi területeken belül
A szimbolikus viselkedés motivációja	A hírnévből származó versenynyereség	A retorika és az erőforrások ellenőrzése
	A legitimitás és a társadalmi működési engedély kezelése	A státusz és a tekintély fenntartása

Forrás: Frances Bowen (2014): *After Greenwashing – Symbolic Corporate Environmentalism and Society*. Cambridge University Press. 49

A szimbolikus vállalati környezettudatosságot (symbolic corporate environmentalism SCE) érdemes összevetni a zöldrefestéssel. Az egyes jellemzők szerint ugyanis a két fogalom eltér egymástól. Először is, a SCE többről szól, mint a környezeti információk közzétételéről. Az olyan nyilvánosságra hozatali gyakorlatok, mint a fenntarthatósági jelentések közzététele, a zöld klubok támogatásának kinyilvánítása, az ISO 14001-hez és az EnergyStar-hoz hasonló címkék és tanúsítási rendszerek elfogadása a cégek számára a környezeti minőség jelzésének módja.²³ Az SCE nemcsak a

²³ Urbański, Mariusz – ul Haque, Adnan (2020) Are You Environmentally Conscious Enough to Differentiate between Greenwashed and Sustainable Items? A Global Consumers Perspective. *Sustainability* 12/5. <https://doi.org/10.3390/su12051786>

nyilvánosságra hozatali és kommunikációs gyakorlatokat foglalja magában, hanem a környezeti gyakorlatok teljes skálájának szimbolikus vonatkozásait is, beleértve a környezetvédelmi technológia megvalósítását, a környezetvédelmi osztály létrehozását, a belső környezetvédelmi programok elindítását, a mérési és jelentési rendszerek bevezetését és a fizikai épületek építését. Másodsor, az SCE a vállalat környezetvédelmi döntései nem kívánt következményeként jelenhet meg. A zöldrefestés mai definíciói pedig a tudatos stratégiákat hangsúlyozzák.²⁴ Harmadszor, az SCE mélyen beágyazódott egy intézményi területbe, és a szereplők vagy a köztük lévő kölcsönhatások sokfélesége építheti fel. Negyedszer, az SCE számos költséggel és haszonnal járhat a cégek számára, valamint jóléti költségekkel és haszonnal társadalmi szinten. Így szembeesülve a pusztán szimbolikus zöldítés negatív és pozitív következményeivel.

Zöldrefestés vs. szimbolikus vállalati környezetvédelem

	Zöldrefestés	Szimbolikus vállalati környezettudatosság
Gyakorlatok	Csak közzétételi és kommunikációs gyakorlat	Minden környezetvédelmi gyakorlat
Példák a kulturális megnyilvánulásokra	Környezetvédelmi jelentések, reklámok, ökocímkek, vállalati weboldalak, tanúsítási rendszerek, nyilvános környezetvédelmi szabályzatok plusz környezetvédelmi technológiák, munkakörök, stratégiai tervek, belső környezetvédelmi programok, mérési és jelentési rendszerek, megfelelőségi nyilvántartások, fizikai infrastruktúra, partnerségi megállapodások és így tovább.
Elsődleges szereplők	Cégek	Interakciók a szereplők között
Stratégiai fókusz	Szándékos stratégia	Kibontakozó stratégia
Gazdasági következmények	Hasznos a cégek számára; költséges a társadalom számára	Költségek és hasznok mind a cégek, mind a társadalom számára
Kapcsolat a környezeti hatásokkal	Nincs; csak szimbolikus hatások	Van vagy lehetséges; szimbolikus és/vagy tartalmi hatások

Forrás: Frances Bowen (2014): *After Greenwashing - Symbolic Corporate Environmentalism and Society*. Cambridge University Press. 34.

²⁴ Miller, Toby (2017) *Greenwashing culture*. London, Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315659251>

2. Gazdasági, vállalati megfontolások

A zöldítés és a zöldmosás gazdasági hatásai jelentősek lehetnek, mind az egyes vállalatok, mind a gazdaság egésze számára.

A valódi zöldítési gyakorlatokat (greening practices) folytató vállalatoknak magasabb kezdeti költségekkel kell szembenézniük a működésükben és termékeikben végrehajtott változtatások végrehajtása során.

Ezek idővel a megújuló energiába való beruházások, a fenntartható anyagok és más környezetbarát termékek és szolgáltatások iránti kereslet növekedéséhez vezethetnek, ami új gazdasági lehetőségeket és munkahelyeket teremthet ezekben az ágazatokban. Idővel azonban ezek a beruházások az energia- és erőforrás-fogyasztás csökkenése révén költségmegtakarítást eredményezhetnek, valamint javíthatják a márka hírnevét és a vásárlói hűséget.²⁵ Továbbá, mivel a fogyasztókat egyre inkább foglalkoztatja a környezeti fenntarthatóság, a valódi környezetbarát gyakorlatokat alkalmazó vállalatok jobb helyzetben lehetnek a vásárlók vonzása és megtartása terén, ami az értékesítés és a bevétel növekedéséhez vezethet.

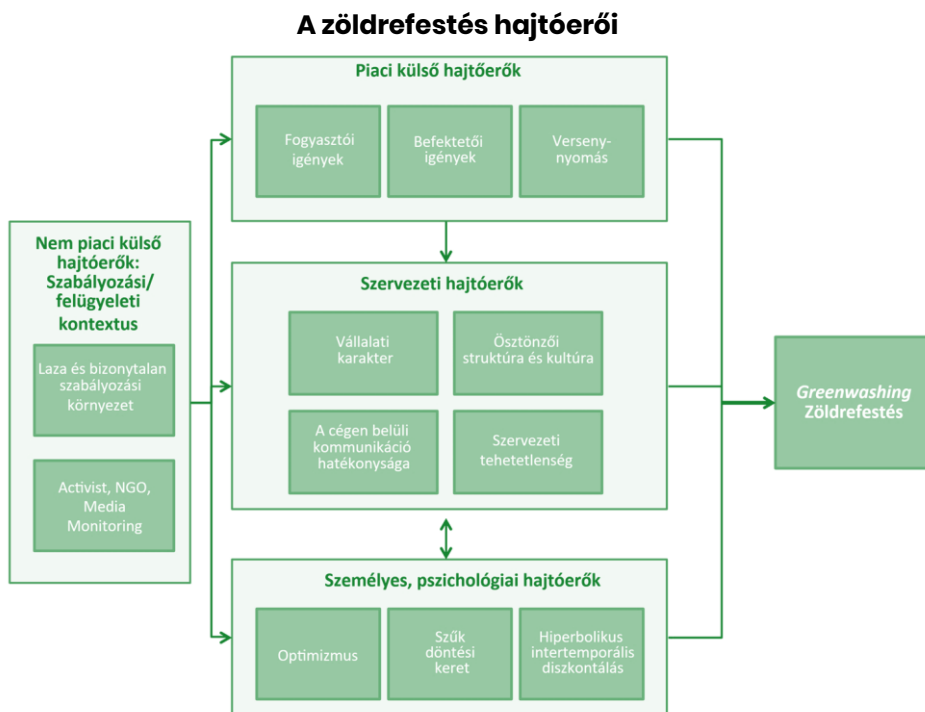
Ezzel szemben a zöldmosás torz piacot hozhat létre, ahol a megtévesztő marketinggyakorlatokat folytató vállalatok tisztességtelen előnyre tehetnek szert a valóban környezetbarát vállalkozásokkal szemben, ami elfojtja az innovációt és a fenntarthatóságba való befektetést.²⁶

Ezek a cégek rövid távon profitálhatnak a márka hírnevének javulásából és a megnövekedett eladásokból, mivel a fogyasztók nagyobb valószínűséggel vásárolnak olyan termékeket, amelyek környezetbarátnak tűnnek. Idővel azonban a fogyasztók kiábrándulhatnak a megtévesztő marketinggyakorlatokat folytató vállalatokból, ami a bizalom elvesztéséhez és az eladások csökkenéséhez vezethet. Ezen túlmenően jogi és hatósági szankciókkal szembesülhetnek, ha kiderül, hogy tevékenységet, termékeiket, szolgáltatásaikat illetően, hamis vagy félrevezető állításokat tesznek.

²⁵ Liu, Shubo – Liu, Xiaoyuan (2020) Culture and Green Advertising Preference: A Comparative and Critical Discursive Analysis. *Front Psychology*. 2020/11.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01944>

²⁶ Jones, Ellis (2019) Rethinking Greenwashing: Corporate Discourse, Unethical Practice, and the Unmet Potential of Ethical Consumerism. *Sociological Perspectives*, 62/5. 728–754.
<https://doi.org/10.1177/0731121419849095>

Egy 2023-as felmérés alapján az amerikaiak 78%-a szerint a vállalatoknak környezettudatosnak kellene lenniük, és 64%-uk azt állítja, hogy boldognak érzi magát, ha fenntartható termékeket vásárol, annak ellenére, hogy a vállalatok még mindig alkalmaznak greenwashing taktikákat. Az európai és brit divatmárkák által tett zöld állítások 59%-a félrevezető. A vizsgált vállalatok 59%-a nem szolgáltatott könnyen hozzáférhető bizonyítékot állításai alátámasztására, és a fogyasztók 42%-a pedig túlzónak, hamisnak vagy megtévesztőnek tartotta azokat.²⁷



Forrás: Delmas, M. A., and V. C. Burbano (2011): The drivers of greenwashing. *California Management Review* 54: 64–87.

A cégek kategorizálhatók környezeti teljesítményük és a környezeti teljesítményükkel kapcsolatos kommunikációjuk alapján, amint azt a következő ábra mutatja. A vállalatokat a környezeti teljesítményről szóló kommunikáció tekintetében két kategória egyikébe sorolhatjuk: nincs kommunikáció

²⁷ Gitnux (2023): The Latest Greenwashing Statistics 2023 You Shouldn't Ignore (<https://blog.gitnux.com/greenwashing-statistics/>)

vagy aktív a kommunikáció. Az környezeti teljesítményükről aktívan kommunikáló (például marketing- és PR-kampányok révén) vállalatok a hangos, hallható (vocal) cégek, míg a csendes (silent) jelző azokra vonatkozik, amelyek nem kommunikálnak környezeti teljesítményükről. Így a jó környezeti teljesítményt nyújtó, környezeti teljesítményükről pozitívan kommunikáló cégeket hangos zöld cégeknek (II. kvadráns), míg a környezeti teljesítményükről nem kommunikáló cégeket csendes zöld cégeknek (IV. kvadráns) nevezhetjük. A barna cégek közül azokat, amelyek nem kommunikálnak környezeti teljesítményükről, csendes barna cégeknek hívják (III. kvadráns). Az a tevékenység, amikor a barna cégek aktívan kommunikálnak nem valós környezeti teljesítményükről jelenti a greenwashingot. Ez a tipológia azért hasznos, mert rávilágít arra, hogy a környezeti információk közvételével kapcsolatos döntések a környezeti teljesítményre vonatkozó döntésekkel egyidejűleg születnek.

A vállalatok tipológiája a környezeti teljesítmény és kommunikáció alapján

Kommunikáció a környezeti teljesítményről	Aktív kommunikáció	I. Greenwashing cégek	II. Hangos zöld cégek
	Nincs kommunikáció	III. Csendes barna cégek	IV. Csendes zöld cégek
		Rossz	Jó
		Környezeti teljesítmény	

Forrás: Delmas, M. A., and V. C. Burbano (2011): The drivers of greenwashing. California Management Review 54: 64–87.

Összességében az a tanulság figyelhető meg, hogy azon szervezetek számára, amelyek környezetbarát politikát kívánnak bevezetni és a zöld pozícionálásukat hírnévjavító eszközként kívánják felhasználni, csak az őszinte és átlátható kommunikáció kifizetődő. A zöld tevékenységről szóló féligazságok elmondása nem bizonyul lényegesen jobbnak, mint a hazugságok elmondása. Csak a valóban zöld pozícionálás lehet előnyös. Emellett a szervezetek hírneve sem fog profitálni környezetbarát viselkedésükből, ha csupán a jogi kötelezettségeknek való megfelelésért kapnak elismerést. To-

vábbá, sajnálatosan, a fogyasztók érdekeit védő és a greenwashing tevékenységet leleplező szervezetek objektív beszámolóí – az üzleti gyakorlat és a kommunikáció közötti eltérések nagysága ellenére – nem elegendők ahhoz, hogy felhívják a közvélemény figyelmét és felháborodását az ilyen visszaélésekkel kapcsolatban. A greenwashing vádjainak elsősorban a szervezet szándékával kell foglalkozniuk. Csak ha a fogyasztók meg vannak győződve arról, hogy egy szervezet szándékosan hazudott a környezeti teljesítményéről, akkor lehet a felfedezett zöldmosásnak komoly reputációs következménye.²⁸

²⁸ de Jong, M. D., Huluba, G., & Beldad, A. D. (2020). Different shades of greenwashing: Consumers' reactions to environmental lies, half-lies, and organizations taking credit for following legal obligations. *Journal of business and technical communication*, 34(1), 38-76.
<https://doi.org/10.1177/1050651919874105>

3. A greenwashing gyakorlatok

A vállalati és üzleti szféra számos greenwashing gyakorlatot alkalmaz. Ezek a megtévesztő gyakorlatok elterelik a figyelmet a valós fenntartható megoldásokról, és ártanak az üzleti szektor hitelességének és a fogyasztók bizalmának. Az üzleti szférának fontos feladata, hogy valódi és hatékony környezetvédelmi megoldásokat kínáljon, és őszintén kommunikáljon ezekről az erőfeszítésekről a fogyasztókkal.²⁹

3.1. A leggyakoribb visszaélési formák

A Terra Choice, az Underwriters Laboratories környezetvédelmi tanácsadó részlege már 2007-ben leírta a zöldmizéria hét bűnét (sins of greenwashing), hogy segítsen a fogyasztóknak azonosítani a megtévesztő környezetvédelmi állításokat tartalmazó termékeket.³⁰ Ezek megfelelnek az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2015-ben kiadott véleményének, amelyben összegyűjtötték a leggyakoribb greenwashing módszereket (valóltan környezetbartá jelölés, hiányzó bizonyítékok, homályosság, jogosulatlan jelölés, hamis címkézés).³¹

A zöldmizéria hét bűne

Rejtett kompromisszum (hidden trade-off)	Az állítás azt sugallja, hogy egy termék zöld, szűk körű tulajdonságok alapján, más fontos környezeti szempontok figyelmen kívül hagyásával.	A papír például nem feltétlenül környezetileg előnyösebb, mert fenntartható módon kitermelt erdőből származik (az üvegházhatású gázok kibocsátása vagy a fehérítés során felhasznált klór)
Hiányzó bizonyítékok (no proof)	Az állítást nem támasztanak alá könnyen hozzáfér-	Gyakori példa erre az arctisztító zsebkendők vagy WC-

²⁹ Braga, S., Martínez, M. P., Correa, C. M., Moura-Leite, R. C., & Da Silva, D. (2019). Greenwashing effect, attitudes, and beliefs in green consumption. *RAUSP Management Journal*, 54, 226-241. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-08-2018-0070>

³⁰ Underwriters Laboratories (2022): Sins of Greenwashing. <https://www.ul.com/insights/sins-greenwashing>

³¹ Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye – Környezetvédelmi, szociális és az egészségre vonatkozó kereskedelmi üzenetek (állítások) az egységes piacon (saját kezdeményezésű vélemény) (2015/C 383/02)

	<p>hető alátámasztó információk vagy megbízható harmadik fél által kiadott tanúsítvány.</p>	<p>papírtermékek, amelyek bizonyíték nélkül állítják a fogyasztás utáni újrahasznosított tartalom különböző százalékos arányát.</p>
<p>Homályosság (vagueness)</p>	<p>Az állítás annyira rosszul meghatározott vagy tág, hogy a fogyasztó valószínűleg félreérti a valódi jelentését.</p>	<p>A teljesen természetes egy példa erre. Az arzén, az urán, a higany és a formaldehid mind a természetben előforduló, mérgező anyagok. A teljesen természetes nem feltétlenül zöld.</p>
<p>Hamis címkék imádata (worshipping false labels) Jogosulatlan jelölés</p>	<p>Olyan termék, amely akár szavakkal, akár képekkel harmadik fél jóváhagyásának benyomását kelti, holott ilyen jóváhagyás nem létezik; más szóval hamis címkék.</p>	<p>A vállalat által használt saját címke. A vállalat nem felel meg az által használt címkének.</p>
<p>Irrelevancia (irrelevance)</p>	<p>Az állítás lehet, hogy igaz, de nem fontos vagy nem hasznos a környezetbarát termékeket kereső fogyasztók számára.</p>	<p>A CFC-mentesség gyakori példa erre, mivel ez gyakori állítás annak ellenére, hogy a CFC-eket (klórfluor-szénhidrogének) a Montreali Jegyzőkönyv értelmében betiltották.</p>
<p>Két rossz közül a kisebbik (lesser of two evils)</p>	<p>Az állítás a termékkategórián belül igaz lehet, de fennáll a veszélye, hogy a fogyasztó figyelmét eltereli a kategória egészének nagyobb környezeti hatásairól.</p>	<p>A biocigaretta vagy az üzemanyag-takarékos sportkocsik példák lehetnek erre.</p>
<p>Füllentés (fibbing)</p>	<p>Az állítás egyszerűen hamis.</p>	<p>A leggyakoribb példák erre az ENERGY STAR® tanúsítvánnyal vagy nyilvántartásba vétellel hamisan rendelkező termékek.</p>

Forrás: saját szerkesztés a Underwriters Laboratories (2022): Sins of Greenwashing. <https://www.ul.com/insights/sins-greenwashing> alapján

A szervezet megjegyezte, hogy 2010-re az Egyesült Államokban a zöldnek mondott fogyasztói termékek mintegy 95%-áról derült ki, hogy legalább az egyik ilyen bűnt elkövetik.³²

Legtöbbször például üres marketingeszköznek tekinthető a szén-dioxid-kibocsátás csökkentésére vonatkozó jól csengő ígéretetek is. Sőt, számos mezőgazdasági és ipari vállalat is 2050-re „zéró kibocsátást” ígér, ami azt jelenti, hogy tevékenységük folytán gyáraik 2050-re már nem bocsátanak ki üvegházhatású gázokat. Mindeközben persze nem akarnak lemondani alaptevékenységükről, amelyhez véges nyersanyagokat használnak – ehelyett inkább a kompenzációra törekszenek, vagyis hogy például káros gáz-kibocsátásukat erdőtelepítési intézkedésekkel tegyék jóvá. Ezzel azonban nem kerülhetők el a fosszilis tüzelőanyagok kitermelése által okozott környezeti károk. Hozzátevé, hogy tíz újrateremtési projektből pedig kilenc kudarcot vall.³³

3.2. A leggyakrabbanhasznált kifejezések

A zöldrefestés érdekében használt leggyakrabbanhasznált kifejezések a következők: net zéró, szén-dioxid-kiegyenlítés, természetalapú megoldások, zéró erdőirtás, zöld finanszírozás, klímatudatos mezőgazdaság, mezőgazdaság 4.0, regeneratív mezőgazdaság, karbon farming (szén-dioxid-gazdálkodás), biogazdaság. Mindegyik tartalma valós alapú, de sok esetben visszaélnek ezekkel a termék és szolgáltatásjelzőkkel. Ebben a fejezetben az első ötöt érintjük (a másik öt A zöld mezőgazdaság felé: Greening vagy Greenwashing című tanulmányban szerepel).

³² The Sins of Greenwashing". sinsofgreenwashing.org. 2013. (Archived from the original on 17 July 2014. Retrieved 30 July 2022.) és Gelles, Jeff (2010). "Study: 'Greenwashing' mars 95% of 'green' items". *The Philadelphia Inquirer*. Retrieved 15 November 2022.

³³ Hartmann, Kathrin (2021): Grüne Lügen: Vertrauen ist schlecht, Kontrolle ist besser. Göthe Institut. <https://www.goethe.de/ins/hu/de/kul/sup/nhk/24391174.html>

A zöldrefestés szójegyzéke

Nettó Zéró	Szén-dioxid- kiegyenlítés	Természetalapú megoldások	Zéró erdőirtás
Zöld finanszírozás	Klímatudatos mezőgazdaság	Mezőgazdaság 4.0	Regeneratív mezőgazdaság
	Karbon farming	Biogazdaság	

Forrás: saját szerkesztés GRAIN (2022): Report – An agribusiness greenwashing glossary (<https://grain.org/en/article/6877-an-agribusiness-greenwashing-glossary>) alapján

Nettó Zéró (Net zero)

Az ENSZ szerint a nettó zéró azt jelenti, hogy az üvegházhatású gázok (ÜHG) kibocsátását a lehető legközelebb kell csökkenteni a nullához, a fennmaradó kibocsátást pedig vissza kell nyelni a légkörből. 2015-ben a világ kormányai megállapodtak abban, hogy 2050-re elérik a nettó zéró kibocsátást. Az egyre divatosabb kifejezést használó vállalatok (esetleg kormányok) nagyrésze azonban nem tud eleget tenni a nettó zéró kötelezettségvállalásainak, inkább azt hangsúlyozzák, hogy ha nem is csökkentik a kibocsátásukat, de ellensúlyozni tudják azt fák ültetésével, az erdők megőrzésével vagy igyekeznek kivonni az ÜHG-t a légkörből. Például a Nestlé 2020 és 2030 között kétharmadával kívánja növelni értékesítését, aminek ellensúlyozására fákat fog ültetni és erdőket fog megőrizni. A becslések szerint ehhez azonban évente több mint 4 millió ha, 40.000 km² földterületre lenne szüksége. Tehát inkább az alternatív, alacsony kibocsátású élelmiszerrendszerek irányába kellene fejlődni.³⁴

³⁴ Corporate Accountability, Global Forest Coalition, Friends of the Earth International, 2021, The Big Con: How Big Polluters are advancing a “net zero” climate agenda to delay, deceive, and deny; és Friends of the Earth International (2021): Chasing Carbon Unicorns: The deception of carbon markets and “net zero” és GRAIN (2021): Corporate greenwashing: “net zero” and “nature-based solutions” are a deadly fraud

Szén-dioxid-kiegyenlítés (Carbon offsets)

A szén-dioxid-kiegyenlítés olyan mechanizmus, amelynek keretében egy kormány vagy vállalat az ÜHG-k kibocsátásának elkerülésére, csökkentésére vagy eltávolítására irányuló projektek által létrehozott krediteket (carbon credits), kvótákat vásárol, hogy ezzel kompenzálja saját kibocsátását.³⁵ Az gépjármű-kibocsátási piacokon kereskednek lényegében a szennyezésre vonatkozó engedélyekkel.

Egyes országokban, például az Egyesült Királyságban, Kínában, Új-Zélandon vagy a Koreai Köztársaságban olyan szabályozás van érvényben, amely arra kényszeríti a vállalatokat, hogy fokozatosan megszüntessék az ÜHG-k kibocsátását. Ugyanakkor lehetővé teszi számukra, hogy a kibocsátáskereskedelmi rendszereken keresztül (emissions trading systems, ETS) más vállalatokkal kereskedhessenek a kvótákkal a megengedettnél nagyobb kibocsátás ellentételezésére.

2021-ben az erdőkből és földterületekről származó ellentételezések 159%-kal nőttek, és az összes kredit egyharmadát teszik ki. Ezeket a rendszereket nem szabályozzák megalapozott, szigorú szabványok vagy mérések, és az ellentételezési üzletág tele van csalásokkal és elfogult számításokkal. Ráadásul a projektek gyakran a globális dél vidéki területein valósulnak meg, ahol a projektek költsége és a szén-dioxid ára alacsonyabb, ami befolyásolja a helyi lakosság földhöz, vízhez és erdőkhöz való hozzáférését. Az ellentételezési projektekben (offset projects) részt vevő helyi közösségek azonban az eladott szén-dioxid-kibocsátási egységek értékének csak töredékét kapják meg, ha egyáltalán kapnak kompenzációt.

A globális déli országokban a kibocsátások tömeges ellentételezése érdekében történő „földrablást” szén-dioxid kolonializmusnak, szén-dioxid gyarmatosításnak (carbon colonialism) nevezik.³⁶

³⁵ Watt, R. (2021): The fantasy of carbon offsetting. *Environmental Politics*, 30(7), 1069-1088. <https://doi.org/10.1080/09644016.2021.1877063>

³⁶ Camila Moreno, Daniel Speich Chassé and Lili Fuhr (2016): Carbon metrics. Global abstractions and ecological epistemicide. és Friends of the Earth International (2022): Fossil futures built on a ho-use of cards. és Indigenous Environmental Network, ETC Group, et. al. (2021): Hoodwinked in the Hothouse

Természetalapú megoldások (nature-based solutions, NBS)

A természetalapú megoldások kifejezést eredetileg a nagy természetvédelmi civil szervezetek találták ki, hogy a megóvott erdők sokrétű előnyeinek hangsúlyozásával segítsék a pénzbelforrásszerzést. Mára a kormányok és államok is átvették a nettó zéró célok érdekében. Az NBS legfontosabb előzményei közé tartoznak a Világbank által finanszírozott kísérleti projektek, amelyek célja az ökoszisztéma-szolgáltatások pénzben kifejezett értékének becslése, valamint piaci alapú megoldások javaslata a biológiai sokféleség megőrzésére és az éghajlatváltozás megváltoztatására.³⁷ Eszerint a természet – a védett erdők, vizes élőhelyek, óceánok, sőt, mezőgazdasági területek és faültetvények formájában – felhasználható a légkörben felhalmozódott összes fosszilis tüzelőanyag és ÜHG-kibocsátás 37%-ának eltávolítására. Ezt az ENSZ Környezetvédelmi Közgyűlése is elfogadta, noha a feltételezést az éghajlatkutatók széles körben elutasítják. A francia olajipari óriás, a Total például 40.000 hektáros fafarmot épít a Kongói Köztársaságban az őslakos pigmeusok által lakott területeken, hogy zöldre mossa és ellensúlyozza olajkutatási projektjét. Más nagy európai energiavállalatoknak (Eni, Shell) évente több mint 8 millió hektárnyi területen kell fákat ültetniük, hogy ellensúlyozzák a 2050-ig fenntartani tervezett fosszilis tüzelőanyag-kibocsátásukat. Hasonló problémák jelentkeznek itt is, mint a szén-dioxid-kiegyenlítés esetében.³⁸

Zéró erdőirtás (Zero-deforestation)

Az erdőirtás az éghajlatváltozás és a biológiai sokféleség csökkenésének egyik fő okozója. Erre tekintettel, a világ legnagyobb élelmiszeripari vállalatai 2010-ben megállapodtak abban, hogy 2020-ig kiiktatják az erdőirtást az

³⁷ Seddon, N., Chausson, A., Berry, P., Girardin, C. A., Smith, A., & Turner, B. (2020). Understanding the value and limits of nature-based solutions to climate change and other global challenges. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 375(1794), 20190120. <https://doi.org/10.1098/rstb.2019.0120>

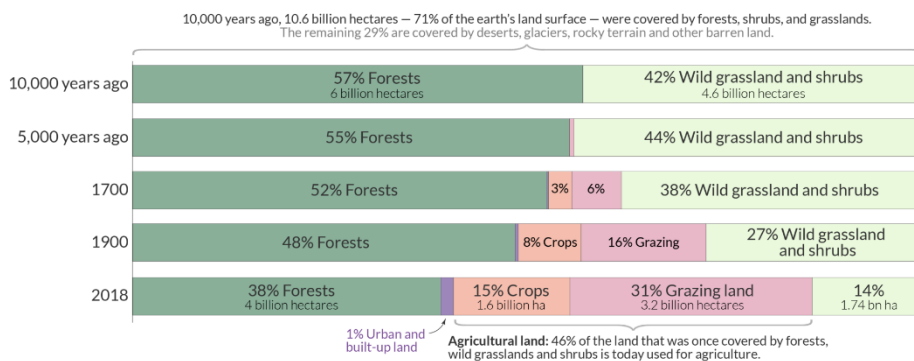
³⁸ Alianza Biodiversidad, AFSA, ETC group, Focus on the Global South, GRAIN, FoEI, ICA, IEN, and WRM (2022): Press conference on 15 March: No to Nature Based Solutions! és GRAIN (2021): Corporate greenwashing: "net zero" and "nature-based solutions" are a deadly fraud és World Rainforest Movement (2021): Nature-based Solutions: Concealing a massive land robbery

ellátási láncukból. Az ENSZ 2014-es és 2021-es éghajlat-változási csúcstalálkozóan ezt meg is erősítették, a szükséges források egyharmadát a magán-szektorbeli befektetőktől és vagyongazdálkodóktól várják. Ennek ellenére jelenleg már percnként 27 futballpályának megfelelő erdőterületet, 2400 fát pusztítanak el, és a braziliai Amazonasban az erdőirtás üteme 2022-ben rekordot döntött (1,5 millió hektár). Az erdőirtás nagy részét – a jelentős kereslet miatt – a globális mezőgazdasági termékek, például a marhahús, a szójabab és a pálmaolaj termelése okozza.

A világ erdőállományának alakulása

Humanity destroyed one third of the world's forests by expanding agricultural land

Agriculture is by far the largest driver of deforestation. To bring deforestation to an end humanity has to find ways to produce more food on less land.

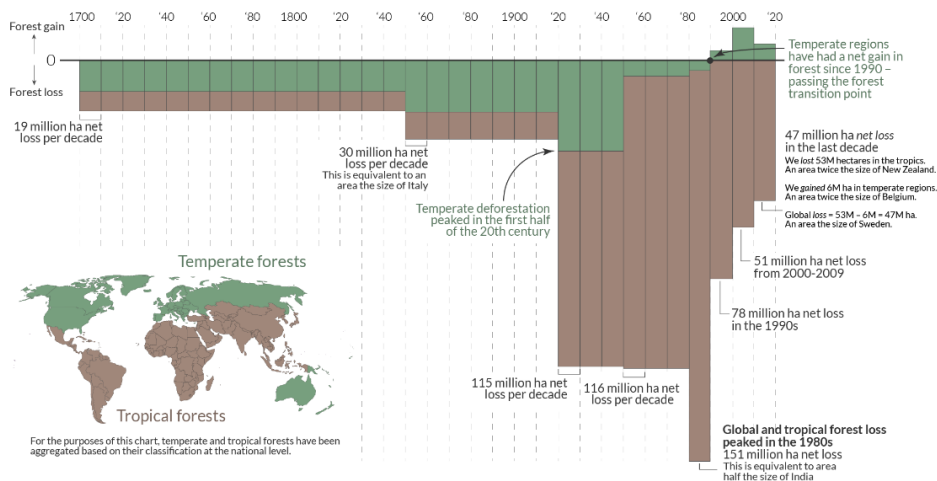


Decadal losses in global forest over the last three centuries

Decadal forest loss is measured as the average net loss of forest area every ten years, in hectares.

This equals deforestation minus any increases in forest area through afforestation.

1.5 billion hectares of global forest was lost between 1700 and 2020 – this is equal to an area 1.5-times the size of the USA.

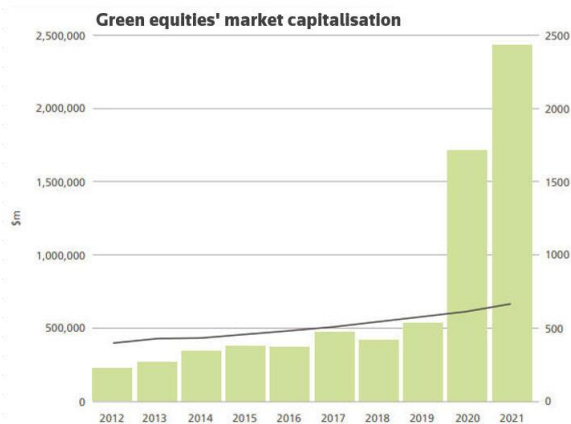


Forrás: Ritchie, Hannah – Max Roser (2022): Deforestation and Forest Loss. Global Change Data Lab – Our World Data (<https://ourworldindata.org/deforestation>)

Az élelmiszeripari és agrárvállalatok azonban megpróbálják tagadni akarják a felelősséget az erdőirtásért, és nem tesznek semmit annak érdekében, hogy csökkentsék az erdőirtást okozó mezőgazdasági termékek iránti keresletüket.³⁹ A Cargill erdőirtásmentes kukoricát, az Unilever erdőirtásmentes pálmaolajat, a Bunge erdőirtásmentes szójababot (Brazília, szavannái, esőerdői) vásárolhat olyan földekről, amelyeket alig egy évtizede erdőirtottak ki. A Nestlé és a Deutsche Bank például aláírta a 2014-es erdőirtásmentes kötelezettségvállalást, de továbbra is vásároltak és finanszíroztak marhahústermelést olyan vállalatoktól, amelyek az Amazonas illegálisan erdőirtott területeiről szereztek be szarvasmarhákat. A vállalati erdőirtásmentes tervek tele vannak kiskapukkal, és hiányzik a végrehajtás és az elszámoltathatóság, miközben a címkéik továbbra is zöld imázst adnak.⁴⁰

Zöld finanszírozás (Green finance)

A zöld finanszírozás olyan pénzügyi eszközökre, például kötvényekre és befektetési alapokra utal, amelyek társadalmi és környezetvédelmi kritériumokon alapulnak, lásd ESG (environmental, social and governance). Bár a összegében is még mindig viszonylag kis piac (2021-ben a világ teljes pénzügyi tőkéjének 120,4 trilliójából mindössze 2,5 trillió dollárt tett ki), de gyorsan növekszik.⁴¹



³⁹ Grabs, J., Cammelli, F., Levy, S. A., & Garrett, R. D. (2021). Designing effective and equitable zero-deforestation supply chain policies. *Global Environmental Change*, 70, 102357. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102357>

⁴⁰ ENCO (2021): Invisible hands? European corporations and the deforestation of the Amazon and Cerrado biomes. GRAIN (2021): Agribusiness and big finance's dirty alliance is anything but "green". Greenpeace (2021): Destruction: Certified. WRM (2022): 15 Years of REDD: A Mechanism Rotten at the Core

⁴¹ Zhang, S., Wu, Z., Wang, Y., & Hao, Y. (2021): Fostering green development with green finance: An empirical study on the environmental effect of green credit policy in China. *Journal of Environmental Management*, 296, 113159. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113159>

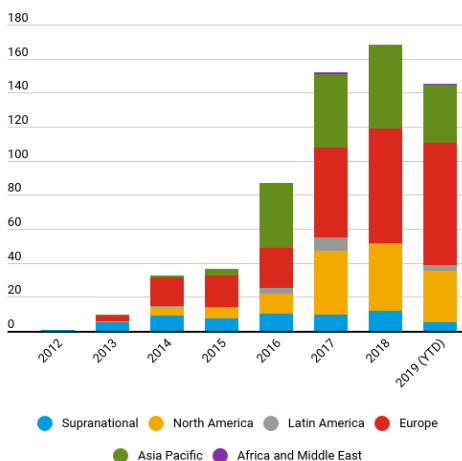
A Világbank becslései szerint, csak a zöld kötvények piaca a következő három évben eléri a 100 milliárd USD-t a feltörekvő országokban, 2030-ra pedig a 10 trillió dollárt. A zöld finanszírozás egy módja annak, hogy a kockázatokat és a költségeket nagy részét a kormányokra, megtakarítókra, befektetőkre hárítsák, miközben a pénzügyi vállalatok profitot termelnek, és meghatározzák, hogyan fektessék be a pénzt.

A piacot a BlackRockhoz hasonló nagy pénzügyi vállalatok tartják a kezükben, így nem meglepő, hogy a mezőgazdaságba áramló zöld finanszírozás főként a nagy agrárvállalatokhoz kerül a mezőgazdasági árutermeletés bővítésére különféle címkékkel (regeneratív, klíma-intelligens vagy erdőirtásmentes). A kritikusok szerint a Wall Street a természetet eszközzé kívánja tenni, kiterjesztve ezzel a világ nagy agrár-élelmiszeripari, föld- és természeti erőforrás-vállalatai feletti ellenőrzését. Ezt a helyzetet semmilyen ESG-kritérium sem tudja megfordítani; szükséges, hogy a finanszírozás és a befektetések állami és közösségi ellenőrzés alá kerüljenek, és kikerüljenek a nagy pénzügyi vállalatok és az agrárvállalkozások kezéből, amelyekbe befektetnek.⁴² Egyelőre főleg Európában népszerűek a zöldkötvények.

Green bond issuance

Green bonds are on the rise in recent years, mostly in Europe and Asia.

(billions of US dollars)



Forrás: Papageorgiou, Evan; Felix Suntheim (2020): Connecting the Dots Between Sustainable Finance and Financial Stability. IMF (<https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2019/10/10/Blog-connecting-the-dots-between-sustainable-finance-and-financial-stability>)

⁴² Daniela Gabor, The Guardian, 4 June 2021, Private finance won't decarbonise our economies – but the 'big green state' can. GRAIN (2021): Agribusiness and big finance's dirty alliance is anything but "green". Grupo Carta de Belém (2022): Brasil na Retomada Verde: integrar para entregar (Portuguese)

4.A greenwashing jogi megítélése

A greenwashing alkalmazása több irányból is jogellenes, így az alkotmányos alapelvek figyelembe vételével a közigazgatási, fogyasztóvédelmi és versenyjogi megítélése mellett, a büntetőjog is szankcionálja. Mind az uniós, mind a magyar jogalkotásban találhatóak rendelkezések, előremutató kezdeményezések.

A greenwashing elleni jogi küzdelem fontos, mert az ilyen gyakorlatok súlyosan ártanak a fogyasztóknak és az üzleti szektor hitelességének. A félrevezető környezetvédelmi állítások és címkék miatt a fogyasztók nehézségekbe ütközhetnek abban, hogy megtalálják a valóban környezetbarát termékeket és szolgáltatásokat, és gyakran olyan termékeket vásárolnak, amelyek valójában nem felelnek meg a környezeti előírásoknak.⁴³

A fellépés azért hangsúlyos, mert a greenwashing jelenség egyre elterjedőben van. Az Európai Bizottság és a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat (Consumer Protection Cooperation Network, CPC) 2020 őszén felmérte az online kereskedelmi térben használt környezetbarát jellegre és fenntarthatóságra vonatkozó reklámállításokat. A weboldalak ellenőrzése során különböző üzleti ágazatok (ruhaipar, kozmetikai ipar, háztartási felszerelések ágazata) vállalatainak környezetvédelemmel kapcsolatos online állításait elemezték. A vizsgálatba a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) is bekapcsolódott. A megvizsgált 344 honlapon az esetek közel felénél (42%) a hatóságok okkal feltételezték, hogy a termékről szóló állítás hamis, megtévesztő és tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet. Az európai vizsgálattal egyidőben 65 ország fogyasztóvédelmi szervezeteit tömörítő ICPEN (International Consumer Protection Enforcement Network) is elvégezte éves weboldal ellenőrzését, elsősorban a félrevezető környezetvédelmi állításokra fókuszálva. A globális felmérés az európaihoz hasonló eredménnyel zárult, mely szerint a zöld állítások 40 %-a félrevezető lehet.⁴⁴

⁴³ Zych, G., Budka, B., Czarnecka, M., Kinelski, G., & Wójcik-Jurkiewicz, M. (2021). Concept, developments, and consequences of greenwashing. (<https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/108416>)

⁴⁴ Országgyűlés Hivatala (2021): A "greenwashing" jelenség. https://www.parlament.hu/documents/10181/39233854/Infojegyzet_2021_40_greenwashing.pdf/ec5b9e78-0b17-34b7-3273-8db1bd16bea9?t=1622187677016

A jogi küzdelem azonban csak egy része a megoldásnak. Az üzleti szektorban az átláthatóság, az őszinteség és a valódi, fenntartható megoldásokra való törekvés az igazi kulcs ahhoz, hogy a greenwashing gyakorlatok végleg eltűnjenek.

4.1. EU: környezeti fogyasztóvédelem és a 2022-es javaslat

Az Európai Unió működéséről szóló szerződés az EU hatásköréről úgy rendelkezik, hogy Az Unió kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a belső piac működéséhez szükséges versenyszabályok megállapítására (3. cikk), valamint az Unió és a tagállamok között megosztott a hatáskörök a mezőgazdaság és fogyasztóvédelem területén (4. cikk). A 42. cikk szerint a versenyszabályokról szóló fejezet rendelkezései a mezőgazdasági termékek termelésére és kereskedelmére csak olyan mértékben vonatkoznak, ahogyan azt a Közös Agrárpolitika megköveteli (termelékenység növelése, piacok stabilizálása, ellátás hozzáférhetőségének biztosítása). A fogyasztói érdekek érvényesülésének előmozdítása és a fogyasztóvédelem magas szintjének biztosítása érdekében az Unió hozzájárul a fogyasztók egészségének, biztonságának és gazdasági érdekeinek védelméhez, valamint a tájékoztatáshoz, oktatáshoz és az érdekeik védelmét célzó önszerveződéshez való jogaik megerősítéséhez (169. §). A megtévesztés tilalma expressis verbis nem a szövegezésben.

Az uniós fogyasztóvédelem két meghatározó jogforrása a 2005/29/EK irányelv a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól,⁴⁵ valamint a 2011/83/EU irányelve a fogyasztók jogairól.⁴⁶ A 2005/29/EK irányelv szerint a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben a termékkel kapcsolatban jelentősen torzíja vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut vagy aki a címzettje, illetve – amennyiben a kereskedelmi

⁴⁵ 2005/29/EK irányelv a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról

⁴⁶ 2011/83/EU irányelv a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről

gyakorlat egy bizonyos fogyasztói csoportra irányul – a csoport átlagtagjának a gazdasági magatartását. Különösen tisztességtelen és megtévesztőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat, amennyiben hamis információt tartalmaz, és ezáltal valótlan, vagy bármilyen módon – ideértve a megjelenítés valamennyi körülményét – félrevezeti vagy félrevezetheti az átlagfogyasztót, még akkor is, ha az információ az alábbi elemek közül egy vagy több tekintetében tényszerűen helytálló, és feltéve bármelyik esetben, hogy ténylegesen vagy valószínűsíthetően arra készteti a fogyasztót, hogy olyan ügyleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg (6. cikk).

A greenwashing lényegét az Európai Unió Hivatalos Lapjában korábban megjelent (C/2010/189/01) képviselői írásbeli kérdés (E-1632/09) címének hivatalos fordítása fogalmazza meg tömören: a greenwashing reklámszerepként szolgáló színlelt környezetvédelem.⁴⁷

Fontos megemlíteni, hogy 2022-ben nyújtották be a 2005/29/EK és a 2011/83/EU irányelv módosítási javaslatát, a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának a tisztességtelen gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb védelem és a hatékonyabb tájékoztatás révén történő növelése tekintetében.⁴⁸ 2005/29/EK irányelv a következőképpen módosul, a 2. cikk a következő környezeti pontokkal egészül ki:

- o) a környezetbarát jellegre vonatkozó állítás: az uniós vagy a nemzeti jog alapján nem kötelezően alkalmazandó üzenet vagy ábrázolás, amely azt állítja vagy sugallja, hogy egy adott termék vagy kereskedő kedvezően hat a környezetre, semmilyen hatást nem gyakorol a környezetre, illetve kevésbé ártalmas a környezetre, mint más termékek vagy kereskedők, illetve hogy idővel javult a termék vagy a kereskedő környezetre gyakorolt hatása;

⁴⁷ C/2010/189/01: Írásbeli kérdések és válaszok: E-1632/09 (EL) előterjesztette: Georgios Papastamkos (PPE-DE) a Bizottsághoz (2009. március 16.) Tárgy: „Zöldre mosás” (greenwashing) – reklámszerepként szolgáló színlelt környezetvédelem (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX%3AC2010%2F189%2F01>)

⁴⁸ COM/2022/143 final: Javaslat az Európai Parlament és a Tanács irányelve a 2005/29/EK és a 2011/83/EU irányelv módosításáról, a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának a tisztességtelen gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb védelem és a hatékonyabb tájékoztatás révén történő növelése tekintetében (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52022PC0143>)

- p) a környezetbarát jellegre vonatkozó kifejezett állítás: a környezetbarát jellegre vonatkozó olyan állítás, amely szöveges formában jelenik meg, vagy fenntarthatósági címkén szerepel;
- q) a környezetbarát jellegre vonatkozó általános állítás: a környezetbarát jellegre vonatkozó minden olyan kifejezett állítás, amely nem fenntarthatósági címkén szerepel, ha az állítás részletes kifejtése nem szerepel egyértelműen és jól láthatóan ugyanabban a médiumban;
- r) fenntarthatósági címke: olyan – állami vagy magánszektorbeli – önkéntes bizalmi jegy, minőségjelzés vagy annak megfelelő jelzés, amely valamely termék, eljárás vagy vállalkozás környezeti vagy társadalmi szempontok, illetve mindkettő alapján történő megkülönböztetésére és népszerűsítésére irányul. Az uniós vagy a nemzeti jog alapján kötelezően előírt címkék nem tartoznak ide;
- s) tanúsítási rendszer: olyan harmadik fél által biztosított ellenőrzési rendszer, amely átlátható, tisztességes és megkülönböztetéstől mentes feltételek mellett minden olyan kereskedő számára elérhető, aki hajlandó és képes megfelelni a rendszer követelményeinek, amely tanúsítja egy adott termék bizonyos követelményeknek való megfelelését, és amelynek esetében a megfelelés ellenőrzését objektív, nemzetközi, uniós vagy nemzeti szabványok és eljárások alapján a rendszer tulajdonosától és a kereskedőtől egyaránt független fél végzi;
- t) fenntarthatósági információs eszköz: a kereskedő által vagy nevében üzemeltetett szoftver – ideértve a weboldalakat, a weboldalak különböző részeit és az alkalmazásokat is –, amely a fogyasztók számára tájékoztatást nyújt a termékek környezeti vagy társadalmi vonatkozásairól, illetve összehasonlítja a termékeket e szempontok alapján;
- u) elismert kiváló környezeti teljesítmény: a 66/2010/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek vagy a 66/2010/EK rendelet II. cikkével összhangban hivatalosan elismert nemzeti vagy regionális EN ISO 14024 I. típusú ökcímkerendszereknek megfelelő környezeti teljesítmény, illetve az egyéb alkalmazandó uniós jogszabályoknak megfelelő magas szintű környezeti teljesítmény.

4.2. EU: A zöld állításokról szóló irányelv-javaslat

Az Európai Unió Környezetvédelmi Főigazgatósága 2023 márciusában tette közzé a zöld állításokról szóló irányelv (Green Claims Directive, GCD) javaslatát.⁴⁹

Tudjuk, hogy mit eszünk, mit iszunk? Tudjuk, hogy mennyire környezetbarát és újra felhasználható a csomagolás? Tudjuk, hogy fogyasztásunkkal mennyi hulladékot termelünk, s mennyi ebből a nem hasznosítható? A GCD-vel az EU olyan közös kritériumokat kíván felállítani, amelyek a mostaninál nagyobb egyértelműséget jelentenének. A vevő így tudja, hogy melyek a valódi tápértéket jelentő elemek, s melyek az ízfokozók, színezők stb. A jelenlegi javaslat arról is szól, hogy a cégeknek, amelyek azt állítják, hogy termékeik csomagolása x %-ban újrahasznosított anyagból készült, tudományos bizonyítékokkal kellene igazolni. Attól még nem lesz egy áru adjuszválása környezetbarát, hogy „recycle”, újrahasznosított feliratot kap.

A szabályozás tehát abból indul ki, hogy még ha a környezeti lábnyom-módszerek segítenek is a vállalkozásoknak azonosítani azokat a területeket, ahol javítaniuk kell környezeti hatásukat és teljesítményüket, és számos termék kategóriára vonatkozó bizonyos állításokat megfelelően alátámaszthatnak, a módszerek még nem fedik le az összes terméktípus valamennyi releváns hatáskategóriáját, például

- a tengeri halászat tekintetében a célzott halállomány fenntarthatósága;
- az élelmiszerek és mezőgazdasági termékek tekintetében a gazdaságok biológiai sokfélesége és természetvédelem, valamint a különböző gazdálkodási gyakorlatok,
- a textiltermékek tekintetében a mikroműanyagok kibocsátása,

ezért a zöld állítások összefüggésében nem adnak teljes képet egy termék környezeti hitelességéről. Ezen túlmenően számos környezetvédelmi állítás környezetvédelmi szempontokra is vonatkozik (pl. tartósság, újrafelhasználhatóság, javíthatóság, újrahasznosíthatóság, újrahasznosított tartalom, természetes anyagok felhasználása), amelyek esetében a környezeti

⁴⁹ Proposal for a Directive of The European Parliament and of The Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive) COM/2023/166 final

lábnyom-módszerek nem alkalmasak arra, hogy egyedüli módszerként szolgáljanak az alátámasztásra.

Tárgykör

A GCD tárgyi hatálya kereskedők által a termékekről vagy a kereskedők által az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti kereskedelmi gyakorlatban tett kifejezett környezetvédelmi állításokra (environmental claims) vonatkozik. A környezetvédelmi állítások a cégek által tett állítások, amelyek a termékeik és szolgáltatásaik környezetvédelmi szempontból előnyös tulajdonságairól vagy jellemzőiről. Ezek utalhatnak a termékek előállításának, csomagolásának, forgalmazásának, használatának, fogyasztásának és/vagy ártalmatlanításának módjára. A weboldalon a környezetvédelmi szempontok mellett ezeket az állításokat néha úgy határozzák meg, hogy a társadalmilag felelős vagy etikus módon történő gyártás és forgalmazás.

A környezetvédelmi címkézési rendszer olyan tanúsítási rendszer, amely tanúsítja, hogy egy termék, egy eljárás vagy egy kereskedő megfelel a környezetvédelmi címkére vonatkozó követelményeknek.

A Nemzetközi Szabványügyi Szervezet (ISO) kidolgozott egy szabványcsoportot kifejezetten a környezetvédelmi címkézésre vonatkozóan, az ISO 14000 környezetvédelmi szabványsorozat részeként. Az ISO 14020 szabványcsalád háromféle címkézési és nyilatkozattételi rendszert foglal magában:⁵⁰

- I. típus (ISO 14024): egy harmadik fél által kifejlesztett címke, amely lehet kormányzati szerv (pl. European Flower, Nordic Swan) vagy magánszervezet (pl. Forest Stewardship Council);
- II. típus (ISO 14021) a termelő által kifejlesztett saját címke vagy környezetvédelmi vagy zöld állítás;
- III. típus (ISO 14025): nyilatkozatok, amelyek a termék életciklusára vonatkozó számszerűsített információkon alapulnak. A minősített harmadik fél határozza meg a jelentéstételi paramétereket; a későbbiekben az adatokat a paramétereket használó vállalatok által később megadott adatokat független módon ellenőrzik.

⁵⁰ OECD (2011): Environmental Claims – Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy

A tagállamok feladatai

A tagállamok biztosítják, hogy a kereskedők értékelést végeznek a kifejezett környezetvédelmi állítások alátámasztására. Az értékelés:

- meghatározza, hogy az állítás az egész termékre, egy részére vagy csak bizonyos szempontjaira, illetve a kereskedő valamennyi tevékenységére vagy annak részére, szempontjára vonatkozik-e releváns módon;
- széles körben elismert tudományos bizonyítékokra támaszkodik, pontos információkat használ, és figyelembe veszi a vonatkozó nemzetközi szabványokat;
- bizonyítja, hogy az állítás tárgyát képező környezeti hatások, szempontok vagy teljesítmény az életciklus szempontjából jelentősek;
- figyelembe veszi az összes olyan környezeti szempontot vagy hatást, amely a környezeti teljesítmény értékelése szempontjából jelentős;
- bizonyítja, hogy az állítás nem egyenértékű a termékcsoponton belüli termékekre vagy az ágazaton belüli kereskedőkre vonatkozó jogszabályi követelményekkel;
- tájékoztatást nyújt arról, hogy az állítás tárgyát képező termék vagy kereskedő jelentősen jobban teljesít-e a környezeti hatások, szempontok vagy teljesítmény tekintetében, mint ami az adott termékcsoporthoz tartozó termékek vagy az adott ágazatban működő kereskedők esetében általános gyakorlat;
- kiegészítő környezeti információként elkülöníti az ÜHG kibocsátásától a felhasznált ellentételezéseket;
- tartalmazza a kereskedő rendelkezésére álló elsődleges információkat az állítás tárgyát képező környezeti hatásokról, szempontokról vagy teljesítményről;
- tartalmazza a környezeti hatásokra, szempontokra vagy teljesítményre vonatkozó releváns másodlagos információkat, amelyek reprezentatívak, amikor nem állnak rendelkezésre elsődleges információk.

Szintén a tagállamok feladata, hogy a környezetvédelmi címkék megfeleljenek az irányelvben meghatározott követelményeknek, és ezekkel összhangban ellenőrzésre kerüljenek. Kizárólag az uniós jog alapján létrehozott

környezetvédelmi címkézési rendszerek alapján odaítélt környezetvédelmi címkék mutathatják be egy termék vagy kereskedő környezeti hatásainak összesített mutatója alapján egy termék vagy kereskedő minősítését vagy pontszámát.

Emellett az is elvárás, hogy a kifejezett környezeti állítások alátámasztására használt információkat a kereskedők felülvizsgálják és frissítsék, ha olyan körülmények merülnek fel, amelyek befolyásolhatják az állítás pontosságát, és legkésőbb az információk benyújtásától számított 5 éven belül.

Emellett a hitelesítő⁵¹ szerepe is hangsúlyos, aki figyelembe veszi a kifejezett környezeti állítás vagy a környezetvédelmi címke jellegét és tartalmát; valamint megfelelőségi tanúsítványt állít ki, amely igazolja, hogy a kifejezett környezeti állítás vagy a környezetvédelmi címke megfelel az ezen irányelvben meghatározott követelményeknek.

A tagállamok kijelölt illetékes hatóságai rendszeresen ellenőrzik a kifejezett környezetvédelmi állításokat és az alkalmazott környezetvédelmi címkézési rendszereket az uniós piacon. Az ezen ellenőrzések eredményét részletező jelentéseket a nyilvánosság számára online hozzáférhetővé kell tenni. Az irányelv megsértése esetén alkalmazandó hatékony, arányos és visszatartó erejű szankciók és intézkedések magukban foglalják a következőket:

- pénzbírságok, amelyek ténylegesen megfosztják a felelősöket a jogsértésükből származó gazdasági előnyöktől (maximum az éves forgalom 4 %-a), és az ilyen pénzbírságok mértékének emelését ismételt jogsértés esetén;
- a kereskedő által az érintett termékekkel folytatott ügyletből származó bevételek elkobzása;
- ideiglenes, legfeljebb 12 hónapos időtartamra történő kizárás a közbeszerzési eljárásokból és a közfinanszírozáshoz való hozzáférésekből, beleértve a pályázati eljárásokat, támogatásokat és koncessziókat.

A hatékonyabb jogérvényesülés érdekében az uniós vagy nemzeti jog alapján jogos érdekekkel rendelkezőnek tekintett természetes vagy jogi személyek, illetve szervezetek jogosultak megalapozott panaszt benyújtani az

⁵¹ 765/2008/EK rendelet a termékek forgalmazása tekintetében az akkreditálás és piacfelügyelet előírásainak megállapításáról és a 339/93/EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről

illetékes hatóságokhoz, ha objektív körülmények alapján úgy vélik, hogy egy kereskedő nem tartja be ezen irányelv rendelkezéseit. E tekintetben az emberi egészséget, a környezet- vagy fogyasztóvédelmet előmozdító és a nemzeti jog szerinti követelményeknek megfelelő nem kormányzati szervezetek vagy szervezetek megfelelő érdekeltségűnek tekintendők.

A javaslat elfogadásával és a tagállami jogba való átültetéssel a „zöldrefestés” problémaköre elvi szinten megoldottá válik. Ugyanakkor addig, amíg nem szabályozzák közösségi, de legalább tagállami szinten bizonyos termékek (például repoharak) előállítását / forgalmazását, a környezetbarát fogyasztás – ami már önmagában megkérdőjelezhető szókapcsolat – nem érhető el.⁵²

4.3. Magyarország

Magyarország Alaptörvénye az M) cikkben rögzíti, hogy Magyarország biztosítja a tisztességes gazdasági verseny feltételeit. Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait. Mivel greenwashing összefügg a környezettel, ezért a XXI. cikk is fontos szabályt tartalmaz: Magyarország elismeri és érvényesíti mindenki jogát az egészséges környezethez. Aki a környezetben kárt okoz, köteles azt – törvényben meghatározottak szerint – helyreállítani vagy a helyreállítás költségét viselni. A XX. cikk pedig úgy rendelkezik, hogy Magyarország genetikailag módosított élőlényektől mentes mezőgazdasággal, az egészséges élelmiszerekhez és az ivóvízhez való hozzáférés biztosításával, [...], valamint a környezet védelmének biztosításával segíti elő a testi egészséghez való jog érvényesülését.

Fogyasztóvédelem

A fogyasztóvédelmi törvények és a reklámszabályozás szigorúbbá tétele lehetővé teszi a hatóságoknak, hogy fellépjenek a félrevezető környezetvédelmi állításokkal szemben, és megbüntessék azokat a vállalatokat, amelyek ezt a gyakorlatot alkalmazzák. A fogyasztóvédelem területéről két jog-

⁵² Tóth Bettina (2023): Bizottsági javaslat a „zöldrefestés” csökkentéséért. Európa Stratégia Kutatóintézet. <https://www.ludovika.hu/blogok/ot-perc-europa-blog/2023/03/31/bizottsagi-javaslat-a-zoldrefestes-csokkenteseert/>

szabályt a legmeghatározóbb: az 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről és a 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról. Utóbbi egyértelműen tiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. E szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely együttesen

- megsérti a szakmai gondosság követelményét: a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el, és
- torzítja a fogyasztói magatartást: érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Különösen ilyen a megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlat. A greenwashing szempontjából releváns, hogy 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 és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. A törvény a megtévesztő tényezők között az áru környezeti hatásait külön is nevesíti.

A törvényi szabályozáson kívül a magyar Reklámetikai Kódex 2023 is rendelkezik a környezetvédelemmel kapcsolatos reklámokról. A kódex 22. cikke 20 pontban részletezi a környezetvédelemmel kapcsolatos reklámokkal és a környezetvédelemmel kapcsolatos állításokkal („zöld” állítás) szembeni követelményeket. Ezek lényege, hogy világosak, érthetőek és szükség szerint az erre jogosult szervezet minősítésével alátámasztottak legyenek.⁵³

⁵³ Reklámetikai Kódex 2023 (előzmények: Reklámetikai Kódex 2009, Reklámetikai Kódex 2015)
https://mrsz.hu/cmsfiles/9a/21/Magyar_Reklámetikai_Kodex_ONLINE_2oldalas.pdf

A Kódex hatálya kiterjed az aláíró szervezetek tagjaira, és azokra, akik a rendelkezéseknek önként alávetik magukat.⁵⁴

Versenyjog

Az 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról III. Fejezet címe az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma. A jogalkotó itt rögzíti, hogy tilos a gazdasági versenyben az üzletfeleket megtéveszteni. A szabályozás rövid, de a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) gyakorlata és elemzései számos példát és útmutatást tartalmaznak.

A GVH a 2016-ban és 2021-ben is részletesen felmérte a környezeti tartalmú reklámok hazai gyakorlatát. Amennyiben egy vállalkozás kihasználva a környezetbarát arculathoz tartozó vonzerőt, azt a látszatot kelti, hogy működésének középpontjában a környezettudatoság áll – noha ez nem minden tekintetben igaz, vagy igaz, de megtévesztő lehet a fogyasztó számára – „greenwashing” jelenségről beszélünk. A jelenség neve az adott termék „zöldre mosását”, „zöldre festését” jelenti. A Gazdasági Versenyhivatal már 2016-ban figyelmeztette a fogyasztókat a megtévesztő hirdetésekről és javasolta, hogy egy adott termék megvásárlása előtt mindenki tájékozódjon, hogy a termékről szóló állításoknak van-e valóságalapja, és rendelkezik-e a megfelelő tanúsítványokkal. 2020 decemberében pedig Zöld marketing címmel tájékoztatót tett közzé a GVH, melynek célja a vállalkozások segítése a környezetbarát jelleg és a fenntarthatóságra vonatkozó megfelelő reklámgyakorlat kialakításában.⁵⁵

A GVH vizsgálata ugyanakkor pozitív példákat is talált a magyarországi vállalkozásoknál, ilyen például a zöld állítások értelmezését segítő „fenntarthatósági szöszedet”, vagy a cég környezetvédelmi aktivitásának átlátható, és közérthető bemutatása. A 2022 novemberétől 2023 nyárig végzett átfogó piaci elemzés célja, hogy szempontokat adjon a jogalkotó számára

⁵⁴ Gellén Klára (2017): A greenwashing jelenség a reklámokban, avagy a „reklámeszközként szolgáló színlelt környezetvédelem”. Complex Wolters Kluwer

⁵⁵ GVH (2021): 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), GVH (2016): Zöld hirdetések (https://gvh.hu/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadatan/zold_hirdetesekek)

egy egységes állítás- és jelölésrendszer bevezetéséhez, amellyel erősödhet a fogyasztók bizalma a fenntarthatósági állításokban.

Büntetőjog

A 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről XLII. fejezete több tényállása is kriminalizálja a fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekményeket, úgy mint a rossz minőségű termék forgalomba hozatala, a megfelelőség hamis tanúsítása vagy egyszerűen a fogyasztók megtévesztése. Ezek a tényállások alkalmasak az élelmiszerbiztonságra fenyegetést jelentő magatartásokkal szembeni büntetőjogifellelésre.⁵⁶

Rossz minőségű termék forgalomba hozatala. A Btk. 415. § szerint aki rossz minőségű terméket jó minőségű terméként forgalomba hoz, büntetett miatt három évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő. A büntetés egy évtől öt évig terjedő szabadságvesztés, ha a bűncselekményt jelentős mennyiségű vagy értékű rossz minőségű termékre, bünszövetségben, vagy üzletszerűen követik el. A törvény az előkészületet és a gondatlan alakzatot is nevesíti, és egy évig terjedő szabadságvesztéssel bünteti. Ugyanakkor nem büntethető a gondatlan elkövető, ha mihelyt tudomást szerez a termék rossz minőségéről, mindent megtesz azért, hogy a rossz minőségű termék a birtokába visszakerüljön. A termék minden birtokba vehető, forgalomképes ingó dolog és a dolog módjára hasznosítható természeti erő.

Ezzel kapcsolatban fontos tisztázni a rossz minőségű a termék fogalmát

- ha a jogszabályban vagy az Európai Unió általános hatályú közvetlenül alkalmazandó jogi aktusában előírt biztonságossági vagy minőségi követelményeknek nem felel meg, vagy
- az emberi fogyasztás céljára előállított termék emberi fogyasztásra való alkalmatlanságát elfedték,
- a termék minőségmegőrzési, fogyaszthatósági, illetve felhasználhatósági idejét jogellenesen meghosszabbították,
- a terméket nem megengedett összetevő felhasználásával állították elő,

⁵⁶ Karsai Krisztina –szerk. (2020): Nagykommentár a Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvényhez. Wolters Kluwer és Karsai, K. (2019). A fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények.

- a terméket emberi fogyasztásra nem alkalmas anyagokból vagy termékekből állították elő emberi fogyasztás céljára, vagy
- a termék rendeltetésszerűen nem használható, vagy használhatósága jelentős mértékben csökkent.

Nem teljesen egyértelmű, hogy termék rendeltetésszerűen nem használhatóságáról, illetve használhatósága jelentős mértékű csökkenéséről szólókitétel, megfelelően alkalmazható-e az élelmiszerlánc körébe tartozó termékekre.⁵⁷ Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (Éltv.) meghatározza azon magatartásokat, amelyek élelmiszerhamisításnak tekinthetők, ezek közül a legsúlyosabbak tekintetében indokolt egyértelművé tenni, hogy azok megvalósítása esetén keletkező termék a Btk. szerinti rossz minőségű termék fogalmi kategóriájába beletartozik-e.⁵⁸

Az Éltv. szerint hamisított terméknek minősül az a termék, amelynek minőségmegőrzési, fogyaszthatósági, illetve felhasználhatósági idejét jogellenesen meghosszabbították; nem megengedett összetevő felhasználásával állítottak elő; átcímkezése vagy átcsomagolása jogsértő módon történt; emberi fogyasztásra nem alkalmas anyagokból vagy termékekből állítottak elő emberi fogyasztás céljára; emberi fogyasztásra való alkalmatlanságát elfedik; amelynek rendeltetésszerű használatát elfedik; lényeges külső tulajdonságának jogellenes megváltoztatásával állítottak elő; illetve amelyet lényeges tulajdonságára vonatkozó félrevezető megjelöléssel hoztak forgalomba gazdasági előny vagy haszonszerzés céljából. Tilos olyan élelmiszer előállítás, illetve forgalomba hozatala, amelyet a rá vonatkozó előírásokban, engedélyekben vagy a gyártmánylapban meghatározott minőségi előírásoknak nem megfelelően állítottak elő; amelyet részben vagy egészben lejárt minőségmegőrzési, illetve fogyaszthatósági idejű anyagokból állítottak elő; amelyet az adott tevékenység vonatkozásában nem engedélyezett, illetve nem nyilvántartott módon állítottak elő, illetve hoztak forgalomba.⁵⁹

⁵⁷ Madai Sándor (2021): Pillanatkép a rossz minőségű termék forgalomba hozatala büntettnek bírói értékeléséről. In Fogyasztóvédelmi Jog 2021/2. Jogesetelemzés

⁵⁸ Wolters Kluwer (2023): Jogtár – Kommentár: 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről 415. §

⁵⁹ 2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről 14/A. §

Megfelelőség hamis tanúsítása. A Btk. 416. § szerint aki a jogszabályban vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusában előírt megfelelést tanúsítási kötelezettség esetén kiállítandó megfelelési tanúsítványban, illetve megfelelési nyilatkozatban vagy megfelelési jelölés használatával jelentős mennyiségű vagy értékű termék megfeleléséről valótlan adatot tanúsít, bűntett miatt három évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő. A büntetés súlyosabb, egy évtől öt évig terjedő szabadságvesztés, ha a bűncselekményt bünszövetségben, vagy üzletszerűen követik el. Aki a bűncselekményt gondatlanságból követi el, vétség miatt egy évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő.

Összértadalmi érdek ugyanis, hogy a forgalmazásra szánt termékeknek az előírt követelményeknek való megfelelése a valóságnak, vagyis tényleges minőségüknek megfelelően kerüljön megállapításra. A törvény a korszerűség jegyében a minőség hamis tanúsítása tényállás elnevezés helyett, annak elavult voltára figyelemmel bevezette a megfelelés hamis tanúsítását.⁶⁰Ez vonatkozhat egyaránt hazai vagy uniós előírásra is.⁶¹

Fogyasztók megtévesztése. A Btk. 417. § szerint aki szervezett termékbe-mutatón különleges árkedvezmény vagy árelőny meglétéről, vagy nyerési esélyről megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad, vétség miatt egy évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő. Aki az áru értékesítése érdekében nagy nyilvánosság előtt vagy jelentős mennyiségű, illetve értékű áru lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad, vétség miatt két évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő. A minősített esetben a bűncselekmény súlyosabban minősül: a büntetés bűntett miatt három évig terjedő szabadságvesztés, ha az áru egészségre vagy környezetre gyakorolt hatásával, veszélyességével, kockázataival vagy biztonságosságával kapcsolatos jellemzőivel összefüggésben követik el. Az a termék, az ingatlan, a szolgáltatás és a vagyoni értékű jog.

⁶⁰ Wolters Kluwer (2023): Jogtár – Kommentár: 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről 416. §

⁶¹ Bodroghelyi, Csaba (2020): Az akkreditáció és a tanúsítás hazai és európai uniós szabályai.

Az áru lényeges tulajdonságai közé tartozik összetétele, műszaki jellemzői és az adott célra való alkalmassága; eredete, származási helye és előállításának módja; tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.⁶²

A fenti tényállások mindegyikre lehet környezeti, élelmiszergazdasági, élelmiszerbiztonsági vonatkozású példát hozni. A szervezett termékbemutató a termék forgalmazása céljából szervezett utazás vagy rendezvény alkalmával folytatott kiskereskedelmi tevékenység.

⁶² Szűcs Zoltán (2020): A fogyasztóvédelem és a büntetőjog viszonyának áttekintése a büntetőjogi tényállások tükrében. Jogi Fórum

Bognár, Lajos (2020): Illegális vagy vitatható kereskedelmi gyakorlatok fogyasztói megítélése (Doctoral dissertation, Kaposvári Egyetem).

Forrásjegyzék

- 2005/29/EK irányelv a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról
2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről 14/A. §
- 2011/83/EU irányelv a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről
- 765/2008/EK rendelet a termékek forgalmazása tekintetében az akkreditálás és piacfelügyelet előírásainak megállapításáról és a 339/93/EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről
- Alianza Biodiversidad, AFSA, ETC group, Focus on the Global South, GRAIN, FoEI, ICA, IEN, and WRM (2022): Press conference on 15 March: No to Nature Based Solutions!
- Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye – Környezetvédelmi, szociális és az egészségre vonatkozó kereskedelmi üzenetek (állítások) az egységes piacon (saját kezdeményezésű vélemény) (2015/C 383/02)
- Becker-Olsen, K., Potucek, S. (2013): Greenwashing. In: Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Gupta, A.D. (eds) Encyclopedia of Corporate Social Responsibility. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_104
- Bíró Ágota (2021): Greenwashing, azaz a zöldre mosás jelentése és típusai. <https://agotabiro.com/greenwashing-azaz-a-zoldre-mosas-jelentese-es-tipusai/>
- Bodroghelyi, Csaba (2020): Az akkreditáció és a tanúsítás hazai és európai uniós szabályai.
- Bognár, Lajos (2020): Illegális vagy vitatható kereskedelmi gyakorlatok fogyasztói megítélése (Doctoral dissertation, Kaposvári Egyetem).

- Braga, S., Martínez, M. P., Correa, C. M., Moura-Leite, R. C., & Da Silva, D. (2019). Greenwashing effect, attitudes, and beliefs in green consumption. *RAUSP Management Journal*, 54, 226–241. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-08-2018-0070>
- Brüggemann, Michael (2017): Die Medien und die Klimalüge. Falsche Skepsis und echte Leugnung. In: Volker Lilienthal, Irene Neverla (Eds.): „Lügenpresse“: Anatomie eines politischen Kampfbegriffs. Cologne 2017, p. 137–157.
- C/2010/189/01: Írásbeli kérdések és válaszok: E-1632/09 (EL) előterjesztette: Georgios Papastamkos (PPE-DE) a Bizottsághoz (2009. március 16.) Tárgy: „Zöldre mosás” (greenwashing) – reklámeszközként szolgáló színlelt környezetvédelem (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX%3AC2010%2F189%2F01>)
- Camila Moreno, Daniel Speich Chassé and Lili Fuhr (2016): Carbon metrics. Global abstractions and ecological epistemicide.
- Chrun, E., Dolšák, N., & Prakash, A. (2016). Corporate environmentalism: Motivations and mechanisms. *Annual Review of Environment and Resources*, 41, 341–362. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-110615-090105>
- COM/2022/143 final: Javaslat az Európai Parlament és a Tanács irányelve a 2005/29/EK és a 2011/83/EU irányelv módosításáról, a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának a tisztességtelen gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb védelem és a hatékonyabb tájékoztatás révén történő növelése tekintetében (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52022PC0143>)
- Corporate Accountability, Global Forest Coalition, Friends of the Earth International, 2021, The Big Con: How Big Polluters are advancing a “net zero” climate agenda to delay, deceive, and deny;
- D. Bellamy in *Sanity* (1987) Sept. 28/1 They create a lot of environmental ‘greenwash’, and thank god for it, because they create some very good nature reserves. But they’re also commissioning uneconomic nuclear power stations.
- Daniela Gabor (2021): The Guardian, 4 June 2021, Private finance won’t decarbonise our economies – but the ‘big green state’ can.

- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. D. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- de Jong, M. D., Huluba, G., & Beldad, A. D. (2020). Different shades of greenwashing: Consumers' reactions to environmental lies, half-lies, and organizations taking credit for following legal obligations. *Journal of business and technical communication*, 34(1), 38-76. <https://doi.org/10.1177/1050651919874105>
- Delmas, M. A., and V. C. Burbano (2011): The drivers of greenwashing. *California Management Review* 54: 64–87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Dorst, H., Van der Jagt, A., Raven, R., & Runhaar, H. (2019). Urban greening through nature-based solutions—Key characteristics of an emerging concept. *Sustainable Cities and Society*, 49, 101620. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101620>
- Ehrlich, Paul R.; Ehrlich, Anne H. (1996). *Betrayal of science and reason: how anti-environmental rhetoric threatens our future*. Washington, D.C.: Island Press. p. 16. ISBN 9781559634847.
- ENCO (2021): *Invisible hands? European corporations and the deforestation of the Amazon and Cerrado biomes*. GRAIN (2021): *Agribusiness and big finance's dirty alliance is anything but "green"*. Greenpeace (2021): *Destruction: Certified*. WRM (2022): *15 Years of REDD: A Mechanism Rotten at the Core*
- European Commission (2023): *Sustainable land use (greening)* https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/income-support/greening_en
- Forbes, L. C., and J. Jermier (2012): *The new corporate environmentalism*. In P. Bansal and A. Hoffman (eds.), *The Oxford Handbook of Business and the Natural Environment*, pp. 556–571. Oxford University Press.
- Friends of the Earth International (2021): *Chasing Carbon Unicorns: The deception of carbon markets and “net zero”*
- Friends of the Earth International (2022): *Fossil futures built on a ho-use of cards*.

- Gellén Klára (2017): A greenwashing jelenség a reklámokban, avagy a „reklámeszközként szolgáló színlelt környezetvédelem”. Complex Wolters Kluwer
- Gelles, Jeff (2010). "Study: 'Greenwashing' mars 95% of 'green' items". The Philadelphia Inquirer. Retrieved 15 November 2022.
- Gillespie, E. (2008): Stemming the tide of greenwash. Consumer Policy Review 18: 79–83.
- Gitnux (2023): The Latest Greenwashing Statistics 2023 You Shouldn't Ignore (<https://blog.gitnux.com/greenwashing-statistics/>)
- Grabs, J., Cammelli, F., Levy, S. A., & Garrett, R. D. (2021). Designing effective and equitable zero-deforestation supply chain policies. Global Environmental Change, 70, 102357. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102357>
- GRAIN (2021): Agribusiness and big finance's dirty alliance is anything but "green".
- GRAIN (2021): Corporate greenwashing: "net zero" and "nature-based solutions" are a deadly fraud
- Grupo Carta de Belém (2022): Brasil na Retomada Verde: integrar para entregar
- GVH (2021): 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), GVH (2016): Zöld hirdetések (https://gvh.hu/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadtan/zold_hirdetesekek)
- Hartmann, Kathrin (2021): Grüne Lügen: Vertrauen ist schlecht, Kontrolle ist besser. Goethe Institut. <https://www.goethe.de/ins/hu/de/kul/sup/nhk/24391174.html>
- Indigenous Environmental Network, ETC Group, et. al. (2021): Hoodwinked in the Hothouse

- Jones, Ellis (2019) Rethinking Greenwashing: Corporate Discourse, Unethical Practice, and the Unmet Potential of Ethical Consumerism. *Sociological Perspectives*, 62/5. 728–754. <https://doi.org/10.1177/0731121419849095>
- Karsai Krisztina –szerk. (2020): Nagykommentár a Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvényhez. Wolters Kluwer és Karsai, K. (2019). A fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények.
- Kovács Máté et al. (2015): Zöldítés gazdálkodói kézikönyv. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara. 5. (holstein.hu/kezikonyv/zoldites_kezikonyv.pdf)
- Kun Zsuzsa (2023): A zöld címke nem elég a fenntarthatósághoz. (<https://qubit.hu/2023/03/21/a-zold-cimke-nem-eleg-a-fenntarthatosaghoz>)
- Laufer, W. S. (2003): Social accountability and corporate greenwashing. *Journal of Business Ethics* 43: 253–261.
- Liu, Shubo – Liu, Xiaoyuan (2020) Culture and Green Advertising Preference: A Comparative and Critical Discursive Analysis. *Front Psychology*. 2020/11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01944>
- Lyon, T. P., and J. W. Maxwell (2011): Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit. *Journal of Economics and Management Strategy* 20: 3–41.
- Madai Sándor (2021): Pillanatkép a rossz minőségű termék forgalomba hozatala büntettének bírói értékeléséről. In *Fogyasztóvédelmi Jog 2021/2. Jogesetelemzés*
- Magaudda, S., D’Ascanio, R., Muccitelli, S., & Palazzo, A. L. (2020). ‘Greening’ green infrastructure. Good Italian practices for enhancing green infrastructure through the common agricultural policy. *Sustainability*, 12(6), 2301. <https://doi.org/10.3390/su12062301>
- Marquis, C., and M. W. Toffel (2012): When Do Firms Greenwash? Corporate Visibility, Civil Society Scrutiny, and Environmental Disclosure. Harvard Business School: unpublished working paper.
- Miller, Toby (2017) *Greenwashing culture*. London, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315659251>

- Observer (1989) 5 Mar. 14/2 Six Ministers launched 'Environment in Trust', a clutch of pastel-shaded leaflets putting a greenwash over the Government's environmental record.
- OECD (2011): Environmental Claims – Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy
- Orange County (Calif.) Register* (Nexis) (1990) 5 Apr. a10. The activists will keep a booth outside the fair and continue to fight what the group calls 'greenwashing' by large corporations who tell the public they are working for the environment while continuing to pollute.
- Országgyűlés Hivatala (2021): A "greenwashing" jelenség. https://www.parlament.hu/documents/10181/39233854/infojegyzet_2021_40_greenwashing.pdf/ec5b9e78-0b17-34b7-3273-8db1bd16bea9?t=1622187677016
- Piao, S., Wang, X., Park, T., Chen, C., Lian, X. U., He, Y., ... & Myneni, R. B. (2020). Characteristics, drivers and feedbacks of global greening. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.1038/s43017-019-0001-x>
- Polonsky, M. J., L. Carlson, S. Grove, and N. Kangun, N. (1997): International environmental marketing claims: Real changes or simple posturing?. *International Marketing Review* 14: 218–232.
- Powell, James Lawrence (2011): *The inquisition of climate science*. New York: Columbia University Press. pp. 93–94. ISBN 9780231157186.
- Proposal for a Directive of The European Parliament and of The Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive) COM/2023/166 final
- Rahmstorf, Stefan Hans Joachim Schellnhuber (2012): *Der Klimawandel: Diagnose, Prognose, Therapie*. C. H. Beck, 7th. Edition 2012, ISBN 978-3406633850, p. 85.
- Reklámetikai Kódex 2023 (előzmények: Reklámetikai Kódex 2009, Reklámetikai Kódex 2015) https://mrsz.hu/cmsfiles/9a/21/Magyar_Reklametikai_Kodex_ONLINE_2oldalas.pdf
- Schneider, Jen; Steve Schwarze, Peter K. Bsumek, Jennifer Peeples (2016): *The Hypocrite's Trap*. In: *Under Pressure*. Palgrave Macmillan UK https://doi.org/10.1057/978-1-137-53315-9_5

- Seddon, N., Chausson, A., Berry, P., Girardin, C. A., Smith, A., & Turner, B. (2020). Understanding the value and limits of nature-based solutions to climate change and other global challenges. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 375(1794), 20190120. <https://doi.org/10.1098/rstb.2019.0120>
- Szűcs Zoltán (2020): A fogyasztóvédelem és a büntetőjog viszonyának áttekintése a büntetőjogi tényállások tükrében. *Jogi Fórum*
- TerraChoice (2007): *The Six Sins of Greenwashing: A Study of Environmental Claims in North American Consumer Markets*. Northbrook, IL: Underwriters Laboratories.
- The Sins of Greenwashing". sinsofgreenwashing.org. 2013. (Archived from the original on 17 July 2014. Retrieved 30 July 2022.)
- Tóth Bettina (2023): Bizottsági javaslat a „zöldrefestés” csökkentéséért. *Európa Stratégia Kutatóintézet*. <https://www.ludovika.hu/blogok/otperc-europa-blog/2023/03/31/bizottsagi-javaslat-a-zoldrefestes-csokkenteseert/>
- Underwriters Laboratories (2022): *Sins of Greenwashing*.
- Urbański, Mariusz – ul Haque, Adnan (2020) Are You Environmentally Conscious Enough to Differentiate between Greenwashed and Sustainable Items? A Global Consumers Perspective. *Sustainability* 12/5. <https://doi.org/10.3390/su12051786>
- Walker, K., and F. Wan (2012): 'The harm of symbolic actions and greenwashing: Corporate actions and communications on environmental performance and their financial implications', *Journal of Business Ethics* 109: 227–242.
- Washington, Haydn; Cook, John (2011): *Climate change denial: heads in the sand*. London: Earthscan. p. 75. ISBN 9781849713368.
- Watt, R. (2021): The fantasy of carbon offsetting. *Environmental Politics*, 30(7), 1069–1088. <https://doi.org/10.1080/09644016.2021.1877063>
- Wolters Kluwer (2023): *Jogtár – Kommentár: 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről*
- World Rainforest Movement (2021): *Nature-based Solutions: Concealing a massive land robbery*

- Zhang, S., Wu, Z., Wang, Y., & Hao, Y. (2021): Fostering green development with green finance: An empirical study on the environmental effect of green credit policy in China. *Journal of Environmental Management*, 296, 113159. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113159>
- Zych, G., Budka, B., Czarnecka, M., Kinelski, G., & Wójcik-Jurkiewicz, M. (2021). Concept, developments, and consequences of greenwashing. (<https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/108416>)