

Fogyasztóvédelem és fenntartható fogyasztás



A fenntartható fogyasztás megjelenése az ENSZ, az Európai Unió és egyes fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú európai országok fogyasztóvédelmi tárgyú stratégiai és közpolitikai dokumentumaiban, illetve a hazai fogyasztóvédelmi stratégiában és cselekvési tervben

Összeállította: Lázár Linda, Rauschenberger Péter
Közreműködött: Gulyás Emese, dr. Haraszti Anikó

A Tudatos Vásárlók Egyesülete kutatása, 2010.

A szerzői jogok a Tudatos Vásárlók Egyesületét illetik meg.

A közpolitikai kutatás a Tudatos Vásárlók Egyesülete, az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében elnyert, „Kampányok, kutatások, képzések a fogyasztói kultúra fejlesztése érdekében” című és TÁMOP-5.5.6-08/2-2008-0009 sz. program keretein belül valósult meg.



Tartalomjegyzék

RÖVID ÖSSZEFOGLALÓ	5
1. A CÉLOK KIJELÖLÉSE: JÖVŐKÉPEK, STRATÉGIÁK, OPERATÍV CÉLKIJELÖLÉS.....	7
1.1. Az ENSZ közpolitikai dokumentumai és programjai.....	7
1.1.1. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei (Az Agenda 21 és a Johannesburgi Terv).....	7
1.1.2. A Fenntartható Fejlődésre Oktatás Évtizede.....	9
1.1.3. A Marrakesi Folyamat.....	10
1.2. Az Európai Unió fogyasztóvédelmi tárgyú dokumentumai	10
1.2.1. Az alapszerződések.....	10
1.2.3. A fogyasztóvédelmi stratégiák.....	10
a) Fogyasztóvédelmi akcióterv 1999-2001.....	10
b) Fogyasztóvédelmi stratégia 2002-2006	11
c) A 2002-2006-os fogyasztóvédelmi stratégia értékelése.....	12
d) Fogyasztóvédelmi stratégia 2007-2013	12
e) Az Európai Tanács állásfoglalása a 2007-2013-as fogyasztóvédelmi stratégiáról.....	13
f) Az Európai Parlament és a Tanács határozata a fogyasztóvédelmi politika területén közösségi cselekvési program (2007–2013) létrehozásáról (2006)	13
1.2.4. A fogyasztóvédelem tíz alapelve (2005).....	13
1.2.5. A 2007-ig létrejött uniós fogyasztóvédelmi joganyag és a 2008-as új irányelv-javaslat.....	13
a) Zöld könyv a fogyasztóvédelmi joganyag átvilágításáról (2007).....	13
b) Irányelv-javaslat a fogyasztók jogairól (2008)	14
1.2.6. A „DG SANCO Future Challenges Paper: 2009-2014”	14
1.3. A fenntartható fogyasztás három fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú ország fogyasztóvédelmi stratégiájában	15
1.3.1. Az Egyesült Királyság kormányának fogyasztóvédelmi stratégiája.....	15
1.3.2. A finn kormány fogyasztóvédelmi és fenntarthatósági politikájának metszete	16
a) A finn kormányprogram (2007-2011)	16
b) Fogyasztóvédelmi program 2008-2011(Kuluttajapolitiinen ohjelma vuosille 2008–2011).....	17
c) Finnország nemzeti programja a fenntartható fogyasztásért és termelésért (2005).....	17
d) A Fogyasztóvédelmi Hatóság és a Nemzeti Fogyasztóügyi Kutatóközpont által kiadott reklámetikai és egyéb gyakorlati dokumentumok.....	19
1.3.3. Svédország fogyasztóvédelmi politikájának fenntarthatósági vonatkozásai.....	19
a) A koncepcionális háttér: Svenska Miljömjål (Svéd Környezetminőségi Célok).....	19
b) Särskilt sektorsansvar (2003) (A Konsumentverket különleges szektorális felelőssége).....	21
c) Aktiv konsumentpolitik (1995) (Aktív fogyasztóvédelmi politika).....	22
d) Handlingsplan för konsumentpolitiken 2001–2005 (Fogyasztóvédelmi cselekvési terv).....	23
e) A svéd fogyasztás hatása a klímára (Climat impact of Swedish consumption, 2009)	24
f) Az északi országok közötti együttműködés.....	24
g) A kis- és középvállalkozások fenntartható működése.....	25
2. A FENNTARTHATÓSÁG MINT HORIZONTÁLIS ELV MEGJELENÉSE A FOGYASZTÓVÉDELMI TÁRGYÚ STRATÉGIÁKBAN.....	26
2.1. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei.....	26
2.2. Az Európai Unió fogyasztóvédelmi tárgyú dokumentumai	27
2.2.1. Az alapszerződések.....	27
2.2.2. Fogyasztóvédelmi stratégiák.....	27

2.2.3. Cselekvési terv a fenntartható fogyasztásról, termelésről és iparpolitikáról (2008)	27
2.2.4. Hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program 2002-2013	28
2.2.5. Tematikus stratégia az erőforrások fenntartható használatáról	28
2.2.6. A Bizottság közleménye az integrált termékpolitikáról (2003) – az integrált termékpolitika koncepciója, célja és kapcsolódása a fogyasztóvédelemhez.....	29
2.2.7. A hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program félidős értékelése (2007-8).....	30
a) A Bizottság közleménye a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program félidős értékeléséről	30
b) Az Európai Parlament állásfoglalása a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program félidős értékeléséről	30
2.3. Két gyakorlati példa az Európai Unóban a fogyasztóvédelmi és a fenntarthatósági szempontok együttes érvényesülésére speciális szabályozási területeken: a REACH és a nanotechnológia.....	31
2.3.1. A REACH és megalkotását motiváló politikai szempontok	31
2.3.2. A nanotechnológia alkalmazása által felvetett egészségügyi, fogyasztóvédelmi és környezetvédelmi problémák és az Európai Bizottság tevékenysége ezekkel kapcsolatban	33
2.4. A fenntarthatóság mint horizontális elv Svédország, Finnország és az Egyesült Királyság fogyasztóvédelmi politikájában	35
3. KÖZPOLITIKAI ESZKÖZÖK, INTÉZKEDÉSEK A FENNTARTHATÓ FOGYASZTÁSÉRT	37
3.1. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei.....	37
3.2. Közpolitikai eszközök az Európai Unió fogyasztóvédelmi dokumentumaiban.....	37
3.2.1. Oktatás.....	37
3.2.2. Fogyasztói információszolgáltatás	38
3.2.3. Az integrált termékpolitika.....	39
a) A Bizottság vállalásai a termékek teljes életciklusára vonatkozó környezeti adatok gyűjtésével és hozzáférhetővé tételével kapcsolatban	39
b) Az integrált termékpolitika és a zöld közbeszerzés.....	40
c) Az uniós ökocímke, energiacímke és autócímkézési rendszer, az Energy Star logó és a nemzeti címkézési rendszerek.....	40
d) A félrevezető környezeti állítások elleni fellépés.....	41
e) A környezeti terméknnyilatkozat (environmental product declaration, EPD).....	42
3.2.4. A biocímkézés.....	42
3.3. A fenntarthatóságot szolgáló közpolitikai eszközök három fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú ország fogyasztóvédelmi közpolitikájában	43
3.3.1. A közpolitikai eszközök a brit fogyasztóvédelmi stratégiában a fenntartható fogyasztásért.....	43
a) A kormány fogyasztói információs szolgáltatásai és energiahatékonysági tanácsadó-hálózata a széndioxid-kibocsátás csökkentésének szolgálatában	43
b) A „zöldmarketing” szabályai és ellenőrzése.....	44
c) A rövid távon olcsóbb, de hosszú távon drágább, nagyfogyasztású energia-felhasználó termékek kivezetése a piacról és az energiacímke alkalmazásának kiterjesztése.....	44
d) Az élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó hulladék mennyiségének csökkentése.....	44
e) A vízfelhasználás hatékonysága.....	45
3.3.2. A fenntartható fogyasztást szolgáló konkrét eszközök a finn kormány fogyasztóvédelmi politikájában	46
a) A 2008-2011-es fogyasztóvédelmi programban szereplő konkrét, a fenntarthatóság előmozdítására irányuló intézkedések	46
b) A 2005-ös nemzeti fenntartható fogyasztási és termelési programban szereplő fogyasztóvédelmi vonatkozású intézkedési javaslatok.....	47
c) A fogyasztóvédelmi ombudsman által a zöldmarketingre vonatkozóan kiadott útmutatások.....	48
d) Nemzeti Fogyasztóügyi Kutatóközpont tevékenysége.....	49

3.3.3. A fenntartható fogyasztást szolgáló konkrét eszközök a svéd kormány fogyasztóvédelmi politikájában	50
a) A Konsumentverket honlapja	50
b) A termelőket érintő eszközök	51
c) A fenntartható élelmiszerfogyasztás	52
d) Fogyasztói információk a hulladékszelektálásról	52
e) A termékek tesztelése környezeti szempontból	53
f) Fogyasztóvédelmi tanácsadás a helyhatóságokban	53
g) A fiatalok és a fenntartható fogyasztás	54
h) Zöld közbeszerzés	55
i) A fenntartható háztartás	55
j) Bli energismart! – az energiahatékonyság növelése a háztartásban	55
k) Fenntartható közlekedés	56
l) Környezeti címkézés	56
m) A fenntartható fogyasztásra vonatkozó fogyasztóvédelmi tevékenység hatékonyságának indikátorai	57
n) A fenntartható fogyasztás és a svéd egyház	58
o) Kretsloppssamhället – integrált termékpolitika (2000)	58

4. A HAZAI FOGYASZTÓVÉDELMI STRATÉGIA ÉS CSELEKVÉSI TERV, ÉS ÖSSZEVETÉSÜK A NEMZETKÖZI PÉLDÁKKAL 59

4.1. A magyar kormány fogyasztóvédelmi stratégiája, cselekvési terve és az ezekben foglaltak teljesüléséről fellelhető dokumentumok..... 59

4.1.1. A 2007-től 2013-ig terjedő időszakra szóló fogyasztóvédelmi stratégia	59
4.1.2. A stratégiából következő, a 2007-től 2010-ig terjedő időszakra szóló fogyasztóvédelmi cselekvési terv	60
4.1.3. A cselekvési tervből következő konkrét kormányzati teendőkről szóló kormányhatározat	61
4.1.4. A Szociális és Munkaügyi Minisztérium értékelése a kormányrendeletben rögzített feladatok teljesítéséről	61
4.1.5. A hatályos Nemzeti Alaptanterv, a fenntarthatóság és a fogyasztói kompetenciák	62
4.1.6. A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Stratégia	63

4.2. Azoknak a tartalmaknak a táblázatos összefoglalása, amelyek a nemzetközi példák és a nemzetközi szervezetek közpolitikai stratégiái alapján a hazai stratégiában és cselekvési tervben megjelenhetnének, és összevetésük a tényleges hazai tartalmakkal. 64

4.2.1. Általános elvek és célok	64
4.2.2. A fenntarthatóság mint horizontális elv	66
4.2.3. Konkrét közpolitikai eszközök	67

5. JAVASLATOK A HAZAI FOGYASZTÓVÉDELMI KÖZPOLITIKA FENNTARTHATÓSÁGI ELEMEKKEL VALÓ BŐVÍTÉSÉRE 71

A VIZSGÁLT DOKUMENTUMOK JEGYZÉKE LINKEKKEL 75

Az ENSZ elemzett dokumentumai 75

Az Európai Unió elemzett dokumentumai 75

A felhasznált brit dokumentumok 79

A felhasznált finn dokumentumok 80

A felhasznált svéd dokumentumok 80

A vizsgált hazai dokumentumok 81

Rövid összefoglaló

Azt a feladatot kaptuk, hogy vizsgáljuk meg, hogyan jelenik meg a fenntartható fogyasztás, illetve a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulásának előmozdítása az ENSZ, az Európai Unió és három fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú európai ország fogyasztóvédelmi stratégiájában, milyen konkrét közpolitikai eszközök szolgálják ezt a vizsgált politikai entitások politikájában, és ezzel vessük össze a hazai fogyasztóvédelmi stratégiát és cselekvési tervet, és a hozzájuk kapcsolódó közpolitikai dokumentumokat. Vizsgálatunk módszere kizárólag a dokumentumelemzés volt.

Azt találtuk, hogy míg korábban az ENSZ és az Európai Unió fogyasztóvédelmi politikájában is marginális szempont volt a fogyasztás fenntarthatósága, illetve egyes fontos korai stratégiai dokumentumokban egyáltalán meg sem jelent, az ENSZ-ben a Fogyasztóvédelmi Irányelvek 1999-es újrafogalmazása, az Európai Unióban pedig az 1999-2001-es fogyasztóvédelmi akcióterv óta jelen van, a 2007-2013-as fogyasztóvédelmi stratégia elfogadása óta pedig hangsúlyos cél a fenntartható fogyasztás, aminek megvalósítását gazdag közpolitikai eszköztár szolgálja.

Lényeges, hogy az ENSZ közgyűlése által elfogadott Fogyasztóvédelmi Irányelvek szerint, minden fogyasztónak joga, hogy fogyasztói választásaival előmozdíthassa a fenntarthatóságot, s ennek a jognak a védelmére a dokumentum elfogadásával a tagállamok kötelezettséget vállaltak. Ugyancsak a tagállamok kötelezettségéül szabja a dokumentum, hogy a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulásán, elterjedésén dolgozzanak. Ehhez a tagállamoknak gondoskodniuk kell a fogyasztók felvértezéséről olyan ismeretekkel, amelyek birtokában felelős döntéseket tudnak hozni mindenekelőtt a nyersanyag-felhasználás, az energia-felhasználás és a vízfelhasználás hatékonyságának javításáért, és a fogyasztásból adódó környezetterhelés csökkentéséért. A tagországoknak „bátorítaniuk” kell, hogy a fogyasztók a termékek és szolgáltatások környezeti jellemzőiről hiteles, megbízható információt kapjanak a gazdasági szereplőktől.

Az Európai Unió, kapcsolódva az ENSZ irányelveihez, elsősorban az európai fogyasztók magatartásának alakításában egyre hangsúlyosabbá váló etikai megfontolásokat tekinti olyan erőforrásnak, amire a fenntarthatóságot szolgáló fogyasztóügyi politikát alapozni lehet. Az Unió által javasolt illetve alkalmazott közpolitikák részben a tudatos fogyasztói magatartás megerősítését, terjesztését, részben a gyakorlásához szükséges információk biztosítását szolgálják elsősorban. Ez utóbbi mindenekelőtt azt jelenti, hogy a fogyasztók számára transzparenssé kell tenni a termékek és szolgáltatások környezeti jellemzőit. Ennek során az adatok relevanciája és összehasonlíthatósága (amelynek legfontosabb követelménye, hogy az adatszolgáltatás a termékek teljes életciklusát felölelje), illetve könnyű kezelhetősége, érthetősége, a sokszor percek alatt meghozott fogyasztói döntések megalapozásához alkalmas formátuma kulcskérdés. Nyilvánvaló cél, hogy a termékek és szolgáltatások környezeti jellemzői egyre jobban megjelenjenek a fogyasztók megnyeréséért az üzleti szféra szereplői között zajló versenyben. Ezzel kapcsolatban azonban létfontosságú, hogy a zöldmarketing szabályozása és ellenőrzése lehetővé tegye a fogyasztói bizalom megőrzését.

A fenntarthatóságot szolgáló fogyasztóvédelmi eszközök nem működhetnek hatékonyan, ha a fogyasztóvédelmi szakterület elszigetelt szektorként, vagy ha csak a környezetvédelmi szakterülettel együttműködve dolgozik ezeknek a céloknak a megvalósításán. A fogyasztás fenntarthatóságának horizontális elvként a közpolitikai területek majdnem teljes spektrumán meg kell jelennie. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei szerint a legfontosabb kapcsolódó szakterületek a piaci szabályozás, a földhasználati, energiagazdálkodási és a lakhatási szakpolitikák, a különböző fogyasztási mintázatok környezeti hatásával kapcsolatos társadalmi tudatosság javítása, a fenntarthatatlan fogyasztási és termelési gyakorlatokat fenntartó támogatási rendszerek lebontása, és szektoronként a legjobb környezetgazdálkodási gyakorlatok elterjesztése. Az Európai Unió közpolitikai dokumentumai mindezek mellett még az integrált termékpolitikával, a

kínálat hatékony befolyásolására alkalmas közbeszerzési politikával, az adópolitikával, a jogalkotás és döntés-előkészítés rendjére vonatkozó szabályozással, a hulladékgazdálkodással, az élelmiszerbiztonsági és élelmiszer-önrendelkezési politikával, a szabványosítással és a vegyi anyagok (nanotechnológiával készült anyagok) használatára vonatkozó szabályozással való összefüggést hangsúlyozzák.

A fenntartható fogyasztást szolgáló nemzeti fogyasztóvédelmi politikák vizsgálatához az Egyesült Királyság, Finnország és Svédország szakpolitikai dokumentumait használtuk. Az Egyesült Királyság esetében elsősorban a fenntartható fogyasztás előmozdítására irányuló információs és kampányeszközök rendkívül sokoldalú és gyakorlatias alkalmazását hangsúlyoztuk. Finnország esetében a fenntartható fogyasztás ügyének a kormányprogramban és a fogyasztóvédelmi program egészében betöltött kiemelkedően fontos szerepét, Svédország esetében pedig a fenntarthatóságról való közpolitikai gondolkodás rendkívül szervezett, az egész közigazgatást átjáró jellegét, a fogyasztóvédelmi szervezetek a közigazgatás más szektoraival és a többi érintett szereplővel való intenzív együttműködését emeltük ki.

Ezeknek az országoknak, különösen Finnországnak és Svédországnak a példájához képest az Európai Unió dokumentumaiban javasolt közpolitikai eszköztár is szegényesnek tűnik, és alig van olyan szakpolitikai terület, amellyel a fenntartható fogyasztás érdekében a fogyasztóvédelmi intézmények által folytatott együttműködésre a két északi ország ne szolgálna jól működő példákkal.

Ezzel összevetve a hazai fogyasztóvédelmi stratégia és cselekvési terv ambíciója rendkívül szerény, tartalma szegényes. A Nemzeti Fenntartható Fejlesztési Stratégia pedig, aminek tartalmát szintén vizsgáltuk, elszigetelt zárványnak tűnik, aminek célkitűzései nem járnak át a szakterületi politikákat. Fontos kivétel azonban a fenntarthatóságra és a kompetens, tudatos fogyasztói magatartásra nevelés metszetének megjelenése a Nemzeti Alaptantervben és a kerettantervekben, ami mind a fenntartható fejlődési stratégiának, mint a fogyasztóvédelmi cselekvési tervnek fontos célkitűzése volt, és meg is valósult.

A hazai fogyasztóvédelmi politika fenntarthatósági szempontú továbbfejlesztéshez a bemutatott nemzetközi példák véleményünk szerint sok inspirációt adhatnak.

1. A célok kijelölése: jövőképek, stratégiák, operatív célkijelölés

1.1. Az ENSZ közpolitikai dokumentumai és programjai

1.1.1. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei (Az Agenda 21 és a Johannesburgi Terv)

Az ENSZ fogyasztóvédelemről szóló irányelveit 1985 áprilisában fogadta el a szervezet közgyűlése. A dokumentum célja az volt, hogy a nemzetközi közösség által elfogadott átfogó közpolitikai elveket és célokat rögzítsen, és általánosságban megnevezzen néhány, a célok elérésére alkalmas közpolitikai eszközt a fogyasztók biztonságának szavatolása, gazdasági érdekeik védelme, informálása, általában a gazdasági szereplőkkel egyenlő helyzetbe hozása és a nekik okozott károk orvoslása területén. A dokumentum elsősorban a kormányok számára, mindenekelőtt a fejlődő országok kormányai számára szánt útmutató. A dokumentum hatásáról és egy évtizednyi alkalmazásának tanulságairól 1995-ben készült főtitkári jelentés¹ szerint az irányelvek dokumentálható hatással voltak számos fejlődő ország és a nyolcvanas és kilencvenes évek fordulóján rendszert váltó kelet-európai országok fogyasztóvédelmi szakpolitikáinak kialakulására, illetve fejlődésére.

Az eredeti 1985-ös dokumentum² alig tartalmaz utalást a fenntartható fogyasztásra, vagy a fenntarthatóságra általában. A legelső bekezdés deklarálja, hogy biztosítani kell a fogyasztók jogát, hogy előmozdítsák a fenntartható fejlődést – vélhetően a hiteles környezeti információk alapján meghozott tudatos fogyasztói döntéseikkel. Azon kívül azonban, hogy a fogyasztóknak nyújtott információkról és képzésekről szóló bekezdésben (33f) az egyes termékek és szolgáltatások környezeti hatása is szerepel az információszolgáltatás és képzés lehetséges tárgyai között, valamint egy bekezdés (42) javasolja a kormányok számára, hogy kérjenek egészségügyi és környezeti információkat a cégektől, és ezek közlését írják elő az áruk címkézéséről szóló szabályozásban, a konkrét irányelvekben ennek nincs következménye.

Az 1995-ös főtitkári jelentés azonban, részben a jelentés elkészítése előtt a tagállamok kormányai által kitöltött, az irányelvek alkalmazásának tapasztalatairól és a fejlesztésükre vonatkozó javaslataikról szóló kérdőívekre,³ részben az 1992-ben elfogadott *Agenda 21* című, az ENSZ fenntarthatósági tárgyú átfogó cselekvési tervét tartalmazó dokumentumra⁴ hivatkozva, a fenntartható fogyasztás megjelenítését azonosította az irányelvek felülvizsgálata során az egyik legfontosabb területként.

Az *Agenda 21* negyedik fejezete a fenntartható fogyasztásról és a fenntarthatatlan fogyasztási mintázatok megváltoztatására alkalmas közpolitikai eszközökről szól. Erre támaszkodva a *Fenntartható Fejlődés Bizottsága 1995-ben kidolgozott egy nemzetközi munkaprogramot a fogyasztási és termelési mintázatok megváltoztatására,*⁵ majd javaslatot tett a fogyasztóvédelmi irányelvek hasonló célú módosítására. Erre válaszul 1995 júniusában, alig egy hónappal az imént említett főtitkári

¹ <http://www.un.org/documents/ecosoc/docs/1995/e1995-70.htm>

² <http://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>

³ Ezek tartalmáról összefoglalás olvasható az említett főtitkári jelentésben (ld. 1. lábjegyzet).

⁴ http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_00.shtml Az *Agenda 21*-et, többéves egyeztetés után 1992 júniusában fogadta el a környezetről és a fejlődésben Rio de Janeiróban rendezett csúcstalálkozó (a „Föld-csúcs”). A dokumentum címében a szám arra utal, hogy ez az ENSZ 21. századi fenntarthatósági stratégiája.

⁵ <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N95/061/78/PDF/N9506178.pdf?OpenElement>,
<http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N96/047/58/IMG/N9604758.pdf?OpenElement>

jelentés után, az ENSZ Gazdasági és Szociális Tanácsa is határozatban⁶ kérte fel a főtitkárt, hogy készítse elő az irányelvek módosítását a fenntartható fogyasztás előmozdítása érdekében.

A módosítások tervezetét 1998 elején tárgyalta meg a fogyasztóvédelem és a fenntartható fogyasztás összefüggése tárgyában Sao Paulóban összehívott, kormányok, civil szervezetek és gazdasági szervezetek szakértőinek részvételével rendezett találkozó.⁷ A fogyasztóvédelmi irányelvek módosítására ott elfogadott tervezetet, számos kisebb-nagyobb módosítással, kiegészítéssel és elhagyással, *1999-ben fogadta el a közgyűlés*. A ma is hatályos szövegben a fenntartható fogyasztásról a következőket találjuk (zárójelben a dokumentum sorszámozott bekezdéseire való hivatkozással).

A fogyasztóvédelmi irányelvek fő céljait rögzítő hételemű felsorolásban (1) a fenntartható fogyasztás továbbra sem szerepel.

Az általános elvek között szerepel, hogy a kormányoknak fogyasztóvédelmi politikájuk kialakítása során nemcsak a dokumentumra, hanem a fenntartható fejlődésről szóló nemzetközi egyezményekre is tekintettel kell lenniük (2).

Ugyancsak az általános elvekről szóló részben szerepel azoknak a fogyasztói szükségleteknek és igényeknek a felsorolása, amelyek kielégítését a dokumentum követelményként állítja a kormányok elé. Az 1999-es módosítás óta a felsorolás utolsó eleme szerint *a fogyasztónak védendő igénye, hogy előmozdíthassa a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulását* (3).

A következő bekezdés (4) *minden ország kötelezettségül írja elő a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulásának előmozdítását*. Megállapítja, hogy az iparosodott országok fenntarthatatlan termelési és fogyasztási struktúrái nagyban felelősek a globális környezet pusztulásáért, ezért a dokumentum szerint a fejlett országok felelőssége nagyobb, nekik kell élenjárniuk a fogyasztás fenntarthatóságának megteremtésében. A fejlődő országokra ez a kötelezettség a sajátos körülményeik figyelembevételével érvényes. Ez a *közös, de differenciált felelősségnek* az 1992-es Rio de Janeirói konferencián megállapított elve.

A fogyasztók védendő gazdasági érdekeiről szóló részben szerepel az a követelmény, hogy a kormányok „bátorítsák”, hogy a megvásárolt termékek és szolgáltatások környezeti hatásairól a fogyasztók *hiteles információhoz* jussanak, többek között az önkéntes és transzparens öko-címkézési rendszerek segítségével (24). A kormányoknak ugyancsak „bátorítaniuk” kell az olyan *reklámetikai önszabályozást*, ami tiltja, hogy a gyártók és forgalmazók félrevezető környezeti információt adjanak a fogyasztók számára (25). Ezeknek a bekezdésnek a megfogalmazásai sokkal gyengébbek, mint azok, amelyek a módosítást előkészítő, 1998-as Sao Paulói szakértői találkozó javaslatában szerepeltek. Az eredeti javaslat azt is a kormányok kötelezettségévé tette volna, hogy a gyártók és forgalmazók által a termékeik és szolgáltatásaik környezeti hatásáról tett állítások hitelességét jogi szankciókkal védjék.

A *fogyasztói oktatási és információs programok* fejlesztéséről szóló részben szerepel, hogy a kormányok által fejlesztendő ilyen programoknak ki kell terjedniük a fogyasztói magatartás és a fogyasztói választások környezeti hatásaira, hogy felvértezzék a fogyasztókat a megfelelő tudással ahhoz, hogy ebből a szempontból is tudatos és felelős fogyasztói döntéseket tudjanak hozni (35, 38). A dokumentum tételesen felsorolja, hogy ezeknek a programoknak minimálisan mire kell kiterjedniük. Ebben a felsorolásban a *környezetvédelem*, valamint az *alapanyag-, energia- és vízfelhasználás hatékonysága* is szerepel (37).

A Sao Paulói konferencia javaslatára a dokumentum kiegészült egy *teljes új részzel* (III/G) a fenntartható fogyasztás előmozdításáról. Az ebben szereplő irányelvek egy jelentős része elszakad a szorosan vett fogyasztóvédelem területétől, ezért ennek tartalmát az elemzés második, a fenntartható fogyasztás mint horizontális elv megjelenéséről szóló pontjában mutatjuk be.

⁶ <http://www.un.org/documents/ecosoc/res/1995/eres1995-53.htm>

⁷ A találkozóról készült főtitkári jelentés itt olvasható: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N98/038/55/PDF/N9803855.pdf?OpenElement>

Az ezt követő, a fogyasztóvédelemhez ismét szorosabban kötődő tartalmú bekezdések egyike (67) szerint a kormányoknak és nemzetközi szervezeteknek az is feladatuk, hogy segédkezzenek a fenntartható fogyasztást szolgáló intézményi kapacitások kiépítésében, elsősorban a fejlődő országokban, és a poszt-szocialista országokban. Ennek része a fogyasztóvédelem területén és más területeken működő civil szervezetek közti együttműködés elősegítése.

Az utolsó bekezdés (69) ugyan nem a fenntartható fogyasztásról szól, de jól tükrözi a fenntarthatóságnak a jelenlegi rezsimekben a nemzetközi szabadkereskedelemmel szemben alárendelt státuszát. A bekezdés a kormányok kötelességévé teszi, hogy őrködjének afölött, hogy a fogyasztóvédelmi intézkedések és gyakorlatok ne akadályozhassák a nemzetközi kereskedelmet, és a nemzetközi szabadkereskedelmi kötelezettségek teljesítését.

Összességében az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelveinek 1999-es módosításában az Agenda 21 negyedik, „A fogyasztási mintázatok megváltoztatása” címet viselő fejezetének tartalma szinte teljes egészében megjelenik, hol szorosabban, hol lazábban kapcsolódva az irányelvek eredeti, fogyasztóvédelmi tartalmához.

2002-ben, tíz évvel az Agenda 21 elfogadása után, a Johannesburgban rendezett második „Föld-csúcs” elfogadott egy részletes tervet az Agenda 21 gyakorlati megvalósítására (*Johannesburg Plan of Implementation*). Ennek a harmadik fejezete⁸ tárgyalja a fenntarthatatlan fogyasztási mintázatok megváltoztatását szolgáló teendőket. A fejezet *alig tartalmaz a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos elemeket* (de lásd a 15 d és e pontokat), ezek tartalma hiánytalanul szerepel a fogyasztóvédelmi irányelvek 1999-ben kibővített változatában.

1.1.2. A Fenntartható Fejlődésre Oktatás Évtizede

A johannesburgi Föld-csúcs folyamatoként az ENSZ 2002 decemberében döntött arról, hogy a 2005-2014 közötti időszakot a Fenntartható Fejlődésre Oktatás Évtizedének (Decade of Education for Sustainable Development)⁹ nyilvánítja, amelynek célja a minőségi alapoktatás terjesztése és fejlesztése, a fenntarthatóságra nevelés integrálása az oktatási programokba (az óvodától az egyetemig), a lakossági tudatosság növelése és a munkaerő-piaci szereplők fenntartható termelési és fogyasztásra képzése.

A program vezető szervezete az UNESCO, amelynek a feladatai között szerepel az értékelés és monitorozás, és feladata az is, hogy a szereplők (például a civil szektor, a fiatalokat tömörítő szervezetek, vallási intézmények reprezentánsai) közötti új kapcsolatok teremtésének fórumaként szolgáljon, megossza a fenntarthatóságra oktatás területén a jó gyakorlatokat, és összekösse azokat a tagállamokat, amelyek már kidolgozták a fenntarthatóságra nevelés koncepcióit azokkal, akik segítséget kérnek ebben. Hangsúlyos szerepet kap a célok között a tanárok felkészítése a fenntartható fejlődésre való oktatásra, ennek segítésére elkészült egy felkészítő anyag (Teaching and Learning for a Sustainable Future), ami az interneten is elérhető.¹⁰ Interaktív felületet dolgoztak ki a fiatalok tájékoztatására is, ez a YouthXChange¹¹ nevet viseli.

A fogyasztói tudatosság növelése természetesen megjelenik a programról szóló dokumentumokban, a program fő célja azonban összetett, szerepel benne a tudatos állampolgárrá nevelés és a demokratikus értékek, illetve a kritikus szemlélet terjesztése is.

⁸ http://www.un.org/esa/sustdev/documents/WSSD_POI_PD/English/POIChapter3.htm

⁹ <http://www.unesco.org/en/esd/>; röviden az évtizeddel kapcsolatos célokról és megvalósítási tervükről <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147361E.pdf>

¹⁰ <http://www.unesco.org/education/tlsf/>

¹¹ <http://www.youthxchange.net/main/home.asp>. A program hazai partnere a Tudatos Vásárlók Egyesülete és a KÖVET Egyesület.

1.1.3. A Marrakesi Folyamat

Ugyancsak a johannesburgi csúcstalálkozó következményeként 2003-ban elindult az úgynevezett Marrakesi Folyamat is (Marrakech Process; az első ülést Marrakesben tartották, innen a név), egy sokszereplős platform, ami egyrészt a fenntartható fogyasztással és termeléssel kapcsolatos stratégiák és projektek megvalósítását támogatja, másrészt egy globális cselekvési terv, a 2010/11-re elkészülő, úgynevezett „10-Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production” kidolgozását segíti. A folyamatot az ENSZ Környezeti Programja (UNEP) és a Gazdasági és Szociális Ügyek Osztálya (UNDESA) vezeti. Hét, a fenntartható fogyasztás és termelés specifikus témáira fókuszáló „task force” tartozik a folyamathoz, amelyek vezetését önkéntesen vállalták különböző nemzeti kormányok. A hét terület a fenntartható turizmus (Franciaország), építésügy (Finnország), fenntartható termékek (Egyesült Királyság), közbeszerzés (Svájc), együttműködés Afrikával (Németország), fenntartható életmód (Svédország) és a fenntartható fogyasztásra oktatás (Olaszország). (Az utóbbi célja az, hogy összehangoltan működjön a korábban említett programmal, a fenntarthatóságra oktatás évtizedével is.) Tanulmányok készítése és stratégiai anyagok kidolgozása a feladat, amelyekből néhány már meg is valósult. Ilyen például a fenntartható épületekről készült tanulmány, és elindult a Zöld Útlevel program is, ami a fenntartható turizmusról tájékoztatja a potenciális fogyasztókat.¹²

1.2. Az Európai Unió fogyasztóvédelmi tárgyú dokumentumai

1.2.1. Az alapszerződések

Az Európai Unióról szóló szerződés¹³ az Unió céljai (EUSZ 3. cikk, (3) bekezdés), az Európai Unió Működéséről szóló szerződés¹⁴ (korábban az Európai Közösséget létrehozó szerződés), a szerződés alapelvei, azon belül az „általánosan alkalmazandó rendelkezések” (EUMSZ 11. cikk) között említi a fenntartható fejlődés előmozdítását. Utóbbi rögtön ezután a fogyasztóvédelem követelményeit rendeli figyelembe venni minden uniós politikában (EUMSZ 12. cikk).¹⁵

Külön fogyasztóvédelmi cím a Maastrichti Szerződés óta van az alapszerződésben (az Európai Közösséget Létrehozó Szerződésben, ma EUMSZ). Az alapszerződés *a fenntartható fogyasztás előmozdítását nem említi az Unió fogyasztóvédelmi politikájának céljai között* (csak a fogyasztók egészségének, biztonságának és gazdasági érdekeinek védelmét, valamint a tájékoztatáshoz, oktatáshoz és az érdekeik védelmét célzó önszerveződéshez való jogaik megerősítését, EUMSZ 169. cikk).

1.2.3. A fogyasztóvédelmi stratégiák

a) Fogyasztóvédelmi akcióterv 1999-2001

¹² Részletesebben lásd <http://www.uneptie.org/scp/marrakech/pdf/FAQ-UNEP-marrakech-brochure%20FINAL.pdf>

¹³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0013:0045:HU:PDF>

¹⁴ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0047:0199:HU:PDF>

¹⁵ A fogyasztóvédelem megjelenése az alapelvek között a 2009. december 1-én hatályba lépett Lisszaboni Szerződés újdonsága.

Az Európai Unió 1999-ben a bizottsági közlemény műfajában alkotott, átfogó fogyasztóvédelmi stratégiai dokumentuma¹⁶ a 2001-ig tartó időszakra szolt, és azokra a problémákra próbált választ adni, amelyeket a felgyorsult globalizáció és technikai fejlődés vetett fel a fogyasztóvédelem területén. A stratégiában a Bizottság elkötelezi magát a fenntartható fogyasztás és a belső piacon a fenntartható termékek megjelenésének előmozdítása mellett. A dokumentum szerint a rövid távú fogyasztói érdekek időnként ellentmondásba kerülhetnek a fenntarthatósági érdekekkel. Az Unió fogyasztóvédelmi politikájának törekedni kell a fogyasztói és a fenntarthatósági érdekek összeegyeztetésére, biztosítani kell, hogy a fogyasztóvédelmi stratégia ne ássa alá a fenntartható fogyasztási és termelési mintázatok kialakítására irányuló intézkedések hatékonyságát

A cselekvési tervről szóló részben a Bizottság bejelenti, hogy meg fogja vizsgálni, hogy a fogyasztóvédelmi politika hogyan mozdíthatja elő a felelősségteljesebb fogyasztói magatartás, és a piacon a fenntarthatóbb termékek elterjedését. Ennek érdekében többek között biztosítani kell, hogy *a termékek környezeti és társadalmi hatásairól megbízható információ álljon a fogyasztó rendelkezésére*. A dokumentum a fogyasztóvédelmi ügyek minden területén elsősorban *a fogyasztóvédelmi társadalmi önszerveződések megerősítésére* összpontosít, azzal a céllal, hogy segítse a fogyasztókat abban, hogy hatékonyan képviselhessék a saját szempontjaikat. Ezért a fenntartható fogyasztásra ösztönzés esetében is fontos eszköz a fogyasztóvédelmi egyesületek támogatása az erre irányuló tevékenységükben.

A dokumentum második mellékletét képező pénzügyi tervben a 2003-ig tervezett fogyasztóvédelmi célú akciók összesen 112,5 millió ECU-s költségvetéséből egy *2,5 millió ECU-s tételt terveztek beállítani egy, a fenntartható fogyasztási mintázatok elősegítését célzó pilot project finanszírozására*, aminek közelebbi tartalmát azonban a dokumentum nem ismerteti.

b) Fogyasztóvédelmi stratégia 2002-2006

Az Európai Bizottság 2002-2006-os fogyasztóvédelmi stratégiája¹⁷ *általános és távoli említéseket tesz a fenntartható fogyasztásról*, ami a dokumentum által kitűzött kiemelt célok között nem szerepel. A dokumentum három fő, középtávú célt nevez meg a címben szereplő időszakra: az Unió egész területén egyöntetűen magas szintű fogyasztóvédelem kidolgozását, a fogyasztóvédelmi szabályok hatékony betartatását, és a fogyasztóvédelmi szervezetek bevonását az európai uniós stratégiák megalkotásába.

A bevezető általánosságban szól a fenntarthatóságról mint az Európai Unió által képviselt egyik fontos értékről, és arról, hogy a fogyasztók választásai fontosak a fenntarthatóság és a környezetvédelem szempontjából.

A középtávú célok kifejtése során két helyen említi a dokumentum a fenntarthatóságot. Először, amikor *a fogyasztói döntések informáltságának* fontosságát hangsúlyozza (2.2.2. bekezdés), és ennek kapcsán megállapítja, hogy sok fogyasztó igényli, hogy a termékek környezeti hatásairól is megfelelő tájékoztatást kapjon. Másodszor a nemzetközi kereskedelemmel, szabványosítással és címkézéssel foglalkozó alpontban (3.1.6.), utalva arra, hogy *a fogyasztókat informáló önkéntes címkézés* is segítheti a fogyasztók fenntartható választásait.

A dokumentum említést tesz *a fogyasztóvédelem és a többi uniós politika kapcsolatáról* a fenntartható fogyasztás előmozdítása területén (ld. 2.2.2-es pont).

A dokumentum végén található cselekvési tervben 2004 negyedik negyedévére van tervezve egy közelebről nem részletezett tartalmú akcióprogram a fenntartható fogyasztási és termelési mintázatok előmozdítására, amelynek tartalma a főszovegből sem ismerhető meg.

¹⁶ http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/serv_gen/links/action_plan/ap01_en.pdf

¹⁷ http://eur-lex.europa.eu/pri/en/oj/dat/2002/c_137/c_13720020608en00020023.pdf

c) *A 2002-2006-os fogyasztóvédelmi stratégia értékelése*

A 2002-2006 közötti időszakra vonatkozó fogyasztóvédelmi stratégia értékelése¹⁸ a következő öt éves időszakra szóló stratégia kidolgozásánál töltött be fontos szerepet, az ahhoz csatolt munkaanyagban található. Az elemzés elsősorban a nemzeti közigazgatások intézkedései és véleményei alapján készült, de fogyasztói és üzleti szervezeteket is bevontak az értékelésbe. A résztvevők válaszai alapján az értékelés a 2002-2006-os stratégia hatásáról a következő fő általános megállapításokat teszi.

A 2004-ben csatlakozott új tagországokat a stratégia ösztönözte a saját nemzeti fogyasztóvédelmi stratégiájuk elkészítésére, a régi és új tagállamok mind magukévá tették a stratégiában kijelölt három fő célkitűzést, de nagyon kevésbé foglalkoztak azzal, hogy a fogyasztók érdekeinek védelmét más szakpolitikákba is integrálják. Az új tagállamokban a termékbiztonsági információkat és adatokat érintő intézkedéseknek, valamint a fogyasztók informálásának és képzésének jelentős hatása volt. Ez utóbbit a régebbi tagállamok azonban nem találták relevánsnak, vagy csak igen kevés hatása volt az adott országban. A fogyasztói szervezetek szerint a szabványosítással és címkézési eljárásokkal kapcsolatos intézkedéseknek hasonló volt a fogadtatásuk a tagállamok többségében.

Az értékelés kitér a fogyasztóvédelmi stratégia cselekvési tervének pontjaira, és felsorolja azokat a konkrét intézkedéseket, amik történtek, összevetve őket a kitűzött célokkal. Az értékelés szerint az a 2002-2006-os stratégiában megfogalmazott cél, hogy a fenntartható fogyasztást elősegítő intézkedéseket dolgozzanak ki, közelebb került a megvalósuláshoz azzal, hogy az állam- és kormányfők által elfogadott *Fenntartható fejlődési stratégia*¹⁹ felhívta a Bizottságot, hogy 2007-ig dolgozzon ki egy cselekvési tervet a fenntartható fogyasztási és termelési mintázatok kialakulásának előmozdítására. (A cselekvési tervet a 2. pontban, az abban szereplő konkrét intézkedéseket a 3. pontban vázoljuk.)

d) *Fogyasztóvédelmi stratégia 2007-2013*

A következő öt éves közösségi fogyasztóügyi politikai stratégia²⁰ 2007-2013-as időszakra szól, köztes értékelését 2011-re ütemezték. A stratégia azzal kezdődik, hogy kijelenti, hogy az „Európai Unió 493 millió fogyasztója a középpontjában áll az EU előtt álló három fő kihívásnak, azaz a növekedésnek, a foglalkoztatásnak valamint az intézmények és a polgárok közötti kapcsolatok javításának.” A fenntarthatóság tehát nem „fő kihívás”. A dokumentum bevezetőjében megtalálható az utalás a fenntartható fogyasztásra, ez azonban semmilyen konkrétummal nem szolgál, csupán kijelenti, hogy a stratégia alkalmas rá, hogy biztosítsa azokat a piaci eszközöket, amelyek megerősíthetik a fogyasztók pozícióit fenntartható választásaikban, továbbá arra is, hogy garantálja és nemzetközi szinten is elterjessze a legalapvetőbb európai értékeket, köztük a fenntarthatóságot.

A stratégia fő prioritásként jelöli ki a fogyasztók jobb informálását és oktatását. Az 5.4-es szakasz intézkedéseket is rendel ehhez a prioritáshoz. Ezek *az új tagállamokban elindított fogyasztói tudatosságra nevelő információs kampányok kiterjesztése, az Európa Napló és a Dolceta online oktatási eszköz fejlesztése és kibővítése a fenntartható fogyasztás témáival.* (Részletesebben lásd a 3. pontban.)

A stratégia elismeri, hogy a fogyasztók nagyban okozói olyan környezeti problémáknak, mint például a klímaváltozás, a víz- és levegőszennyezés, a földhasználat és a nagy mennyiségű hulladék keletkezése, és megállapítja, hogy a cselekvőképes és tájékozott fogyasztók sokkal könnyebben változtathatnak az életmódjukon és fogyasztási mintázataikon, saját egészségüknek is

¹⁸ http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/DTS%20321%20EN.pdf

¹⁹ <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/06/st10/st10117.en06.pdf>

²⁰ http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/cps_0713_hu.pdf

kedvezve azzal, hogy fenntartható életmódra térnek. A stratégia erre vonatkozó része azonban inkább általános szándéknyilvánításnak tűnik, mert *konkrét cselekvési terv nem tartozik hozzá.*

e) *Az Európai Tanács állásfoglalása a 2007-2013-as fogyasztóvédelmi stratégiáról*

Az Európai Unió Tanácsa a 2007-2013-as fogyasztóügyi politikai stratégiát véleményező állásfoglalásában²¹ üdvözlözi a stratégiát (I. bekezdés). A Tanács „egyetért azzal, hogy az összes európai politika területének magában kell foglalnia a fogyasztói érdekeket” (1. oldal). A Tanács felhívja a Bizottságot és a tagállamokat arra, hogy hangolják össze jobban a fogyasztóvédelmi politikáikat más szakpolitikákkal (például a környezetvédelmi politikákkal), és valósítsák meg a tagállamokban *a fenntartható fogyasztásra oktatást*, amivel a fogyasztók erős pozícióját biztosíthatják az egész belső piacon. (III. 14.-15.) Együttműködésre hívja fel a fogyasztóvédelem területén (III. 16.) a tagállamokat, és arra, hogy a nemzeti politikák kidolgozása során vegyék figyelembe a közösségi stratégia célkitűzéseit (IV.).

f) *Az Európai Parlament és a Tanács határozata a fogyasztóvédelmi politika területén közösségi cselekvési program (2007–2013) létrehozásáról (2006)*²²

A 2007–2013-as fogyasztóvédelmi stratégiához tartozó cselekvési terv sajnos *egyáltalán nem említi a fenntartható fogyasztás problémáját.*

1.2.4. A fogyasztóvédelem tíz alapelve (2005)

Az Európai Unió tíz fogyasztóvédelmi alapelve²³ *nem említi a fenntartható fogyasztást.* Olyan témákra koncentrál, amelyek a már létező uniós fogyasztóvédelmi joggal²⁴ vannak kapcsolatban, mint például a szerződések visszamondási idejére, vagy az élelmiszerek címkézésére vonatkozó uniós irányelvek. Semmilyen utalás nincs a fenntarthatóság és a fogyasztóvédelem kapcsolatára.

1.2.5. A 2007-ig létrejött uniós fogyasztóvédelmi joganyag és a 2008-as új irányelvjavaslat

a) *Zöld könyv a fogyasztóvédelmi joganyag átvilágításáról (2007)*

A közösségi fogyasztóvédelmi joganyagot átvilágító 2007-es Zöld könyv²⁵ a 2008-as új irányelvjavaslat előkészítéséhez készült (lásd alább a b) pontban). A dokumentumban *a fenntartható fogyasztás semmilyen módon nem jelenik meg.*

²¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2007:162:0001:0003:HU:PDF>

²² <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0039:0045:hu:PDF>

²³ http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/hu.pdf

²⁴ <http://www.eu-consumer-law.org/index.html>

²⁵ http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/green-paper_cons_acquis_hu.pdf

b) Irányelv-javaslat a fogyasztók jogairól (2008)

A fogyasztók jogairól szóló irányelv tervezete²⁶ a szabályozás egyszerűsítésére és átláthatóbbá tételére törekszik, magába olvasztva az eddigi uniós direktívák közül négyet. A javaslat szerint a belső piac töredezettségének csökkentése érdekében az uniós szabályozásban a teljes harmonizáció felé kell törekedni. Ez szigorúbb szabályozást jelentene a mostaninál, és azzal járna, hogy a tagállamokban egységes szabályozás jönne létre, amitől felfele eltérő (tehát szigorúbb) szabályokat nem alkalmazhatnak a tagállamok, ellentétben a mostani gyakorlattal, ami a közös minimumot rögzíti. Ez alól néhány területen van csak kivétel. A környezetpolitika, a közösségi jog határain belül, ezek közé tartozik. A 2008-as anyag *nem említi a fenntartható fogyasztást, sem a környezetvédelmet.*

1.2.6. A „DG SANCO Future Challenges Paper: 2009-2014”

Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága (DG SANCO), a közösség fogyasztóvédelmi ügyekért felelős szerve által 2008-ban kidolgozott jövőkép²⁷ *áttekintést ad azokról a fő feladatokról és kérdésekről, amelyeket a főigazgatóság a következő bizottsági ciklusban maga előtt lát.* Az anyag a DG SANCO tisztviselői és számos külső szakértő nézeteire épül, az a célja, hogy a hosszabb távon várható változások feltérképezése segítse a közpolitikai tervezést. A korábbi, 2004-ben készített „SANCO Future Challenges Paper” is hasonló céllal készült, az új jövőkép kidolgozásának folyamatát azonban átláthatóbbá és részvételibbé akarta tenni a főigazgatóság. Volt előzetes véleményezés a Bizottságon belül és külső érdekeltek körében is. A hozzászólások összegzése megtalálható a főigazgatóság honlapján.²⁸

A dokumentum négy fő területen sorolja fel azokat a kritikus tényezőket, változásokat, amelyek befolyásolják a DG SANCO tevékenységi területét. A négy fő terület: a kormányzás, a fogyasztói bizalom, a változó társadalom (ezen belül a marginalizálódott és védtelen fogyasztói csoportok védelme) és a globalizáció.

A dokumentum azzal számol, hogy *az etikai és minőségi tényezők egyre fontosabbá válnak a fogyasztók döntéseiben.* Az etikus (organikus, fair trade, környezetbarát) fogyasztás egyre inkább elterjed, és ennek következményeként a fogyasztók attitűdjei is megváltoznak. A termékek kiválasztásánál annak is nagyobb szerepe lesz, hogy hirdeti-e valamilyen címke azt, hogy a termék méltányos kereskedelemről származik-e, vagy éppen környezetbarát. *A DG SANCO feladatának tekinti, hogy a fogyasztók számára áttekinthetővé és érthetővé tegye a termékek különböző etikus jellemzőire vonatkozó gyártói és kereskedői állításokat.* A főigazgatóság várakozásai szerint ezen a területen a csalás különösen nagy nehézségeket okozhat a jövőben, és valószínűleg a globalizáció és az internethasználat további előrehaladása növelni fogja az ilyen esetek számát.

Az fogyasztói szokások változásáról és az etikus fogyasztás jövőjéről 2007-ben tartott munkacsoportülések összefoglalója megtalálható a dokumentum mellékletében (49-52. oldal). A fogyasztói szokásokról tartott munkacsoportülések munkája (49. old.) esettanulmányokra épült. Az volt a célja, hogy olyan várható fejleményeket tárjon fel, amelyekkel kapcsolatban a főigazgatóságnak feladata lehet. Elsősorban az internetes vásárlás térnyerése került előtérbe. Ennek kapcsán néhány, a fenntartható fogyasztással kapcsolatos kérdés is szóba került (ld. az ábrát az 50. oldalon). (Hogyan fogja az elektronikus kereskedelem befolyásolni a környezetet? Valóban egyre sebezhetőbbek lesznek a fogyasztók? Növelni kell-e a főigazgatóság oktatási szerepét?) Az etikus fogyasztásról tartott munkacsoportülések célja hasonló jellegű volt. A

²⁶http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/COMM_PDF_COM_2008_0614_F_HU_PROPOSITION_DE_DI_RECTIVE.pdf

²⁷ http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/events/future_challenges_paper.pdf

²⁸ http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/events/future_challenges_contributions_en.htm

dokumentum előkészítésében részt vett szakértők szerint *szoros kapcsolat van az etikus és a fenntartható fogyasztás között*. Az is felmerült, hogy az etikus termékek magasabb árai meddig lesznek magasabbak a normál termékek árainál, és mennyire befolyásolja ez a fogyasztókat. Minden előadó azon a véleményen volt, hogy az etikus fogyasztás egyre inkább elterjed. A témával kapcsolatban felmerült fő kérdéseket ábrán foglalták össze (52. oldal). Szerepelnek közöttük olyan kérdések, mint hogy az etikus fogyasztás jelentésének tisztázása, az ezt megalapozó információk biztosítása és rendezése, az elterjedt öko- és fair trade-címkék megbízhatóságának fejlesztése a DG SANCO feladata-e. Az is felmerült kérdésként, hogy a főigazgatóságnak célja, feladata-e, hogy előmozdítsa, terjessze az etikus fogyasztást, vagy csak a lehetőséget kell megteremtenie, hogy a fogyasztók etikus termékeket választhassanak, és az ehhez szükséges információkról, esetleg az oktatásról kell gondoskodnia.

A DG SANCO 2009-es munkatervében, általánosságokon kívül, megjelenik néhány konkrétum is, például *az energiaszektorban hiányosan érvényesülő fogyasztói jogok* védelmére létrehozott Citizen's Energy Forum működtetése a nemzeti fogyasztói szervezetek energiaszektorban tapasztalatot szerzett képviselőinek részvételével, a villany- és gázszámlák átláthatóbbá tétele, a fogyasztói oktatási anyagok és eszközök fejlesztése is célja. Eredménye még a 2009-es évnek, hogy a végére a Dolceta online oktatóoldal tartalmát kiegészítették a fenntartható fogyasztás témakörével.

1.3. A fenntartható fogyasztás három fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú ország fogyasztóvédelmi stratégiájában

1.3.1. Az Egyesült Királyság kormányának fogyasztóvédelmi stratégiája

Az Egyesült Királyság fogyasztóvédelmi intézményrendszerét, a releváns joganyagot és a közpolitikai stratégiákat nem könnyű áttekinteni. A brit kormányzati struktúrában több minisztérium, mindenekelőtt a Department for Trade and Industry (DTI), illetve a szervezetén belül működő Consumer and Competition Policy Directorate (CPP), a Department for Business, Innovation and Skills (BIS) és a Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA), nem miniszteriális kormányhivatal (non-ministerial government department), elsősorban az Office of Fair Trading (OFT), a kormány által alapított, de a kormány szervezetén kívül működő intézmények, így a National Consumer Council (NCC), és a parlament által alapított, illetve működtetett intézmények, az ombudsmani rendszer és a Food Standards Agency is rendelkezik kompetenciával a területen. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy Wales, Skócia és Észak-Írország saját kormányzata számos kérdésben önálló kompetenciával és intézményrendszerrel rendelkezik, miközben más intézményrendszerek egységesek. A fogyasztóvédelmi szabályozás törvényi szintjén Anglia, Wales és Skócia joganyaga közös, Észak-Írországnak azonban saját joganyaga van.²⁹

A fogyasztóvédelmi közpolitikai stratégia áttekintésére rendelkezésre áll azonban egy átfogó és friss dokumentum, a brit kormány 2009-es, mintegy százoldalas Fehér Könyve a fogyasztóvédelemről, ami az „A Better Deal for the Consumers: Delivering Real Help Now and Change for the Future” címet viseli.³⁰ A dokumentumot a BIS készítette, de nagyban támaszkodik

²⁹ A brit fogyasztóvédelmi intézményrendszeréről és a jogi szabályozásról viszonylag rövid, de teljességre törekvő összefoglaló olvasható a brit rendszert kilenc másik ország és az Európai Unió fogyasztóvédelmi rendszerével összehasonlító, a DTI által 2003-ban készített elemzésnek az Egyesült Királyságról szóló fejezetében (a 19. oldaltól): <http://www.bis.gov.uk/files/file34828.pdf>

³⁰ <http://www.bis.gov.uk/files/file52072.pdf>

más kormányzervek, mindenekelőtt az OFT és a DEFRA felméréseire és közpolitikai dokumentumaira. A könyv a brit kormány aktuális fogyasztóvédelmi stratégiáját mutatja be.

A dokumentum szerint a globális pénzügyi válság ösztönözte a kormányt a korábbiaknál aktívabb kormányzati fellépést előrevetítő új stratégia elkészítésére. A stratégia négy fő területre koncentrál: egyrészt a kiszolgáltatott helyzetbe került (fenntarthatatlanul eladósodott vagy a közüzemi számláit fizetni nem tudó) fogyasztóknak adandó azonnali segítségre, másrészt a fogyasztói hitelezés újraszabályozására, harmadrészt a fogyasztók és gazdasági szereplők viszonyában az előbbieket helyzetének megerősítésére a fogyasztói információszolgáltatás javításával és a fogyasztóvédelmi jogszabályok hatékonyabb betartatásával, negyedrészt a fogyasztóvédelmi joganyag modernizációjára.

A stratégiában a környezeti értelemben fenntartható fogyasztás előmozdítása viszonylag nagy hangsúllyal jelenik meg a harmadik, tehát a fogyasztók pozíciójának megerősítéséről szóló fő fejezetben. Ennek indoka a dokumentum klímaváltozásról és energiapolitikáról szóló 3.5.3.6-os szakasza szerint az a várakozás, hogy ha a brit fogyasztók megfelelően informáltak és felkészült módon kerülnek döntési helyzetbe a piacon, akkor a választásaikban tükröződni fog, hogy őket hogyan érintik az általuk fogyasztott termékek környezeti hatásai, illetve a klímaváltozás.

A stratégia öt fő területen tűz ki célokat és határoz meg intézkedési tervet. Ezek az üvegházgáz-kibocsátás csökkentése felelős fogyasztó döntésekkel (3.5.3.7. szakasz), a termékek és szolgáltatások jó környezeti tulajdonságaira hivatkozó marketing megalapozottságának biztosítása és a fogyasztói bizalom megóvása ezen a területen (3.5.3.8), a rövid távon olcsóbb, de hosszú távon a nagyobb energiafelhasználásuk miatt drágább termékek valódi költségeiről szóló információ eljuttatása a fogyasztókhöz, illetve több esetben az ilyen termékek kivezetése a piacról (3.5.3.9), az élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó pazarlás visszaszorítása és a vízfelhasználás hatékonyságának javítása (mindkettő a 3.5.3.10-es szakaszban).

A kijelölt öt fő cél elérését szolgáló eszközök meghatározása során a Fehér Könyv számos más dokumentumra, illetve kormányzati, vagy a kormány által létrehozott intézmények tevékenységét bemutató honlapokra hivatkozik. Mivel a stratégia nagyon gyakorlatias, a részleteit a harmadik, a fenntartható fogyasztást szolgáló konkrét közpolitikai eszközöket bemutató fejezetben, a 3.3.1-es pontban tárgyaljuk.

1.3.2. A finn kormány fogyasztóvédelmi és fenntarthatósági politikájának metszete

a) A finn kormányprogram (2007-2011)³¹

A 2007-es parlamenti választáson győztes pártok koalíciós kormányának programja az első mondatában, a kormányprogram háttérében álló értékvalasztások között első helyen említi az ember és a természet közti egyensúlyt, és kifejezi a finn kormány elkötelezettségét, hogy a globális problémák, köztük a klímaváltozás megoldásához hozzá akar járulni, a határokon átnyúló környezeti felelősség, és a generációkkal előre gondolkodó politikai döntéshozatal szellemében. Ez a szemlélet a program számos fejezetét áthatja, mindenekelőtt a mezőgazdaságról és élelmiszer-gazdaságról szóló hatodik,³² a klíma- és energiapolitikáról szóló nyolcadik, és a

³¹ <http://www.valtionevosto.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf/en.pdf>. A finn kormány közpolitikai dokumentumai a kormányzervek honlapjain kevés kivétellel finnül, svédül és angolul is elérhetőek. Ha van angol nyelvű változat, a megadott link arra mutat.

³² Ennek prioritásai között szerepel a vidéki életforma társadalmi fenntarthatóságának megőrzése, a családi gazdaságokon alapuló, nagy arányban organikus és helyi piacra termelő mezőgazdaság, a magas szintű élelmiszerbiztonság és fogyasztói élelmiszer-önrendelkezés, a fenntartható erdőgazdálkodás fejlesztése, az erdők

környezetvédelemről szóló tizenegyedik fejezetet, amelynek egyik fő célkitűzése a fenntarthatóság követelményeinek megfelelő termelési és fogyasztási mintázatok kialakítása (amiről az előző kormány még 2005-ben külön programot alkotott, lásd alább). A javarészt iparpolitikáról szóló kilencedik fejezet harmadik szakasza szól a fogyasztóvédelemről. A kormányprogram itt szükséztlenül csak arról számol be, hogy a kormány külön fogyasztóvédelmi programot fog készíteni a 2008-2011-es időszakra, ami figyelemmel lesz az Unió 2007-2013-as fogyasztóvédelmi stratégiájára, és amit a kormányprogram részének kell tekinteni.

*b) Fogyasztóvédelmi program 2008-2011 (Kuluttajapolitiittinen ohjelma vuosille 2008–2011)*³³

A finn kormány fogyasztóvédelmi programjának bevezetője szerint azért van szükség a fogyasztóvédelmi politika felülvizsgálatára, mert az a közeg, amiben a fogyasztók érdekeinek védelméről gondoskodni kell, megváltozott. *A változás egyik legfontosabb összetevője, mondja a szöveg, a klímaváltozás, ami új választások elé állítja a fogyasztókat.* Az Unió klímavédelmi politikájából következően jelentősen csökkenteni kell az üvegházhatású gázok kibocsátását, amihez a fogyasztói választásnak is hozzá kell járulnia, mindenekelőtt a közlekedésből, az otthonok energiafelhasználásából és az élelmiszerfogyasztásból eredő kibocsátás csökkentésével. A fogyasztási szokások változásának a természeti erőforrások felhasználásának csökkenéséhez is hozzá kell járulnia. *A fenntartható fogyasztás előmozdítása, úgy tűnik, egyenesen a legfontosabb témája a finn fogyasztóvédelmi programnak.*

A nemzeti fogyasztóvédelmi politika céljait felsoroló második szakasz szerint a fogyasztóvédelmi politika célja, hogy a fogyasztók számára biztosítsa a lehetőséget, hogy „*az egyéni döntéseik és választásaik együttes hatásaként alakítsák a piacon levő termékek összetételét és a termék fejlesztésének irányát, így hozzájárulnak a környezetbarát innovációk és társadalmi kifejlődéséhez, előmozdítják a természeti erőforrások pazarlásának és az üvegházgáz-kibocsátásnak a csökkentését, és a leggyengébbekről való gondoskodást*”. A fogyasztói szempontot minden szektorális politikában érvényesíteni kell.

Ehhez, többek között „*szerteágazó és magas színvonalú információkat kell a fogyasztók rendelkezésére bocsátani, hogy megfelelő ismeretekkel rendelkezzenek a piacon adódó választási lehetőségekről, beleértve a fenntartható fejlődés szempontját. [...] Olyan modelleket és felhasználóbarát eszközöket kell kifejleszteni, amelyek segítik a személyes fogyasztás környezeti hatásának megbízható megítélését*”.

A dokumentum harmadik szakasza sorolja fel a tervezett konkrét intézkedéseket és programokat. Ezeket a jelen dokumentum harmadik részében, a 3.3.2.a pontban mutatjuk be.

*c) Finnország nemzeti programja a fenntartható fogyasztásért és termelésért (2005)*³⁴

A finn program a fenntartható fogyasztásért és termelésért, ami a „Többet és jobbat kevesebből” címet viseli, a 2002-es johannesburgi ENSZ csúcstalálkozón a fenntartható fogyasztási és termelési formák előmozdítására elhatározott tízéves keretprogramhoz való hozzájárulásként született,³⁵ és a maga nemében a legelső a világon. A program fő célkitűzése egyrészt az anyag- és energiafelhasználás hatékonyságának növelése a termékek életciklusának minden szakaszában, másrészt a környezeti nevelés-oktatás fejlesztése, harmadrészt a környezetbarát technológiák kifejlesztésének és elterjesztésének elősegítése. A programot a finn fenntartható

biodiverzitásának védelme, a mezőgazdasági eredetű anyagokon alapuló biogáz-termelés és decentralizált energiatermelés és a halászat fenntarthatóságának biztosítása.

³³ http://www.tem.fi/files/20019/TEMjul_23_2008_konserni.pdf

³⁴ <http://www.environment.fi/download.asp?contentid=40471&lan=en>

³⁵ A keretprogram lényege, hogy az elfogadását követő évtizedben nemzeti és regionális programok jöjjenek létre a fenntartható fogyasztás és termelés előmozdítására, amelyek mozaikként kapcsolódnak egymáshoz. A keretprogram létrehozását Finnország és az Európai Unió közös kezdeményezésére határozta el a johannesburgi csúcstalálkozó.

fogyasztási és termelési bizottság (KULTU) készítette, ami az akadémiai szféra, az illetékes kormányzati szervek, az ipar, a kereskedelem, illetve környezetvédő és fogyasztóvédő civil szervezetek képviselőiből áll.

A program megalkotásakor Finnország már három éve állt a Világgazdasági Fórum (WEF) környezeti fenntarthatósági rangsorának élén, a program szerzői szerint azonban Finnország széndioxid-emisszióját, nyersanyag-felhasználását és hulladéktermelését csökkenteni kell, részben azért, hogy a finn társadalom fogyasztása ne okozzon környezeti problémákat a világ más részein. A program célja, hogy Finnország a jövőben ne járjon hozzá a Föld erőforrásainak a megújulóképeségüknél nagyobb mértékű használatához és a biodiverzitás csökkenéséhez sem. Ehhez a fogyasztói kultúrában az anyagi javakkal szemben a szolgáltatásoknak kell előtérbe kerülniük.

A program 15 fejezetből áll. Ebből az első a program szükségességéről és megalkotásának előzményeiről szól, a második pedig egy általános víziót fogalmaz meg arról, hogy 2025-ig Finnország hogyan fog hozzájárulni a 2002-ben Johannesburgban meghatározott célok eléréséhez. Az utolsó előtti fejezet a program várható hatásait mutatja be, az utolsó pedig a program teljesülésének monitorozását. A maradék 11, egyes közpolitikai területeket érintő fejezet egységesen úgy épül fel, hogy egy rövid bevezető-problémafelvető rész után egy vízió, majd a célkijelölés, végül a konkrét intézkedési javaslatok felsorolása következik. Ezek témái a következők:

- anyag- és energiatakarékos termelési módok, ezek fiskális ösztönzői, életciklus-szemléletű, környezeti szempontú terméktervezés, diverzifikált energiatermelés nagyrészt megújulókból, a biodiverzitás megőrzése, a hulladékgazdálkodás fejlesztése
- magasabb életminőség az anyagi javak fogyasztásának alacsonyabb szintje mellett, a kultúra, a kultúrával és fenntartható turizmussal töltött szabadidő szerepének növelése az életminőség összetevői között, hangsúlyváltás a szolgáltatások javára az anyagi fogyasztással szemben, információ a termékek és szolgáltatások környezeti hatásairól, tartósság, javítás, másodpiac, közös használat, bérlet
- településszerkezet és a települések belső struktúrája, a közlekedési igények csökkentése településtervezéssel és az internetes kereskedelem fejlesztésével, a tömegközlekedés, a kerékpáros és gyalogos közlekedés fejlesztése, vonzó, többfunkciós lakókörnyezetek, természetes állapotú területek a lakóterületek közelében
- anyag- és energiahatékony építkezés, tartós és javítható épületek, a fa növekvő használata építőanyagként, a meglévő épületállomány kihasználása, energiahatékony felújítások, a fűtésrendszerek és a vízfelhasználás hatékonysága, a fenntarthatósági szempontok érvényesítése az állami lakástámogatási rendszerben
- a vízi és vasúti szállítás és a közösségi közlekedés fejlesztése, a közlekedésből adódó egészségügyi kockázatok csökkentése, a széndioxid-emisszió 1990-es szintre, a károsanyag-kibocsátás (NO_x, VOC, HC) csökkentése az 1990-es szint negyedére
- a mezőgazdasági támogatási rendszer átalakítása a fenntartható mezőgazdaság javára, a természetes vizek védelme, *a termőterület legalább egynegyedének átállítása organikus termelésre 2025-ig, minden termékcsoporthoz lehessen organikus terméket választani, az oktatásban és a közszféra munkahelyein organikus és helyben termelt alapanyagokból készült élelmiszerek, több zöltség, kevesebb hús az étkezétekben, az* egészségi és fenntarthatósági szempontból releváns információk láthatóvá tétele a fogyasztók számára a teljes termékláncot tekintve
- munkahelyi biztonság és egészséges munkakörülmények, környezeti menedzsment, a távmunka fejlesztése, a szabadidős tevékenységek közlekedési igényének csökkentése, a szabadidős tevékenységek környezeti hatásának transzparenssé tétele, természetorientált szabadidős tevékenységek
- a közszféra példamutatása, a kormány és a helyi önkormányzatok intézményeinek fenntarthatósága, zöld közbeszerzés, a közszolgáltatások hozzáférhetősége alapján is történő településtervezés, hatékony anyag- és energiafelhasználású közszolgáltatások

- új, fenntartható technológiák és innovációk használata és exportja, a kis- és középvállalkozási szektor segítése ebben, a K+F finanszírozásban prioritás ezeknek
- értékek, tudás és készségek (oktatás-nevelés), a fenntarthatóságnak, benne a fenntartható fogyasztásra nevelésnek az iskolában zajló minden tevékenységbe, a tanárképzésbe és tanártovábbképzésbe, és az újságírók képzésébe is be kell épülnie, a civil szervezeteknek támogatást kell adni a fenntarthatósággal kapcsolatos értékek és információk grassroots terjesztéséhez
- Finnországnak a nemzetközi fejlesztésben való részvételében a szegénység elleni cselekvésnek össze kell kapcsolódnia a fenntarthatósággal, az Európai Unióban Finnország a fenntarthatóság elveinek határozottabb alkalmazásáért tevékenykedik, a nemzetközi szervezetekben kezdeményezi a fenntarthatósági célú programok monitorozásának fejlesztését

A témák közül a legtöbb érinti a fogyasztóvédelem területét. A program összesen 73, egymással összefüggő konkrét intézkedési javaslatot tartalmaz. Ezek közül a fogyasztóvédelemhez szorosan kapcsolódókat a harmadik részben (3.3.2.b) mutatjuk be.

d) A Fogyasztóvédelmi Hatóság és a Nemzeti Fogyasztóügyi Kutatóközpont által kiadott reklámetikai és egyéb gyakorlati dokumentumok

A fogyasztóvédelmi ombudsman, illetve az általa vezetett Fogyasztóvédelmi Hatóság részletes útmutatást adott ki a termékek és szolgáltatások környezeti attribútumaira hivatkozó reklámtévékenységre vonatkozóan. Az finnországi autóimportőrök szövetségével együttműködve ugyancsak részletes útmutatót adott ki az autók környezeti tulajdonságaira hivatkozó reklám és marketing szabályozására. Ezeket a harmadik részben ismertetjük röviden.

Finnországban a Fogyasztóvédelmi Hatóság mellett Fogyasztóügyi Kutatóközpont is működik. Ez többek között kiadványokkal is segíti a fogyasztókat abban, hogy hogyan tudnak érvényt szerezni a fenntarthatóság iránti elkötelezettségüknek, illetve segíti a fenntartható fogyasztást elősegítő közpolitikai döntéshozatalt. A harmadik részben, példaképpen, röviden áttekintjük néhány frissebb kiadvány tartalmát.

1.3.3. Svédország fogyasztóvédelmi politikájának fenntarthatósági vonatkozásai

a) A koncepcionális háttér: Svenska Miljömal (Svéd Környezetminőségi Célok)

A svéd kormány 1999-ben alakította át környezetpolitikáját, 16 környezetminőségi célt tűzött ki az ország elé, amit egy nemzedéken belül (2020-25-re) el kell érni.³⁶ Célja az volt, hogy új struktúrát állítson fel a környezetpolitikai stratégiát a különböző szektorokba integrálva. Átfogó generációs célként azt tűzte ki, hogy olyan társadalmat adjon át a következő nemzedéknek, amelyben a nagy környezeti problémák megoldódtak, és Svédország a nemzetközi szinten továbbra is hajtóereje a fenntartható fejlődésnek. Az átfogó cél alá rendelt 16 cél közé tartozik például a tiszta levegő, a jó minőségű talajvíz, az, hogy csak természetes savasodás legyen jelen a vizekben, az élhető városok kialakítása és az erdők fenntarthatósága.³⁷ A célokhoz konkrét indikátorokat is rendeltek, amelyek segítségével pontosan mérni lehet a haladást. A kormány az indikátorok alapján minden ciklusban legalább egyszer felülvizsgálja a stratégiát, megvizsgálja,

³⁶ Angol nyelvű összefoglaló a svéd környezetminőségi célokról, az eddig elért eredményekről 2009-ből:

<http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/978-91-620-1273-1.pdf>

³⁷ <http://www.miljomal.nu/Environmental-Objectives-Portal/>

hogy mennyire reális a célok elérése, milyen anyagi ráfordításokat igényel még, vagy szükség van-e a rendszer átalakítására. Ehhez környezeti statisztikát vezetnek az energia- és anyaghasználatról, a hulladékképződésről és a városok környezetében található zöldfelületek mennyiségéről, de a fogyasztói szokásokról is rögzítenek adatokat.³⁸

Ez az átalakítás decentralizációt is jelentett, a Naturvårdsverket-en (Természetvédelmi Hatóság) kívül a környezeti szempontokat integrálták egyrészt más kormányzati szervek működésébe, másrészt kijelöltek hét kormányzati hatóságot egy-egy cél felelősenek, és hármat arra, hogy a több területre átnyúló célokat felügyeljék. Ezen felül számos hatóságra, azokban a szektorokban, amelyek különösen érintettek abban, hogy előmozdítsák a fenntarthatóságot, különleges szektorális felelősséget ruháztak.³⁹ Ezek közé tartozik az Statens Energimyndighet (Állami Energiahivatal), a Vägverket (Közútkezelő Hatóság), és a Konsumentverket (Fogyasztóvédelmi Hatóság) is. 2009-től ezt a háromféle felelősséget összevonták az egyszerűsítés kedvéért, *minden érintett hatóságnak „felelősége van a környezeti célok elérésében”*.

Mindegyik hatóság maga azonosítja a szerepét és felelősségét a fenntarthatóság elérésében, illetve azt, hogy döntései milyen hatással vannak a fenntarthatóságra. Cselekvési tervet kell készítenie, részcélokat kidolgoznia az adott szektorban, amelyek igazodnak a nemzeti környezetminőségi célokhoz, és gondoskodnia kell róla, hogy ezek megvalósuljanak, együttműködve a szektor többi hatóságával. A szektor céljának kijelölésében a Naturvårdsverket-tel működik együtt, ami ellenőrzi, hogy a célkijelölés társadalmi szempontból és költség-haszon értékelés alapján is hatékony-e. A hatóságnak továbbá évente be kell számolnia azokról a tevékenységekről, amiket a fenntarthatóság érdekében tett.

A 1998-as Svenska Miljömål 8.1. fejezete⁴⁰ a fenntartható termelési és fogyasztási mintázatok elősegítéséről szól. Megállapítja, hogy a fogyasztók nagyban befolyásolhatják a termelőket azzal, hogy egyre nagyobb igényt támasztanak a környezetbarát termékek iránt, és ahogy ezt az eddigi tapasztalatok is bizonyítják, a fogyasztói elvárások szintjének emelkedése volt a legnagyobb hatással a piaci szereplőkre. Világos társadalmi játékszabályok létrehozását indítványozza, amelyek keretei között a fogyasztók, a termelők, a beszállítók és a többi szereplő együttműködve tud a fenntartható társadalomért tenni. Az államnak meg kell könnyítenie a környezeti információk terjedését, és ellenőriznie kell azok megbízhatóságát. A fogyasztók nem csak a különböző termékek választásával lehetnek hatással arra, hogy a környezetük minősége jobb legyen, hanem azzal is, hogy bizonyos fogyasztási mintáktól tartózkodnak. *Nagy jelentősége van a háztartások környezettudatos választásainak segítségével a környezeti címkézésnek, a mérési rendszerek kialakításának, a gyártókról, termelőkéről szóló környezeti információk elérhetőségének, a terméktesztelésnek, a rendszeres ár-érték összehasonlításoknak, a jól működő tömegközlekedésnek, és a könnyen elérhető hulladék-elhelyezési rendszerek fejlesztésének.*

A kis- és középvállalkozások, nagybeszerzők, és a közbeszerzések nagyobb értékű és mennyiségű vásárlásaik révén, és azért is, mert a különböző alternatívák mérlegelésére is több idő áll rendelkezésükre, mint a boltban az egyéni fogyasztónak, nagyobb befolyással vannak a kínálat fenntarthatóbb irányba való elmozdítására. A kis- és középvállalkozásoknak ebből a szempontból gyakran nehezebb a helyzetük (kevesebb anyagi erőforrás, és hiányzó kompetencia).

A környezetminőségi célok felülvizsgálata 2004-ben, és 2009-ben is megtörtént. A 2009-es anyag⁴¹ felhívja a figyelmet arra, hogy a svéd fogyasztás más országokban is okozhat problémát, ezért ki kell mondani, hogy a svéd környezeti célok elérésének „nem szabad a környezeti problémák exportálását jelentenie”. Az átfogó környezeti cél (hogy olyan társadalmat

³⁸ Ezt a feladatot a Statistiska Centralbyrån végzi.

³⁹ <http://www.miljomal.se/Environmental-Objectives-Portal/Undre-meny/Who-does-what/Sectoral-agencies/>

⁴⁰ Swedish Environmental Quality Objectives, Summary of the Government Bill 1997/98:145:

http://www.regeringen.se/download/dc722aba.pdf?major=1&minor=20059&cn=attachmentPublDuplicator_0_attachment

⁴¹ Proposition 2009/10:155 „Svenska miljömål – för ett effektivare miljöarbete”

http://www.regeringen.se/download/dca35b38.pdf?major=1&minor=142456&cn=attachmentPublDuplicator_0_attachment

örökölhessen a következő generáció, amelyben a nagy környezeti problémák megoldódtak) kifejtésébe bekerült, hogy ez azt is jelenti, hogy „a termékek és szolgáltatások fogyasztásának mintázatai olyan kevés környezeti és egészségügyi problémát okozzanak, amennyire csak lehetséges”. Az ilyen felülvizsgálatok alkalmával sem hagyják ki azokat a nem kormányzati szervezeteket, amelyek ugyancsak a fenntartható társadalomért dolgoznak és törekszenek az együttműködésre. Így például a Svenska Konsumenter (Svéd Fogyasztók) és a Friends of the Earth svédországi szervezete is kinyilvánította, hogy a fogyasztói szempontokat több környezeti célba kellene integrálni, illetve a Svenska kyrkan (Svéd Egyház) örömmel fogadta a megkeresést, hogy részt vegyen a fenntarthatóság terjesztésében.

b) Särskilt sektorsansvar (2003)⁴² (A Konsumentverket különleges szektoriális felelőssége)

A különleges szektoriális felelősség többek között azt jelenti, hogy a hatóságoknak integrálniuk kell a környezeti szempontokat az erőforrás-gazdálkodásukba, és a mindennapi munkájukba, továbbá törekedniük kell arra, hogy az egész szektorban történjen elmozdulás az ökológiai fenntarthatóság felé. A felelősséget és a munka irányát a Svenska miljömål határozza meg, az eszköz pedig a környezetgazdálkodási rendszer (miljöledningsystem). A Konsumentverket, hasonlóan más hatóságokhoz, négyévente beszámol a különleges szektoriális felelősséget érintő munkájáról, hogy mennyire sikerült a kijelölt környezeti cél felé haladnia, valamint javaslatot tesz a munka hatékonyabbá tételére. A 2003-as beszámolóból kiderül, hogy a legfontosabb problémák abból adódnak, hogy nincsenek kellően összehangolva a folyamatok a kormány szervei között a különleges szektoriális felelősséget illetően, nincs elegendő párbeszéd a feladat kiosztója és a hatóság között, és az anyagi erőforrások nem elegendők arra, hogy a kijelölt feladatot ellássa a Konsumentverket. A hatóság úgy látja, hogy a feladatkijelölésnek pontosabbnak kell lennie ahhoz, hogy megfelelően végre lehessen hajtani. *Javaslatok szerint a fogyasztóvédelmi környezeti célnak szorosabban kell kapcsolódnia a nemzeti környezeti célokhoz, a beszámolókat pedig az érintett hatóság éves jelentésébe lehetne beilleszteni.*

Mivel a fogyasztói szektort nehéz definiálni, az eredménykövetés is nehezebbnek bizonyul. A fogyasztói szektor átfedésbe kerül sok más szektorral, például az energiaszektorral, a vegyi anyagok használatával, a közlekedési és lakásszektorral stb., ezért a munkamegosztás miatt is szükség van a felelősségi körök világossá tételére. A Konsumentverket a felelősség kiosztása után nem sokkal megállapította az általa képviselt szektor átfedéseit más hatóságok területével. 2003-ra szoros együttműködés alakult ki a Naturvårdsverket-tel, a Kemikalinspektionen-nel (Svéd Vegyi anyag-ügynökség), és gyakori a környezeti együttműködés a Jordbruksverket-tel (Svéd Mezőgazdasági Hivatal), a Livsmedelsverket-tel (Nemzeti Élelmiszerhivatal), az Energimyndighet-tel (Svéd Energiahivatal), a Boverket-tel (Nemzeti Lakásügyi Hivatal) és a Vägverket-tel (Svéd Közútkezelő Hivatal). A Konsumentverket a 16 környezeti cél közül a következőkben lát általa ellátandó feladatot: a klímaváltozást okozó hatások csökkentése, levegőminőség, a savasodás visszaszorítása a természetes szintre, mérregmentes környezet, zéró eutrofizáció, a termőterületek minőségének védelme, az épített környezet minősége. A svéd fogyasztás ezeken felül még hatással van a világ többi részére is, aminek a csökkentését a környezeti célok konkrétan nem nevezik meg, de a 2009-es felülvizsgálat óta az átfogó környezeti cél része. A környezeti célok közül az energiahatékonyság és a klímavédelem kérdésében nehéz megállapítani, hogy mi a fogyasztóvédelem feladata, és mi tartozik más hatóságokhoz.

A Konsumentverket a különleges szektoriális felelősséggel járó feladatait integrálta egyrészt a fogyasztóvédelmi politika öt célja közt található környezeti célhoz rendelt feladataiba, másrészt a környezetgazdálkodási rendszerért felelős csoportot állított fel, amely évente négyszer

⁴² Särskilt sektorsansvar för ekologiskt hållbar utveckling
http://www.konsumentverket.se/Global/Konsumentverket.se/Best%0c3%0a4lla%20och%20ladda%20ner/rappporter/2003/PM2003_07_sarskilt_sektorsansvar.pdf

találkozik. Ilyenkor áttekintik az eredményeket, és azt, hogy mit kell tenni a következő időszakban. A hatóság dolgozóinak évente képzést szerveznek környezeti ismeretekből (miljökunskap), elsősorban az új alkalmazottaknak, de a kulcspozíciókban dolgozók is részt vesznek benne. A honlapon elérhető a hatóság miljöpolicy-ja (környezeti stratégia).⁴³

A Konsumentverket feladatai közül sok érint környezeti kérdéseket. Egyrészt a civil szervezeteknek szánt támogatások elosztásával erősen lehet befolyásolni azt, hogy milyen területek legyenek aktívabbak, prioritásnak számítson-e a környezeti kérdésekkel foglalkozó önkéntes szervezetek támogatása. A különböző piaci szereplők közötti megegyezéseket (överenskommelser) facilitáló Konsumentverket hatással lehet azok kimenetelére, feltételeire. Svédországban amúgy is gyakoribb az önkéntes megegyezés alapján történő szabályozás, mint a törvényi előírások alkalmazása. A hatóság továbbá az északi környezeti címkézési rendszer aktív résztvevője, és támogatásokkal is hatással lehet annak fejlesztésére. A piacfelügyeletben és a termékellenőrzésben játszott szerepe pedig hatással lehet a termelőkre, új termékek fejlesztésére. Nem hanyagolható el a szabványosítás és a nemzeti és nemzetközi együttműködés jelentősége sem. Az utóbbi területen az integrált termékpolitika megvalósítása kulcskérdés.

A Konsumentverket javaslatokat tesz arra is, hogy milyen további eszközökre lenne szüksége a környezeti cél eléréséhez. *Szükség lenne fogyasztóügyi kutatásokra, fiskális eszközökre, például arra, hogy a termékek árában jelen legyen a környezeti vagy szociális terhelés ára is (externáliák internalizálása). A termelők eddig szabadon, az ágazati egyeztetések után nyújtottak információt a termékeikről a hatóságnak (például a „Köpguide” (Vásárlási Utmutató) készítéséhez). Ez azonban mindkét fél részéről forrásigényes. Ezért a Konsumentverket azt javasolja, hogy törvény kötelezze arra a termelőket, hogy a termékekről (például a termékek környezeti hatásáról) szóló információt megadják az illetékes hatóságnak.*

A fogyasztói szektorban elért környezeti eredmények mérése nehézkes, mert a fogyasztás nehezen ellenőrizhető. Az indikátorok kidolgozása folyamatban van, más hatóságokkal együttműködésben. Szükség van azonban arra, hogy az egyes fogyasztók fel tudják mérni saját fogyasztásuk következményeit, hogy láthassák, van eredménye annak, ha változtatnak a fogyasztási szokásaikon.

c) Aktiv konsumentpolitik (1995)⁴⁴ (Aktív fogyasztóvédelmi politika)

Svédországban 1994 óta folyamatos prioritásnak számít a fogyasztóvédelem fejlesztése. 1995-ben az adott ennek a prioritásnak a megfogalmazására alkalmat, hogy Svédország az Európai Unió tagja lett és a kormány megállapítása szerint a világban is olyan változások történnek, amelyek nagyban befolyásolják a fogyasztók helyzetét. A stratégia négy fő célt jelöl ki, amelyek között először található külön *környezeti cél*. A négy fő cél a következő: 1) lehetővé kell tenni, hogy a háztartás anyagi és egyéb erőforrásait hatékonyan használja, 2) a fogyasztók pozícióját meg kell erősíteni a piacon, 3) védeni kell a fogyasztók egészségét és biztonságát, 4) *olyan termelési és fogyasztási mintázatokat kell kialakítani, amelyek csökkentik a környezeti terhelést és hozzájárulnak a hosszútávon fenntartható fejlődéshez*. A stratégia a célok kifejtése mellett arra koncentrál még, hogy a háztartások anyagi érdekeinek védelme mellett a gazdaságilag, társadalmilag kiszolgáltatott fogyasztói csoportok, illetve fiatalok is segítséget kapjanak.

Az anyag kijelenti, hogy a fogyasztás és termelés okozta környezeti problémák globálisak, a fogyasztók mindennapos életvitelétől nagyban függenek, ezért nemzetközi összefogásra van szükség a megoldásukhoz. Ilyen összefogás például az ENSZ által akkoriban elfogadott ambiciózus Agenda 21 (lásd az 1.1.1-es pontot), amihez a svéd fogyasztóvédelmi stratégia is igazodik.

⁴³ <http://www.konsumentverket.se/sv/omkonsumentverket/Myndighets--och-styrdokument/Miljopolicy/>

⁴⁴ Proposition 1994/95:140 (svéd) <http://data.riksdagen.se/fil/df042b4e-1835-4d6c-8263-c217c72e7a50>

A fenntartható társadalom eléréséhez a fogyasztók számára könnyebbé kell tenni, hogy fogyasztási mintázatuk környezeti hatásairól tájékozódjanak, illetve, hogy lehetőségük legyen olyan életvitel folytatására, ami csökkenti a környezetterhelést (például biztosítani kell az ökológiai termelésből származó élelmiszerek meglétét a piacon, vagy a megfelelő tömegközlekedést). A fogyasztók így aktívan részt vehetnek a környezet védelmében.

A jelen és a jövő fogyasztói számára egyre fontosabbá válik, hogy informáltak legyenek a környezetbarát, etikus és szociálisan felelős fogyasztási lehetőségekről, igény szintjük emelkedik. Ennek az igénynek a környezeti címkézés és a fogyasztói szervezetek is fontos közvetítői. Az igény szint emelkedése bizonyítottan hatásosan befolyásolja a termelőket. (Például 1995-re majdnem minden Svédországban gyártott papír klórmentes, többek között a fogyasztók, de a fogyasztói és környezetvédelmi szervezetek nyomására is. A mosószergyártásban is sok környezetbarát alternatívát dolgoztak ki a fogyasztói igények kielégítésére, és 2008-ra teljesen betiltották a foszfát tartalmú mosószereket.) De nem csak az igény szint emelkedése, hanem a kevesebb fogyasztás is segíthet. Át kell gondolnunk, hogy mely termékekre van szükségünk, és mi az, amit nélkülözni tudunk, vagy helyettesíthető környezetbarát fejlesztések révén.

A hatóság felelős azért, hogy együttműködjön a Naturvårdsverkettel, a többi fogyasztóvédelmi szervezettel és a helyhatóságokkal feladatának végrehajtása érdekében. Ezek a hatóságok közötti együttműködések nagyon termékenyek, és megadják a különböző szektorok közötti párbeszéd valódi esélyét. Például a fogyasztók számára legfontosabb környezeti kérdésekben – energiahasználat, kémiai anyagok használata, életstílussal kapcsolatos kérdések, a hulladékok veszélyei – sokszor helyben is segítséget nyújtanak a helyhatóságok környezeti információt nyújtó dolgozói is.

Az általános információk mellett azonban szükség van a termékekről adott *konkrét környezeti információkra* is, azaz nagyon fontos szerepük van a *környezeti címkézési rendszereknek*, amelyek csak akkor hatékonyak, ha a fogyasztó megbízik az általuk adott információban. Ezért a félrevezetés elkerülése érdekében a piacon egyre jobban elterjedő zöldmarketing – hogy egyre több cég közöl saját maga környezeti információkat magáról vagy, termékeit maga látja el környezeti címkével – ellenőrzése kiemelten fontos.

A fogyasztóknak szóló információk a termékek áráról, minőségéről, biztonságáról, energiafelhasználásáról és környezeti hatásairól – amellet, hogy tényszerűek, érthetőek és elegendőek is kell, hogy legyenek – ne átláthatatlanul és széttörözve jussanak el a fogyasztókhoz, hanem *rendszeresen*. Ez a Konsumentverket feladata, ahogy az is, hogy a környezeti információk tényszerűséget és érthetőségét rendszeresen ellenőrizze (fogyasztói felmérésekkel is).

A különböző fenntartható fogyasztásra és termelésre ösztönző eszközök azonban összehangoltan nagyobb hatékonysággal működnek. (A környezeti címkék a fogyasztói felvilágosítással kombinálva, a fiskális eszközök a gyártók ellenőrzésével együtt, könnyebben hozzájárulhatnak a gyors változásokhoz.) Ezért külön figyelmet kell fordítani arra, hogy a megfelelő kombinációkban alkalmazzuk őket az országban.

d) *Handlingsplan för konsumentpolitiken 2001–2005*⁴⁵ (Fogyasztóvédelmi cselekvési terv)

A 2001–2005 közötti időszakra szóló cselekvési terv öt fő célt tartalmaz, amelyben *a környezeti cél megtartotta helyét*. 1) erősíteni kell a fogyasztók helyzetét, 2) biztosítani kell a háztartás lehetőségeit arra, hogy hatékonyan használja erőforrásait, 3) a fogyasztók egészségét és biztonságát védeni kell, 4) olyan fogyasztási és termelési mintázatokat kell kialakítani, amik csökkentik a környezetterhelést és elősegítik a hosszú távon fenntartható fejlődést, 5) biztosítani kell, hogy a fogyasztóknak a megfelelő információkhoz, útmutatáshoz és képzéshez való hozzáférést.

⁴⁵ Prop. 2000/01:135 (svéd) <http://www.sweden.gov.se/sb/d/108/a/949>

A haladás hatékonyabb ellenőrizhetősége végett részcélokat tűztek ki. Az egyik rész cél a „*környezeti címkézés és az etikus címkézés jobb terjedése*”. A kormány anyagilag támogatja azokat a szervezeteket, amelyek további kritériumrendszereket szeretnének kidolgozni az egyes termékek (de elsősorban az élelmiszerek) etikus, vagy környezeti címkézéséhez.

A fogyasztóügyi kutatás kiemelt területté vált az aktív fogyasztóvédelmi politikában, ezért a kormány 3,7 millió koronával támogatja a Centrum för Konsumentvetenskap (Centre for Consumer Science)⁴⁶ létrehozását Göteborgban. A központ célja az, hogy kutassa a termelők, a fogyasztók, a hatóságok és a kutatók számára releváns fogyasztói mintázatokat. Kutatásai számos területet lefednek, például a gyermekek élelmiszerfogyasztását, a divat és a design területét, a nemek fogyasztási szokásairól is készítettek felmérést, és rendszeresen kutatják a fenntartható fogyasztást. A Konsumentverket intézményén belül is tudományos tanács jött létre, aminek eredményeképpen a hatóság egyre hatékonyabban tudja használni a fogyasztást kutató egyetemek és főiskolák eredményeit.

e) *A svéd fogyasztás hatása a klímára (Climate impact of Swedish consumption, 2009)*⁴⁷

Ezt az anyagot a Naturvårdsverket készítette azzal a céllal, hogy feltérképezze, milyen mennyiségű üvegházhatású gáz kibocsátásáért felelős a svéd fogyasztás. Ezzel azonban nem szeretnék azt sugallni, hogy csak a fogyasztóknak kell a klímaváltozás ellen tenniük, mert ugyanekkora szükség van a többi szereplő intézkedéseire is. A svéd fogyasztásból származó terhelést úgy számították ki, hogy a termék előállításából származó környezeti terhelést is figyelembe vették, azaz földrajzi helytől függetlenül, az egy fogyasztóra eső terhelést számolták ki, ami nem csak Svédországban közvetlenül jelentkezik. Ez a szemlélet igazodik a nemzeti környezeti célokhoz is, amelyek között első felülvizsgálatuk óta explicit módon szerepel, hogy a környezeti célok elérése nem történhet a szennyezés exportálásával. A tanulmány készítői arra a következtetésre jutottak, hogy érdemes az üvegházhatású gázok kibocsátását a fogyasztói szempontból, és nem csak földrajzi szempontok alapján vizsgálni, és hogy a svéd fogyasztóknak is fontos lehet így látni ezeket az információkat.

f) *Az északi országok közötti együttműködés*⁴⁸

Az északi országok közötti együttműködés sok szempontból különleges, többek között azért, mert ez az egyik legrégebbi regionális együttműködés Európában. A fogyasztóvédelem területén a közös munka a hetvenes években élenkült meg. Nagy előnyük ezeknek az országoknak, hogy nagyon hasonló a fogyasztóvédelmi kultúrájuk, a jogalkotás, az intézményi rendszer hasonlósága, a fogyasztóvédelmi ombudsman jelenléte miatt, és mindegyikben magas színvonalú a fogyasztóvédelem. Azzal, hogy az országok közül Svédország, Dánia és Finnország az EU tagja lett és Norvégia és Izland is az EGT része, az együttműködésben kiemelt szerepet kapott az, hogy hogyan adják át az északi országok értékes fogyasztóvédelmi tapasztalataikat az Európai Uniónak, és hogy milyen javaslatokkal tehetnék jobbá az uniós fogyasztóvédelmet.

Az északi együttműködési területek közé tartozik a *fenntartható fogyasztás és termelés* is, a *környezet* témáján belül.⁴⁹ A kémiai anyagokra vonatkozó szabályozás, a hulladékgazdálkodás, a szennyezés megelőzése mind ide tartozik. Fontosnak tartják, hogy az északi országok proaktívak legyenek a környezeti fejlesztésben, és mivel hasonló struktúrájú piacokkal és fogyasztási mintázatokkal rendelkeznek, egymás jó gyakorlataiból is lehetőségük nyílik a tanulásra, amire formális keretet ad az együttműködés. 2006-ig hivatalosan működött az északi Fogyasztóügyi

⁴⁶ <http://www.cfk.gu.se/>

⁴⁷ <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/978-91-620-5992-7.pdf>

⁴⁸ <http://www.norden.org/en>

⁴⁹ <http://www.norden.org/en/areas-of-co-operation/environment/sustainable-consumption-and-production>

Miniszteri Tanács (Council of Ministers for Consumer Policy), a miniszteri tanácsok számának csökkentésével együtt azonban ez megszűnt. Azóta az Állampolgári és Fogyasztói Jogok Bizottsága (Citizens' and Consumer Rights Committee) foglalkozik fogyasztóvédelmi kérdésekkel elsősorban, de a dán elnökség alatt több tag is kifejezte igényét arra, hogy szükség van arra, hogy a hivatalos miniszteri együttműködés újra felálljon.

Az északi együttműködés fő céljai a fenntartható fogyasztást illetően a fogyasztói képzésnek és a fogyasztók környezeti kérdésekről való tájékoztatásának erősítése, és az, hogy a fogyasztók nagyobb befolyást gyakorolhassanak a környezetpolitikára. A 2009 végén kiadott közös anyaguk (Teaching Consumer Competences – A Strategy for Consumer Education)⁵⁰ a fogyasztóvédelmi ismeretek tanításáról az iskolákban ezeket a célokat szolgálja.

Az északi együttműködés talán egyik leglátványosabb eleme a Nordic Swan (Svanen), ma már Európa-szerte ismert környezeti címkézési rendszer bevezetése. 1989-ben az északi fogyasztóügyi miniszterek döntöttek arról, hogy létrehozzák a közös északi „pozitív környezeti címkézési” rendszert.

g) A kis- és középvállalkozások fenntartható működése

A Tillväxtverket (Swedish Agency for Economic and Regional Growth) különböző programok keretében külön hangsúlyt fektet arra, hogy a környezetgazdálkodási információkat eljuttassa a kis- és középvállalkozások számára, elérhető és áttekinthető formában. A környezettudatos vállalkozások nélkül környezetbarát termékek is nehezebben kerülnek piacra, és akkor a fogyasztói választási lehetőségek is csökkennek. A Tillväxtverket munkája és az általa folytatott projektek arra is koncentráltak, hogy megmutassák, milyen gazdasági előnyökkel jár például az EMAS környezetgazdálkodási rendszer bevezetése a vállalkozás számára. Az eddig lezárult programok 1996-1998 között az Environmental Management in Small Companies,⁵¹ 1998-2001 között a Design for the Environment,⁵² 2001-2005 között az Environment-driven Business Development,⁵³ 2003-2007 között pedig a Miljödriven näringslivsutveckling (Környezettudatosabb gazdasági szereplők)⁵⁴ programok futottak, amelyeknek a nagyrészt ma is aktuális és hasznos dokumentációi letölthetők a hatóság honlapjáról.

⁵⁰ http://www.norden.org/sv/publikationer/publikationer/2009-588/at_download/publicationfile

⁵¹ „Att ligga steget före – praktiska erfarenheter från miljöstyrning i småföretag” (Egyről a kettőre – praktikus tapasztalatok a környezetgazdálkodásról a kisvállalkozásokban)
<http://publikationer.tillvaxtverket.se/Download.aspx?ID=746>

⁵² A program egy dokumentuma angolul: Sustainable Products – new business through Design for Environment
<http://publikationer.tillvaxtverket.se/Download.aspx?ID=975>

⁵³ A program egy dokumentuma angolul: Successful and profitable – How environmental work can benefit your company
<http://publikationer.tillvaxtverket.se/Download.aspx?ID=854>

⁵⁴ A program elemzése (svéd)
<http://www.tillvaxtverket.se/download/18.21099e4211fdb8c87b800032335/MINUTslututvrdering.pdf>

2. A fenntarthatóság mint horizontális elv megjelenése a fogyasztóvédelmi tárgyú stratégiákban

2.1. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei

Ahogy az 1.1-es pontban jeleztük, az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelveinek 1999-es módosítása során megjelent a dokumentumban egy olyan szakasz, ami *a fenntartható fogyasztás elősegítését szolgáló fogyasztóvédelmi szakpolitika más szakterületi politikákkal való összefüggését tárgyalja*. Most ennek tartalmát foglaljuk össze (zárójelben a dokumentum bekezdéseinek sorszáma).

Ez a rész előbb röviden definiálja a fenntartható fogyasztás fogalmát (42), majd megállapítja, hogy a fogyasztók többek között a választásaiknak a gyártókra gyakorolt hatásán keresztül döntő hatással lehetnek a fenntartható fogyasztás előmozdítására (43), illetve hogy a kormányok által a fenntartható fogyasztás megvalósítása érdekében alkalmazott közpolitikákat integrálni kell más közpolitikai területekkel (43).

A dokumentum szerint *a fenntartható fogyasztás szempontjából a legfontosabb közpolitikai területek a piaci szabályozás, a földhasználati, energiagazdálkodási és a lakhatási szakpolitikák, a különböző fogyasztási mintázatok környezeti hatásával kapcsolatos társadalmi tudatosság javítása, a fenntarthatatlan fogyasztási és termelési gyakorlatokat fenntartó támogatási rendszerek lebontása, és szektoronként a legjobb környezetgazdálkodási gyakorlatok elterjesztése* (44).

A dokumentum rögzíti, hogy a termékek biztonságosságának, energia- és nyersanyagigényének megítélése szempontjából *az egész életciklusukat figyelembe kell venni* (45). Ugyanez a bekezdés arra biztatja a kormányokat, hogy ösztönözzék, hogy a fogyasztók újrahasznosított termékeket vásároljanak, és hasznosítsák újra a hulladékokat.

A dokumentum sürgeti a nemzeti és nemzetközi biztonsági és egészségügyi tesztek alkalmazását, azonban kijelenti, hogy ez nem lehet ürügy a nemzetközi kereskedelem akadályozására (46). *A tesztelés pártatlanságának előmozdítása* is a kormányok feladata (47).

A kormányoknak meg kell ismertetniük a fogyasztókkal a fenntartható fogyasztás előnyös egészségi hatásait, mind egyéni, mind közösségi szinten (49).

Ugyancsak a kormányok feladata, hogy hatékony fogyasztóvédelmi szabályozást vezetessenek be, vagy megerősítsék a meglévőt, úgy, hogy az a fenntartható fogyasztást is előmozdítsa (51).

A kormányoknak *a környezeti externáliák internalizálását szolgáló fiskális eszközökkel* (adópolitikával) is elő kell segíteniük a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulását. Ennek során azonban figyelembe kell venni, hogy ez hogyan befolyásolja a szegények alapszükségleteinek kielégíthetőségét és a fejlődő országok termékeinek piacra jutását (52).

A kormányoknak az üzleti és civilszférával együttműködve *indikátorokat kell kidolgozniuk a fenntartható fogyasztás felé való törekvés eredményességének mérésére*. A mért adatokat közzé kell tenni (53). A fogyasztói magatartásnak a környezetre gyakorolt hatását kutatni kell (55).⁵⁵

A fenntarthatóság szempontját a *közbeszerzésekben* is érvényesíteni kell (54).

Az egyes szakterületi intézkedésekről szóló következő rész egyik bekezdése (58) célul tűzi ki a kormányok számára, hogy a mezőgazdaságban azokat a gazdálkodási módokat támogassák, amelyek összhangban vannak a biológiai sokféleség, a talaj és a vízminőség védelmével, és utalást tesz arra, hogy ezek a hagyományos termelési módok, szemben a nagyüzemi gazdálkodással.

A nemzetközi együttműködésről szóló utolsó rész egyik bekezdése (66) felhívja a kormányokat, nemzetközi szervezeteket és gazdasági szereplőket, hogy a fenntartható fogyasztás

⁵⁵ Erről részletesebb célkitűzések szerepelnek az Agenda 21 hivatkozott fejezetében, a 4.11-es pontban. (Link a 4. lábjegyzetben.)

előmozdítása érdekében működjenek együtt a környezeti szempontból előnyös technológiák elterjedése érdekében, amelyhez szükség van a fejlett országok részéről a fejlődő országok számára nyújtott pénzügyi támogatásra is.

2.2. Az Európai Unió fogyasztóvédelmi tárgyú dokumentumai

2.2.1. Az alapszerződések

Az alapszerződésekben a fenntarthatóság előmozdítása általános célként, illetve az alapelvek között „általánosan alkalmazott rendelkezésként” jelenik meg (lásd az 1.2.1-es pontot).

2.2.2. Fogyasztóvédelmi stratégiák

A fenntarthatóság horizontális elvként egy meglehetősen általános megfogalmazásban szerepel a 2002-2006-os fogyasztóvédelmi stratégiában. A Bizottság kifejezi azt a szándékát, hogy fogyasztóvédelmi politika ne a többi uniós politikától elkülönülten alakuljon, hanem kapcsolódjon, többek között, a fenntartható fejlődésről, a környezetvédelemről és a közlekedésről szóló uniós politikához, azzal is, hogy a fogyasztókat érintő szempontokat integrálják ezekbe a politikákba.

Az Európai Unió Tanácsa a 2007-2013-as fogyasztóügyi politikai stratégiát véleményező állásfoglalásában gyakorlatilag elismertli ezeket a horizontális szempontokat. A Tanács „egyetért azzal, hogy az összes európai politika területének magában kell foglalnia a fogyasztói érdekeket” (1. old.). A Tanács felhívja a Bizottságot és a tagállamokat arra, hogy hangolják össze jobban a fogyasztóvédelmi politikáikat más szakpolitikákkal (például a környezetvédelmi politikákkal). (Linkek az 1.2.2. ponthoz fűzött lábjegyzetekben.)

2.2.3. Cselekvési terv a fenntartható fogyasztásról, termelésről és iparpolitikáról (2008)

A Bizottság 2008 júliusában fogadta el azt a cselekvési tervet a fenntartható fogyasztásról, termelésről és iparpolitikáról,⁵⁶ amit a 2002-2006-os fogyasztóvédelmi politika sürgetett, és ami ismerteti a Bizottság stratégiáját arról, hogyan kellene támogatni az EU-n belül és nemzetközi szinten a fenntartható fogyasztás és termelés ügyét, és fejleszteni a fenntartható iparpolitikát. A dokumentum olyan programot dolgoz ki, ami a termékek energia- és környezeti teljesítményét javítja, és ösztönzi az energiahatékony és kicsi környezeti hatással járó termékek iránti keresletet a fogyasztók körében. A szabályozás olyan termékeket kell, hogy érintsen elsősorban, amelyek környezeti hatásában jelentős csökkenés érhető el. *A cél az, hogy a termék általános környezeti teljesítménye a teljes életciklusa alatt javuljon, növekedjen a kereslet a fenntarthatóbb termékek és termelési technológiák iránt, és a stratégia segítse a fogyasztók fenntartható választásait, például a termékek következetesebb és egyszerűbb címkézése által.*

A dokumentum az akkori helyzetről megállapítja, hogy ezeknek a céloknak az elérését több jogszabály is szolgálja, így a környezetbarát tervezésről szóló irányelv,⁵⁷ az energiafogyasztás

⁵⁶ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0397:FIN:HU:PDF>

⁵⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:191:0029:0058:HU:PDF>

címkézésről szóló irányelv,⁵⁸ az Energy Star rendelet,⁵⁹ és az ökocímke-rendelet.⁶⁰ Ezek mellett más, a tagállamok, a kereskedők és más gazdasági szereplők által kialakított rendszerek is szolgáltatnak a fogyasztók számára a termék energia- és környezeti teljesítményével kapcsolatos információkat. Azonban a termékekre vonatkozó jogszabályok többsége csak a termék életciklusának egyes konkrét aspektusaival foglalkozik. Az önkéntes és jogszabályi eszközök nincsenek mindig összhangban. A gyártók sokszor egymástól nagyon eltérő üzeneteket kapnak a nemzeti és regionális megközelítések alapján, mert nemzeti szinten nem koordinálják a fellépéseket, és ez árt a hatékonyságnak.

Az cselekvési tervben előirányzott intézkedéseket, amelyek ezeknek a problémáknak a megoldását szolgálják a 3. pontban mutatjuk be.

2.2.4. Hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program 2002-2013

Az Európai Unió Tanácsa és az Európai Parlament 2002 júliusában fogadta el a következő tíz évre szóló hatodik környezetvédelmi cselekvési programot,⁶¹ ami az Unió környezetvédelmi politikájának stratégiai kereteit határozza meg. A program külön hangsúlyozza a környezetvédelmi szempontoknak más közösségi politikákba való teljes integrálását, általános elvek és konkrét környezeti célkitűzések, ütemtervek szintjén is. (2. cikk 4., 3. cikk 3.) *A program célja a klímaváltozás elleni küzdelem, a biodiverzitás megőrzése, az egészséges környezet és életminőség megóvása, a jobb erőforrás-hatékonyság és hulladékgazdálkodás, a fenntarthatóbb termelési és fogyasztási minták megvalósítása* (2. cikk 2.). A fenntartható fogyasztási és termelési minták előmozdítására bemutatott eszközök közül (3. cikk 4., 5., 6.) az *integrált termékpolitikai megközelítés* a különböző stratégiákban jelentős előrelépés. A program ösztönözni kívánja a környezeti szempontokat figyelmen kívül hagyó *támogatások reformját, pénzügyi ösztönzők* bevezetését (adók) szorgalmazza, és a *szabványosítást*. Az integrált termékpolitikai megközelítés kidolgozását, és az EMAS (környezetvédelmi vezetési és hitelesítési rendszer) szélesebb körű alkalmazását, és a vállalkozásokat egyéb módon zöldítő ösztönzők bevezetését javasolja. Fontos eszköznnek tartja a fenntartható fogyasztás elérésére, hogy a vásárlói szerepükben a fogyasztók, vállalkozások és az állami szereplők megfelelő tájékoztatást kapjanak a termékek és a szolgáltatások környezeti hatásairól, ezen belül az *ökocímke* használatát és a *környezetvédelmi szemléletű közbeszerzés* meghonosítását tartja kiemelten fontosnak. Javítani kell a kapcsolattartást és együttműködést a fogyasztói csoportokkal és *nem kormányzati szervezetekkel*, előmozdítani a részvételt. Biztosítani kell az információhoz való hozzáférést, meg kell erősíteni az *aarhusi egyezményt*, és növelni kell a környezeti tudatosságot. (3. cikk 9.) A fenntartható fogyasztás a részterületeken belül a hulladék-megelőzés kapcsán kerül előtérbe (8. cikk 1.), és a nemzetközi cselekvési területen is másodikként szerepel a program felvázolt célkitűzései között (9. cikk 1.).

2.2.5. Tematikus stratégia az erőforrások fenntartható használatáról

A hatodik környezetvédelmi cselekvési program előírja, hogy a konkrét eszközöket és javaslatokat a kijelölt célok megvalósítására az egyes prioritásként megjelölt területeken belül *hét tematikus stratégiában* kell kidolgozni.⁶² Az erőforrások fenntartható használatáról szóló tematikus stratégia,⁶³ szoros összefüggésben a hulladékgazdálkodásra vonatkozó tematikus stratégiával, tartalmaz javaslatokat a fenntartható fogyasztás elősegítésére. A 2005-ben a közlemény formájában

⁵⁸ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0075:hu:HTML>

⁵⁹ http://epa.oszk.hu/00800/00878/01361/pdf/L_2008_039_0001_0007.pdf

⁶⁰ http://okocimke.kvvm.hu/public_hun/download.arg?ptype=FILE&id=43

⁶¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:15:07:32002D1600:HU:PDF>

⁶² http://ec.europa.eu/environment/newprg/strategies_en.htm

⁶³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0670:FIN:HU:PDF>

megalkotott stratégiában a Bizottság arra tesz javaslatot, hogy milyen módszerekkel lehet csökkenteni az erőforrások használatának környezeti hatásait és növelni a hatékonyságot. Ezt a gazdasági növekedés és az erőforrás-használat szétválasztásával kell elérni. Eszerint a gazdasági növekedés az erőforrás-hatékonyság javításával valósulna meg, és kevesebb környezetkárosítással járna. A stratégia vázlatosan ismerteti csak az eszközöket, amelyekkel közelebb lehet jutni a kitűzött célokhoz. A stratégia a saját időtávját 25 évben állapítja meg.

A stratégia által megfogalmazott eszközök a fenntarthatóbb erőforrás-használat elérésére a következők: *információs rendszer kiépítése, mérési módszerek és mutatók kifejlesztése*, annak ösztönzése, hogy minél több ország alkalmazza az *életciklus-szemléletű stratégiákat* a szakpolitikák kidolgozásánál, és az érdekelt felek, köztük a *lakosság tájékoztatása az erőforrás-használat környezeti hatásairól*. Ehhez a Bizottság által működtetett adatközpont és egy, az ENSZ Környezetvédelmi Programjával (UNEP) közösen felállítandó független nemzetközi tudományos tanácsadó testület járulnának hozzá. A nemzeti programok és intézkedések megalkotásánál egy magas szintű fórum segítene, és a gazdasági ágazatok cselekvési terveiben is figyelembe kell venni az erőforrás-használat környezeti hatásait. A fogyasztók és a lakosság tájékoztatása a legfontosabb fogyasztóvédelmi vonatkozású javaslat. Ennek lényege, hogy a fenntarthatóság irányában tett lépéseket mérő mutatókat kell kidolgozni és nyilvánossá tenni, lehetőleg összevont formában, hogy könnyen átlátható legyen. Mivel a képzési programokat és a fogyasztói tudatosságot növelő programokat nemzeti szinten érvényesítik a tagállamok, ezért erre vonatkozóan a stratégia nem tartalmaz külön javaslatokat. A dokumentum hangsúlyozza még, hogy a fenntarthatatlan fogyasztási és termelési mintázatok megváltoztatását minden tagállam vállalta a 2002-es fenntartható fejlődéssel foglalkozó ENSZ-csúcstalálkozón.

2.2.6. A Bizottság közleménye az integrált termékpolitikáról (2003)⁶⁴ – az integrált termékpolitika koncepciója, célja és kapcsolódása a fogyasztóvédelemhez

Az integrált termékpolitika az Európai Unió környezetvédelmi szakpolitikájának termékorientált dimenziója. A szükségessége melletti érvelés lényege, hogy a környezetvédelem csak akkor lehet hatékony, ha a környezeti problémákat a keletkezésüknél próbálja megelőzni vagy csökkenteni. A környezeti problémák keletkezésére pedig döntő hatással van, hogy milyen termékeket fogyasztunk az Unió belső piacán.

Az integrált termékpolitika nem fogyasztóvédelmi tárgyú dokumentumokban jelenik meg, de összefügg a fenntartható fogyasztás előmozdításának fogyasztóvédelmi eszközeivel is. Megközelítésmódja kétféle értelemben is „integrált”. Integrált egyrészt abban az értelemben, hogy a környezeti hatások minimalizálását a termékek egész életciklusát tekintve tekinti feladatának, és abban az értelemben is, hogy figyelembe veszi a termék egész életciklusán keresztül a vele kapcsolatba kerülő összes szereplő – köztük a fogyasztók – lehetőségeit a környezeti hatások visszaszorítására. Az integrált termékpolitika szempontjából az egyik fontos terület a fogyasztók felvértezése a megfelelő információkkal arra, hogy képet tudjanak alkotni az eléjük kerülő termékek környezeti hatásairól, és ennek alapján tudjanak fogyasztói döntéseket hozni. Ez részben fogyasztóvédelmi feladat. Az integrált termékpolitikának az is célja, hogy azzal, hogy a fogyasztók számára segít *láthatóvá tenni a rivális termékek környezeti hatását*, a termékek teljes életciklusán keresztül érvényesülő *környezeti teljesítményt hatékony marketingeszközzé tegye* az ebben jól teljesítő piaci szereplők számára.

A közlemény ennek a célnak az elérésére szolgáló konkrét cselekvési tervet is tartalmaz. Ez következő cselekvési területekre terjed ki: *a) a termékek teljes életciklusára vonatkozó környezeti adatok gyűjtése és hozzáférhetővé tétele, b) a zöld közbeszerzés előmozdítása a tagállamokban és az Unió intézményeinél, c) az uniós öko címké, energiacímké és autócímkézési rendszer, d) a termékek környezeti jellemzőire vonatkozó*

⁶⁴ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0302:FIN:EN:PDF>

félrevezető állítások és a félrevezető reklámtevékenység elleni fellépés, e) a környezeti terméknnyilatkozat (environmental product declaration, EPD) intézményének elterjesztése. Ezeket a konkrét közpolitikai eszközökről szóló 3. szakaszban mutatjuk be.

A cselekvési tervben foglaltak megvalósulásának értékelésére először 2009 végén került sor. Decemberben a bizottság kiadott egy rövid, összefoglaló jelentést⁶⁵ és egy hosszabb értékelést „munkaanyag” (Commission Staff Working Document) formájában. A 3. pontban ezek alapján áttekintjük azt is, hogy a fogyasztóvédelemmel érintkező területeken tervezett közpolitikai lépésekből mi valósult meg.

2.2.7. A hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program félidős értékelése (2007-8)

a) A Bizottság közleménye a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program félidős értékeléséről

A Bizottság 2007 áprilisában közleményt adott ki a hatodik, 2002-től 2012-ig szóló környezetvédelmi cselekvési program félidős értékeléséről.⁶⁶ A dokumentum nem csak az időszak elején elhatározott cselekvések végrehajtásáról ad számot, hanem a részben megváltozott körülményekre tekintettel újra is értékeli a célkitűzéseket. A dokumentum röviden foglalkozik a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulásának elősegítését célzó közpolitikai eszközökkel is. Ezek között mind az adózási eszközöket (a környezeti externáliák fiskális eszközökkel történő bearázását, ezen keresztül az árakban való érvényesítését, az árakon keresztül pedig a fogyasztó magatartás alakításában való megjelenését), mind a fogyasztóvédelemhez kapcsolódó, azon belül a fogyasztók környezettudatos választásait elősegítő információszolgáltatásban megvalósuló eszközöket említi. Az említett konkrét intézkedések egybeesnek az integrált termékpolitikáról szóló, négy évvel korábbi közleményben említett eszközökkel (lásd az előző és a 3.2.3. pontot is), ugyanúgy a jövőre vonatkozó tervként, mint a korábbi dokumentumban. (Az integrált termékpolitika eddig elért eredményeit értékelő 2009. decemberi bizottsági jelentés szerint a fenntartható fogyasztást szolgáló fiskális (adózási és támogatási) eszközök területén uniós szinten eddig nem történt meg a stratégiai dokumentumokban előírányzott lépések gyakorlati alkalmazása.)

b) Az Európai Parlament állásfoglalása a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program félidős értékeléséről

A Parlament 2008 áprilisában adott ki állásfoglalást a cselekvési program félidős értékeléséről.⁶⁷ A rendkívül kritikus, kemény hangú dokumentumban a Parlament messzemenő elégedetlenségét fejezi ki a cselekvési program végrehajtását illetően. Az állásfoglalás nem foglalkozik külön a fogyasztóvédelem területén alkalmazandó eszközökkel, *a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakulásának előmozdítása terén azonban sokkal ambiciózusabb célok kitűzését kéri a Bizottságtól.*

⁶⁵ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0693:FIN:EN:PDF>

⁶⁶ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0225:FIN:HU:PDF>

⁶⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0018:0025:HU:PDF>. A parlamenti állásfoglalás bizottsági előkészítésének dokumentumai elérhetők itt: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0074+0+DOC+XML+V0//HU>

2.3. Két gyakorlati példa az Európai Unóban a fogyasztóvédelmi és a fenntarthatósági szempontok együttes érvényesülésére speciális szabályozási területeken: a REACH és a nanotechnológia

2.3.1. A REACH és megalkotását motiváló politikai szempontok

2006 decemberében az Európai Parlament és az Európai Tanács új, átfogó szabályozást fogadott el a vegyi anyagok nyilvántartásba vételére, környezeti és egészségügyi hatásuk értékelésére, engedélyezésére, illetve használatuk tiltására vagy korlátozására vonatkozóan. Az új szabályozás, amely tárgyának angol megnevezéséből (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) alkotott betűszóval REACH néven vált ismertté, az Unió egyik legkomplexebb jogi szabályozása, egyben a vegyi anyagok használatának világviszonylatban a legszigorúbb szabályrendszere.⁶⁸

A vegyi anyagok használatának szabályozása az egyik legforróbb fogyasztóvédelmi téma, hiszen egyrészt olyan kérdéstről van szó, ami közvetlenül érinti a fogyasztók egészségét és biztonságát, másrészt olyan kérdéstről, amelyben szigorú szabályozás és a szabályozásnak érvényt szerző hatóságok védelme nélkül a fogyasztók alulinformáltságuk okán rendkívül kiszolgáltatott helyzetben lennének. A vegyi anyag-használat ugyanakkor természetesen a fenntarthatóság, illetve a környezetbiztonság szempontjából is kulcskérdés. Emellett ez a szabályozási terület szinte az összes iparágat érinti, és fontos következményei vannak a nemzetközi kereskedelempolitikára nézve is. A REACH tehát felfogható egy olyan, részben fogyasztóvédelmi szabályozásként, amely számos más szakpolitikával összefügg, amelyben így a fenntarthatóság szempontja mint horizontális, tehát szektorokon átívelő elv érvényesül.

Fogyasztóvédelmi szempontból a REACH előtti helyzet rendkívül aggasztó volt. A régi szabályozás két csoportra osztotta a vegyi anyagokat. Az Unióban 1981 szeptembere előtt forgalomban került „már létező”, és a később piacra került „új” anyagokra különböző szabályok vonatkoztak. Az „új” anyagok egészségi és környezeti hatásait kötelező volt tesztelni, ha tíz kilogrammnál nagyobb mennyiség került belőlük piacra az Unió egész területén, a nagyobb mennyiségben használt anyagokat pedig külön, szigorúbb szabályok szerint kellett tesztelni, a kis mennyiségben, de hosszú időn keresztül a szervezetbe vagy a környezetbe kerülő anyagok akkumulálódó hatásaira is kiterjedően. A „már létező” anyagokra azonban nem vonatkoztak ilyen szabályok. 2001-ben, amikor az Európai Bizottság elkészítette a 2006-ban elfogadott szabályozást megalapozó Fehér Könyvét,⁶⁹ az ebben hivatkozott felmérés szerint az európai piacon használt vegyi anyagok össztömegének 99%-át a „már létező” anyagok adták. A több mint százezer ilyen, már 1981 szeptembere előtt forgalomba került, tehát a kötelező tesztelés hatálya alá nem tartozó anyaggal szemben kevesebb, mint 3000 „új”, tehát kötelezően tesztelt anyag volt csak a forgalomban. A százezerféle régi anyagból legalább harmincezret évi egy tonnánál nagyobb mennyiségben forgalmaztak. Ezek közül háromezret teszteltek, s ebből nyolcszázat találtak az egészségre súlyosan veszélyesnek, rákkeltőnek, potenciálisan génmutációt okozóknak, vagy a szaporodási folyamatot más módon veszélyeztetőnek.

Nyilvánvalóan tarthatatlan volt az a helyzet, hogy az európai piacon úgy forog százezerféle vegyi anyag, hogy sem a hatóságoknak, sem a fogyasztóknak nincs semmi fogalmuk arról, hogy ezeknek milyen élettani vagy környezeti hatásuk van. A probléma messze nem csak az élelmiszertermékeket és a csomagolásukat érintette, hiszen potenciálisan minden vegyi anyag, ami a használat közben a lakások légterébe vagy a légkörbe, vagy a hulladékon keresztül a természetbe, ezáltal a táplálékláncba kerülhet, végül a fogyasztók szervezetében köthet ki.

⁶⁸ A REACH-hez tartozó összes jogszabálysöveg, a módosításokkal és a végrehajtási rendelkezésekkel együtt megtalálható ezen az oldalon: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/reach/index_en.htm

⁶⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/reach/archives/white-paper/index_en.htm

A jogalkotók azonban más szempontokat is mérlegeltek.⁷⁰ A több mint 30.000, évi egy tonnánál nagyobb mennyiségben használt anyag tesztelése rendkívül költségigényes. A jogalkotók olyan megoldást igyekeztek találni, amely lehetővé teszi, hogy ez a költség ne a hatóságokat, és a hatóságokon keresztül az adófizetőket, hanem a kemikáliákat előállító, forgalmazó és használó gazdasági szereplőket terhelje. Az európai vegyipar, amely a világ vegyianyag-forgalmának közel egyharmadát állítja elő, ugyanakkor 2001-ben közel másfélmillió embernek adott munkát közvetlenül, és további hárommillió ember munkája függött tőle közvetve. A Bizottság éppen ezért nem akarta, hogy a szigorú szabályozásból adódó költséghatások miatt az iparág európai képviselői aránytalanul nagy versenyhátrányba kerüljenek a globális konkurensekhez képest. A Bizottság Fehér Könyve szerint a szabályozás a következő hét szempontnak akart egyszerre megfelelni:

- 1) Az emberi egészség és a környezet védelme
- 2) Az Unió vegyipara versenyképességének megőrzése (javítása)
- 3) A belső piac fragmentálódásának megelőzése
- 4) A vegyianyag-használat és a belőle adódó kockázatok átláthatóvá tétele a fogyasztók számára
- 5) A vegyianyag-használat szabályozására irányuló nemzetközi erőfeszítésekkel (ENSZ) való összhang
- 6) Az állatkísérletek visszaszorítása
- 7) Az Unióra a Világkereskedelmi Szervezet (WTO) szabályai által rótt kötelezettségek teljesítése⁷¹

A közel tízéves egyeztetési folyamatban megszületett, és 2008-tól a gyakorlatban is érvényesülő szabályozás lényege hogy a következő évtized során a gyártóknak és importőröknek a piacra kerülésük időpontjától függetlenül minden forgalomban levő vegyi anyagot regisztráltatniuk kell a Helsinkiben létrehozott Európai Vegyianyag-ügynökségnél, amiből évi egy tonnánál több kerül piacra Európában, és hiteles, ellenőrizhető teszteredményekkel kell dokumentálniuk az anyag egészségi és környezeti hatásait. Ez arra az esetre is érvényes, ha a vegyi anyagok már felhasznált állapotban, bármilyen gyártó bármilyen termékének alkotórészeként kerülnek az európai piacra. Az ügynökség ellenőrzi az anyagok egészségi és környezeti hatásáról a gyártó és forgalmazók által benyújtott adatokat, és gondoskodik az áttekinthető és könnyen hozzáférhető módon történő nyilvánosságra hozatalukról. Külön szabályozás vonatkozik a „különösen nagy aggodalomra okot adó” anyagokra (substances of very high concern, SVHC). Ezek azok az anyagok, amelyekkel kapcsolatban felmerült az alapos (de nem feltétlenül bizonyított) gyanú, hogy az egészséget vagy a környezetet károsító hatásuk visszafordíthatatlan. Jelenteni kell az ügynökségnek minden olyan terméket, amelynek összetételében ezeknek az anyagoknak az aránya eléri a 0,1%-ot. Ezek engedélyezése az elővigyázatosság és a helyettesítés elvei alapján történik. Ez azt jelenti, hogy ezeknél az anyagoknál nem azt kell bizonyítani, hogy ártalmasak, hanem azt, hogy ártalmatlanok, illetve, hogy az engedélyezési kérelemnek tartalmaznia kell egy tervet arra, hogy a gyártó hogyan fogja a kérdéses anyagot biztonságosabban helyettesíteni, vagy ha nem áll rendelkezésre alkalmas helyettesítő anyag, vállalnia kell, hogy részt vesz egy ilyen anyag felkutatásában vagy kifejlesztésében. Az ügynökségnek joga van megtagadni az SVHC-k engedélyezését, vagy speciális feltételekhez kötni a gyártásukat, felhasználásukat és forgalmazásukat. Azok a gyártók és forgalmazók, akik ugyanazt az anyagot akarják regisztráltatni, egyeztető fórumot hozhatnak létre, és közösen is beadhatják a regisztrációs dossziét. Ennek az a célja, hogy az anyagok egészségi és környezeti hatásairól szóló kutatási eredményeket megoszthassák egymással, így csökkenjen a regisztráció költsége és a hozzá szükséges állatkísérletek száma.

⁷⁰ A REACH elfogadásához vezető út állomásai kirajzolódnak a következő on-line archívumból: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/reach/archives/index_en.htm

⁷¹ Lásd a 2001-es Fehér Könyv 2.2-es pontját.

A REACH hatálya minden olyan vegyianyag-használatra kiterjed, amit nem szabályoz az uniós jog más területe. Nem terjed ki két olyan területre, ahol a vegyi anyagoknak az emberi szervezetbe való bekerülése a leggyakoribb, a növényvédő szerek és az élelmiszer-adalékanyagok engedélyezésére, mert ezekre külön joganyag vonatkozik. 2009-től új uniós jogszabályok vannak érvényben a növényvédő szerek használatáról és engedélyezéséről.⁷² A használatot szabályzó irányelv célja, hogy ösztönözze a növényvédőszer-használat csökkentését és mérsékelje a mezőgazdasági vegyszerhasználat jelentette egészségügyi és környezeti károkat. Az irányelv szerint a tagállamoknak nemzeti akcióterveket kell készíteniük, amelyben azonosítaniuk kell, hogy az adott országban mi jelenti a növényvédőszer- és biocid-használatból eredő legnagyobb kockázatot. Az engedélyezési rendelet nem engedi meg a legmérgezőbb (rákkeltő, génkárosító) növényvédő szerek használatát Európában, továbbá előírja a veszélyes anyagok kötelező helyettesítését kevésbé káros alternatívákkal. Az Európai Bizottság az élelmiszeriparban használt vegyi- és egyéb adalékanyagok szabályozásának egységesítése és egyszerűsítése érdekében a közelmúltban új rendelettervezeteket terjesztett elő,⁷³ amelyek célja, a korábbi bonyolult szabályozás egyszerűsítésén túl, hogy a fogyasztók jobban bízhassanak a gyakran E-számoknak is nevezett élelmiszeradalékok biztonságosságában.

Hogy a REACH megszületését előkészítő 2001-es Fehér Könyvben felsorolt, három bekezdéssel ezelőtt idézett célokat a vegyi anyagok használatának új szabályozása mennyire éri el, az sok vita tárgya. Ez nem is lehet másként, hiszen ezek a célok részben ellentmondanak egymással. A REACH által létrehozott rezsím lehet, hogy a legkeményebb szabályozás a világon, de ez valószínűleg csak azt jelzi, hogy máshol még nagyobb a felelőtlenség és a vegyipar lobbijereje, mint az Európai Unióban. A Bizottság eredeti, lényegesen ambiciózusabb javaslatához képest, mire elfogadásra került, a vegyipar érdekérvényesítő tevékenységének hatására a REACH is jelentősen felpuhult, miközben az európai vegyiparra így is jelentős többletköltséget ró például az amerikai versenytársakkal szemben. A rendszert támadta egy, az Unió legnagyobb kereskedelmi partnereiből álló koalíció is. Az Egyesült Államok, Brazília, India, Ausztrália, Japán, Dél-Afrika és több más ország nagykövete 2006 nyarán közös jegyzékben tiltakozott az akkor még elfogadás előtt álló tervezetnek a nemzetközi kereskedelmet potenciálisan korlátozó hatása miatt, és próbálta rábírní a döntéshozókat egy „jobban a kockázatokra alapozott”, vagyis kevésbé óvatos, így a vegyipar számára kedvezőbb megközelítés elfogadására.⁷⁴ Az sem világos, hogy hogyan lenne elkerülhető, hogy a REACH bevezetésének következtében jelentősen nőjön az állatkísérletek száma.

2.3.2. A nanotechnológia alkalmazása által felvetett egészségügyi, fogyasztóvédelmi és környezetvédelmi problémák és az Európai Bizottság tevékenysége ezekkel kapcsolatban

Az általunk talált dokumentumok tanúsága szerint az Európai Bizottság a kétezres évtized közepétől kezdve dolgozik a nanotechnológia fejlődése által felvetett fogyasztóvédelmi és környezeti kérdések megnyugtató szabályozással történő megoldásán.

2004-ben jelent meg a Bizottság „Towards a European Strategy for Nanotechnology” című kiadványa.⁷⁵ A kiadvány célja az volt, hogy hozzájáruljon ahhoz, hogy a nanotechnológiáról való gondolkodás felkerüljön az európai politika napirendjére. A dokumentum elmagyarázza, hogy mi

⁷² <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:310:0029:0033:en:PDF>, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32009R0256:EN:NOT>

⁷³ Egységes élelmiszeradalék-engedélyezési rendelet (COD/2006/0143); a már engedélyezett élelmiszer-adalékanyagok felülvizsgálata (COD/2006/0145); az élelmiszerezínek engedélyezése; a természetes és mesterséges aromák szabályozása (COD/2006/0147).

⁷⁴ <http://euobserver.com/9/21813>

⁷⁵ http://ec.europa.eu/nanotechnology/pdf/nano_com_en_new.pdf

a nanotechnológia, mi lehet a gazdasági jelentősége, áttekinti az Unió tagországában zajló nanotechnológiai tárgyú kutatási erőfeszítéseket és ezeket összeveti a versenytársaknál zajló ilyen irányú kutatással és fejlesztéssel, és kijelenti, hogy a Bizottság olyan stratégiai területként tekint a nanotechnológiára, amely az Unió versenyképessége szempontjából nagy jelentőségű lehet, és amiben az Uniónak vezető szerepre kell törekednie. A dokumentum felvázolja, hogy az európai politika ezt milyen eszközökkel tudja elősegíteni. Az egyébként is vázlatos dokumentumban egy egyoldalas szakasz foglalkozik a nanotechnológia alkalmazásával kapcsolatban felmerülő egészségügyi, fogyasztóvédelmi és környezetvédelmi kockázatokkal. Ennek kapcsán a dokumentum megállapítja, hogy a makroszkopikus mennyiségben használt anyagokról rendelkezésre álló toxikológiai és ökotoxikológiai ismeretek elégtelenek annak megítélésére, hogy ugyanezeknek az anyagoknak a nanotechnológiai alkalmazása milyen kockázatokkal jár, hogy az erre vonatkozó ismeretek megszerzését az első lépésektől kezdve integrálni kell a kutatási programokba, és új eljárásokat kell kidolgozni a nanotechnológiához kapcsolódó kockázatok elemzésére.

2005 nyarán a Bizottság egy cselekvési tervet is kiadott a 2005-től 2009-ig tartó időszakra.⁷⁶ Ebben a Bizottság vállalta, hogy azonosítja a nanotechnológiák alkalmazásából adódó kockázatokat, felméri és értékeli a fogyasztók és az iparágban dolgozók várható kitétségi szintjeit, és költséghatékony megoldásokat keres ezek minimalizálására, a tagállamokkal és az érintettekkel együttműködve kialakítja a nanotechnológiai alkalmazásával készülő termékek teljes életciklusára vonatkozó kockázatértékelésnek módszertanát, és mindezek alapján kezdeményezi a szükséges jogalkotási lépéseket. A Bizottság cselekvési tervben kitűzött feladatok teljesülését két alkalommal jelentésben értékelte, először 2007-ben, majd 2009-ben.

A 2007-es jelentés⁷⁷ a következő konkrét eredményekről számol be. 2006 márciusában a Bizottság felkérésére az Új és Újonnan Azonosított Egészségügyi Kockázatok Tudományos Bizottsága (SCENIHR) kiadott egy véleményt a nanotechnológiához kapcsolódó kockázatok értékeléséről.⁷⁸ Eszerint a kockázatok nagyobbik része megfelelően értékelhető a meglévő toxikológiai és ökotoxikológiai módszerekkel, de vannak olyan kockázatok, amelyek értékeléséhez új vagy módosított módszerekre van szükség. A Bizottság ennek alapján a tudományos bizottságtól részletesebb elemzést kért a kockázatértékelési módszerekről, ami 2007 júniusára el is készült.⁷⁹ Ebben a tudományos bizottság részletes javaslatot tett a kockázatértékelési módszerek fejlesztésére. A kozmetikai termékeket illetően a Bizottság felkérte a Fogyasztói Termékek Tudományos Bizottságát (SCCP), hogy értékelje a piacon lévő, nanorészecskéket tartalmazó kozmetikai termékek biztonságát, és vizsgálja felül a kozmetikai termékek összetevőinek vizsgálatára vonatkozó irányelveket, amit a tudományos bizottság el is végzett.⁸⁰ A 7. kutatási keretprogram részeként közzétett pályázati felhívások témái között szerepeltek a nanorészecskék egészségi és környezeti hatásaival kapcsolatos kutatások, a nanorészecskék hatásairól szóló adatbázisok készítése és a nanotechnológia orvosi diagnosztikai alkalmazásainak toxikológiai értékelése. A Fenntartható Vegyészet Európai Platformja (SusChem)⁸¹ a nanotechnológiára vonatkozó magatartási kódexet és a nanotechnológiát alkalmazó munkahelyek biztonságára vonatkozó útmutatót készített.

A 2009-es második jelentés⁸² beszámol arról, hogy a Bizottság megvizsgálta a közösségi joganyagok azt a részét, ami a nanotechnológiával kapcsolatban felmerülő egészségi, biztonsági és környezeti szempontokból releváns, és ennek eredményéről „A nanoanyagokkal kapcsolatos szabályozási szempontok” címmel közleményt adott ki.⁸³ A közleményhez „commission staff

⁷⁶ http://ec.europa.eu/nanotechnology/pdf/nano_action_plan2005_hu.pdf

⁷⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0505:FIN:HU:PDF>

⁷⁸ http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_scenihr/docs/scenihr_o_003b.pdf

⁷⁹ http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_scenihr/docs/scenihr_o_010.pdf

⁸⁰ http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_sccp/docs/sccp_o_099.pdf

⁸¹ www.suschem.org

⁸² <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0607:FIN:HU:PDF>

⁸³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0366:FIN:en:PDF>

working document” is kapcsolódik,⁸⁴ ami a közlemény állításait megalapozó részletes eredményeket tartalmazza. A Bizottság úgy találta, hogy a meglévő közösségi joganyag lényegében alkalmas a nanotechnológia alkalmazásából eredő kockázatok kezelésére, s hogy ehhez elsősorban a meglévő jogszabályok határozott betartására van szükség. Az Európai Parlament azonban, megtárgyalva a Bizottság jelentését, ezzel nem értett egyet, és úgy látta, hogy kifejezetten a nanotechnológiával készült termékekre vonatkozó szabályozás híján a rendelkezésre álló joganyag nem nyújt megfelelő biztonságot sem fogyasztói, sem környezeti szempontból.⁸⁵ Emiatt a Parlament a joganyag alapos felülvizsgálatát kérte, aminek eredményeképpen speciális, a nanoanyagokra vonatkozó rendelkezések kerültek a kozmetikai szerekre, az új élelmiszerekre és adalékanyagokra vonatkozó jogszabályokba, illetve folyamatban van további kiegészítések elkészítése. A Bizottság 2011-re tervezi a joganyag ismételt felülvizsgálatát, a Parlament és az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság által felvetett szempontok figyelembe vételével.

A Bizottság szerint mindenekelőtt a REACH jelenti azt a jogi szabályozást, ami a nanoanyagok esetében is használható. A Bizottság imént hivatkozott közleménye szerint ugyan a REACH nem tesz említést explicit módon a nanoanyagokról, azonban a nanoanyagok is „vegyi anyagok”, így a REACH hatálya alá esnek. A Bizottság elképzelése szerint a REACH szabályait úgy kell alkalmazni a nanoanyagokra, hogy amikor egy nanoanyag bevezetésre kerül az európai piacon, annak a vegyi anyagnak a regisztrációs dossziéjához, aminek a szóban forgó nanoanyag a nano változata („nanoform”), a gyártónak csatolnia kell egy kiegészítést, ami a nanoforma egészségi és környezeti tulajdonságaira vonatkozik. Természetesen a nanoformák egészségi és környezeti kockázatainak elemzésének megbízható teszteléséhez a jelenlegi tesztelési útmutatókon változtatni kell. Az Európai Vegyianyag-ügynökség a Bizottság értelmezése szerint a nano formátumú anyagokkal kapcsolatban ugyanazokkal a jogosítványokkal, így cselekvési lehetőségekkel rendelkezik, mint a hagyományos vegyi anyagokkal kapcsolatban. Így a nanoanyagok között is azonosíthatók SVHC-k („különösen nagy aggodalomra okot adó anyagok”), amelyek csak előzetes engedélyeztetési eljárás után használhatók, illetve vezethetők be a piacra, és az ügynökség ugyanolyan eljárásban korlátozhatja a használatukat, mint a normál vegyianyagok esetében. A korlátozásra és az engedélyeztetésre vonatkozó szabályok ebben az esetben attól függetlenül érvényesek, hogy a kérdéses nanoanyagból mennyi kerül a piacra. A Bizottság monitorozni fogja, hogy a gyakorlatban hogy működik a REACH szabályainak alkalmazása a nanotechnológiával előállított anyagokra, illetve az ilyeneket tartalmazó termékekre.⁸⁶

2.4. A fenntarthatóság mint horizontális elv Svédország, Finnország és az Egyesült Királyság fogyasztóvédelmi politikájában

Mindhárom vizsgált ország közpolitikájában megfigyelhető, hogy a stratégiák, a cselekvési tervek és a kormányzati szervek számára meghatározott feladatok mind azt tükrözik, hogy a fenntartható fogyasztási minták kialakítására nem a fogyasztóvédelmi és a környezetvédelmi közigazgatás szektorális feladata, hanem olyan cél, aminek az elérésén szinte az egész közigazgatás összehangoltan dolgozik. A svéd fenntartható fogyasztásra irányuló közpolitika bemutatásánál különösen törekedtünk arra, hogy világossá tegyük, hogy mennyire nem szektorális alapon szerveződik a fenntarthatósági stratégia és a belőle adódó konkrét feladatok meghatározása, és bemutassuk, hogy a közigazgatás különböző szakterületeinek hogyan kell

⁸⁴ http://ec.europa.eu/nanotechnology/pdf/com_regulatory_aspect_nanomaterials_2008_en.pdf

⁸⁵ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A6-2009-0255+0+DOC+PDF+V0//EN>

⁸⁶ További linkek, amelyek a Bizottság egyes szerveinek a nanotechnológiával kapcsolatos tevékenységét bemutató oldalakra mutatnak találhatóak itt: http://ec.europa.eu/nanotechnology/policies_en.html

együtműködniük egymással, milyen, sok szakterületet átfogó kontextusba illeszkedik a fogyasztóvédelmi szakterület munkája.

A három ország fenntartható fogyasztásra irányuló közpolitikáját azonban követhető, összefüggő módon akartuk bemutatni, és a redundanciát is kerülni akartuk, ezért ennek horizontális aspektusai az első, a stratégiai céljelöléseket bemutató, és a harmadik, a konkrét eszközöket bemutató részben szerepelnek, s itt nem soroljuk fel őket még egyszer.

3. Közpolitikai eszközök, intézkedések a fenntartható fogyasztásért

3.1. Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei

Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei csak általánosságban neveznek meg a kormányok által alkalmazható közpolitikai eszközöket a fenntartható fogyasztás előmozdítására. Az említett eszközök az önkéntes és transzparens *öko-címkézési rendszerek*, az ugyancsak önkéntes, a félrevezető környezeti információk terjesztését tiltó *reklámetikai szabályozás*, a fogyasztói *oktatási és információs programok* tematikájába a különböző fogyasztási mintázatok különböző környezeti hatásáról, a termékek és szolgáltatások teljes életciklusához kötődő alapanyag-, energia- és vízfelhasználásról, és a fenntartható fogyasztás előnyös egészségi hatásairól szóló ismeretek beépítése, a *pártatlan terméktesztelés* elterjesztése.

A dokumentumban említett, a fenntartható fogyasztás előmozdítása érdekében más szakpolitikai területeken alkalmazható eszközök a *fenntarthatatlan* fogyasztási és termelési gyakorlatokat rögzítő *támogatási rendszerek lebontása*, a környezeti *externáliák internalizálását szolgáló*, ezáltal az árrendszert alakító *adó- és termékdíj-rendszer*, a fogyasztás fenntarthatóságának mérésére *indikátorok kidolgozása*, a *fenntartható mezőgazdaság támogatása* mezőgazdasági nagyüzemmel szemben és a *kíméletes technológiák világméretű elterjesztése*.

3.2. Közpolitikai eszközök az Európai Unió fogyasztóvédelmi dokumentumaiban

3.2.1. Oktatás

A fogyasztóvédelmi stratégiákban a fenntartható fogyasztásra ösztönzés legtöbbször az oktatással kapcsolatban kerül elő közvetlenül, a 2007-2013-as fogyasztóvédelmi stratégia is az egyik fő prioritásként kijelölt fogyasztói informálás és oktatás intézkedési pontjánál tárgyalja a fenntartható fogyasztásra vonatkozó javaslatát.

Ezek között szerepelt az *Európa Naptár* (Europa School Diary) példányszámának növelése és kibővítése a fenntartható fogyasztás témájával, ami el is készült azóta, és letölthető az internetről,⁸⁷ iskolák számára pedig ingyenes nyomtatott példányok rendelhetők belőle. Az *Európa Naptár* az iskoláskorú uniós állampolgároknak szóló oktatóanyag. Olyan fontos, az Európai Unióval kapcsolatos témákról szól, mint például az uniós állampolgári jogok, az egészség, az utazás, és a környezet védelme. A környezetről szóló fejezet említést tesz a fenntartható élelmiszertermelésről és turizmusról, a klímaváltozásról, a megújuló energiaforrásokról, és az újabb kiadásokban a fenntartható fogyasztásról. Ez utóbbi célja, hogy felhívja a fiatal fogyasztók figyelmét arra, hogy a fogyasztási mintázatoknak milyen hatásuk van a fenntarthatóságra.

A másik fontos oktatási eszköz a *Dolceta*, az Európai Unió online interaktív oktatóprogramja,⁸⁸ ami különböző korosztályú felnőttekre és fiatalokra célozva ismerteti meg az uniós fogyasztóvédelmi szabályokat és a fogyasztók jogait. Az interaktív oldal 2009 decemberében bővült a fenntartható fogyasztás témájával, ezt a 2007-2013-as fogyasztóvédelmi

⁸⁷ http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/cons_education_en.htm#diary és http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/agenda_hu_2009.pdf

⁸⁸ <http://dolceta.eu>

stratégia irányozta elő. A fenntarthatóság témája a tagországok közötti főoldalról rögtön választható, és központi szerepet tölt be az oktatóoldalon, amit a fogyasztók az Unió összes hivatalos nyelvén elérhetnek.

3.2.2. Fogyasztói információs szolgáltatás

A felelős fogyasztásra ösztönzés csak akkor lehet hatékony, ha a fogyasztó megfelelő tájékoztatást kap arról, hogy az általa választott termék, a teljes életciklusát tekintve, milyen hatással van a környezetre. A fogyasztók mellett a piacot is ösztönözni kell arra, hogy kínálatában minél több fenntartható termék megjelenjen. Biztosítani kell, hogy a termékek környezeti és társadalmi hatásairól megbízható információ álljon a fogyasztó rendelkezésére az öko címkék, a „fair trade” tanúsítványok és más önkéntes címkézési rendszerek segítségével.

Az *uniós öko címké*⁸⁹ egy 1992 óta létező önkéntes címkézési rendszer, amit azért vezettek be, hogy a vállalatokat olyan termékek kifejlesztésére ösztönözze, amiknek a teljes életciklusuk során kicsi a környezetre gyakorolt káros hatásuk, és hogy a fogyasztókat tájékoztassa a termékeknek a környezeti hatásairól. Ma már több mint 26 termék- és szolgáltatástípus nyerheti el a címke használati jogát, köztük tisztítószerek, elektronikai és textilipari termékek, valamint szálláshelyek, köztük kempingek is.⁹⁰ Ma 839 jogosult cég körülbelül 24.000 terméke és szolgáltatása viseli a közösség ökológiai logóját. Az öko címke garanciát jelent minden európai fogyasztó számára, hogy a címkét viselő termék megfelel a legmagasabb európai környezetvédelmi szabványoknak. Az öko címke elnyerésének kritériumrendszere összetett, a termék vagy szolgáltatás teljes életciklusa alatt okozott legjelentősebb környezeti terheket veszi figyelembe, különösen az éghajlatváltozásra, a természetre és a biológiai sokféleségre gyakorolt hatást, az energia- és az erőforrás-felhasználást, a hulladéktermelést, a szennyezőanyag-kibocsátást, a környezetszennyező fizikai hatásokat, valamint a veszélyes anyagok használatát és kibocsátását.⁹¹

Ma is folyik a további termék kategóriákra alkalmazható kritériumok kidolgozása. Az öko címkézéssel szülő 2006-ban kiadott munkaterv⁹² első melléklete felsorolja azokat a terméktípusokat, amelyekhez várhatóan a közeljövőben előterjesztik a kritériumokat. (A felsorolás nem teljes.) A 2006 óta három terméktípus kritériumai kerültek elfogadásra.

Az öko címkét 2009 vége óta új rendelet⁹³ szabályozza, ami a bürokrácia csökkentésére, az egyszerűsítésre és a többi nemzeti és globális öko címkézési eljárással való összehangolásra összpontosít, annak érdekében, hogy minél gyorsabban terjedjen az öko címkézés az Unióban. A rendszerhez kapcsolódó honlap szerint a cél az, hogy 2015-re 40-50 termék kategóriára terjedjen ki az öko címke-rendszer.⁹⁴ Az öko címke ismertségét és láthatóságát a 2002-2006-os stratégia szerint reklámtevékenységgel kell növelni, ilyen, a közösségi öko címke népszerűsítésére létrehozott esemény volt például a 2004-ben sikeres Flower Week kampány.

Az európai közbeszerzési piacról szóló 2004-es jelentés⁹⁵ szerint a közbeszerzések az Unió teljes GDP-jének 16%-át, az integrált termékpolitika eredményeit értékelő 2009-es bizottsági munkaanyag szerint (lásd alább) 17%-át teszik ki, ami a fenntartható fogyasztási mintázatok kialakítása szempontjából egy, a piac egészére gyakorolt jelentős hatás kifejtésére alkalmas lehetőség. A beszerzőket ösztönözni kellene arra, hogy az öko címkét – vagy azzal egyenrangú környezeti minősítést – követeljék meg a pályázati kiírásaikban. Az új öko címke-rendelet célja az

⁸⁹ <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

⁹⁰ http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/ecolabelled_products/product_categories_en.htm

⁹¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:027:0001:0019:HU:PDF> (6. cikk, 3 (a) pont.)

⁹² Közösségi öko címke-munkaterv 2005-2007: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:162:0078:0090:HU:PDF>

⁹³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0075:hu:HTML>

⁹⁴ <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about ecolabel/revision of ecolabel en.htm>

⁹⁵ http://ec.europa.eu/internal_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report_en.pdf

is, hogy a közbeszerzők számára elérhetőek legyenek könnyen használható kritérium-dokumentumok. A nemrég kiadott *Zöld közbeszerzés! A környezetvédelmi szemléletű közbeszerzés kézikönyve* című kiadvány ezt a célt szolgálja.

A fogyasztói információs szolgáltatás (ezen belül az ökocímke) és a zöld közbeszerzés témáját is érintik az integrált termékpolitika eszközei, amelyeket a következő pontban mutatunk be. Az uniós ökocímkeről és a nemzeti ökocímkekről lásd még a következő pont c) alpontját, a zöld közbeszerzésről pedig a b) alpontot.

Szintén kapcsolódik a fenntartható fogyasztást is szolgáló fogyasztói döntéseket megalapozó információs szolgáltatás témájához a bio- (organikus) élelmiszerek címkézése. Erről a 3.2.4-es pontban szólnak.

3.2.3. Az integrált termékpolitika

Az integrált termékpolitika az Unió környezetvédelmi politikájának a termékekre összpontosító ága. Konceptióját a 2.2-es pontban mutattuk be. Az integrált termékpolitika nem a fogyasztóvédelmi politika része, de érintkezik vele. A koncepciót és a hozzá tartozó cselekvési tervet is bemutató 2003-as bizottsági közlemény az alábbiakban röviden bemutatott, a fogyasztóvédelmi politikával összefüggő cselekvéseket irányozta elő. Az eddigi eredményekről a Bizottság 2009 decemberében kiadott jelentése és munkaanyaga tájékoztat (a linkeket lásd a 2.2. ponthoz fűzött lábjegyzetekben).

a) A Bizottság vállalásai a termékek teljes életciklusára vonatkozó környezeti adatok gyűjtésével és hozzáférhetővé tételével kapcsolatban

A Bizottság egyik célkitűzése az volt, hogy a termékek egész életciklusát felölelő környezeti adatok gyűjtése szisztematikussá váljon. A 2003-as dokumentumban a Bizottság vállalta, hogy kezdeményezi a már létező adatbázisok felmérését, fórumot teremt a létező adatbázisok és adatgyűjtések összehangolásához, platformot dolgoz ki az adatok összehasonlíthatóvá és hozzáférhetővé tételéhez. Mindezt a dokumentum szerint úgy tervezték végrehajtani, hogy illeszkedjen az ENSZ Környezetvédelmi Programjának „Life-cycle Initiative” elnevezésű, hasonló célú kezdeményezéséhez.

A 2009-es értékelés szerint a Bizottság ezt a munkát még 2003-ban megkezdte, és a munka azóta is zajlik. A jelentés szerint körülbelül a tagországok harmada járul hozzá aktívan a termékek egész életciklusára vonatkozó környezeti információk hozzáférhetőségének fejlesztéséhez. A jelentés mellékleteként publikált munkaanyagból kiderül, hogy a terveknek megfelelően létrejött a „European Platform on Life Cycle Assessment” elnevezésű információs és metodológiai központ, amit a Joint Research Centre és a DG Environment közösen működtet. Ennek keretében létrejött egy emissziós és nyersanyag-felhasználási adatbázis (European Reference Life Cycle Database), egy kézikönyv, ami az ebben az adatbázisban rögzített adatok felvételének metodológiájáról szól, és a termékek egész életciklusára vonatkozó környezeti hatások értékelését szolgáló ajánlott metodológiák gyűjteménye.⁹⁶

A dokumentum szerint Hollandia, Finnország, Dánia, Németország, Svédország és Franciaország jár az élen az egész életciklusra vonatkozó környezeti adatok gyűjtésében és hozzáférhetővé tételében, Olaszországban, Belgiumban, az Egyesült Királyságban és Lengyelországban zajlik még érdemi munka ezzel kapcsolatban, míg a többi tagországban gyakorlatilag nem történik semmi (bár a dokumentum megemlíti, hogy Magyarországon is létrejött egy kutatóközpont).

⁹⁶ <http://lct.jrc.ec.europa.eu/assessment>

b) Az integrált termékpolitika és a zöld közbeszerzés

Az Unió belső piacán a közjogi-közigazgatási intézmények a legfontosabb fogyasztók közé tartoznak. A közbeszerzések zöldítése ezért a termékkínálat zöldítésének egyik legfontosabb eszköze. (Erről lásd a 3.2.2. pontot is feljebb.) A dokumentumban a Bizottság azt vállalta, hogy 2003 végéig felméri, hogy a tagországokban milyen mértékben létezik a zöld közbeszerzés gyakorlata, és részt vállal egy olyan átfogó kutatás finanszírozásában, amely felméri, hogy a zöld közbeszerzés elveinek alkalmazásával a teljes európai közbeszerzési szférában mekkora eredményt lehet elérni a termékek környezeti hatását illetően. Ezt követően a Bizottság azt tervezte, hogy hároméves időtartamokra szóló cselekvési tervek kidolgozására ösztönzi a tagállamokat a zöld közbeszerzés erősítésére, amelyek végén az eredmények értékelése és a stratégia felülvizsgálata következik. Ezek a cselekvési tervek nem köteleznék jogi értelemben a tagállamokat, hanem az a funkciójuk, hogy ösztönözzék és segítsék a tagállamok ilyen irányú közpolitikáinak fejlesztését. Ezzel párhuzamosan a Bizottság a saját maga által végzett beszerzések zöldítésére is kidolgozni tervezett egy programot a 2003-2006-os időszakra, és javasolta, hogy az Unió többi intézménye is járjon el hasonlóan.

Mindezek megkönnyítése érdekében a Bizottság vállalta a) egy gyakorlati zöld közbeszerzési kézikönyv, b) egy termékcsoport-adatbázis és c) egy zöld közbeszerzési honlap elkészítését közintézmények számára, amelyek közül az utóbbiról az első kettő is elérhető, valamint összegyűjti a zöld közbeszerzés szempontjából releváns joganyagot.

A Bizottság úgy vélte, hogy a zöld közbeszerzést szolgáló fenti információgyűjtés és információs szolgáltatások a vállalatok beszerzéseinek zöldítését is ösztönözni fogják.

Az eredményekről tájékoztató 2009. decemberi jelentés szerint ez volt az egyik legsikeresebb a 2003-ban kijelölt célterületek közül. A hét, ezen a területen legjobban teljesítő tagország – Ausztria, Dánia, az Egyesült Királyság, Finnország, Hollandia, Németország és Svédország – közbeszerzési gyakorlata a zöld közbeszerzés átlagos értékarányát 2009-re 45%-ra húzta fel az Unióban. Ennek hatására a közbeszerzésekhez kapcsolódó széndioxid-emisszió negyedével csökkent. A jelentéshez mellékelte részletesebb munkaanyag szerint a Bizottság 2010-re 50%-os zöld közbeszerzési arányt szeretne elérni. Az integrált termékpolitikáról szóló 2003-as közleményt követően 13 tagország készített nemzeti akciótervet a zöld közbeszerzés előmozdítására. Magyarország nincs ezek között. Van olyan tagország – Hollandia –, amelyik már több mint 80 termékcsoporthoz dolgozta ki a zöld közbeszerzés kritériumait, és 2010-re már 100 százalékban zöld közbeszerzést tervez. Franciaország pedig olyan közbeszerzési kritériumrendszer kidolgozásán dolgozik, amelyik a zöld szempontok mellett szociális és etikai szempontokat is figyelembe vesz. A 2003 és 2009 közötti időszakban több olyan uniós jogszabály született, amely a kormányok és más közjogi szervek számára kötelezően előírja, hogy energiahatékonysági és más környezeti kritériumoknak megfelelően alakítsák a beszerzéseiket.

c) Az uniós öko címké, energiacímke és autócímkézési rendszer, az Energy Star logó és a nemzeti címkézési rendszerek

Az integrált termékpolitika fogyasztói információs oldala szempontjából döntő jelentőségűek a címkézési rendszerek. Mivel az *uniós öko címké* az egyetlen olyan, a termékek teljes életciklusának környezeti hatásairól számot adó címke, amely jelen van az Unió belső piacának egészén, a dokumentum szerint az integrált termékpolitika számára ez a címke a legfontosabb.

Az *uniós energiacímke és autócímkézési rendszer* szintén kulcsfontosságú az integrált termékpolitika szempontjából. A kilencvenes években született tanácsi irányelvek (92/75/EGK,⁹⁷ 94/2/EK, 95/12/EK, 96/89/EK, 2003/66/EK) szerint a legtöbb háztartási gép (hűtők, fagyasztók, mosógépek, szárítógépek, mosogatógépek, tűzhelyek, vízmelegítők, légkondicionáló berendezések) és a fényforrások csomagolásán fel kell tüntetni az energia-felhasználásuk hatékonyságára vonatkozó adatot, az új autókat pedig az energiacímkével analóg széndioxid-kibocsátási címkével kell ellátni, akár az eladásukról, akár a bérbeadásukról van szó. Az uniós energiacímke, elsősorban a kötelezővé tett használata miatt, igen széles körben ismert, ezért a bemutatásától itt eltekintünk. Éppen a széles körű ismertsége miatt hatékonyan informálja a fogyasztókat azoknak a termékeknek a fenntarthatóság szempontjából kritikus attribútumairól, amelyek teljes életciklusában a legjelentősebb környezeti hatás az energia-felhasználásukból adódik.

Az irodai eszközök és televíziók energia-hatékonyságának jellemzésére az Egyesült Államokból eredő „Energy Star” címke használatos az Unióban, az Unió és az Egyesült Államok kormánya között megkötött egyezmény alapján. Ez a címke az uniós energiacímkéhez hasonlóan közismert. Lényeges különbség azonban, hogy az érintett termékek gyártóinak, összeszerelőinek, kereskedőinek részvétele az Energy Star programban önkéntes alapon történik (a hatályos tanácsi és parlamenti rendeletben 4. cikk, (3) bekezdés), és vele párhuzamosan más, nemzeti energiahatékonysági címkézési rendszerek is működhetnek ezen a területen (7. cikk (1) bekezdés).⁹⁸ Ez utóbbiak közül a legjelentősebb a nemzetközileg is használt svéd TCO-címke, amely az energiahatékonyságon kívül a termékek ergonómiai tulajdonságait, a felhasznált anyagok környezeti hatásait és újrafelhasználását, és sugárzási dózisukat (például monitorok esetén) is figyelembe veszi.

A Bizottság mindhárom címke alkalmazási körének kiterjesztését tervezte 2003-ban.

Az integrált termékpolitika eredményeit értékelő 2009-es munkaanyag is inkább a jövőre vonatkozó terveket, mintsem az elmúlt hat év eredményeinek bemutatását tartalmazza. Az újabb dokumentum szerint az ökocímke használatának kiterjesztésében elsősorban azokat a területekre kell összpontosítani, amelyekben a környezeti hatások csökkentése terén a legnagyobb előrelépés várható. Ennek megfelelően a rendszernek az étel- és italtermékekre való kiterjesztését helyezi kilátásba az anyag. A dokumentum szerint kritériumokat úgy kell megállapítani, hogy a címkét a termékek környezeti szempontból legjobb 10-20%-a kaphassa meg.

A dokumentum arról is beszámol, hogy az uniós ökocímke mellett továbbra is nagy jelentőségűek a tagországok durván felében használt nemzeti ökocímkék, közülük elsősorban a skandináv országok által használt „északi hattyú” és a német „kék angyal”. A 2003 óta eltelt időszakban a nemzeti ökocímkék száma növekedett. Ráadásul több tagországban most áll kidolgozás alatt további nemzeti karbonemissziós/klímavédelmi címkék kritériumrendszere. A dokumentum szerzői szerint ebből az Unió belső piacán zavar, a fogyasztóknak az optimálisnál kisebb hatékonyságú tájékoztatása adódhat, ezért a koordináció erősítését szorgalmazzák.

d) A félrevezető környezeti állítások elleni fellépés

A dokumentum szerint a Bizottság tervbe vette, hogy megvizsgálja, hogy a tagállamok mennyiben szereznek érvényt a félrevezető reklámozás tilalmáról szóló irányelvnek (84/450/EEC, 1984. szeptember 10.). A bizottság a piaci szereplők által tett, független, harmadik fél által nem igazolt környezeti állításokra vonatkozó irányelvek elkészítését is ígéri.

⁹⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0075:hu:HTML>

⁹⁸ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:332:0001:0006:EN:PDF> (2001), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:039:0001:0007:HU:PDF> (2008).

A fogyasztói választások csak akkor tudnak hozzájárulni fenntarthatóbb termékkínálat kialakulásához, ha a fogyasztók bizalma nem rendül meg a termékekről rendelkezésre álló környezeti információkban. Ezekkel a lépésekkel a Bizottság ezt akarja megelőzni.

A dokumentum azt is ígéri, hogy az akkor érvényes (2002-2006-os) fogyasztóvédelmi stratégia megvalósítása során megvizsgálja a magánkezdemenyezésű címkézési rendszerek hatékonyságát, és annak lehetőségét, hogy a piaci szereplők környezeti állításait független, EMAS rendszerű tanúsítás erősítse meg.

Az eredményeket értékelő 2009-es dokumentumok egyáltalán nem szólnak a félrevezető környezeti állítások elleni fellépésről. A jelentéshez mellékelt részletesebb munkaanyag szól az EMAS tanúsítás sorsának alakulásáról, és megállapítja, hogy miközben néhány tagország kormánya aktívan dolgozik az EMAS használatának elterjesztésén, az EMAS a gazdasági szereplők körében népszerűtlen, inkább a puhább kritériumokat használó ISO 14001-et alkalmazzák.

e) A környezeti terméknnyilatkozat (environmental product declaration, EPD)

A környezeti terméknnyilatkozatról mint kifejlesztendő, új eszközzel beszél a 2003-as dokumentum. Ezek a nyilatkozatok kvantitatív, a termék egész életciklusára vonatkozó, standardizált adatközlések. Az EPD lényege, hogy a gyártó nem arról nyilatkozik, hogy a terméke mennyire környezetbarát, hanem szabványos, számszerű adatokat tesz közzé, amelyek alapján a fogyasztó maga alkothat ítéletet arról, hogy milyen az adott termék hatása a környezetre. A dokumentumban a bizottság arról számol be, hogy tanulmányt készített a létező EPD rendszerekről, konzultációt indított el az érintettek képviselőivel, és 2005 végéig tervezi megtenni a javaslatát arra vonatkozóan, hogy szükség van-e európai szintű cselekvésre az EPD elterjedésének ösztönzésére. Az integrált termékpoltika terén elért eredményekről szóló 2009-es dokumentumokban azonban nincs nyoma annak, hogy ezek a tervek megvalósultak volna.

3.2.4. A biocímkézés

A biocímkézés gyakorlata is a fogyasztóvédelem és a fenntarthatósági politika érintkezési felületéhez tartozik, még ha a biotermékeket vásárló fogyasztók elsősorban nem is fenntarthatósági-környezetvédelmi, hanem egészségvédelmi-élelmiszerbiztonsági természetű megfontolásokból választják az organikus élelmiszereket. Azok a mezőgazdasági technológiák, amelyeket az organikus élelmiszerek, illetve alapanyagaik előállításánál során használnak, a fenntarthatóság szempontjából is kedvezőek.

Természetesen ezen a területen is ugyanaz érvényes, mint a többi hasonló területen. A fogyasztók tudatos választási szempontjai csak abban az esetben segítik elő valóban a kedvezőbb fogyasztási mintázatok kialakulását, ha olyan információhoz jutnak a termékek számukra érdekes jellemzőiről, amelyek megbízhatóak és könnyen értelmezhetőek.

Az Unió 1991-ben (a 2007-ig számtalanszor módosított 2092/91/EGK tanácsi rendeletben)⁹⁹ rögzítette először az ökológiai gazdálkodásra és az ökológiai gazdálkodásból származó termékek címkézésére vonatkozó európai standardokat. Ez kezdetben csak a növényi termékekre vonatkozott, többek között a termőföld védelmére, a vetőmaghasználatra, a műtrágyák és peszticidek, valamint a genetikailag módosított organizmusok használatának tilalmára vonatkozó szabályokkal, és csak később terjedt ki az állati eredetű termékekre is, többek között az állatok takarmányozására, egészségvédelmére, tartási körülményeire vonatkozó részletes szabályokkal. A szabályozás azt a megközelítést alkalmazta, hogy az Unió egész területére

⁹⁹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1991R2092:20080514:HU:PDF>

érvényes minimumszabályokat határozott meg, amelyektől a nemzeti kormányok, vagy a tanúsítást végző egyéb szervezetek csak felfelé térhettek el. Ez lehetővé tette, hogy a fogyasztókban más tagállamok organikus (bio-) címkéi iránt is bizalom alakuljon ki.

A 2007 nyarán elfogadott, a 834/2007/EK tanácsi rendeletben testet öltött új szabályozás egyik lényegi eleme éppen az ökológiai gazdálkodás fenntarthatósági elemeinek (környezetvédelem, helyi ökoszisztémák védelme, a biodiverzitás védelme, állatvédelem) hangsúlyosabb megjelenése.¹⁰⁰ Csak azok az élelmiszerek forgalmazhatók bio-élelmiszerként, amelyekben a mezőgazdasági összetevőik legalább 95%-a ökológiai gazdálkodásból származik. A címkén az átláthatóság érdekében az ellenőrző szerv kódszámát is fel kell tüntetni. A géntechnológiával módosított szervezetek, és a belőlük előállított termékek használata továbbra is tilos.

Az Unió 2002-ben vezetett be saját címkét az organikus élelmiszerek számára, azonban ennek jelentősége a nemzeti címkékhez képest marginális maradt. Az új szabályozás szerint azonban 2010. július 1-étől a csomagolt bio-élelmiszerek forgalmazása során az Unió új logójának használata kötelező. A logót használó élelmiszerek csomagolásán azt is fel kell tüntetni, hogy az egyes mezőgazdasági összetevőket hol termelték, ami tovább növeli azoknak a fogyasztóknak az informáltságát, akik fenntarthatósági szempontú döntést akarnak hozni.

3.3. A fenntarthatóságot szolgáló közpolitikai eszközök három fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú ország fogyasztóvédelmi közpolitikájában

3.3.1. A közpolitikai eszközök a brit fogyasztóvédelmi stratégiában a fenntartható fogyasztásért

a) A kormány fogyasztói információs szolgáltatásai és energiahatékonysági tanácsadó-hálózata a széndioxid-kibocsátás csökkentésének szolgálatában

A brit kormány fogyasztóvédelmi stratégiáját bemutató 2009-es Fehér Könyv („A Better Deal for the Consumers: Delivering Real Help Now and Change for the Future”, a linkjét lásd az 1.3.1. pontnál vagy a dokumentum végén) 3.5.3.7-es szakasza a kormány 2009 nyarán indult széndioxid-kampányának (Act on CO2 campaign) azokat a célkitűzéseit mutatja be, amelyek a fogyasztói információs szolgáltatás révén járulnak hozzá ahhoz, hogy a fogyasztók felelős döntései érezhető kibocsátás-csökkenést eredményezzenek. Ehhez a kormány információs portálját a zöldebb életmód kialakításához használható információkkal, tanácsokkal és egy külön kampányoldallal bővítették.¹⁰¹ A kampány fő célja, hogy elősegítse a háztartási energia-felhasználás, a melegvíz-használat és a papírfogyasztás csökkentését, a műanyagszatyrok és az elemek újrahasznosítását, az élelmiszerek pazarlásának visszaszorítását, a háztartási és ipari vízfogyasztás csökkentését, a fenntartható és hatékony energia-felhasználású termékek fogyasztását és a gazdasági szereplők hatékonyabb alapanyag- és erőforrás-felhasználását fogyasztói információs szolgáltatással és tanácsadással.

Ehhez kapcsolódóan a brit kormány regionális energiatakarékossági tanácsadóközpontok hálózatát állította fel.¹⁰² Az Energy Saving Trust a háztartásokban használt energia-felhasználó termékek hatékonyságáról szolgáltat információkat, tanácsot ad a házak szigeteléséhez, a

¹⁰⁰ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:189:0001:0023:HU:PDF>

¹⁰¹ www.direct.gov.uk/ActOnCO2

¹⁰² <http://www.energysavingtrust.org.uk/>

fűtésrendszerek hatékonyságának fejlesztéséhez, információt és segítséget ad az ehhez elérhető kormányzati finanszírozási segítség megszerzéséhez, és segít a helyi, nem hálózati energiatermelés megvalósításában is.

b) A „zöldmarketing” szabályai és ellenőrzése

A DEFRA, azaz a brit kormány környezetvédelmi, élelmiszerügyi és vidékfejlesztési minisztériuma, 2003-ban dolgozta ki a termékek és szolgáltatások környezeti teljesítményéről a gyártók és kereskedők által tett állításokra vonatkozó útmutatását, magatartási kódexét, a „Green Claims Code”-ot,¹⁰³ amihez a gazdasági szereplők önkéntesen csatlakozhatnak. A Fehér Könyv 3.5.3.8-as szakasza arról számol be, hogy a Defra már hozzákezdett ennek felülvizsgálatához, amivel a célja a fogyasztói bizalom növelése, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos fogyasztói tudatosság növekedésével a termékek környezeti teljesítménye és a cégek fenntartható működése a gazdasági szereplők számára olyan vonzó marketingeszköz legyen, ami valóban a fenntarthatóságot mozdítja elő. A felülvizsgálatnak az is célja, hogy a termékek és szolgáltatások környezeti jellemzőinek ellenőrzött használata a marketingben több területen jelenjen meg, mint korábban, megteremtse a feltételeket arra, hogy a piaci szereplők közti verseny a környezeti szempontok alapján választó fogyasztókért tisztességes és torzításmentes legyen, és segítséget adjon a jó környezeti teljesítményű termékek és szolgáltatások gyártóinak és forgalmazóinak, hogy az erről szóló információ hatékonyan jusson el a fogyasztókhoz. A fogyasztók a reklámhatósághoz (Advertising Standards Authority) fordulhatnak, ha a zöldmarketing területén etikátlan magatartást tapasztalnak a gazdasági szereplők részéről.

c) A rövid távon olcsóbb, de hosszú távon drágább, nagyfogyasztású energia-felhasználó termékek kivezetése a piacról és az energiacímke alkalmazásának kiterjesztése

A Fehér Könyv 3.5.3.9-es szakasza szerint a kormány azzal is segíteni akarja a fogyasztókat, hogy a rossz energiahatékonyságú, emiatt a vásárláskor olcsóbb, de az üzemeltetéssel együtt hosszabb távon drágább termékeket kivezeti a piacról. A stratégia szerint azokon a területeken, ahol uniós szabályozás rögzíti az energiahatékonyságra vonatkozó minimumkövetelményeket, a brit kormány a legszigorúbb szabványok elfogadtatására törekszik. A világítástechnikában elébe mennek az uniós szabályozásnak, a nagyobb kereskedelmi láncokkal, a fényforrásgyártókkal és az energiaszolgáltatókkal együttműködve a hagyományos izzók gyors kivezetésére törekszenek. A brit kormány támogatja az uniós energiacímke alkalmazási körének kiterjesztését is. Összességében ezekkel az intézkedésekkel több százmilliárd fontos megtakarítást akarnak elérni a brit háztartások energiaszámláiban.

d) Az élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó hulladék mennyiségének csökkentése

A stratégia 3.5.3.10-es szakaszának tanúsága szerint a mindennapos élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó pazarlás és hulladékképződés a brit kormány számára az egyik legfontosabb terület, ahol jelentős előrelépést akarnak elérni a fenntartható fogyasztási szokások kialakításában. A stratégia ezen belül három kulcsterületet azonosít, az első az élelmiszerpazarlás csökkentése, a második a vásárlás során használt zacskók, szatyrok mennyiségének visszaszorítása, a harmadik az élelmiszertermékek csomagolásának egyszerűsítése.

¹⁰³ <http://www.greenspec.co.uk/documents/materials/wastecontent/gcc.pdf>

Ezek szerepelnek a WRAP (Waste and Resources Action Programme), a brit kormány által az erőforrás-felhasználás hatékonyabbá tételének előmozdítására létrehozott és finanszírozott non-profit szervezet¹⁰⁴ prioritásai között is. Ennek a szervezetnek az a feladata, hogy magánszemélyek, gazdálkodó szervezetek és helyi önkormányzatok számára adjon tanácsot az alapanyag- és energia-felhasználás optimalizálására, a hulladékmennyiség csökkentésére és hulladékok újrahasznosításának fejlesztésére. A WRAP egy pályázati rendszert is működtet, aminek forrásaiból ilyen célú beruházásokat finanszíroznak, és a WRAP ad szakmai támogatást a helyi önkormányzatoknak a szelektív hulladékgyűjtő rendszerek optimális működtetéséhez.

A WRAP működteti a „Love Food Hate Waste” elnevezésű kampányt.¹⁰⁵ A kampány honlapja szerint az Egyesült Királyság háztartásai több mint 8 millió tonna élelmiszert pazarolnak el évente, s a pazarlás megszüntetésével annyi széndioxid-emissziót lehetne megtakarítani, mintha minden negyedik brit autót kivonnák a forgalomból. Ha a fogyasztók nem vesznek olyan ennivalót, amit aztán kidobnak, az a családi költségvetésnek is jót tesz. A kampány a háztartásoknak olyan gyakorlati ötleteket ajánl a pazarlás megszüntetésére, amelyekkel egy átlagos háztartás akár havonta 50 font megtakarítást is elérhet.

A WRAP a kormánnyal és a kereskedők szövetségével együtt működteti a „Get a Bag Habit” nevű kampányt,¹⁰⁶ aminek a célja az áruházak pénztárainál beszerzett zacskók számának radikális csökkentése a bevásárlásra alkalmas táskák, szatyrok többszöri vagy állandó használatának népszerűsítésével. 2008-ban az Egyesült Királyságban csaknem 10 milliárd szatyrot szereztek be a pénztáraknál. Ezt a mennyiséget a stratégia szerint a kormány a 30%-ára akarja visszaszorítani, az egyszer használatos zacskókat pedig teljesen ki akarják vezetni a kereskedelemről. Ezt adminisztratív intézkedések is szolgálják. Az erre vonatkozó új kormányrendelet szerint a kormány kötelezővé teheti a kereskedők számára, hogy a vásárlókkal megfizettségük a szatyrok árát.

Két minisztérium, a DEFRA és a BIS, a skót az észak-ír és a walesi kormányzattal közösen 2009 júniusában publikálta a csomagolóanyagokból származó hulladék mennyiségének csökkentésére vonatkozó új stratégiáját.¹⁰⁷ A korábbi stratégiákra alapozott szabályozás is komoly eredményeket ért el. Az 1997 és 2008 között 28%-ról 61%-ra sikerült növelni az Egyesült Királyságban a csomagolási eredetű hulladékból a visszanyert rész arányát, ami teljesíti az erre vonatkozó uniós irányelvben (94/62/EK, módosítva: 2004/12/EK) rögzített célt. Az új stratégia az eddigieknél jobban törekszik a fogyasztókkal való együttműködésre. Miközben a brit fogyasztók szubjektív megítélése szerint az általuk vásárolt termékek a csomagolásukkal okozzák a legnagyobb környezeti problémát, 57% azt mondja, hogy még soha nem fordult elő, hogy azért nem vett meg egy terméket, mert túl sok volt rajta a csomagolás. A két tény közti feszültség azt jelzi, hogy a tudatos fogyasztói magatartás fejlesztése ezen a téren is komoly eszköze lehet az előrelépésnek. A Fehér Könyv szerint a fogyasztók számára közvetlenül is előnyös lehet a kevesebb anyag felhasználásával csomagolt termékek választása, mert a csomagoláson elért megtakarítást tovább lehet adni a fogyasztónak, ezzel versenyelőnyre lehet szert tenni. A pazarlás nélkül csomagolt termék könnyebb és könnyebben szállítható lehet, és kevesebb szemetet is eredményez, ami szintén olyan szempont lehet, ami iránt a fogyasztók érdeklődése felkelthető.

e) A vízfelhasználás hatékonysága

A brit kormány Anglia számára 2008-ban készített stratégiát a vízfelhasználás hatékonyságának javítására, Wales pedig saját vízfelhasználási stratégiát készített. A DirectGov

¹⁰⁴ <http://www.wrap.org.uk>

¹⁰⁵ <http://www.lovefoodhatewaste.com/>

¹⁰⁶ <http://www.defra.gov.uk/news/latest/2009/waste-0407.htm>

¹⁰⁷ Making the most of packaging—A strategy for a low-carbon economy, <http://www.defra.gov.uk/environment/waste/producer/packaging/documents/full-packaging-strategy.pdf>

nevű kormányzati információs honlap „Environment and Greener Living” szekciója már a 2009-es fogyasztóvédelmi Fehér Könyv születésekor tartalmazott olyan tanácsokat, amelyek segítségével a háztartások csökkenteni tudták a fogyasztásukat. A Fehér Könyv szerint a kormány fel fogja kérni a korábban már említett Energy Saving Trust nevű intézményhálózatát, hogy a tanácsadási tevékenységét a vízfelhasználás optimalizálásának területére is terjessze ki.

3.3.2. A fenntartható fogyasztást szolgáló konkrét eszközök a finn kormány fogyasztóvédelmi politikájában

a) A 2008-2011-es fogyasztóvédelmi programban szereplő konkrét, a fenntarthatóság előmozdítására irányuló intézkedések

A finn kormány fogyasztóvédelmi programjának harmadik szakasza tartalmazza a konkrét tervezett intézkedéseket. A korábban (1.3.2.b) bemutatott bevezetőhöz és célkijelöléshez hasonlóan itt is a fenntartható fogyasztás megvalósítását szolgáló intézkedések állnak az első helyen.

Nyersanyag- és energiahatékonyság, a termékek környezeti és klímahatása, a zöldmarketig ellenőrzése

A dokumentum 3.1-es szakaszában, amely a Nemzeti Fenntartható Fogyasztási és Termelési Cselekvési Tervre (lásd 1.3.2.c) is hivatkozik, a következő fő cselekvési területeket nevezi meg:

- Információs szolgáltatás és kampányok szervezése és finanszírozása az nyersanyag- és energiahatékonyságot szolgáló fogyasztói választások elősegítéséért.
- A termékek nyersanyag- és energiahatékonyságának a fogyasztók általi megítélését elősegítő eszközök fejlesztése, beleértve a környezeti és klímahatásokról tájékoztató termékcímkék fejlesztését is.
- A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság által elvégzendő összehasonlító tesztek és felmérések
- A termékek környezeti és etikai attribútumaira hivatkozó marketing fokozott ellenőrzése
- Az északi országok által használt környezeti címkézési rendszer tapasztalatainak becsatornázása az Unió jogalkotásba

Fogyasztói részvétel a termékfejlesztésben

A 3.2-es pont azt a követelményt fogalmazza meg, hogy a fogyasztói politikáért felelős szervezetnek hozzá kell járulniuk ahhoz, hogy a fogyasztóknak közvetlenebb befolyásuk legyen a termékfejlesztésre. „*A fogyasztás ma már az önkifejezés és az állásfoglalás eszköze is. Azzal hogy megvásárolnak valamit, vagy tartózkodnak valaminek a megvásárlásától, a fogyasztók kifejezik, hogy mit gondolnak – például a környezet állapotáról. A fogyasztók immár nem egyszerűen fogyasztják a termékeket és szolgáltatásokat, hanem befolyásolják a kifejlesztésüket és az előállításukat. [...] Az egyén lehetősége arra, hogy befolyásolja a saját életének alakulását elválaszthatatlan a jóléttől. A jóléti társadalom fejlődéséről szóló új víziónek elengedhetetlen része, hogy a szolgáltatások létrehozásának folyamatába az állampolgároknak erősebben kell involválódniuk. Ezzel párhuzamosan az állampolgároknak nagyobb felelősséget is kell érezniük az életükért és a cselekedeteikért.*” Ennek a gondolatnak a jegyében a program a Foglalkoztatási és Munkaügyi Minisztérium valamint a Nemzeti Fogyasztói Kutatóközpont feladatául szabja, hogy dolgozzon ki intézményi kereteket és módszereket arra, hogy a fogyasztói vélemények hogyan érvényesülhetnek a termékek és technológiák fejlesztésében.

3.9-es pontban a dokumentum az élelmiszerekről adott fogyasztói információszolgáltatás fejlesztésével foglalkozik. A fogyasztók igénylik, hogy az etikai szempontjaikat is érvényesíthessék a választás során, írja a dokumentum, emellett pedig az is igényük, hogy az élelmiszerek származási helyéről, az előállításuk során alkalmazott eljárásokról is tájékozódhassanak (beleértve azt is, hogy tartalmaz-e genetikailag módosított összetevőt). Ebből a szempontból a fogyasztók nem kezelhetők egységes csoportként, hanem sok különböző preferenciát és információigényt kell kielégíteni. Ezért, az anyag szerint, a finn kormány a következő lépéseket tervezte:

- Aktív részvétel az élelmiszerekről adandó fogyasztói információról szóló uniós szabályozás kialakításában, hogy a szabályozás magas követelményeket fogalmazzon meg a közölt adatok láthatóságával (olvashatóságával) és érthetőségével szemben, és tartalmazza az élelmiszerek származási helyének megnevezésére vonatkozó követelményt.

- 2009 végére vállalta a kormány, hogy megvizsgálja, hogy a címkézés mellett milyen más módszerek lennének alkalmasak arra, hogy a fogyasztók a vásárláskor más módon is tájékozódhassanak az élelmiszerekről, elsősorban az előállításukhoz használt technológiákat illetően.

- 2009-re a kormány, az élelmiszerbiztonsági hatósággal és a fogyasztói szervezetekkel együttműködve kampányt tervezett az élelmiszercímkéken található információ használatának terjesztéséért, és azért, hogy a fogyasztók jelezzék, ha megtévesztő címkézéssel találkoznak.

b) A 2005-ös nemzeti fenntartható fogyasztási és termelési programban szereplő fogyasztóvédelmi vonatkozású intézkedési javaslatok

A programban szereplő fogyasztóvédelmi vonatkozású intézkedési javaslatokat az alábbiakban egyszerűen felsoroljuk abban a sorrendben, ahogy a programban szerepelnek:

- Nyersanyag-hatékonysági központ felállítása, ami fogyasztói tanácsadó-hálózatot is üzemeltet
- Az adó- és támogatási rendszer ökológiai reformja. A szolgáltatások igénybevételének (vs. anyagi fogyasztás) adókedvezménnyel való támogatása. A fiskális rendszer ökológiai hatásának kutatása, monitorozása
- A finnországi fogyasztás által a világban generált anyagáramlás felmérése és transzparenssé tétele
- Információs bank létrehozása a termékek és szolgáltatások környezeti hatásáról, helyi és regionális jegyzék az ökológiailag hatékony szolgáltatásokról
- A környezeti tanúsítás, címkézés és szabványosítás fejlesztése. Fogyasztói információk biztosítása a cégek környezeti menedzsmentjéről, az organikus (bio) és etikus termelésről
- Könnyen használható eszköz fejlesztése, amivel mindenki maga tudja értékelni a saját fogyasztásának környezeti hatását
- Helyi csere-, használtcikk és alkatrészpiacok fejlesztése
- *A kereskedelmi egységek telepítésének engedélyezésekor annak vizsgálata, hogy elérhető-e a meglévő közlekedési infrastruktúra segítségével.* Nagyobb lakáscélú ingatlan-beruházásoknál a gyalog elérhető szolgáltatások tervezésének megkövetelése
- Információ és képzés hozzáférhetővé tétele a fogyasztók számára az otthonok energia-hatékonyságának javításáról, illetve a helyi, megújuló energiatermelés lehetőségeinek használatáról, és pályázható finanszírozási források erre a célra. Az egyéni fogyasztás pontos mérésén alapuló számlázási rendszerek fejlesztése, terjesztése
- Környezeti szemléletű építési és felújítási minőségbiztosítás

- A személy- és áru fuvarozók környezeti teljesítményéről adatok és értékelés hozzáférhetővé tétele a fogyasztók számára
- A közsféra által végzett élelmiszer- és mezőgazdasági termékbeszerzésekre vonatkozó fenntarthatósági kritériumrendszer kidolgozása. A teljes közszférában minden étkeztető számára kötelező előírás, hogy vegetárius és organikus ételnek is kell lennie a választékban.
- Kampanyok az élelmiszerek egészségi és környezeti jellemzői iránti fogyasztói tudatosság fejlesztéséért
- Az élelmiszercímkézés fejlesztése (lásd fentebb az a) pont utolsó bekezdéseit)
- A kormányzati és helyi önkormányzatok 2010-es határidővel kidolgozzák a (környezeti és társadalmi értelemben) fenntartható közbeszerzési stratégiájukat. Ezek végrehajtását indikátorok alapján kell monitorozni. Ökofórum létrehozása a közbeszerzésekben érintett szereplőknek a közbeszerzésekben rejlő lehetőségek jobb kihasználására és a jó gyakorlatok terjesztésére. A közszférában általánossá kell válnia a környezeti menedzsmentrendszerek, ezen belül a WWF Green Office rendszere használatának. Az új fenntartható technológiák kifejlesztésének ösztönzése a közbeszerzésekkel
- Az oktatási rendszerben a fenntartható fogyasztással kapcsolatos oktatás és nevelés hatékonyságának kutatása. A tantervek és oktatási eszközök, segédletek továbbfejlesztése
- A fenntarthatóság és a környezeti menedzsment megkövetelése az oktatási intézményektől
- Kampany a fenntarthatóság iránt elkötelezett fogyasztói magatartás terjesztéséért
- A termékek környezeti és etikai attribútumaira alapozott reklámtevékenység állandó felügyelete és elemzése a fogyasztóvédelmi ombudsman által
- Más releváns helyi intézményekkel együttműködő regionális központok létrehozása a fenntartható fogyasztással kapcsolatos oktatási és információs feladatok ellátására

c) A fogyasztóvédelmi ombudsman által a zöldmarketingre vonatkozóan kiadott útmutatások

A környezeti jellemzőkre vonatkozó állítások használata a marketingben (2002)¹⁰⁸

A fogyasztóvédelmi ombudsman, illetve az általa vezetett Fogyasztóvédelmi Hatóság 1992-ben adta ki a zöldmarketingre vonatkozó reklámetikai útmutatót, amit 2002-ben frissítettek. A dokumentum a fogyasztóvédelmi törvény rendelkezésein, a bíróság és a fogyasztóvédelmi ombudsman korábbi döntésein alapul, és az a funkciója, hogy segítse azokat a szereplőket, akik a termékeik és szolgáltatásaik környezeti jellemzőit használni akarják a reklám- és marketingtevékenységükben. Az útmutató többek között a következő egyszerű elveket rögzíti:

- A termékeknek csak a releváns környezeti jellemzőit szabad marketingeszközként használni. A környezeti jellemzők relevanciáját a piacon levő hasonló termékekhez képest kell megítélni. (Például nem releváns, ha egy mosószer foszfátmentes, ha csak foszfátmentes mosószer van a piacon.)
- A termékek egyes mellékes összetevőinek környezetbarát jellegét csak akkor szabad a reklámcélokra használni, ha a termék egésze nem súlyosan környezetszennyező, illetve ha a szóban forgó összetevő nem felesleges. (Például nem lehet az újrahasznosított anyagból készült csomagolásra hivatkozni, ha a termék egyébként súlyosan környezetkárosító, vagy ha csomagolás nélkül is lehetne árulni.)

¹⁰⁸ <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/af79d071-4cdd-4ac4-b996-d677356bb3fb/The+use+of+environmentally+oriented+claims+in+marketing+.pdf>

- A hivatkozott környezeti jellemzőket világossá, egyértelművé, érthetővé kell tenni a fogyasztó számára. Világossá kell tenni, hogy a csomagolásra vagy magára a termékre vonatkoznak. Általános, pontatlan vagy túlzó megfogalmazások nem használhatók. Tényeket kell közölni, nem az interpretációjukat.
- Nem lehet olyan környezeti előnyökre hivatkozni, amelyek vitatottak.
- Az olyan általános jelzők, mint a „környezetbarát”, „zöld”, „természetes”, „ökológiai” csak akkor használhatók, ha az adott termék teljes életciklusának alapos környezeti elemzése rendelkezésre áll, és ezt megalapozza.
- Ha olyan termékről van szó, amely olyan termékcsoporthoz tartozik, amire akár a Svanen (az északi országok ökcímke), akár az uniós ökcímke meghatároz kritériumokat, akkor pályázni kell ezek használatára, ahelyett, hogy a marketing során ezektől független állításokat tenne a gyártó vagy forgalmazó a termék környezeti tulajdonságaira vonatkozóan, vagy saját szimbólumot vezetne be.
- Lebomlónak, biológiailag lebomlónak vagy komposztálhatónak csak akkor lehet nevezni egy terméket, ha igazolt módon az egész lebomlik. Ha ez csak egyes alkotóelemekre igaz, specifikálni kell, hogy melyekre. Ha a lebomlás csak bizonyos feltételek teljesülése mellett következik be, ezt is közölni kell.
- Az újrahasznosíthatóságra vagy az újrahasznosítottságra vonatkozó állításoknál specifikálni kell, hogy magáról a termékről, a csomagolásáról vagy ezek valamelyikének alapanyagáról van szó, és milyen mértékben.
- Ha a reklám termékeket hasonlít össze, azok csak azonos termékcsoporthoz tartozó termékek lehetnek, és csak a teljes életciklusuk lehet a környezeti jellemzőik összehasonlításának alapja. Az összehasonlításnak bizonyítható alapokon kell állnia.

Környezeti állítások használata autók marketingjében¹⁰⁹

Az ombudsman 2009-ben az autók környezeti marketingjére vonatkozóan is kiadott egy részletes iránymutatást, például a megengedett és tiltott reklámtípusokra. Ez hasonló elvek alapján készült, mint az imént bemutatott általános útmutató, ezért a részleteit nem ismertetjük (a lábjegyzetben megadott link az angol nyelvű változatra mutat).

d) Nemzeti Fogyasztóügyi Kutatóközpont tevékenysége

Finnországban a fogyasztóvédelmi hatóság mellett fogyasztóügyi kutatóközpont is működik. Központ kutatási tevékenységének sok eleme releváns a fenntartható fogyasztás előmozdítása szempontjából, ami a központ publikációiban is tükröződik.

A publikációk egy része közvetlenül hasznosítható a fogyasztók számára. Erre példa az „Élet az alacsony energia-felhasználású házakban” című kiadvány, ami azoknak a fogyasztóknak nyújt segítséget, akik azt tervezik, hogy ilyen házat építenek, vagy ilyenbe költöznek. A kiadvány elemzi és összehasonlítja az alacsony energia-felhasználású házakban használt különböző technológiákat, felméri a fogyasztók elégedettségét ezekkel, az életmódbeli változásokat, amelyekkel ezeknek a megoldásoknak a választása jár, beleértve az ilyen házakba költöző családok teljes energia-használatának és fogyasztói szokásainak változását.¹¹⁰

Más publikációk elsősorban a fenntartható fogyasztást előmozdító közpolitikák megalkotásához járulnak hozzá a fogyasztói magatartás és a fogyasztói szokások, illetve ezek környezeti hatásainak elemzésével. Az ilyen témájú publikációk sora hosszú. Példaként megemlítünk néhányat a frissebb publikációk témái közül: az organikus élelmiszertermékek

¹⁰⁹ <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/2c3b95c7-080d-419a-b212-b5c668876272/Use+of+environmental+claims+in+the+marketing+of+cars.pdf>

¹¹⁰ http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5104/2007_102_workingpapers_life.pdf

fogyasztóinak bizalma a termékek iránt (mint kiderül a bizalomnak a lokalitás erős feltétele),¹¹¹ a sportolás¹¹² és a rekreációs tevékenységek¹¹³ különböző módjaihoz kapcsolódó anyagi erőforrás-használat, a háztartási eszközök anyagi erőforrás-használata.¹¹⁴

3.3.3. A fenntartható fogyasztást szolgáló konkrét eszközök a svéd kormány fogyasztóvédelmi politikájában

a) A Konsumentverket honlapja

A 1998-as stratégiában központi szerepet kapott az, hogy a Konsumentverket honlapja¹¹⁵ rendszeres karbantartással és a feltöltött anyagok jó minőségével az egyik legnépszerűbb fogyasztóvédelmi tájékoztató legyen, pedig ekkor még az internet nem volt általánosan hozzáférhető. Az interneten közzétett információk a tapasztalatok szerint erőforrás-hatékonyan érik el a háztartásokat. A Think twice – an action plan on sustainable household consumption (2005)¹¹⁶ a honlapon tudástár létrehozását tűzi ki célul, amiben a fenntartható fogyasztással kapcsolatos tudnivalókat összegyűjtve lehet olvasni.

A Konsumentverket honlapja egyébként 2003-ban elnyerte a hozzáférhető honlap címet. Ma a Web Content Accessibility Guidelines szerint működik, és minden évben legalább egyszer ellenőrzik a hozzáférhetőségét. A hatóság a hozzáférhetőséghez külön policyt is kidolgozott. A honlapot ezek alapján könnyen lehet nagyítani, teljes tartalmát meg lehet hallgatni, könnyített svéd nyelven lehet olvasni, jelnyelven megtekinteni, és rövidített tartalmát nagyjából 10 nyelven el lehet olvasni.

A kezdőlapról, illetve a választható fogyasztóvédelmi témák felsorolásánál található a *környezet* vagy a *fenntartható fogyasztás* témáit. Ezek a témák egymáshoz is vezetnek, illetve más hatóságok oldalaira is. Például a Naturvårdsverket honlapján található a fogyasztásról és a klímáról szóló részhez,¹¹⁷ de található link a fogyasztói információs oldalhoz a Jordbruksverket honlapjára,¹¹⁸ ami például a különböző élelmiszerek, és azok szállításának környezeti terheléséről ad tájékoztatást.

A fenntartható fogyasztás kiemelt témája a honlapnak, és a hatóság interaktív eszközöket is kifejlesztett a népszerűsítésre. Az egyik legfontosabb azonban mégis az, hogy a hatóság a fenntartható fogyasztást három szemszögből vizsgálja: a társadalmi, gazdasági és ökológiai fenntarthatóság szemszögéből. Egyrészt bemutatja a fogyasztás környezeti hatásait, de külön foglalkozik a háztartás pénzügyeinek fenntarthatóságával (van egy kalkulátor, amivel a háztartás kiszámolhatja a várható havi költségeit), és az etikus fogyasztással és a termékbiztonsággal (a fenntartható fogyasztáshoz tartozik az is, hogy az egyetlen embernek se okozzon kárt, se a termelőknek, azaz a méltányos kereskedelmet kell támogatni, se a fogyasztóknak, ezért fontos a termékbiztonság).

A hatóság sokáig rendszeresen frissítette a „Köpguiden” című vásárlási útmutatót, ahol tényeket közölt a termékekről, szaktanácsadók adtak választ különböző kérdésekre, és közvetlenül lehetett összehasonlítani különböző termékek jellemzőit, például a környezeti

¹¹¹ <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4458/workingpapers-2004-83.pdf>

¹¹² http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5200/2008_04_julkaisu_liikuntamips.pdf

¹¹³ http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5201/2008_05_julkaisu_harrastusmips.pdf

¹¹⁴ http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5202/2008_06_julkaisu_tavaramips.pdf

¹¹⁵ <http://www.konsumentverket.se/>

¹¹⁶

http://www.sweden.gov.se/download/3f3e2011.pdf?major=1&minor=65711&cn=attachmentPublDuplicator_0_attachment

¹¹⁷ [http://www.naturvardsverket.se/sv/Klimat-i-forandring/Konsumtion-och-klimat/?WT.ac=Milj%C3%B6/Ext./Konsumtion%20och%20klimat%20\[Naturv%C3%A5rdsverket\]](http://www.naturvardsverket.se/sv/Klimat-i-forandring/Konsumtion-och-klimat/?WT.ac=Milj%C3%B6/Ext./Konsumtion%20och%20klimat%20[Naturv%C3%A5rdsverket])

¹¹⁸ <http://www.jordbruksverket.se/omjordbruksverket/dusomarkonsument.4.4ef62786124a59a20bf800076448.html>

jellemzőiket. A Köpguiden ma már nem működik, feladatait átvette a Konsumentverket honlapja, csak az ár-összehasonlító funkcióit nem lehet megtalálni, mert ma már rengeteg más weboldal használható erre.

Az oldalról ma elérhető az Energimarknadsinspektionen-nel (Energiapiac-felügyelet) közös „Elpriskollen” nevű eszköz,¹¹⁹ amivel például a szabad árampiacon a zöld energia árát lehet összehasonlítani a másféle eredetű áram árával, (és természetesen az egyes szolgáltatók árait is egymással). A hatóság minden évben kiadja a Trafikverket-tel együtt a „Nybilsguiden” című összeállítást az új autókról (lásd később), amiben fontos szerepet kap a klímaváltozás elleni küzdelem is, és a környezetet kevésbé terhelő autók népszerűsítése. Az „Energikalkylen”,¹²⁰ amivel a háztartásban vagy a lakásban, házban átlagosan fogyasztott összes energiát lehet kiszámolni és tanácsokat is ad ezek csökkentésére, elérhető a Konsumentverket honlapjáról, de a készítése ma már az Energimyndighet-hez tartozik.

A „Miljömätaren”¹²¹ az interaktív eszköz a honlapon. Ezzel a fogyasztók különböző adataikat megadva, nagyon hasonlóan az ökológiai lábnyom kiszámításához, megtudhatják mennyi a környezetterhelésük, a számolás közben és a végén pedig tanácsokat kapnak arra, hogy milyen apró lépésekkel csökkenthetik a széndioxid-kibocsátásukat összességében.

A 2006 óta a Sveriges Konsumenter által kiadott fogyasztóvédelmi újság, a Råd & Rön,¹²² 2006-ig a Konsumentverket tulajdonában volt. Az újság ugyancsak fontos információs csatorna a fogyasztókat érintő kérdésekben, és benne kiemelt helyet kapnak a környezeti témák, gyakran úgy, hogy külön környezeti számmal jelenik meg.

b) A termelőket érintő eszközök

A svéd fogyasztóvédelemre jellemző az, hogy viszonylag kevés dolgot szabályoznak törvényben, nagyon sok fontos eredmény, amihez a termelők együttműködésére van szükség, az önkéntes ágazati, vagy ágazatközi megegyezésekből, párbeszédéből származik. A törvények és irányelvek közül a legfontosabbak a marketingre és a termékbiztonságra vonatkozóak, valamint azok, amelyek az európai környezeti címkézést és az energiatanúsítványokat vezetik be Svédországba. De valójában majdnem minden a fogyasztók informáltságát befolyásoló eszköz közvetett módon hatással van a termelőkre is. A Konsumentverket-nek a marketingre vonatkozó törvény segítségével lehetősége nyílik arra, hogy elérje, hogy a hirdető a reklámjaikba belefoglalják a fogyasztók számára fontos információkat, így például azt is, hogy a termék, vagy szolgáltatás használata közben, vagy használata után nem okoz-e valamilyen negatív környezeti hatást.

Súlyos probléma a fenntarthatóság szempontjából, hogy a termékek árai nem tükrözik kellően azok valós költségét, azaz az externáliák (mint például a környezet terhelése) internalizálására van szükség, a termékek árába való beépítésére. Ezzel a hamis jelek adását meg lehet szüntetni a fogyasztók felé, akik így közvetlenül is érezhetnék az általuk vásárolt termék valódi (környezeti, társadalmi) költségét. A Svédországban eddig alkalmazott gazdasági ösztönzők leginkább a termékdíjak, ezeknek nagy része közvetlen kapcsolatban van a kiszolgált termékek összegyűjtésével (például az alumíniumpalackok betétdíja). Mivel ezek az ösztönzők jól működnek, a kiterjesztésük egyéb területekre is hatásos lehet. A nyersanyagok adójának emelésével is lehetne ösztönözni az újrahasznosítást.

A svéd vállalatok globális felelősségvállalásának növelése azt erősítené, hogy az ország élenjáró akar lenni a fenntartható fejlődésben, erre szolgál a Globalt Ansvar – Swedish Partnership for Global Responsibility nevű állami kezdeményezés is.¹²³

¹¹⁹ <http://www.ei.se/elpriskollen/>

¹²⁰ <http://energikalkylen.energimyndigheten.se/?lngCategoryId=1187&WT.ac=Energikalkylen>

¹²¹ <http://www.miljomataren.kov.se/>

¹²² <http://www.radron.se/>

¹²³ <http://www.sweden.gov.se/sb/d/2657/a/14557>

c) A fenntartható élelmiszerfogyasztás

A Konsumentverket, a Livsmedelsverket és a Naturvårdsverket együttműködéséből származó, 2001-ben kiadott *Mat med känsla för miljö* című szakácskönyv kreatív módja volt annak, hogy az élelmiszertermelés környezeti hatásairól informálja a fogyasztókat, és az évszakok szerint rendezett receptekkel inspirálja az olvasót a környezetkímélő sütésre, főzésre. A szezonális ételek fogyasztásának ösztönzése mellett a könyv hasznos tanácsokat is ad annak elkerülésére, hogy az ételt ki kelljen dobni. (Svédországban a 2001-es adatok alapján az élelmiszerek 10%-át dobták ki.)

Az „Ät S.M.A.R.T.”¹²⁴ információs anyagot a Centrum för tillämpad näringslära, az egészséges táplálkozást kutató központ alkotta meg a Konsumentverket és a Naturvårdsverket közreműködésével. Ez azóta is igen kedvelt hivatkozási pont lett a megfelelő étrend kialakításakor. Amellett, hogy az anyag a különböző élelmiszerek fogyasztásának megfelelő arányára hívja fel a figyelmet és ezzel az egészséges táplálkozást segíti, egyúttal azt is befolyásolja, hogy az *élelmiszerfogyasztás mennyire terheli a környezetet*, hiszen például a lényegesen kevesebb hús fogyasztásával jelentősen csökkenthető a széndioxid-kibocsátás is, illetve azzal is, hogy az ökológiai élelmiszerek fogyasztásának növelését ajánlja. Az anyag célcsoportja a helyhatósági fogyasztóvédelmi tanácsadók, a diákok és vendéglátóipari tanulók, éttermi dolgozók, tanárok, de a háztartásokba is eljutott az információ. A S.M.A.R.T. étkezésre való átállás az iskolai menzákön és a közsféra éttermeiben, szerepel több fogyasztóvédelmi cselekvési terv javaslataként.

A felmérések szerint az ökológiai termelésből származó termékek még mindig sokkal drágábbak, mint a többi élelmiszer. Ezen változtatni kell, akár a támogatási rendszerek átrendezésével. De persze az árkülönbség pontos ismerete is sokat jelenthet a háztartás költség-haszon elemzésénél, ezért az ár-összehasonlításokba egyre többször veszik bele az ökológiai termelésből származó élelmiszereket. Sok helyhatóságban a helyi bio-termelőkről készített adatbázis köti össze a (nagy)fogyasztókat és a termelőket, amivel csökkenti a szállításból származó széndioxid-kibocsátást is.

A fenntartható háztartással kapcsolatosan fogalmazott meg javaslatokat a *Bilen, Biffen, Bostaden* című háttéranyag, amiben az egyik fő téma a fenntartható élelmiszerfogyasztás volt. Ezek közül a következő évi cselekvési terv a következőket vette át: a Svédországban előállított alapélelmiszerek piacát erősíteni kell, az ökológiai termelésből származó élelmiszerek és a méltányos kereskedelemről származó termékek arányát növelni a piacon, támogatni kell a termelőket az ökológiai bizonyítvány megszerzésében, és új irányelveket kell kialakítani az iskolai és a munkahelyi menzák számára, amiben a fenntartható étkezés is kiemelt szerepet kap.

2009-ben készült el az Environmentally Effective Food Choices¹²⁵ című dokumentum, ami pontos számokkal megmutatja, hogy melyik élelmiszerfajta, milyen környezeti hatással jár, és hogyan válasszuk meg környezettudatosan az étrendünket.

d) Fogyasztói információk a hulladékszelektálásról

Svédországban a szemét szelektálása egy 1990-es döntés nyomán 1994-ben kezdődött el, 1993 óta tilos a szelektálatlan szemét égetése, vagy deponálása. Sok helyhatóság ekkor kezdett szelektív hulladékgyűjtő állomásokat létesíteni. Az 1995-ös fogyasztóvédelmi anyag környezeti céljai között kiemelt szerepet kap a háztartások informálása a hulladék szelektálásának jelentőségéről, és a gyakorlati tudnivalókról. A fogyasztóvédelmi anyagokban gyakran megjelenik, hogy a szelektálás

¹²⁴ <http://www.konsumentverket.se/mat/mat-och-miljo/SMART---formel-for-battre-mat/>

¹²⁵ http://www.slv.se/upload/dokument/miljo/environmentally_effective_food_choices_proposal_eu_2009.pdf

rendszerében azt kell elérni, hogy a *hulladék szelektálása reális és praktikus megvalósítható lehetőség legyen a háztartások számára.*

2001 óta működik egy portál¹²⁶ többek között a Konsumentverket, a Naturvårdsverket és a Svéd Hulladékkezelők Szövetsége együttműködéséből származó anyagokkal, ahol összeszedett információt lehet találni arról, hogy hol található a legközelebbi szelektív hulladékgyűjtő, hogyan kell a hulladékot szelektálni, miért kell szelektálni, és mi történik a szeméttel a szelektálás után, illetve már rögtön a kezdőlapon hasznos tanácsokat is ad a hulladék mennyiségének csökkentésére.

e) A termékek tesztelése környezeti szempontból

A termékteszteknél a Konsumentverket azt méri, hogy a termék mennyire felel meg a funkciójának, mennyire biztonságos, milyenek a környezeti hatásai, és méri a kezelhetőségét és használatának/lebomlásának esetleges egészségügyi hatásait. Ezek az információk lényegesek ahhoz, hogy tájékoztatni lehessen a fogyasztót, viszont ahhoz, hogy szélesebb körben lehessen mérni a környezeti szempontokat, a mérési rendszer átalakítására van szükség. Fontos szempont lehet például, hogy a fogyasztók hogyan használnak egy terméket. (Például az „antibakteriális” mosogatószer vizsgálatánál kiderült, hogy nem a szer összetétele, hanem a használat módja az, ami eltávolítja a baktériumokat, ezért a Konsumentverket sok más hatósággal együttműködve egységesen arra a véleményre jutott, hogy több, elsősorban környezeti szempontból káros ilyen összetételű terméket a piacra dobni. Ennek eredménye az lett, hogy ezek a termékek lekerültek az áruházak polcairól, és ma már nem számít előnyösnek azt hirdetni egy ilyen termékről, hogy antibakteriális.) Az elektromos háztartási készülékek tesztjét ma már az Energimyndighet végzi.

f) Fogyasztóvédelmi tanácsadás a helyhatóságokban¹²⁷

A cél az, hogy minden helyhatóságban (kommun) elérhető legyen a jó minőségű, személyes fogyasztóvédelmi tanácsadás. Ma a helyhatóságok nagy részében van ilyen tanácsadó, akiket a Konsumentverket honlapjáról közvetlenül lehet keresni. A helyi tanácsadók léte fontos feltétele a sikeres fogyasztóvédelemnek, hiszen a helyi tevékenységekben a helyi tanácsadó a legkompetensebb.

Nagyon sok helyhatóságban ezért található konsumentvägledare, fogyasztói tanácsadó, akinek a feladatköre 1998 óta a környezeti tanácsadásra is kiterjed, és szorosan együttműködnek a helyhatóság többi szervével (legtöbbször az egészségügyi és környezeti osztállyal). 1995-ben az ország 288 helyhatóságában 235 konsumentvägledare volt.

Lokálisan eddig több mint 200 helyhatóság (kommun) kezdett el formálisan is saját helyi Agenda 21-et kidolgozni, aminek az a célja, hogy a helyi lakosokkal egyetértésben munkálkodjanak a fenntartható fejlődésért. Sok helyhatóságban könnyítik meg a fogyasztók fenntartható választásait olyan eszközökkel, mint például a helyi termelésű ökológiai élelmiszerek támogatása, az önkormányzat környezetbarát közbeszerzései, vagy a komposztálás lehetőségének megteremtése.

¹²⁶ <http://www.sopor.nu/>

¹²⁷ <http://www.konsumentverket.se/Personlig-Radgivning/Personlig-radgivning-fore-kop/>

g) A fiatalok és a fenntartható fogyasztás

A svéd általános iskolában a kötelező tanterv része a háztartási és fogyasztóvédelmi ismeretek című tárgy. Az óra célja az, hogy a különböző, gyakran egymással konfliktusba kerülő hétköznapi értékek közötti választásra felkészítse a diákokat. A gyakorlati háztartásvezetési órákat elméleti foglalkozásokkal kombinálva tapasztalatra és tudásra is szert tehetnek az etikai szempontok alapján történő döntésekről. A cél az, hogy a változásokra, és a növekvő információhalmazra (reklámokra) megfelelően tudjanak reagálni a gyerekek, hogy vállaljanak felelősséget, és tudatában legyenek a háztartás, a társadalom és a környezet kölcsönhatásainak, és ezek alapján cselekedjenek. Az órán amellet, hogy a gyakorlatba ültetik át a demokrácia és a nemi esélyegyenlőség elveit, megismerhetik, hogy milyen hatással van a háztartás fogyasztása a környezetre, lokálisan és globálisan is, illetve milyen hatással vannak az egészségre a háztartásban található kémiai anyagok. Az ételek előkészítése és szervezése után azt is megismerik, hogy a jó étkezés hozzátartozik a közösséghez, a kultúrához, a kommunikációhoz és az egészséges élethez. Költségvetés tervezését, reklámok elemzését, a háztartásvezetés környezeti és egészségügyi szempontjait is bemutatják. A kurzus alatt cél az is, hogy a diákok megtanuljanak gazdálkodni az emberi, anyagi, gazdasági és (lokális és globális) természeti erőforrásokkal. Az órán a gyerekek az egymással való együttműködést is megtanulják.

Az Energimyndighet felmérése azt mutatja, hogy az általános iskola utolsó éves diákjai nem rendelkeznek kellő ismeretekkel az energiáról. A megkérdezetteknek csak alig fele tudott megnevezni például nem megújuló energiaforrást, amellet, hogy azzal például majdnem mindenki tisztában volt, hogy a saját fogyasztásuk sok energiát igényel. Mindazonáltal a megkérdezettek nagy része egyetértett azzal, hogy többet kellene tanulniuk az energiával kapcsolatos kérdésekről.¹²⁸ Az Energimyndighet javaslata az, hogy az általános iskolai tantervek felülvizsgálata során az energiáról és a klímaváltozásról való oktatás nagyobb teret kapjon. A természettudományos órákon belül átgondolt és határozott szerepe van ugyan, de a társadalomtudományi órák rengeteget veszhetnek azzal, ha korunk egyik legfontosabb kérdését, a klíma- és energiakérdést nem érintik.¹²⁹ A hatóság Energikunskap nevű honlapján elérhető a diákoknak szóló tanulóoldalak is, és az oktatók is találnak kidolgozott témajavaslatokat az energiával kapcsolatos kérdéssel foglalkozó órákhoz.

A svédországi iskoláknak korábban kiosztott Miljöskola (Környezetbarát iskola) címet 2005-ben váltotta fel a Skola för hållbar utveckling (Iskola a fenntartható fejlődésért) cím, amit a Skolverket (Oktatási Hatóság) ítél oda az intézménynek, az óvodától a felnőttoktatásig mindenki pályázhat. Az iskolának a cím elnyeréséhez tíz kritériumnak kell megfelelnie, a címet pedig három évig kapja meg, de meghosszabbítható. Például úgy kell alakítani a fenntarthatóságra nevelésre irányuló pedagógiai munkát, hogy minden gyerek (diák) részt vehessen a tervezésben és a célok kijelölésében, hogy az új és régi oktatók is megfelelő kompetenciával rendelkezzenek a fenntarthatóságra nevelésben. A munkát dokumentálják, és folyamatosan, évente ellenőrzik, felülvizsgálják, ha szükséges átalakítják.¹³⁰

A Konsumentverket külön honlapon fordul a fiatal fogyasztókhoz. Az Ung konsument¹³¹ oldalon olyan, a fiatal, általában gimnazista vagy egyetemista korú fogyasztók számára aktuális és hasznos információk vannak, mint például az, hogy mennyibe kerül elköltözni otthonról, milyen rejtett reklámformák vannak, és van rövid és tömör összefoglaló a fogyasztói jogokról. A Handla schyst (vásárolj klasszul) menüpontnál kerül elő a fenntartható fogyasztás: az ökofarmer mint menő és sikkes ruhadarab, az ökológiai termelésből származó élelmiszerek haszna, a többi

¹²⁸ <http://www.energikunskap.se/sv/LARARRUMMET/Inspiration/Elevers-kunskaper-om-energi/>

¹²⁹ <http://www.energikunskap.se/sv/LARARRUMMET/Inspiration/Energi-borde-fa-tydligare-roll-i-kursplanen/>

¹³⁰ Skola för hållbar utveckling <http://www.skolverket.se/sb/d/3616>

¹³¹ <http://www.ungkonsument.se/>

környezeti címke jelentésének bemutatása. Az oldal a felesleges termékek vásárlásától, és a rosszkedv elleni vásárlástól is óv.

A fiatalok környezeti aktivitásának és tudatosságának növelésére számos egyéb kreatív ötlete is akadt már a hatóságnak, készült már környezeti témájú színdarab 2000-ben a 12 év alattiaknak és szerepjáték a Naturvårdsverkettel és a Naturhistoriska riksmuseet (Nemzeti Természettörténeti Múzeum) részvételével.

b) Zöld közbeszerzés

A svéd Miljöstyrringsrådet (Swedish Environmental Management Council) a magán- és a közszférán belüli szervezeteket ösztönzi az önkéntes környezetgazdálkodási rendszerek (EMAS) használatára. A tanács a fő felelőse annak, hogy a zöld közbeszerzésre vonatkozó állami cselekvési terv¹³² megvalósuljon. Ez a munka a politikusok tudatosságának növeléséről is szól. A tanács azon is dolgozik, hogy hogyan lehetne a társadalmi és etikai szempontokat a zöld közbeszerzésbe integrálni. Az északi együttműködésben ugyancsak készült anyag a zöld közbeszerzés előnyeiről és arról, hogy mik lehetnének kezdetben a különböző részterületeken a kritériumok.¹³³

i) A fenntartható háztartás

A *Bilen, Biffen, Bostaden* című tanulmányban olvasható adatok szerint a svéd háztartások az adózás utáni jövedelmük 90%-át költik élelmiszerre, lakásfenntartásra és utazásra, az anyagi és társadalmi jólétet ezek jelenítik meg. Ezek a szektorok felelősek körülbelül azoknak a negatív hatásoknak a feléért, amik a klímát és az egészséget érintik. A háztartás fenntarthatóvá tétele tehát az egyik legfontosabb beavatkozási pont lehet a fenntartható fogyasztás érdekében. A *Think twice!* cselekvési terv 2005-ből pontosan a háztartásban felmerülő fogyasztás fenntarthatóbbá tételére koncentrálna a fent említett három területen.

j) Bli energismart!³⁴ – az energiahatékonyság növelése a háztartásban

Az okos energiahasználatra felhívó kampány a Naturvårdsverket, Boverket és az Energimyndigheten közös projektje. Az Energimyndigheten a Konsumentverket szerepét vette át az energiahasználó termékekkel kapcsolatos felvilágosításban, és az energiahatékonyságra ösztönzésben. A kampány oldalán információk találhatóak a különböző háztartási gépek energiafogyasztásáról, és hasznos tippek arról, hogy hogyan lehet egyszerű dolgokkal is csökkenteni a háztartásunk teljes energiafogyasztását. Emellett az oldal rövid ismertetőt is ad a 2009 óta kötelezővé vált Energideklaration (energiatanúsítvány)¹³⁵ rendszeréről is. 2009-től minden épületnek rendelkeznie kell energiatanúsítvánnyal, a magántulajdonú lakásokra és villákra haladékat kapnak a tulajdonosok, nekik legkésőbb akkor kell beszerezniük ilyen tanúsítványt, amikor az ingatlan eladásra kerül. Az önkormányzati tulajdonú épületeket azonban még az év végéig fel kell mérni. A tanúsítvány kiállítását szakértő végzi a tulajdonossal együtt, és 10 évig

¹³² http://www.msr.se/en/green_procurement/

¹³³ Green procurement makes a difference! http://www.norden.org/en/publications/publications/2009-740/at_download/publicationfile és Nordic Cooperation on Green Public Procurement: The First Set of Criteria Examples http://www.norden.org/en/publications/publications/2009-759/at_download/publicationfile

¹³⁴ <http://www.blienergismart.se/>

¹³⁵ <http://www.blienergismart.se/page.php?which=8> és információs anyag angolul a Boverket honlapján <http://boverket.se/Om-Boverket/Webbokhandel/Publikationer/2010/Energy-Performance-Certificate/>

érvényes. Amellett, hogy az épület jelenlegi helyzetéről számol be energiagazdálkodási szempontból, egyrészt referencia-értéket is megad (más, hasonló épületek energiafogyasztását), másrészt tanácsot is ad arra, hogyan lehetne fejleszteni az épület energiahatékonyságán.

Minden helyhatóságban egyébként ingyenesen igénybe vehető energia-tanácsadó, aki ugyancsak véleményezi az ingatlant a fent említett szempontok alapján, és ugyancsak tanácsokat ad a fogyasztóknak az energiafogyasztás csökkentéséhez.

A Boverket és a Konsumentverket a kormány felkérésére kidolgozta az omBoende.se¹³⁶ honlapot, ahol különböző lakással kapcsolatos kérdéseket válaszolnak meg, több más gyakorlati információ között a lakás energiafelhasználást és a beltéri környezet kérdéseit.

k) Fenntartható közlekedés

A fogyasztóvédelmi stratégiák mindegyikében szerepel, hogy a fogyasztó számára lehetővé kell tenni, hogy fenntartható alternatívákat válasszon. Ezért a tömegközlekedésben érvényesíteni kell a fogyasztók érdekeit, átláthatóvá és könnyen használhatóvá téve azt. Az eszközök a fenntartható közlekedés elősegítésére: széndioxid-kibocsátás alapján differenciált gépjárműadó bevezetése, a légi közlekedésre kivetett környezeti adó, dugódíj Stockholmban, az alternatív meghajtású autók környezeti osztályozása, adókedvezmény a környezetbarát autókra (miljöbil). Az autók környezeti információi kulcsfontosságúak a fogyasztók tudatos választásaiban, és a széndioxid-kibocsátás csökkentésében. Ezért a kormány felkérte a Konsumentverket-et a Trafikverket-et (Swedish Transport Administration) és a Naturvårdsverket-et, hogy az 1999/94/EC uniós irányelvnek megfelelően, minden évben készítsen *összeállítást az új autókról a fogyasztók számára fontos információkból*, például a közlekedésbiztonsági, a széndioxid-kibocsátási és egyéb környezeti adatokról, és az üzemanyag-fogyasztásáról. Ezt az összeállítást kereshető formában, adatbázisként és letölthető dokumentumként is el lehet érni a Konsumentverket oldaláról.¹³⁷

Nem állami, de gyakran hivatkozott kezdeményezés a Svéd Autósiskolák Országos Egyesületének (Svenska Trafikskolors Riksförbund, STR) Grön Trafikskola (Zöld Autósiskola) kezdeményezése. Ez az STR által kifejlesztett rendszer lehetőség az autósiskolák számára, hogy a tevékenységükbe szervezett módon integrálják a környezeti szempontokat. Például hangsúlyosan szerepel az oktatásban, hogy a leendő vezető megismerje vezetési stílusának környezeti hatásait. Az STR honlapjának nyitóoldaláról rögtön választható „Környezet” menüpont alatt pedig magunk megtudhatjuk, hogy hol tanulhatja meg az ember a környezetkímélőbb, takarékos vezetési stílust (Ecodriving),¹³⁸ és hol található Grön Trafikskola az országban.

A Gröna Bilister (Zöld Autósok)¹³⁹ is egy önszerveződő csoport, akik azért alakultak meg a kilencvenes évek közepén, hogy kifejezzék azt, hogy az autó milyen sok szempontból feltétele a szabad mozgásnak, másrészt azt, hogy tudatában vannak a sok környezeti problémának, amit a használata okoz. Védeni kívánják a jövő generációk jogait arra, hogy ők is élvezhessék az autózás örömeit. Tevékenységük kiterjed arra, hogy az autópárt és a közlekedés egyéb ágazatait környezetbarát alternatívák kifejlesztésére ösztönözze.

l) Környezeti címkézés

1989 óta létezik a közös északi környezeti címkézési rendszer, a Svanen. Ennek a rendszernek a folyamatos értékelése, megerősítése, ismertségének és elismertségének növelése, és az általa lefedett termékek, szolgáltatások körének bővítése állandóan napirenden van. A Svanen és az EU

¹³⁶ <http://www.omboende.se/>

¹³⁷ <http://www.konsumentverket.se/bilar/Nybilsguiden/>

¹³⁸ <http://www.str.se/Fler-webbplatser--In-English/EcoDriving/>

¹³⁹ <http://www.gronabilister.se/>

környezeti logójának svédországi bevezetését és ellenőrzését is a Svenska Miljömärkning AB végzi, ami az állam tulajdonában áll, és az Integrációs és Esélyegyenlőségi Miniszternek számol be, aki felelős a fogyasztói ügyekért. A Svanen címke a termékek és szolgáltatások széles körére (ma 65 féle termék- és szolgáltatáscsoportra) elnyerhető. Ma körülbelül 1000 vállalkozás 6500 terméke rendelkezik a címkével Svédországban. Az egyik legújabb kritériumrendszer a hotelek és turistaszállók címkézése, aminek eredményeképpen nagy svéd hotelhálózatok (például a Scandic, a Best Western) környezeti címkét szereztek. Nemrég interneten gyűjtött aláírásokat a Svanen azért, hogy a kozmetikai termékek gyártói környezeti címkéztessék termékeiket.

A svéd Naturskyddsforeningen (Természetvédő Egyesület) saját fejlesztésű és ellenőrzésű „Bra miljöval”¹⁴⁰ (Jó környezeti választás) címkéje hasonlóan elismert az országban. A „KRAV” címkézés¹⁴¹ pedig az ökológiai gazdálkodásból származó élelmiszereket jelzi az áruházak polcain.

m) A fenntartható fogyasztásra vonatkozó fogyasztóvédelmi tevékenység hatékonyságának indikátorai

A környezeti cél felé haladást mérő indikátorok megmutatják, hogy a fogyasztók választásai milyen hatással vannak a környezetre, illetve hogy a Konsumentverket tevékenysége milyen mértékben eredményes (milyen információk érhetőek el a termékekről, és azok mennyire jutnak el a fogyasztókhoz). A 2001-es Konsumenterna och miljön¹⁴² (A fogyasztók és a környezet) című anyag arról számol be, hogyan állnak a környezeti cél elérését szolgáló feladatok. Ebben a következő *általános* indikátorok használatára érkezett javaslat: a környezeti címkével ellátott termékek eladási mutatói, a környezeti címkével ellátott termékek aránya az egyes termékcsoportokon belül, a háztartások áram-, fűtés- és vízhasználata, az összegyűjtött csomagolások aránya az eladott termékek csomagolásához viszonyítva, a különböző közlekedési eszközökkel lebonyolított utazások aránya. Az *élelmiszerfogyasztás* területén: az ökológiai termelésből származó élelmiszerekhez való hozzáférés, a különböző húsfélék fogyasztási aránya. A *lakáshasználat* területén: a háztartás energiahasználata, a teljes vízfogyasztás, a háztartás által leadott veszélyes hulladék aránya az eladott termékekhez viszonyítva. Az *utazás* területén: a különböző célú utak hossza, az autó nélküli utak hossza, a vonattal és repülővel való belföldi utazások aránya, az új autók átlagos üzemanyag-fogyasztása, a különböző üzemanyagokkal hajtott autók eladási mutatói.

A javaslat annak figyelembe vételével készült, hogy milyen statisztikai adatok állnak ma rendelkezésre, és mennyi erőforrást igényelne az új mérések bevezetése. Nehéz egyértelmű adatot szerezni a fogyasztói szektor szereplőiről, hiszen ahhoz nagyon kiterjedt adatgyűjtésre lenne szükség. Legkönnyebben az utazással kapcsolatos adatok mérhetőek. A további indikátorok kidolgozására folyamatban van. A svéd központi statisztikai hivatal honlapján elérhető a hulladékgazdálkodás és a vízhasználat adatai, valamint a háztartások fogyasztásának széndioxid-kibocsátása.¹⁴³

A *Think twice!* anyag végén az eredményméréshez nyolc indikátort dolgoztak ki. Ezek közé olyan mutatók tartoznak, mint például a túlsúlyos emberek száma, vagy az ökológiai címkével ellátott termékek aránya a piacon (fenntartható étkezés), a háztartási szemét mennyisége (fenntartható életstílus, lakás), a háztartás teljes széndioxid-kibocsátása, direkt, indirekt, és nemzetközi szinten (fenntartható étkezés és utazás).

¹⁴⁰ Angol ismertető a Bra miljöval címkéről <http://www.naturskyddsforeningen.se/in-english/Ecolabelling/>

¹⁴¹ <http://www.krav.se/System/Spraklankar/In-English/KRAV-/>

¹⁴² Skrivelse 2001/02:68 (svéd) <http://www.sweden.gov.se/sb/d/108/a/934>

¹⁴³ Statistiska Centralbyrån http://www.scb.se/Pages/SubjectArea_12460.aspx

n) *A fenntartható fogyasztás és a svéd egyház*

A Svenska kyrkan régóta dolgozik különböző módokon környezeti kérdésekkel,¹⁴⁴ nemzetközileg is tevékeny, az ACT Alliance¹⁴⁵ tagja. Amellett, hogy a 2009-es koppenhágai klímacsúcsra közös imádságra biztatták a hívőket, például 2008-ban megszervezték az Interfaith Climate Summit-ot Uppsalában,¹⁴⁶ amin különböző vallási vezetők és gondolkodók írták alá a nyilatkozatot a klímavédelemért és a globális igazságosságért, és a fenntartható földművelés elterjedéséért tevékenykedtek a fejlődő országokban.¹⁴⁷ Az egyházat az a gondolat hajtja, hogy „az aktív környezeti munka, a gazdaság, a szociális kérdések és a keresztény hit összetartoznak”. Ezért tennünk kell azért, mondják, hogy „a világ fenntartható legyen, nem csak számunkra, hanem a következő generációk számára is, a világ minden részén.”

A Svenska miljömal 2009-es felülvizsgálata közben felmerült, hogy egyre több szervezet vegyen részt a fenntarthatóság terjesztésében, és az egyház örömmel vállalta a feladatot. Az egyháznak a hivatalos honlapról elérhető, csak a fenntarthatósággal foglalkozó oldala is van.¹⁴⁸ Ezen rengeteg téma található meg, többek között az, hogy milyen teológiai háttere van a fenntarthatóságnak, mi az etikus és szociális fenntarthatóság, hogyan lehet az ünnepi (karácsonyi, vagy húsvéti) asztalt fenntartható módon megteríteni, milyen a környezetbarát takarítás, hogyan vásároljunk fenntartható módon, vagy miért szelektáljuk a szemetet. Az oldal népszerűsíti a Svanen-t (az északi címkézési rendszert), és a fair trade címkézést is. (Az utóbbihoz kapcsolódóan nemrég egy akciót is támogatott, amiben az északi országok versenyeztek abban, hogy ki tud több embert összegyűjteni egy fair trade uzsonnázáshoz.)¹⁴⁹ Az egyház külön „Miljödiplomering” rendszert dolgozott ki, ami lényegében megegyezik az egyéb környezetgazdálkodási rendszerekkel, csak mindezt teológiai alapokra helyezi, és a közösségért való munkát is belevette. 2008-ban elkészült egy kézikönyv¹⁵⁰ a templomoknak arról, hogyan tudják az energia- és vízhasználatukat mérsékelni, ezt az ország különböző pontjaira eljuttatták. Az oldalon a klímavédelemről, a fair trade címkézéstről is elérhetőek oktatási anyagok, de például a természetet és a hitéletet összekapcsoló zárándoklatokra is bízhatnak.

o) *Kretsloppsambället – integrált termékpolitika (2000)*

A *Kretsloppsambället* című stratégia (az angol nyelvű változatban „Strategy for Environmentally Sound Product Policy”)¹⁵¹ és a hozzá kapcsolódó kormányhatározat (az angol nyelvű összefoglaló címe: „An Ecoefficient Society: non-toxic, resource-saving environmental life cycles, summary of Government Bill 2002/03:117”)¹⁵² tartalma lényegében az integrált termékpolitika svédországi változata, illetve adaptációja. Mivel a közpolitikai tartalma lényegében egybeesik azzal, amit az Európai Unió integrált termékpolitikáját bemutatva már ismertettünk, ezért ezt most részletesen nem mutatjuk be.

¹⁴⁴ Svenska kyrkans arbete för klimat och miljö <http://www.svenskakyrkan.se/default.aspx?di=77948&ptid=0>

¹⁴⁵ <http://www.actalliance.org/>

¹⁴⁶ Interfaith Climate Summit <http://www.svenskakyrkan.se/default.aspx?di=143415>

¹⁴⁷ International work for global justice <http://www.svenskakyrkan.se/default.aspx?di=390469&ptid=0>

¹⁴⁸ <http://www.svenskakyrkan.se/hallbarutveckling>

¹⁴⁹ <http://se.fairtradechallenge.org/>

¹⁵⁰ „Handbok i hållbar energianvändning för kyrkan” (Kézikönyv a fenntartható energiahasználatról a templomban) <http://www.svenskakyrkan.se/default.aspx?di=140566>

¹⁵¹ <http://www.sweden.gov.se/content/1/c4/29/59/909c1c95.pdf>

¹⁵² <http://regeringen.se/content/1/c4/09/53/528dde86.pdf>

4. A hazai fogyasztóvédelmi stratégia és cselekvési terv, és összevetésük a nemzetközi példákkal

4.1. A magyar kormány fogyasztóvédelmi stratégiája, cselekvési terve és az ezekben foglaltak teljesüléséről fellelhető dokumentumok

4.1.1. A 2007-től 2013-ig terjedő időszakra szóló fogyasztóvédelmi stratégia¹⁵³

A magyar kormány hatályos, a 2007 és 2013 közötti időszakra szóló fogyasztóvédelmi stratégiájában nem esik szó a fenntartható fogyasztás előmozdításáról, vagy a fenntarthatóságról általában, vagy akár csak a fogyasztás és az erőforrás-használat, illetve a környezetterhelés közötti összefüggésről.

A mindössze hatoldalas dokumentum abból indul ki, hogy egy rendkívül kezdetleges fogyasztói kultúrájú országban élünk, ahol a feladat a tájékoztatlan, a jogaik és szempontjaik érvényesítéséhez nem szokott, ezért a gazdasági szereplőkkel szemben kiszolgáltatott fogyasztók felvértezése valami minimális jogtudatossággal, és az ezt támogató, fejletlen és gyenge fogyasztóvédelmi hatósági intézményrendszer fejlesztése, erősítése.

A dokumentum által kitűzött célok szerények. A kormány azt akarja elérni, hogy a gazdasági szereplők ne forgalmazzanak veszélyes termékeket, ne tévesszék meg a fogyasztókat a szolgáltatási feltételek érthetetlen megfogalmazásával, agresszív üzletpolitikával ne erőszakolják a termékeiket a legvédtelenebb fogyasztókra, és ne csapják be a fogyasztókat azzal, hogy elmulasztják átadni a minőségi kifogás előterjesztését lehetővé tevő bizonylatot. Ugyancsak a szerénység jegyében jelzi a dokumentum, hogy a kormányzat a rendelkezésére álló véges ellenőrzési kapacitást azokra a terepekre fogja koncentrálni, ahol a legtöbb fogyasztó a legtöbb pénzt költi el, azaz a bevásárlóközpontokra és a szupermarketekre. Ezen belül is azokra a termékcsoportokra fog koncentrálni, amelyek „közvetlen elfogyasztással vagy használatukkal veszélyt jelentenek a fogyasztók egészségére, biztonságára, anyagi érdekeire”, és azokra a szolgáltatásokra, amelyekkel a fogyasztók „nap mint nap találkoznak”.

Ezen kívül még a társadalom fogyasztói önvédelemre való képességét tervezi fejleszteni a stratégia a fogyasztóvédelmi civil szervezetek támogatásával, a fogyasztóvédelmi eljárások eredményének nyilvánosságával és a fogyasztói ismereteknek a Nemzeti Alaptantervbe való beépítésével.¹⁵⁴ Az érintett felek (fogyasztói szervezetek és gazdasági szereplők) közti párbeszéd és a kormányzati szintű döntések előkészítésében való társadalmi részvétel megteremtése érdekében a dokumentum Fogyasztóvédelmi Tanács létrehozását irányozza elő.

A dokumentum ezen kívül a hatósági feladatok ellátásának egységesítését és az intézményrendszer megerősítését jelöli ki célként, a kiszabható büntetések elrettentő erejének egyidejű növelése mellett.

¹⁵³ Elérhető itt a „Fogyasztóvédelmi politika” linkre kattintva: <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139>

¹⁵⁴ Ahogy a továbbiakban ki fog derülni, ez az az eleme a stratégiának, ami a fenntartható fogyasztás szempontjából lényegesnek bizonyult.

4.1.2. A stratégiából következő, a 2007-től 2010-ig terjedő időszakra szóló fogyasztóvédelmi cselekvési terv¹⁵⁵

A stratégiából következő, a stratégia érvényességi idejének első négy évére szóló cselekvési terv egyik lényeges fejleménye a stratégiához képest, hogy ebben megjelenik az a szempont, hogy a fogyasztóknak nem csak védendő biztonsági és gazdasági érdekeik vannak, hanem a fogyasztói tudatosságnak a társadalmi felelősség is egy elképzelhető dimenziója, aminek egyik lehetséges megjelenési módja, ha a fogyasztó a termékek és szolgáltatások közötti választásaiban a fenntarthatóság szempontjait is érvényesíteni akarja.

A dokumentum elején, az Európai Unió fogyasztóvédelmi stratégiájában kitűzött célokat összefoglaló szakaszban (a második és a harmadik oldalon) összesen négy bekezdés szól a fenntartható fogyasztásról. Ebből egy a fenntartható fogyasztás fogalmának meghatározása. *A maradék három bekezdés arra alkalmas, hogy jelezze, a kormány tud róla, hogy a fogyasztóvédelmi közpolitikának a fenntarthatóság is egy lehetséges aspektusa, és ez szerepel az Unió szakstratégiájában.* Az itt szereplő megfogalmazások kizárólag általánosságokat tartalmaznak, amelyek közül a legkonkrétabb annak az elvnek a megfogalmazása, hogy az egészséges környezethez fűződő alkotmányos jogból levezethető, hogy a fogyasztót abba az információs helyzetbe kell hozni, hogy a választásaival tehesse a környezete egészségesebbé válásáért. A dokumentum azt a követelményt is megfogalmazza, hogy „a fogyasztóvédelem hazai irányításáért felelős szervezeteknek tisztában kell lenniük a fenntartható fogyasztás fogalmával és alapvető követelményeivel”, és „látniuk kell, hogy bizonyos szabályozási megoldások vagy meg nem oldott szabályozási feladatok milyen irányba is terelik a fogyasztás szerkezetét”.

Mivel cselekvési tervről van szó, az olvasó azt várna, hogy a dokumentum további szakaszaiban intézkedési, jogalkotási, intézményfejlesztési tervekkel, programjavaslatokkal találkozunk, amelyek ezekből az elvekből, általános célkitűzésekből következnek. Ilyenek azonban, leszámítva az oktatási rendszeren belüli fogyasztóvédelmi képzés témakörét, csak minimálisan jelennek meg.

A cselekvési terv hetedik, „A szakmai érdekképviselői szervezetek erőteljesebb bevonása” című szakaszában fordulnak elő először a fenntarthatósággal kapcsolatos tervek. A kormány *a vállalatokra vonatkozóan* tervezte egyrészt olyan, az etikus magatartást értékelő minősítési rendszer bevezetését, amelynek a fenntarthatóság is egy szempontja, másrészt érezhető marketingértékű díjakat tervezett alapítani – ugyancsak vállalatok számára – amelyek között feltételezhetően olyan is volna, amit környezeti, fenntarthatósági szempontok alapján ítélnék oda.¹⁵⁶

Ezen kívül a 8.4-es, „Fogyasztóvédelmi ismeretek oktatása” című szakaszban jelenik meg a fenntartható fogyasztás előmozdítása. A szöveg megfogalmazása azt tükrözi, hogy a dokumentum szerzői a fogyasztóvédelmi oktatás egyik legfontosabb céljának a fenntarthatóság megvalósításához nélkülözhetetlen társadalmi tudatosság, fogyasztói felelősség megalapozását tekintik. Hosszú távon az oktatási rendszer minden szintjén – már az óvodától kezdve, rövidtávú megoldásként a középfokú oktatás magasabb évfolyamain, a felsőfokú képzésben pedig elsősorban a tanárképzésben és továbbképzésben tartja szükségesnek az anyag a fenntarthatósági szemléletű tudatos fogyasztóvá nevelésnek a pedagógiai, illetve képzési programokban való megjelenítését.

¹⁵⁵ Elérhető itt a „Cselekvési program” linkre kattintva: <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139>

¹⁵⁶ A szövegben ez szerepel: „A gazdasági szereplők körében vevőközpontúságra, minőség tudatos gazdálkodásra, a „felelős vállalat” koncepció erősítésére és elismerésére van szükség az alábbiak szerint: [...] Minősítő rendszerek kidolgozása szükséges az etikus vállalati magatartás értékelésére, pl. „Mi figyelünk a fogyasztóinkra és a környezetünkre” (fenntartható anyag-, energia- és technológia-felhasználás, garancia, csomagolás, ügyfélszolgálat, szerviz, visszaveszi-e az elhasznált termékét, újrahasznosításáról gondoskodik-e, munkavédelem, stb.). Díjak alapítása (az etikus, felelősségteljes piaci magatartás díjazására) és ezáltal az etikus piaci-gazdasági működés népszerűsítése ágazatonként, szektoronként (átadás nagy publicitással, elismeréssel a díj birtoklásának legyen marketingértéke).”

A dokumentum célul tűzte ki, hogy a Nemzeti Alaptanterv 2007-es felülvizsgálata során a tudatos és kompetens fogyasztóvá váláshoz szükséges különböző ismeretek épüljenek be a jellegüknek megfelelő műveltségi területek képzési követelményeibe. Ehhez szükség van a tanárok felkészítésére, továbbképzésére is. A dokumentum erre a célra pályázati rendszer felállítását irányozza elő, amelynek finanszírozási forrásául a fogyasztóvédelmi bírságokból származó bevételt jelöli meg.

A dokumentum azt is szükségesnek tartja, hogy a jövőben a tankönyvek bírálati szempontjai között a fogyasztóvédelmi ismeretek beépítésének kritériuma is jelenjen meg.

A szakképzésben a szakmai és vizsgakövetelmények felülvizsgálata során figyelembe kell venni az adott szakmához kapcsolódóan felmerülő fogyasztóvédelmi ismereteket is.

Amennyiben a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatásának és a tudatos, felelősségteljes fogyasztói magatartásra nevelésnek az egyik fő célja a fenntartható fogyasztás előmozdítása, ahogy azt a szakaszt bevezető bekezdés mondja, feltehetően ezeknek az utóbb felsorolt, a fogyasztói ismeretek oktatásával kapcsolatos tervezett intézkedéseknek is célja a fenntarthatóságra nevelés.

4.1.3. A cselekvési tervből következő konkrét kormányzati teendőkről szóló kormányhatározat¹⁵⁷

A kormány 2007 májusában határozatban állapította meg a 2007 és 2010 közötti időszakra szóló cselekvési program végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedéseket. Ezek között az alábbiak lehetnek relevánsak a fenntartható fogyasztás szempontjából.

„7.1. A Nemzeti Alaptanterv (NAT) felülvizsgálata során a fogyasztóvédelmi ismeretek specialitásuknak megfelelően az egyes műveltségi területekbe kerüljenek beépítésre.”

„7.2. Támogatni kell az alap- és középfokú intézmények pedagógusai fogyasztóvédelmi továbbképzését.”

„7.3. Támogatni kell a fogyasztóvédelmi szakirányú továbbképzés tananyagának kidolgozását és a Magyar Felsőoktatási Akkreditációs Bizottság általi elfogadtatását, ennek céljából közös pályázatot kell meghirdetni.”

„7.4. Az Országos Képzési Jegyzékben (OKJ) szereplő szakképesítések szakmai és vizsgakövetelményeinek felülvizsgálata során figyelembe kell venni az adott szakmához kapcsolódó fogyasztóvédelmi ismereteket.”

Ezekhez a feladatokhoz a kormányhatározat 2007 júniusára és 2008 márciusára közötti határidőket rendelt.

4.1.4. A Szociális és Munkaügyi Minisztérium értékelése a kormányrendeletben rögzített feladatok teljesítéséről

A fenti kormányhatározat végrehajtásáról a Szociális és Munkaügyi Minisztérium, amely a kormány szervei közül elsősorban felelős a fogyasztóvédelemért, a honlapján számol be. Ennek a beszámolóban az 5. pontja foglalkozik azoknak a feladatoknak a teljesítésével, amelyeket az imént a fenntartható fogyasztás szempontjából potenciálisan relevánsként azonosítottunk. Ebben a minisztérium a következő eredményekről számol be.

A minisztérium, az Oktatási és Kulturális Minisztériummal közösen elkészítette, és 2007 nyarán a kormány elé terjesztette a javaslatát arra vonatkozóan, hogy a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatását a Natba hogyan kell beépíteni, és a javaslatot a kormány elfogadta.

¹⁵⁷ Elérhető itt az „1033/2007 (V. 23.) Korm. határozat” linkre kattintva:
<http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139>

Az általános és középiskolai kerettantervekbe is bekerültek a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatásával kapcsolatos konkrét, tantárgyakba építhető feladatok.

2009-ben a két minisztérium megállapodást kötött egymással annak felmérésére, hogy a kerettantervben szereplő ilyen irányú feladatok milyen mértékben épültek be az iskolák helyi pedagógiai programjaiba.

Ezt az intézkedéssorozatot egy pályázati rendszer is támogatta. „A fogyasztóvédelem társadalmosítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” címet viseli az a TÁMOP-pályázat, ami az oktatás területén támogatja fogyasztóvédelmi programok megvalósítását az Unió forrásaiból. Ebből a forrásból lehet finanszírozni a Nat által megszabott keretekbe illeszkedő fogyasztóvédelmi modulok kidolgozását, illetve a felsőoktatásban és a tanártovábbképzésben használható fogyasztóvédelmi tárgyú segédanyagok kidolgozását.

Az Országos Képzési Jegyzékben szereplő szakképesítések tartalmi fejlesztése során, 2009-ben, közel hatvan szakma követelményeiben megjelentek a fogyasztóvédelmi ismeretek.

4.1.5. A hatályos Nemzeti Alaptanterv, a fenntarthatóság és a fogyasztói kompetenciák

A Nemzeti Alaptanterv¹⁵⁸ a nevelés-oktatás közös értékei között említi azt a tudást, és azokat a viselkedési jellemzőket, amelyek birtokában a magyar állampolgárok képesek hozzájárulni többek között a fenntarthatósághoz. *„A hosszú távú környezeti és gazdasági fenntarthatóság és a társadalom felelősségtudatának fejlesztése érdekében a Nat ösztönzi az etikus gazdasági és társadalmi viselkedésmódok megismertetését”* – mondja a II. rész második bekezdése.

Az iskolai nevelés-oktatás alapvető céljait bemutató III. részben, a kulcskompetenciák definíciójában több helyen megjelenik olyan elem, ami a fenntarthatóságot fogyasztói magatartásukkal is előmozdító állampolgárok nevelése szempontjából releváns. A Nat szerint a természettudományos kompetencia *„magában foglalja az emberi tevékenység okozta változások megértését és az ezzel kapcsolatos, a fenntartható fejlődés formálásáért viselt egyéni és közösségi felelősséget”*. A szociális és állampolgári kompetencia részeként elsajátítandó attitűdök meghatározásában is szerepel *„a fenntartható fejlődés támogatása”*.

Ugyancsak a III. rész határozza meg a kiemelt fejlesztési feladatokat. Ezek egyike a gazdasági nevelés, amely *„a gazdálkodás és a pénz világára vonatkozó tudás”* átadását szolgálja. Itt a szöveg úgy fogalmaz, hogy *„Az iskolai nevelésnek alapvető szerepe van abban, hogy a tanulók tudatos fogyasztókká váljanak, mérlegelni tudják a döntéseikkel járó kockázatokat, a hasznot vagy a költségeket. Ismerjék fel a fenntartható fogyasztás és az egyéni érdekeik kapcsolatát. Hozzájárul annak a képességnek a kialakításához, hogy megtalálják az egyensúlyt a rövidebb és hosszabb távú előnyök között.”* A környezettudatosságra nevelés szintén a kiemelt fejlesztési feladatok egyike. Ennek meghatározásában a fenntarthatóság és a fogyasztói magatartás így jelenik meg: *„A környezeti nevelés során a tanulók ismerjék meg azokat a jelenlegi folyamatokat, amelyek következményeként bolygónkon környezeti válságjelenségek mutatkoznak. Konkrét hazai példákon ismerjék fel a társadalmi-gazdasági modernizáció egyénre gyakorolt pozitív és negatív hatásait a környezeti következmények tükrében. Értsék a fogyasztás és a környezeti erőforrások kapcsolatát, a fenntartható fogyasztás elvét”*.

Később, a Natnak az egyes műveltségi területek évfolyamokra lebontott követelményeit bemutató VII. részében ezek a célkitűzések visszaköszönnek. Mind az *„Ember a természetben”*, mind az *„Életvitel és gyakorlati ismeretek”* műveltségi terület részletes követelményeiben megjelennek a kritikus, felelősségteljes, a fenntarthatóságot szem előtt tartó fogyasztói attitűdre felkészítő oktatási-nevelési célok és ismeretek. Ebből a szempontból a Nat tartalma megnyugtatónak, magas színvonalúnak tűnik.

¹⁵⁸ <http://www.okm.gov.hu/kozoktatás/tantervek/nemzeti-alaptanterv-nat>

Megpróbáltunk felkutatni olyan, az új Nat implementációjáról szóló tanulmányt, ami az általános problémákon túl a fenntarthatóságra és a tudatos fogyasztóvá nevelés gyakorlatát is összeveti a Natban rögzített célkitűzésekkel, ílyet azonban nem találtunk. Tekintettel arra, hogy a két minisztérium 2009-ben kötött megállapodást annak feltárására, hogy a helyi pedagógiai programokban ezek a célok hogyan érvényesülnek, várható, hogy nemsokára erről is lesznek adatok.

4.1.6. A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Stratégia¹⁵⁹

A 2007 júniusában elfogadott Nemzeti Fenntartható fejlődési stratégia 3.4.2. szakasza a „Fenntartható termelési eljárások és fogyasztói szokások” címet viseli. Az ebben szereplő egyik célkitűzés olyan fenntartható fogyasztási minták elterjesztése, amelyek kisebb anyag- és energiaigénnyel elégítik ki a szükségleteket. A dokumentum szerint el kell fogadtatni, hogy a fenntarthatóság nem érhető el az anyagi fogyasztás csökkentése nélkül.

Ennek a célnak az eléréséhez a stratégia fogyasztóvédelmi eszközök felhasználását is előírja. „A megfelelő tájékoztatás jelentős segítséget nyújthat azáltal, hogy informálja a termelőket és fogyasztókat az általuk vásárolt termékek és szolgáltatások hatásairól, és lehetővé teszi számukra a helyes döntések meghozatalát” – szól a szöveg (44. oldal). A dokumentum alkotói azonban láthatóan ehhez előfeltételnek tekintik „a lakosság általános kulturális helyzetének” és az oktatás színvonalának javítását, mert ettől várják, hogy előáll az a helyzet, hogy a magyar fogyasztók nem tesznek egyenlőségeket az anyagi fogyasztás és az életminőség közé, és fogékonyá válnak a fogyasztás etikai szempontjaira. *A stratégiának ez a része tehát konzisztens a fogyasztóvédelmi stratégia pesszimista hangvételével és a cselekvési terv oktatás-nevelést előtérbe helyező hangsúlyával.*

A dokumentumban megjelenik több olyan, a fogyasztókat érintő közpolitikai eszköz használatának előrevetítése, amely az uniós stratégiákban és a vizsgált három másik ország közpolitikai dokumentumaiban is megjelenik. Ezek közé tartozik a környezeti externáliák beárazásának igénye, ami nyilván megjelenne az árképzésben, s ezzel alakítaná a fogyasztási szerkezetet,¹⁶⁰ a zöld közbeszerzés (és az állami és más közszervek egyéb beszerzéseinek zöldítése), ami a dokumentum szerint önmagában elég nagy volumen képvisel ahhoz, hogy jövedelmezővé tegye a fenntartható technológiák alkalmazásába való befektetéseket, a zöldmarketing ösztönzése, ugyanakkor hitelének biztosítása (a környezeti teljesítmény mérésébe való állami befektetéssel), a környezetbarát termékek könnyen azonosítható címkézése és a csomagolásból eredő hulladék mennyiségének visszaszorítása. A dokumentum a kereskedelem szerepvállalására is számít ezeknek a céloknak az elérésében.

¹⁵⁹ http://www.nfu.hu/ormany_atal_elfogadott_nemzeti_fenntarthato_fejlodesi_strategia

¹⁶⁰ Kénytelenek vagyunk megjegyezni azonban, hogy a stratégia elfogadása óta a kormány több hullámban jelentős átrendezéseket hajtott végre az adórendszerben, ezekben azonban nincs nyoma a környezeti externáliák következetes beárazásának, sőt még annak sem, hogy a zöldadók súlya a költségvetés bevételi szerkezetében növekedne – noha ez előnyös volna azért is, mert többlet-mozgásteret adna a munka közterheinek csökkentésére.

4.2. Azoknak a tartalmaknak a táblázatos összefoglalása, amelyek a nemzetközi példák és a nemzetközi szervezetek közpolitikai stratégiái alapján a hazai stratégiában és cselekvési tervben megjelenhetnének, és összevetésük a tényleges hazai tartalmakkal.

4.2.1. Általános elvek és célok

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
A fogyasztók jogának biztosítása arra, hogy tegyenek a fenntarthatóságért/egészséges környezetért	ENSZ (1.1.1.), EU (1.2.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.2, 4.1.6.)
A termékek és szolgáltatások környezeti hatásának bemutatása a fogyasztóknak adott képzésben	ENSZ (1.1.1.), EU (1.2.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
Egészségügyi és környezeti információk feltüntetésének előírása az áruk címkéin	ENSZ (1.1.1)	X
Egészségügyi és környezeti információk feltüntetésének az áruk címkéin önkéntesen	EU (1.2.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.)
Környezeti információk adása a termékekről és szolgáltatásokról más módokon a boltban	FI (1.3.2)	X
Környezeti információk adása a termékekről és szolgáltatásokról rendszerezve, kereshetően és összehasonlítható módon	SE (1.3.3.)	X
Általában az etikus fogyasztás fejlesztése	EU (1.2.6.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓
A fogyasztási mintázatok megváltoztatásának célként való kitűzése	ENSZ (1.1.1), EU (1.2.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.)
A fogyasztók legyenek képesek megítélni/kiszámítani a saját személyes fogyasztásuk környezeti hatását	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fogyasztóvédelmi politika kialakítása során tekintettel kell lenni a fenntartható fejlődésről szóló nemzetközi egyezményekre is.	ENSZ (1.1.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A nemzetközi szervek fenntartható fogyasztásért tett erőfeszítéseinek ösztönzése, kezdeményezése	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fogyasztásból adódó környezeti hatások exportjának visszaszorítása	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A gyártók és forgalmazók által a termékekről és szolgáltatásokról adott környezeti információk hitelességének biztosítása	ENSZ (1.1.1.), EU (1.2.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.)
A zöldmarketing önkéntes reklámetikai szabályozása	ENSZ (1.1.1.), UK (1.3.1.)	X

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
A zöldmarketing szabályozása kötelező eszközökkel	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
Az oktatásban fogyasztói kompetenciák fejlesztése fenntarthatósági tartalommal	ENSZ (1.1.1, 1.1.2), EU (1.2.1.), UK (a fogyasztóvédelmi rezsimeket bemutató, a 29. lábjegyzetben idézett anyag szól erről), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ Ez a fő erőssége a hazai közpolitikának. (4.1.2, 4.1.3, 4.1.4, 4.1.6.)
A tanárok felkészítésére a fenntartható fogyasztásra való oktatásra	ENSZ (1.1.2.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.2.)
A fogyasztói tudatosság fejlesztése kampányokkal	EU (1.2.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A jó életminőség fogalmának átalakítása az anyagi fogyasztás háttérbe szorításával, a kultúra, a természet és a nem anyagi szolgáltatások előtérbe helyezésével	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható fogyasztást szolgáló intézményi kapacitások fejlesztése	ENSZ (1.1.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X De általában a fogyasztóvédelmet szolgáló intézményi kapacitások fejlesztése megjelenik (4.1.1, 4.1.2).
A közsféra példamutatása fenntartható fogyasztásból	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A közsféra vásárlóerejének kihasználása a termékkínálat összetételének alakítására	EU (1.2.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓
A civilszférával való együttműködés a fenntartható fogyasztásért	ENSZ (1.1.2.), EU (1.2.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X A civilszférával való együttműködés hangsúlyosan megjelenik a hazai stratégiában, de tartalmilag a fogyasztók gazdasági és biztonsági érdekeinek védelmére szorítkoznak az említések.
Az egyházakkal való együttműködés a fenntartható fogyasztásért	ENSZ (1.1.2), SE (1.3.2.)	X
Fiatalokra célzott speciális program a fenntarthatóságot is szolgáló fogyasztói tudatosság fejlesztéséért	ENSZ (1.1.2.), EU (1.2.1.), SE (1.3.3.)	X De az EU erre a célra szolgáló felületei (Dolceta, Európa-napló) rendelkeznek magyar nyelvű, ilyen tárgyú tartalommal.
Klímvédelem fogyasztóvédelmi eszközökkel	EU (1.2.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható turizmus fejlesztése fogyasztóvédelmi eszközökkel	ENSZ (1.1.3), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható építésügy fejlesztése fogyasztóvédelmi eszközökkel	ENSZ (1.1.3.), UK (1.3.1, 3.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X (De általában – a fogyasztóvédelmi aspektusok nélkül – a fenntartható építésügy fejlesztésének igénye megjelenik: 4.1.6)
Az energiafelhasználás csökkentése fogyasztóvédelmi eszközökkel	ENSZ (1.1.1.), EU (1.2.6.), UK (1.3.1), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A vízfelhasználás csökkentése fogyasztóvédelmi eszközökkel	ENSZ (1.1.1.), UK (1.3.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
Az élelmiszerral való pazarlás csökkentése fogyasztóvédelmi eszközökkel	UK (1.3.1.), SE (1.3.3.)	X

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
Az fenntartható mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat fejlesztése fogyasztóvédelmi eszközökkel	ENSZ (1.1.1.) EU, FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható életmód fejlesztése fogyasztóvédelmi eszközökkel	ENSZ (1.1.3.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.)
A fogyasztók közvetlen bekapcsolása a termékfejlesztés folyamatába a fenntartható termékekért	FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X

4.2.2. A fenntarthatóság mint horizontális elv

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
A fenntarthatóságot szolgáló fogyasztóvédelmi politikát integrálni kell más szakpolitikákkal	ENSZ (2.1.1, lásd különösen a Fogyasztóvédelmi Irányelvek 44. bekezdését), EU (2.2.2, 2.2.3.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓
A termékek és szolgáltatások környezeti teljesítményénél az egész életciklust kell figyelembe venni	ENSZ (2.1.1.) EU (2.2.3), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓
Pártatlan tesztelés	ENSZ (2.1.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fogyasztói információk megalapozására különböző piacokon egységesen alkalmas adatok kellene a termékek környezeti tulajdonságairól	EU (2.2.5.), Északi együttműködés (FI, SE)	X
A fenntartható fogyasztás és az egészséges életmód közti összefüggés hangsúlyozása	ENSZ (2.1.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
Az externáliák internalizálását szolgáló fiskális eszközök használata	ENSZ (2.1.1.), EU (2.2.4, 2.2.6.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.) De a fenntartható fejlődési stratégia elfogadása óta bekövetkezett adórendszeri átalakítások ezt nem tükrözik.
Indikátorok kidolgozása a fenntartható fogyasztási szerkezet irányába tett elmozdulás kvantitatív értékelésére	ENSZ (2.1.1.), EU (2.2.5.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható fogyasztási szerkezet előmozdítása a közbeszerzési politikával	ENSZ (2.1.1.), EU (2.2.4), UK (1.3.1), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.)
A fenntartható fogyasztási szerkezet előmozdítása a mezőgazdasági támogatási politikával	ENSZ (2.1.1.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható fogyasztási és termelési szerkezet kialakulásának előmozdítása iparpolitikai eszközökkel	EU (2.2.3.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
Integrált termékpolitika	EU (2.2.4.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	✓ (4.1.6.)

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
A fenntarthatóság mellett elkötelezett civil szervezetek részvételének garantálása, fejlesztése a jogalkotásban és döntés-előkészítésben	EU (2.2.4.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható fogyasztás előmozdítása szabványügyi eszközökkel	EU (2.2.4.), FI (1.3.2.), SE (1.3.3.)	X
A fenntartható fogyasztás előmozdítása nemzetközi technológia-átadással	ENSZ (2.1.1.), FI (1.3.2.)	X

4.2.3. Konkrét közpolitikai eszközök

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
Az ökocímkézés fejlesztése, népszerűsítése	ENSZ (3.1.), EU (3.2.2.), UK (3.3.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X De az Unió ökocímke nálunk is érvényes.
A biocímkézés fejlesztése	EU (3.2.4.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
Az élelmiszerek származási helyének kötelező feltüntetése a címkén	FI (3.3.2.)	X
A címkézésen kívül más, a boltban használható információátadási módszer fejlesztése az élelmiszerek előállításánál használt technológiákról	FI (3.3.2.)	X
Tanácsadás a fenntartható konyha vezetéséről	SE (3.3.2.)	X
Adatbázis a helyben elérhető biotermelőről	SE (3.3.2.)	X
Energiacímkézés és autócímke	EU (3.2.3.), UK (3.3.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	✓ A stratégiában nem jelenik meg, de természetesen működik nálunk is.
Adatbázis a piacon levő új autók környezeti jellemzőiről	SE (3.3.3.)	X
Reklámetikai, illetve a félrevezető zöldreklám tilalmára vonatkozó szabályozás	ENSZ (3.1.), EU (3.2.3.), UK (3.3.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	✓ Az elemzett szövegekben nem jelenik meg, de a reklámetikai kódex érvényes erre a területre is.
A zöldmarketing rendszeres hatósági ellenőrzése és elemzése	FI (3.3.2.)	X
A megtévesztő címkézés lebuktatására irányuló kampányok	FI (3.3.2.)	X
On-line, rendszerezett adatbank a termékek és szolgáltatások környezeti hatásairól a teljes életciklusukra nézve	EU (3.2.3.), (ENSZ 3.2.3), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
Helyi és regionális jegyzékek az ökológiailag hatékony szolgáltatásokról	FI (3.3.2.)	X

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
A személy- és áru fuvarozók környezeti teljesítményéről adatok gyűjtése és a fogyasztók rendelkezésére bocsátása	FI (3.3.2.)	X
A fogyasztók informálása a szabadidős, rekreációs tevékenységek környezeti hatásairól	FI (3.3.2.)	X
Hotelek, szálláshelyek környezeti címkézése	EU (3.2.3), SE (3.3.3.)	X
Tanúsítás, szabványosítás	EU (3.2.3.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	
Pártatlan tesztelés (amit a fogyasztóvédelmi hatóság is végez)	ENSZ (3.1.), EU (3.2.3.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	✓ A stratégiában szövegszerűen nem jelenik meg, de létezik.
A fenntartható fogyasztásról szóló közpolitikai döntéshozatalt és a fogyasztók informálását is segítő fogyasztóügyi kutatóközpont	FI (3.3.2), SE (3.3.3.)	X
Zöldadók fejlesztése, káros támogatások leépítése	ENSZ (3.1.), EU (3.2.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
A szolgáltatások igénybevételének támogatása az anyagi fogyasztással szemben fiskális eszközökkel	FI (3.3.2.)	X
Fogyasztói ismeretek oktatása az iskolarendszerben	UK (lásd a 29. lábjegyzetben szereplő dokumentumot), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	✓ (4.1.2, 4.1.3, 4.1.4, 4.1.5, 4.1.6.)
Fogyasztói ismeretek oktatása az iskolarendszeren kívül	EU (3.2.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
A fiatalok fogyasztási szokásainak alakítására célzott programok és kampányok	SE (3.3.3.)	X
A nemzeti fogyasztás által generált világméretű anyagáramlás felmérése és a fogyasztók tájékoztatása erről	FI (3.3.2.)	X
Felhasználóbarát on-line eszköz, amivel mindenki kiszámíthatja a saját fogyasztásának környezeti hatásait	FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
A zöld közbeszerzést szolgáló szabályozás és információgyűjtés, információszolgáltatás	EU (3.2.1, 3.2.3.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
Kötelező fenntartható közbeszerzési stratégia az egész közszférában (a helyi önkormányzatoknál is), indikátorokkal, monitoringgal	FI (3.3.2.)	X
Környezeti terméknnyilatkozat (EPD)	EU (3.2.3.)	X
A helyhatóságokhoz telepített fogyasztói tanácsadói rendszer, amelynek feladata a fenntartható fogyasztás előmozdítása is	FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
A helyhatóságok helyi Agenda 21-ei	SE (3.3.3.)	X
Kampány, információszolgáltatás és tanácsadói hálózat a nyersanyag-használat csökkentésére	FI (3.3.2.)	X

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
Fogyasztói tanácsadó-hálózat, kampány, on-line tájékoztatás a háztartási energiafelhasználás csökkentésére	UK (3.3.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
A megújuló forrásból előállított áram fogyasztásának támogatása árampiaci információval, ár-összehasonlítással	SE (3.3.3.)	X
Fogyasztói tanácsadó-hálózat és kampány a vízfelhasználás csökkentésére	UK (3.3.1.), FI (3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
Tanácsadói szolgáltatás és pályázható forrás az energiahatékony építés elősegítésére	UK (3.3.1.), FI (1.3.2, 3.3.2.), SE (3.3.3.)	✓ Nem az idézett szövegekben jelenik meg, de léteznek ilyen programok Magyarországon (Panelprogram).
Az energiahatékonyág érvényesítése az állami lakástámogatási rendszerben	FI (3.3.2.)	X
Környezeti szemléletű építési és felújítási minőségbiztosítási rendszer	FI (3.3.2.)	X
Tanácsadói szolgáltatás a helyi megújuló energiatermelés lehetőségeiről	FI (3.3.2.)	X
A meglévő épületállomány jobb kihasználásának támogatása, szervezése	FI (1.3.2.)	X
Az olcsó, de nem energiahatékony termékek kivezetése a piacról	UK (3.3.1.)	X
A javítás, közös használat, bérlet, helyi használtcikk-, csere- és alkatrészpiac támogatása	FI (3.3.2.)	X
Kampány és on-line információszolgáltatás az élelmiszerek pazarlásának visszaszorításáért	UK (3.3.1.), SE (3.3.3.)	X
Szabályozás és kampány a csomagolási és a bevásárlószatyrokból származó hulladék visszaszorítására	UK (3.3.1.), SE (3.3.3.)	X
A fogyasztók informálása a hulladékok sorsáról, tanácsadás a hulladékmennyiség csökkentéséhez	SE (3.3.3.)	X
A teljes oktatási és közszférában kötelező az organikus és helyi élelmiszerek használata az étkeztetésben	FI (1.3.2, 3.3.2.), SE (3.3.3.)	X
Platform a fogyasztók részvételének biztosítására a termékfejlesztés folyamatában	FI (3.3.2.)	X
Fenntarthatósági kritériumrendszer a közszféra mezőgazdasági és élelmiszer-beszerzéseire	FI (3.3.2)	X
Civil szervezetek támogatása a fenntartható fogyasztást segítő információk terjesztésében	FI (1.3.2, 3.3.2.), SE (3.3.3.)	✓ Ez létezik, noha a stratégiában szövegszerűen nem jelenik meg.

Tartalom	Hol jelenik meg a nemzetközi példák közül (előfordulás fentebb)	Megjelenik-e a hazai közpolitikai dokumentumokban (előfordulás fentebb)
A fenntartható fogyasztás előmozdítása érdekében végzett fogyasztóvédelmi tevékenység eredményének indikátorok alapján történő mérése, értékelése	SE (3.3.3.)	X
Együttműködés az egyházzal az etikus fogyasztást megalapozó értékek terjesztésében	SE (3.3.3.)	X
Fogyasztói információszolgáltatás a vállalatok környezeti menedzsmentjéről	FI (3.3.2.)	X
A vállalati magatartást a fenntarthatóság szempontjából értékelő minősítési rendszer és díj	-	✓ (4.1.2.) A stratégiában szerepel, de nem találtunk információt arról, hogy megvalósult-e.

5. Javaslatok a hazai fogyasztóvédelmi közpolitika fenntarthatósági elemekkel való bővítésére

Megítélésünk szerint a hatályos hazai fogyasztóvédelmi stratégia szemlélete rendkívül pesszimista. Ez a pesszimizmus vélhetően a hazai fogyasztói kultúra és a fogyasztóvédelmi intézményrendszer kapacitásának reális értékelésén alapul. A stratégia célkitűzéseinek megváltoztatására nem is tudunk felelős javaslatot tenni anélkül, hogy tudnánk, hogy van-e esély az intézményi kapacitások bővítésére az előttünk álló években.

A stratégia célkitűzéseinek szerénységét azonban a szöveg nem csak az intézményi kapacitások elégtelenségével indokolja, hanem a hazai fogyasztói kultúra kezdetleges voltával is, amiből a stratégia szerzői szerint az következik, hogy először olyan alapvető célokat kell kitűzni, mint a minimális fogyasztói jogtudatosság megteremtése és a fogyasztói jogérvényesítést szolgáló intézményrendszer kiszámítható, egységes, üzemszerű működésének biztosítása. Mi nem tudjuk megítélni, hogy a hazai fogyasztói kultúrának a stratégiából kitűnő lesújtó értékelése helytálló-e, abban azonban kételkedünk, hogy a tudatos fogyasztói magatartás kialakulása csak apró lépésekben lehetséges, és ennek során például az etikai elvek által vezérelt fogyasztói magatartás megjelenése vagy elterjedése csak akkor válna lehetségessé, ha a fogyasztók elsöprő többsége már tudatában van a jogos biztonsági és gazdasági érdekeinek, és ezek érvényesítésére magától értetődően képes. Épp ellenkezőleg, azt is elképzelhetőnek tartjuk, hogy az erkölcsi megfontolások által vezérelt fogyasztói magatartás elterjedését segítő és érvényesülésének feltételeit megteremtő közpolitika húzó hatással lehet az alapvető fogyasztói tudatosság fejlesztésére is, és a gazdasági szereplőket is ösztönözheti arra, hogy a fogyasztókat egyenlő, kompetens félnek tekintsék. *Ha a fogyasztóvédelmi intézmények proaktívan keresnék a fogyasztókat olyan információkkal, amelyek őket például a fenntarthatósági szempontú fogyasztói döntéseik meghozásában segítik, az azt is katalizálhatja, hogy a fogyasztók a hagyományos fogyasztóvédelmi ügyekben bizalommal forduljanak az őket védő intézményrendszerhez.*

Azt az információszoolgáltatási funkciót, amit a fejlett fogyasztóvédelmi kultúrájú országokban a fogyasztóvédelemért felelős állami szervek látnak el, benne a termékek és szolgáltatások környezeti hatásairól szóló információk gyűjtésével, rendszerezésével, összehasonlíthatóvá tételével, véleményünk szerint nem lehet teljes egészében a civil szférára bízni. Még ha a civil szervezetek egy részét el is végzik az információgyűjtő munkának, az adatok összehasonlíthatóságát, az egységes, jól kereshető adatbázisok létrehozását valakinek garantálnia kell, és a fogyasztó számára is magától értetődő, hogy először a fogyasztóvédelmi szervekhez forduljon ilyen információkért.

Ha ma próbálkozik valaki ezzel, a Fogyasztóvédelmi Hatóság honlapján, a címlapon semmilyen támpontot nem talál arra nézve, hogy hol keressen olyan adatokat, amelyek segítségével fenntarthatóbbá teheti a háztartása fogyasztását, akár a Hatóság honlapján, akár más honlapokon. Ha a honlap bal oldalán található menüben a „Jó, ha tudjuk” menüpontot választja, egy-egy területről röviden információt adó, néhányoldalas kiadványokat talál, amelyek között akár lehetne is olyan, ami fenntarthatósági szempontból releváns. Az ebből nyerhető információ azonban a minimálisnál is kevesebb és nem az átlagos fogyasztó befogadóképessége szerint strukturált. A fogyasztóvédelemért felelős Szociális és Munkaügyi Minisztérium honlapján semmilyen ilyen jellegű információ nem található. A minisztérium honlapja tájékoztat a megyeszékhelyeken és néhány más városban működő, nagyjából civil által működtetett Fogyasztói Tanácsadó Irodák címéről és elérhetőségéről, ezeknek azonban jellemzően nincs honlapjuk. A sok tanácsadó iroda működtetésében részt vevő Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület honlapján sem akadtunk nyomára annak, hogy hol kaphatnánk rendszerezett formátumban információt vagy tanácsokat, ha fenntarthatóbbá akarnánk tenni a fogyasztásunkat. Láthatóan rendkívül minimalista tehát a kormányzat elképzelése arról, hogy milyen információszoolgáltatást és tanácsadást kellene adnia a fogyasztóknak, és azt hogyan, milyen

szervezeti keretek között oldja meg. Ezért, a korábbiakban bemutatott nemzetközi példák alapján a következő javaslatokat tesszük.

1. Szerintünk célszerű lenne újrafogalmazni a 2007-2013-as időszakra szóló fogyasztóvédelmi stratégiát, de legalább a 2007-2010-esnél lényegesen ambiciózusabb cselekvési tervet megfogalmazni a 2011-13-as időszakra. Elengedhetetlen lenne világossá tenni, hogy a kormányzat valóban feladatának tekinti, hogy a magyar fogyasztók számára lehetővé tegye, hogy ha fenntarthatóbbá akarják tenni a fogyasztásukat, akkor hozzájussanak azokhoz az információkhoz, amelyek alapján ez lehetséges.
2. Első lépésként azt javasoljuk, hogy a cselekvési terv szabja feladatul a Fogyasztóvédelmi Hatóságnak, hogy az Unióban működő és nálunk is létező címkézési rendszereket kampányokkal népszerűsítse, és a honlapjának kiemelt helyén adjon információt többek között a címkék háttérében álló minősítési rendszerekről és a Magyarországon elérhető címkézett (például az uniós öko címkét viselő) termékekről.
3. Második lépésként legyen ugyancsak a Hatóság feladata, hogy néhány, a mindennapi életvitel ökológiai hatása szempontjából kulcsfontosságú területen (táplálkozás, a háztartások energia-használata, vízfelhasználás, a háztartások vegyi anyag-használata, közlekedés, szabadidős tevékenységek) mérje fel a fogyasztók rendelkezésére álló, ökológiai szempontból különböző opciókat, és mutasson be gyakorlati alternatívákat arra, hogy a mindennapi fogyasztás környezeti hatása miként csökkenthető. A Hatóság fejlesszen ki egy on-line eszközt is – akár az északi példák felhasználásával – amelynek a segítségével mindenki kiszámíthatja, hogy mik a fogyasztása ökológiai következményei, és a fogyasztási szokásai megváltoztatásával ezeket hogyan alakíthatja. Ebben egyrészt nyilván lehet támaszkodni a területen működő civil szervezeteknél felhalmozódott tudásra, másrészt készen állnak a nemzetközi példák, a felelősséget és működtetést azonban a Fogyasztóvédelmi Hatóságnak kellene vállalnia.
4. Ehhez kapcsolódóan ugyancsak a Fogyasztóvédelmi Hatóságnak fel kellene mérnie, hogy a hazai kereskedelmi és szolgáltatási gyakorlatban milyen fogyasztói információszolgáltatás hiányzik ahhoz, hogy egy fogyasztó a gyakorlatban alkalmazni tudja azokat a következtetéseket, amelyekre a honlapon szerzett információk, tanácsok alapján jutott.
5. Ennek egyrészt szabályozási és ellenőrzési következményei lennének (például ahhoz, hogy valaki növelni tudja a lakóhelyéhez közel megtermelt alapanyagok arányát az étrendjében, fontos, hogy a zöldség és gyümölcskereskedők kötelezően tüntessék fel az általuk forgalmazott termékek származási helyét a boltban, azt azonban ellenőrizni kell, hogy ez megfelel-e a valóságnak, és szankcionálni, ha nem).
6. Másrészt biztosan lenne olyan információszolgáltatási feladat, amit a Hatóságnak magára kellene vállalnia. Erre részletes, ütemezett munkatervet kellene készíteni, a megfelelő erőforrások biztosításával. Néhány éves távlatban ennek a munkának egy termék- és szolgáltatáscsoportok szerint strukturált, jól kereshető adatbázis lenne az eredménye, a benne szereplő a termékek és szolgáltatások teljes életciklusának nyersanyag-felhasználásáról, energiaigényéről, üvegházgáz-kibocsátásáról, vízfelhasználásáról, környezetszennyezéséről, a belőle keletkező hulladék mennyiségéről és sorsáról.
7. Ezt követően hasonló szolgáltatást az etikus fogyasztás más szempontjai szerint is nyújtania kellene a Hatóságnak.
8. A Hatóság által kifejlesztett eszközök használatának tanítását be lehetne építeni az iskolai tantervekbe.

9. A Fogyasztóvédelmi Hatóságnak kampányokat is kellene szerveznie annak a munkának a népszerűsítésére, amit elvégzett, hogy a fogyasztók valóban használni kezdjék a Hatóság által kifejlesztett eszközöket és az általa összegyűjtött információt.
10. Ezeknek a kampányoknak össze kellene kapcsolódniuk olyan, a hulladékkezelőkkel közösen szervezett kampányokkal, amelyek a hulladékmennyiség csökkentésére adnak tanácsot, népszerűsítik a szelektív gyűjtést és pontos tájékoztatást adnak a szelektív módon gyűjtött hulladék további sorsáról. Ezzel párhuzamosan felül kell vizsgálni, hogy a termékdíjak elegendő ösztönzést adnak-e ahhoz, hogy az újrahasználatos eszközökből ne legyen hulladék, és egyben kulturáltabbá és elérhetőbbé kéne tenni a szelektív hulladékgyűjtőket. Ennek az intézkedéscsomagnak az egyik lényeges eleme a csomagolási hulladék elleni kampány lenne, amihez a brit vagy az északi példákat is lehetne használni.
11. A személyesen elérhető, *minőségi* fogyasztóvédelmi tanácsadó szolgáltatást legalább az ország 60-70 legnagyobb településén és minden kistérségben elérhetővé kellene tenni, saját honlappal, legalább hetente egyszer munkaidőben és *munkaidő utáni nyitva tartással*. *A tanácsadókat fel kell készíteni a háztartások fenntarthatóságát segítő tanácsadásra, beleértve a fűtéstechnikát, szigetelést, háztartási energiahasználó berendezéseket illető tanácsadást is, és a tanácsadók munkakörének részévé kell tenni a proaktivitást ezen a területen*. A tanácsadói hálózatot lehet a civil szervezetekkel közösen működtetni, a működés követelményeinek azonban franchise-szerűen egységesnek kell lenniük, egységes kell, hogy legyen a tanácsadók képzése, továbbképzése, munkaköri leírása, ellenőrzése és díjazása is. Ehhez érdemes felhasználni a környezeti tanácsadók infrastruktúráját is, és őket részesíteni fogyasztóvédelmi továbbképzésben.
12. A tanácsadó irodák hálózatára lehet alapozni egy fogyasztói képzési rendszert, aminek a célja a Hatóság által kifejlesztett eszközök és adatbázis használatának megtanítása, s amit megfelelő kampánnyal kell népszerűsíteni.
13. Ezeknek az intézkedéseknek a hatására remélhető, hogy a termékek és szolgáltatások zöld jellemzőinek használata a marketingtevékenységben nálunk is nagyobb jelentőségűvé válik. Ezzel párhuzamosan az önszabályozó reklámtesztület etikai kódexe mellé a Fogyasztóvédelmi Hatóságnak a Gazdasági Versenyhivatallal együttműködésben útmutatót kellene készítenie a zöldmarketing szabályainak tisztázására. Meg kellene vizsgálni, hogy ebből mit kell a jogi szabályozásba beépíteni és szankciókkal megerősíteni.
14. A termékek és szolgáltatások környezeti jellemzőiről szóló állítások független tesztekkel történő ellenőrzését meg kell szervezni, ám az esetek egy jelentős részében az Unió más országaiban végzett tesztek eredményei használhatók erre a célra. Ezen a területen (is) együttműködést kell kiépíteni a többi tagország fogyasztóvédelmi szerveivel.
15. A környezetvédelmi kormányzattal együttműködésben Magyarországon is ki kellene fejleszteni a fogyasztás fenntarthatóságában elért elmozdulás mérésére alkalmas indikátorokat. A Fogyasztóvédelmi Hatóságnak rendszeres időközönként jelentést kellene készítenie az indikátorok alapján a hazai fogyasztás fenntarthatóságáról, és ennek alapján javaslatot kellene tennie a saját munkatervének aktualizálására.
16. A korábbiakban leírt nemzetközi példákat a zöld vagy fenntartható közbeszerzés megvalósítására Magyarországon is alkalmazni kellene. A közszféra beszerzései Magyarországon is akkora volument képviselnek, amely alkalmassá teszi ezt az eszközt a piacon levő termékek és szolgáltatások összetételének a fenntarthatóság szempontjából kedvező irányba történő befolyásolására. A környezetvédelmi kormányzattal együttműködésben a Fogyasztóvédelmi Hatóság feladata lehetne az is, hogy a fogyasztók számára mindig tegye transzparenssé és a honlapján

magyarázza el azt a kritériumrendszert, amelynek alapján a fenntartható közbeszerzés működik, s ha egy terméket vagy szolgáltatást a közszféra ennek alapján rendel meg, azt hasonlítsa össze a konkurens termékekkel vagy szolgáltatásokkal, és mutassa be, hogy a gyakorlatban hogy működnek a közszférában érvényesített fenntarthatósági szempontú fogyasztói döntések. Ez a közbeszerzést övező korrupciós viszonyok felszámolásában is segíthet.

17. Az oktatásban, az egészségügyben és általában az egész közszférában az étkeztetésben, az ahhoz kapcsolódó alapanyag-beszerzésben érvényesíteni kellene a fenntartható étkeztetés északi modelljét. A közszféra menzái lehetnének a hazai ökológiai mezőgazdaság stabil megrendelői.
18. A Fogyasztóvédelmi Hatóság a közszférabeli fenntarthatósági alapú élelmiszer-beszerzésekkel is elvégezhetné ugyanazt az elemzői munkát, amit az imént általában a közbeszerzések kapcsán leírtunk.
19. Hosszabb távon a Fogyasztóvédelmi Hatóság bevezethetne egy olyan szolgáltatást, amelynek keretében termékcsoportonként hasonlítja össze termékek árait. Ennek része lehetne a be nem árazott (fiskális eszközökkel nem érvényesített) externáliák megbecslése, s az ár-összehasonlításban ezek feltüntetése. Ennek tanulságait fel lehetne használni az adó-, termékdíj-, kedvezmény- és támogatásrendszer rendszeres felülvizsgálatában.
20. Mindezek csak az első lépések, amiket elképzelhetőnek tartunk. A korábban bemutatott nemzetközi példák még rengeteg muníciót kínálnak a fenntarthatóság érdekében végzett érdemi állami fogyasztóvédelmi tevékenység kialakításához. Ha azonban a Fogyasztóvédelmi Hatóság feladatköre csak az eddig leírt feladatokkal bővül, akkor komolyan felmerül, hogy a Hatóságot az északi országokhoz hasonlóan nálunk is egy, a nagyközönség számára arccal, politikai felelősséggel rendelkező fogyasztóvédelmi ombudsman vezesse. Célszerű lenne, ha a fogyasztóvédelmi ombudsman a jövő nemzedékek ombudsmanjával közösen dolgozná ki és vizsgálná felül meghatározott időközönként a Hatóságnak a fenntartható fogyasztás előmozdítására irányuló munkatervét, és együtt értékelnék a végrehajtását.

A vizsgált dokumentumok jegyzéke linkekkel

Az ENSZ elemzett dokumentumai

- Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei (az 1985-ös eredeti dokumentum)
 - <http://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>
- Az 1995-ös főtitkári jelentés a fogyasztóvédelmi irányelvek 10 éves alkalmazásának tapasztalatairól
 - <http://www.un.org/documents/ecosoc/docs/1995/e1995-70.htm>
- Agenda 21 – az ENSZ fenntarthatósági tárgyú átfogó cselekvési terve (1992)
 - http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_00.shtml
- Munkaprogram a fogyasztási és termelési mintázatok megváltoztatására – a Fenntartható Fejlődés Bizottsága (1995)
 - <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N95/061/78/PDF/N9506178.pdf?OpenElement>
- A Gazdasági és Szociális Tanács határozata az fogyasztóvédelmi irányelvek módosításának kezdeményezéséről (1995)
 - <http://www.un.org/documents/ecosoc/res/1995/eres1995-53.htm>
- Főtitkári jelentés a Sao Paulo-i Találkozóról, benne: tervezet a fogyasztóvédelmi irányelvek módosítására (1998 – Sao Paulo)
 - <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N98/038/55/PDF/N9803855.pdf?OpenElement>
- Az ENSZ fogyasztóvédelmi irányelvei (az 1999-es új változat)
 - http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf
- Johannesburg Plan of Implementation, harmadik fejezet (2002)
 - http://www.un.org/esa/sustdev/documents/WSSD_POI_PD/English/POIChapter3.htm
- Decade of Education for Sustainable Development (2002)
 - <http://www.unesco.org/en/esd/>
- UNESCO Strategy for the Second Half of the United Nations Decade of Education for Sustainable Development
 - <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001873/187305e.pdf>
- UNEP Marrakech Brochure
 - <http://www.uneptie.org/scp/marrakech/pdf/FAQ-UNEP-marrakech-brochure%20FINAL.pdf>

Az Európai Unió elemzett dokumentumai

- Alapszerződés
 - Az Európai Unióról szóló szerződés egységes szerkezetbe foglalt változata
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0013:0045:HU:PDF>
 - Az Európai Unió működéséről szóló szerződés egységes szerkezetbe foglalt változata
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0047:0199:HU:PDF>
- Fogyasztóvédelmi stratégiák
 - 1999-2001
 - http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/serv_gen/links/action_plan/ap01_en.pdf

- 2002-2006
 - http://eur-lex.europa.eu/pri/en/oj/dat/2002/c_137/c_13720020608en00020023.pdf
- 2002-2006 értékelése
 - http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/DTS%20321%20EN.pdf
- 2007-2013
 - http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/cps_0713_hu.pdf
- A Tanács állásfoglalása
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2007:162:0001:0003:HU:PDF>
- A Szociális és Munkaügyi Minisztérium honlapja az uniós fogyasztóvédelemről
 - <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=997>
 - <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139&articleID=32448&ctag=articlist&iid=1>
- Az Európai Parlament és a Tanács határozata a fogyasztóvédelmi politika területén közösségi cselekvési program (2007–2013) létrehozásáról (2006)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0039:0045:hu:PDF>
- Commission decision concerning the adoption of the annual work programme in the area of consumer policy for 2010
 - http://ec.europa.eu/consumers/strategy/ann_work_prog2010_en.pdf
- A fogyasztóvédelmi tíz alapelve (2004)
 - http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/hu.pdf
- Press release http://ec.europa.eu/consumers/overview/ten_principles_press.pdf
- Zöld könyv a fogyasztóvédelmi joganyag átvilágításáról (2007)
 - http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/green-paper_cons_acquis_hu.pdf
- FAQ:
 - <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/07/48&format=PDF&aged=1&language=EN&guiLanguage=fr>
- Irányelvjavaslat a fogyasztók jogairól (2008)
 - http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/COMM_PDF_COM_2008_0614_F_HU_PROPOSITION_DE_DIRECTIVE.pdf
- DG SANCO Future Challenges Paper: 2009-2014 (DG SANCO, 2008)
 - http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/events/future_challenges_paper.pdf
- honlap: http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/events/future_challenges_en.htm
- véleményezések:
 - http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/events/future_challenges_contributions_en.htm
- DG SANCO Annual Management Plan 2009
 - http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/sanco_amp_2009.pdf
 - röviden: http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/docs/annual_management_plan2009_en.pdf
- A hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program
 - Az Európai Parlament és a Tanács határozata a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program megállapításáról (2002)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:15:07:32002D1600:HU:PDF>
 - honlap: <http://ec.europa.eu/environment/newprg/intro.htm>
 - A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a hatodik környezetvédelmi cselekvési program féldős értékeléséről (2007)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0225:FIN:HU:PDF>
 - Az Európai Parlament állásfoglalása a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program féldős értékeléséről (2008)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0018:0025:HU:PDF>
 - Jelentés a hatodik közösségi környezetvédelmi cselekvési program féldős értékeléséről (2008)
 - <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0074+0+DOC+XML+V0//HU>
 - Melléklet: A hatásvizsgálatok eredményének összefoglalása
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SEC:2007:0547:FIN:HU:HTML>
- A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – Tematikus stratégia a természeti erőforrások fenntartható

- használatáról (2005)
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0670:FIN:HU:PDF>
 - honlap: <http://ec.europa.eu/environment/natres/index.htm>
 - FAQ: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/05/497&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en>
- Környezeti és egészségügyi stratégia: 2004-2010
 - http://ec.europa.eu/environment/health/pdf/x_sum.pdf
 - Környezeti és egészségügyi cselekvési terv: 2004-2010
 - <http://ec.europa.eu/environment/health/pdf/com2004416.pdf>
 - A Bizottság közleménye a Tanácsnak és az Európai Parlamentnek az integrált termékpolitikáról (2003)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0302:FIN:EN:PDF>
 - honlap: <http://ec.europa.eu/environment/ipp/home.htm>
 - FAQ: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/03/136&format=PDF&aged=1&language=EN&guiLanguage=en>
 - A Bizottság jelentése az Európai Tanácsnak, a Parlamentnek, a Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának az integrált termékpolitika alkalmazásának állásáról (2009)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0693:FIN:EN:PDF>
 - Commission Staff Working Document Accompanying the Report from the Commission to the Council, the European Parliament, the European and Social Committee and the Committee of the Regions on the State of Implementation of Integrated Product Policy (2009)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SEC:2009:1707:FIN:EN:PDF>
 - A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a fenntartható fogyasztásról, termelésről és iparpolitikáról – Cselekvési terv (2008)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0397:FIN:hu:PDF>
 - Az Európai Parlament és a Tanács rendelete az uniós öko címkéről (2009)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:027:0001:0019:HU:PDF>
 - honlap: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>
 - munkaterv 2006: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:162:0078:0090:HU:PDF>
 - Az Európai Parlament és a Tanács irányelve az energia-felhasználó termékek környezetbarát tervezésére vonatkozó követelmények megállapításának kereteiről, valamint a 92/42/EGK tanácsi, illetve a 96/57/EK és a 2000/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról (2005)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:191:0029:0058:HU:PDF>
 - Az Európai Parlament és a Tanács irányelve az energiával kapcsolatos termékek környezetbarát tervezésére vonatkozó követelmények megállapítási kereteinek létrehozásáról (átdolgozás) (2009)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:285:0010:0035:HU:PDF>
 - honlap: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/sustainable-product-policy/ecodesign/>
 - eco-design legislation: http://ec.europa.eu/energy/efficiency/ecodesign/legislation_en.htm
 - A Tanács irányelve a háztartási készülékek energia- és egyéb erőforrás-fogyasztásának címkézéssel és szabványos termékismertetővel történő ellátásáról (1992)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0075:hu:HTML>
 - Regulation of the European Parliament and the Council on a Community energy efficiency labelling programme for office equipment (2001)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:332:0001:0006:EN:PDF>
 - Council Decision concerning the conclusion on behalf of the Community of the Agreement between the Government of the United States of America and the European Community on the coordination of energy-efficient labelling programmes for office equipment (2003)
 - http://www.eu-energystar.org/downloads/legislation/20030408/Council_Decision_2003_269_en.pdf
 - Az Európai Parlament és a Tanács rendelete az irodai berendezésekre vonatkozó közösségi energiahatékonysági címkézési programról (átdolgozott változat) (2008)

- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:039:0001:0007:HU:PDF>
- Directive of the European Parliament and of the Council relating to the availability of consumer information on fuel economy and CO2 emissions in respect of the marketing of new passenger cars (1999)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:012:0016:0023:EN:PDF>
 - Study on the effectiveness of Directive 1999/94/EC [fent] (2005)
 - http://ec.europa.eu/environment/air/transport/co2/report/final_report.pdf
 - A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek a személygépkocsik és a könnyű haszongépjárművek CO2-kibocsátásának csökkentésére irányuló közösségi stratégia felülvizsgálatának eredményeiről (2007)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0019:FIN:HU:PDF>
 - honlap: http://ec.europa.eu/environment/air/transport/co2/co2_home.htm
- A Tanács 2092/91/EGK rendelete a mezőgazdasági termékek ökológiai termeléséről, valamint a mezőgazdasági termékeken és élelmiszereken erre utaló jelölésekről.
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1991R2092:20080514:HU:PDF>
- A Tanács 834/2007/EK rendelete az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről és a 2092/91/EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről.
- A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, a Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – Környezetvédelmi szemléletű közbeszerzés (2008)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0400:FIN:HU:PDF>
 - honlap: http://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm
 - Zöld közbeszerzés! A környezetvédelmi szemléletű közbeszerzés kézikönyve (2005)
 - http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/buying_green_handbook_hu.pdf
- Dolceta
 - honlap: www.dolceta.eu
- Integrált mesterkurzus
 - http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/cons_education_en.htm#master
- Európa naptár
 - http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/agenda_hu_2009.pdf
 - honlap: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/cons_education_en.htm#diary
- REACH
 - REGULATION (EC) No 1907/2006 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 18 December 2006 concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH) and establishing a European Chemicals Agency
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:136:0003:0280:en:PDF>
 - DIRECTIVE 2006/121/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 18 December 2006 amending Council Directive 67/548/EEC on the approximation of laws, regulations and administrative provisions relating to the classification, packaging and labelling of dangerous substances in order to adapt it to Regulation (EC) No 1907/2006 concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH) and establishing a European Chemicals Agency
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:136:0281:0282:en:PDF>
 - Amendments and implementing legislation (módosítások és végrehajtási rendeletek)
 - http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/reach/index_en.htm
 - A Bizottság 2001-es Fehér Könyve (White Paper: Strategy for a Future Chemicals Policy)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2001:0088:FIN:en:PDF>
 - Archívum a Fehér Könyv születéséről és az első reakciókról
 - http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/reach/archives/white-paper/index_en.htm
 - Archívum a Bizottság 2003-as szabályozási javaslatáról
 - http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/reach/archives/proposal/index_en.htm
- Nanotechnológia
 - Towards a European Strategy for Nanotechnology (2004)
 - http://ec.europa.eu/nanotechnology/pdf/nano_com_en_new.pdf

- Nanotudományok és nanotechnológiák: cselekvési terv Európa számára (2005-2009)
 - http://ec.europa.eu/nanotechnology/pdf/nano_action_plan2005_hu.pdf
- Első teljesítési jelentés a 2005-2009-es cselekvési tervről (2007)
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0505:FIN:HU:PDF>
- Az Új és Újjonnan Azonosított Egészségügyi Kockázatok Tudományos Bizottságának (SCENIHR) jelentései
 - http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_scenihr/docs/scenihr_o_003b.pdf
 - http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_scenihr/docs/scenihr_o_010.pdf
- A Fogyasztói Termékek Tudományos Bizottságának (SCCP) értékelése a nanorészecskéket tartalmazó kozmetikai termékek biztonságával kapcsolatban
 - http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/04_sccp/docs/sccp_o_099.pdf
- A Fenntartható Vegyészet Európai Platformjának honlapja
 - www.suschem.org
- Második teljesítési jelentés a 2005-2009-es cselekvési tervről (2009)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0607:FIN:HU:PDF>
- A nanoanyagokkal kapcsolatos szabályozási szempontok – a Bizottság közleménye (2008)
 - <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0366:FIN:en:PDF>
- Commission working staff document: Regulatory Aspects of Nanomaterials
 - http://ec.europa.eu/nanotechnology/pdf/com_regulatory_aspect_nanomaterials_2008_en.pdf
- Parlamenti jelentés a Bizottság közleményéről
 - <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A6-2009-0255+0+DOC+PDF+V0//EN>

A felhasznált brit dokumentumok

- Összehasonlító elemzés 10 ország, köztük az Egyesült Királyság, és az Európai Unió fogyasztóvédelmi rendszeréről: Comparative Report on Consumer Policy Regimes – Country Reports (DTI, 2003)
 - <http://www.bis.gov.uk/files/file34828.pdf>
- A brit kormány Fehér Könyve a fogyasztóvédelemről: A Better Deal for the Consumers: Delivering Real Help Now and Change for the Future (2009)
 - <http://www.bis.gov.uk/files/file52072.pdf>
- Az Act on CO2 kampány honlapja
 - www.direct.gov.uk/ActOnCO2
- Energy Saving Trust
 - <http://www.energysavingtrust.org.uk/>
- Zöld reklámetikai kódex: Green Claims Code (2003)
 - <http://www.greenspec.co.uk/documents/materials/wastecontent/gcc.pdf>
- Waste and Resources Action Programme (WRAP)
 - <http://www.wrap.org.uk>
- A Love Food Hate Waste kampány honlapja
 - <http://www.lovefoodhatewaste.com/>
- A Get a Bag Habit kampány
 - <http://www.defra.gov.uk/news/latest/2009/waste-0407.htm>
- Hulladék-stratégia: Making the most of packaging—A strategy for a low-carbon economy (2009)
 - <http://www.defra.gov.uk/environment/waste/producer/packaging/documents/full-packaging-strategy.pdf>
- Vízfelhasználási stratégia Anglia számára: Future Water—The Government’s Water Strategy for England (2008)
 - <http://www.defra.gov.uk/environment/quality/water/strategy/pdf/future-water.pdf>

- Strategic Policy Position Paper on Water (Welsh Assembly Government, 2009)
 - <http://wales.gov.uk/topics/environmentcountryside/epq/waterflooding/policystatement/?lang=en>

A felhasznált finn dokumentumok

- Kormányprogram 2007-2011
 - <http://www.valtioneuvosto.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf/en.pdf>
- Fogyasztóvédelmi program 2008-2011
 - http://www.tem.fi/files/20019/TEMjul_23_2008_konserni.pdf
- Nemzeti Stratégia a Fenntartható Fogyasztásért és Termelésért (2005)
 - <http://www.environment.fi/download.asp?contentid=40471&lan=en>
- A környezeti jellemzőkre vonatkozó állítások használata a marketingben (2002)
 - <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/af79d071-4cdd-4ac4-b996-d677356bb3fb/The+use+of+environmentally+oriented+claims+in+marketing+.pdf>
- Környezeti állítások használata az autók marketingjében (2009)
 - <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/2e3b95c7-080d-419a-b212-b5c668876272/Use+of+environmental+claims+in+the+marketing+of+cars.pdf>
- A fogyasztóügyi kutatási központ publikációi
 - Alacsony energia-felhasználású házak
 - <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/2e3b95c7-080d-419a-b212-b5c668876272/Use+of+environmental+claims+in+the+marketing+of+cars.pdf>
 - Sporttevékenységek anyagi erőforrás-felhasználása
 - http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5104/2007_102_workingpapers_life.pdf
 - Rekreációs tevékenységek anyagi erőforrás-felhasználása
 - <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4458/workingpapers-2004-83.pdf>
 - Háztartási eszközök anyagi erőforrás-felhasználása
 - http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5200/2008_04_julkaisu_liikuntamips.pdf

A felhasznált svéd dokumentumok

- Svéd Környezetminőségi Célok
 - honlap: <http://www.miljomal.nu/Environmental-Objectives-Portal/>
 - Swedish Environmental Objectives in Brief
 - <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/978-91-620-1273-1.pdf>
 - Swedish Environmental Quality Objectives, Summary of the Government Bill 1997/98:145
 - http://www.regeringen.se/download/dc722aba.pdf?major=1&minor=20059&cn=attachmentPublDuplicator_0_attachment
 - Svenska miljömål – för ett effektivare miljöarbete (Proposition 2009/10:155)
 - http://www.regeringen.se/download/dca35b38.pdf?major=1&minor=142456&cn=attachmentPublDuplicator_0_attachment
- Särskilt sektorsansvar för ekologiskt hållbar utveckling (2003) (Különleges szektorális felelősség az ökológiailag fenntartható fejlődésért)
 - http://www.konsumentverket.se/Global/Konsumentverket.se/Best%20och%20ladda%20ner/rapporter/2003/PM2003_07_sarskilt_sektorsansvar.pdf
- Aktiv konsumentpolitik (Prop. 1994/95:140)
 - <http://data.riksdagen.se/fil/df042b4e-1835-4d6c-8263-c217c72e7a50>

- Konsumenterna och miljön 2001 (Skrivelse 2001/02:68)
 - <http://www.sweden.gov.se/sb/d/108/a/934>
- Handlingsplan för konsumentpolitiken 2001-2005 (Prop. 2000/01:135)
 - <http://www.sweden.gov.se/sb/d/108/a/949>
- Think twice – an action plan on sustainable household consumption (2005)
 - http://www.sweden.gov.se/download/3f3e2011.pdf?major=1&minor=65711&cn=attachmentPublDuplicator_0_attachment
- Bilen, Biffen, Bostaden – Hållbara laster, smartare konsumtion (SOU 2005:51)
 - <http://www.regeringen.se/content/1/c6/04/59/80/4edc363a.pdf>
- Climate Impact of Swedish Consumption (2009)
 - <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/978-91-620-5992-7.pdf>
- Teaching Consumer Competences – A Strategy for Consumer Education (2009)
 - http://www.norden.org/sv/publikationer/publikationer/2009-588/at_download/publicationfile
- Sustainable Products – new business through Design for Environment
 - <http://publikationer.tillvaxtverket.se/Download.aspx?ID=975>
- Successful and profitable – How environmental work can benefit your company
 - <http://publikationer.tillvaxtverket.se/Download.aspx?ID=854>
- Environmentally Effective Food Choices
 - http://www.slv.se/upload/dokument/miljo/environmentally_effective_food_choices_proposal_eu_2009.pdf
- Green procurement makes a difference!
 - http://www.norden.org/en/publications/publications/2009-740/at_download/publicationfile
- Nordic Cooperation on Green Public Procurement: The First Set of Criteria Examples
 - http://www.norden.org/en/publications/publications/2009-759/at_download/publicationfile
- Strategy for Environmentally Sound Product Policy (2000)
 - <http://www.sweden.gov.se/content/1/c4/29/59/909c1c95.pdf>
- An Ecoefficient Society: non-toxic, resource-saving environmental life cycles (Summary of Government Bill 2002/03:117)
 - <http://regeringen.se/content/1/c4/09/53/528dde86.pdf>

A vizsgált hazai dokumentumok

- Fogyasztóvédelmi politika 2007-2013
 - <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139>
- Fogyasztóvédelmi cselekvési terv 2007-2010
 - <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139>
- Kormányhatározat a cselekvési tervből következő kormányzati teendőkről
 - <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=1139>
- Nemzeti alaptanterv
 - <http://www.okm.gov.hu/kozoktatas/tantervek/nemzeti-alaptanterv-nat>
- Nemzeti Fenntartható Fejlődési Stratégia
 - http://www.nfu.hu/ormany_allyal_elfogadott_nemzeti_fenntarthato_fejlodesi_strategia