

**LIBER AMICORUM
LÁSZLÓ TRÓCSÁNYI**

**Tanulmánykötet Trócsányi László
65. születésnapja alkalmából
Studies commemorating the 65th birthday of
László Trócsányi
Mélanges offert à László Trócsányi pour ses 65 ans**

Szerk./ed.: Kruzslicz, Péter – Sulyok, Márton – Szalai, Anikó

Szeged, 2021

Szerzők:

©Andréani, Pascale	©Gellén Klára	©Martonyi János	©Szajbély Katalin
©Badó Attila	©Görög Márta	©Mathieu, Bertrand	©Szakály Zsuzsa
©Balogh Elemér	©Gültekin-Várkonyi Gizem	©Miskolczi-Bodnár Péter	©Szalai András
©Blutman László	©Hajas Barnabás	©Mouton, Jean-Denis	©Szalai Anikó
©Bodzási Balázs	©Hajdú József	©Nagy Csongor István	©Szekeres Ildikó
©Chronowski Nóra	©J. Nagy László	©Paczolay Péter	©Szilágyi Ede
©Csehi Zoltán	©Jakab Éva	©Patyi András	©Téglási András
©Cservák Csaba	©Károlyi György	©Philip, Christian	©Tóth Károly
©Csink Lóránt	©Karsai Krisztina	©Raisz Anikó	©Traser Julianna Sára
©de Zwaan, Jaap	©Kecsmár Krisztián	©Schanda Balázs	©Tribl Norbert
©Delpérée, Francis	©Kisari Miklós	©Smith, Eivind	©Udvary Sándor
©Dezső Márta	©Kiss Barnabás	©Somogyi Norbert	©Varga Zs. András
©Dienes-Oehm Egon	©Korhecz Tamás	©Somssich Réka	©Várhelyi Olivér
©F. Rozsnyai Krisztina	©Kovács Péter	©Sulyok Márton	©Veress Emőd
©Farkas Beáta	©Köbel Szilvia	©Sulyok Tamás	©Zalai Anita
©Fejérdy Gergely	©Kruzslicz Péter	©Szabó Imre	
©Ferwagner Péter Ákos	©Kukorelli István	©Szabó Marcel	
©Flogaitis, Spyridon	©Lourde, Albert	©Szabó Zsolt	

Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar
Nemzetközi és Regionális Tanulmányok Intézet
Intézetvezető, felelős kiadó: Szalai Anikó

University of Szeged Faculty of Law
International and Regional Studies Institute
Head of Institute, publisher: Szalai, Anikó

Université de Szeged, Faculté de droit et des sciences politiques
Institut des études internationales et régionales
Directrice de l'Institut, éditrice: Szalai, Anikó

Kézirat lezárásának időpontja: 2021. január 31.

Szeged, 2021

ISBN 978-963-306-815-1

KÖSZÖNTŐK – LAUDATIONS – MOTS DE SALUTATION

SZALAI ANIKÓ: Európai szellemiség Szegeden	9
MISKOLCZI-BODNÁR PÉTER: Trócsányi László köszöntése	11
MATHIEU, BERTRAND : Portrait d'un ambassadeur de Hongrie en France par lui-même	12
DEZSŐ MÁRTA: Születésnap-i köszöntő Trócsányi Lászlónak	19
FARKAS BEÁTA: A nemzetközi és európai tanulmányokért Szegeden	21
KÁROLYI GYÖRGY: Trócsányi László nyomdokaiba lépve	22
PASCALE ANDRÉANI : Contribution pour le recueil des mélanges en l'honneur du Professeur László Trócsányi	23
SZEKERES ILDIKÓ: Több mint tizenhét éve	24
TÓTH KÁROLY: Nagyrabecsült Professzor Úr!	26
VÁRHELYI OLIVÉR: Hazánk egyik meghatározó építőmestere	32
KORHECZ TAMÁS: A tudós és a politikus szimbiózisa – ingyen ebéd nincs, de vannak vállalható kompromisszumok	33
SULYOK MÁRTON: A Mester és (egy) tanítványa – Trócsányi László 65. születésnapjára	36

NEMZETI JOG – NATIONAL LAW – DROIT NATIONAL

BADÓ ATTILA: Centralizációs törekvések a magyar önkormányzati rendszer átalakításánál	41
BALOGH ELEMÉR: Alkotmányunk történelmi értékei	51
BODZÁSI BALÁZS: Az öröklési jog szerepéről – lehetséges-e a jogközelítés az öröklési jog területén?	59
CSERVÁK CSABA: Az alkotmányos identitás összetett kérdésköréről	71
CSINK LÓRÁNT: Lehet-e alkotmányos, ami törvénytelen?	81
GÖRÖG MÁRTA: Szemelvények a Magyar Jogászegylet első éveiből	89
HAJAS BARNABÁS: A hely már nem is számít? Avagy van olyan hely, ahol nem szabad gyülekezni?	101
KISS BARNABÁS: A közjog – államjog – alkotmányjog tárgyának és viszonyának meghatározása a magyar jogirodalomban	113
KÖBEL SZILVIA: „[A] legszigorúbb puritánsággal igyekeztem egész pályámon eljárni” – Vladár Gábor kitelepítése Budapestről 1951-ben	123

KUKORELLI ISTVÁN: „Találkozásaim” Bibó Istvánnal, Bibó időszerűsége	129
PATYI ANDRÁS: Néhány gondolat a hetedik Alaptörvény-módosítás ürügyén	139
ROZSNYAI KRISZTINA: A step towards the dualistic model of administrative justice: the creation of an autonomous administrative procedural law in Hungary	157
SCHANDA BALÁZS: Néhány megjegyzés az alkotmánybíráskodás új szerepéhez	167
SZABÓ IMRE: Közjog – magánjog – közbizalom: egy törvénymódosítás margójára.	175
SZABÓ MARCEL: A nemzeti identitás és az alkotmányos önazonosság védelme a magyar Alkotmánybíróság gyakorlatában – gondolatok egy, a 143/2010. (VII. 14.) AB határozathoz fűzött párhuzamos indokolás utóéletéhez	185
SZABÓ ZSOLT: A brit parlamenti jog forrásai	197
SZAKÁLY ZSUZSA: Megkötheti-e egy generáció egy másik generáció kezét? Jefferson és Madison vitája az alkotmány szövegének módosíthatóságáról	205
SZALAI ANDRÁS: Az ellenállás joga, mint a demokrácia védelmének eszköze	213
SZILÁGYI JÁNOS EDE: Észrevételek a jövő nemzedékek érdekeinek alkotmányjogi védelme kapcsán, különös tekintettel a környezethez való joghoz és környezetvédelemhez kapcsolódó más kérdéskörök vonatkozásában	223
TÉGLÁSI ANDRÁS: Jogutódlás a korlátozási kártalanítás érvényesítése terén – elenyésző (alkotmányos) igény (?)	235
UDVARY SÁNDOR: A non-humán ágensek cselekvésének beszámítása	247
VARGA ZS. ANDRÁS: Az alkotmányos önazonosság doktrínájához vezető út	253
VERESS EMÓD: Megjegyzések a „korlátozott precedensrendszerrel”: adalékok egy aktuális vita háttéréhez	261

EURÓPAI JOG – EUROPEAN LAW – DROIT EUROPÉEN

BLUTMAN LÁSZLÓ: Non-Transferable Competences of EU Member States: context and conceptions.	279
CHRONOWSKI NÓRA: Promises and practice: European judicial dialogue in the case law of the Hungarian Constitutional Court	287
CSEHI ZOLTÁN: Az Európai Unió Törvényszéke előtti eljárás egyes buktatói.	299
DE ZWAAN, JAAP W.: The Future of European Union Cooperation: The need for more internal stability and external authority.	311
DELPÉRÉE, FRANCIS : L'État contaminé	325
GÜLTEKIN-VÁRKONYI GIZEM: A Comparative Approach to the Data Protection Indicators in the National Artificial Intelligence Strategies of Hungary, Finland, the Netherlands and Italy	331

HAJDÚ JÓZSEF: Protection and monitoring of human (social) rights in the 60-year-old European Social Charter	339
KARSAI KRISZTINA: Mérföldkő az uniós büntetőjog fejlődésében – az első büntetőjogi rendelet	349
KECSMÁR KRISZTIÁN : Le charme discret de l'article 65 du Traité CECA dans la lutte contre les ententes à la lumière des affaires Feralpi	359
KISARI MIKLÓS: Joseph de Maistre a politikai alkotmányok és az emberi intézmények rendezőelvéről	367
KRUZSLICZ PÉTER : Un dialogue imaginaire autour du principe de la souveraineté	373
MARTONYI JÁNOS: Európai identitás – Nyitni vagy bezárkózni.	383
MOUTON, JEAN-DENIS : L'Etat membre de l'Union européenne: entre défense de son identité constitutionnelle et respect de l'identité constitutionnelle européenne	393
NAGY CSONGOR ISTVÁN: Constitutional objections to opt-out collective actions: a cover up for a system failure?	411
PACZOLAY PÉTER: A bírói függetlenség az Emberi Jogok Európai Bíróságának gyakorlatában.	419
PHILIP, CHRISTIAN : Union européenne et souveraineté des États membres	429
SMITH, EIVIND: Judicial Independence: On the relative importance of access to and status on the bench	435
SOMSSICH RÉKA: Nyelvfejlés és nyelvvédelem a magyar nyelvű uniós jogalkotásban	441
SULYOK TAMÁS: Felelősségünk az európai integrációért – Egy jogösszehasonlító tanulmány	453
TRASER JULIANNA SÁRA: „A tett halála az okoskodás” – avagy az európai polgári kezdeményezés hatékony alkalmazásának politikai korlátai.	465
TRIBL NORBERT: « Imaginer, c'est choisir »: az alkotmányos identitás európai értelmezésének nyomában	473

NEMZETKÖZI KAPCSOLATOK – INTERNATIONAL RELATIONS – RELATIONS INTERNATIONALES

FEJÉRDY GERGELY: Jean Paul-Boncour: egy „túlképzett” diplomata a budapesti francia követség élén	483
ALBERT LOURDE : La Francophonie instrument d'équilibrage de la mondialisation.	495
DIENES-OEHM EGON: Harminc esztendő ingoványos európai terepen	507
FERWAGNER PÉTER ÁKOS: Az 1926-os libanoni alkotmányhoz vezető út	521

GELLÉN KLÁRA: Fenntartható fogyasztás vs. termék-elavulás – a fogyasztó és a vállalkozás a fenntartható termékek piacán	527
J. NAGY LÁSZLÓ: Diplomácia és kereskedelem - Magyar kapcsolat az Öböl menti országokkal (Az 1970-80-as évek)	537
JAKAB ÉVA: Háború és béke: Néhány gondolat Hugo Grotiushoz	543
KOVÁCS PÉTER: A Nemzetközi Büntetőbíróság és az Európai Unió	557
RAISZ ANIKÓ: Gondolatok a nemzetközi jog egyes aktuális kérdéseiről a közép-kelet-európai országok szemszögéből avagy alkotmányos identitás a nemzetközi jog szemüvegén át	575
SOMOGYI NORBERT: Az agrár- és tudománydiplomácia, mint a szakdiplomácia két sajátos területe	583
SPYRIDON FLOGAITIS: The commemoration of the Three Holy Hierarchs and the relation of Christianity with the Greco-Roman civilization	591
SZAJBÉLY KATALIN: Vallási jelképek viselése az oktatási intézményekben – eltérő standardok az ENSZ Emberi Jogok Bizottsága és az Emberi Jogok Európai Bírósága gyakorlatában	597
ZALAI ANITA: A spanyol Második Köztársaság Magyarország-képe – A trianoni békeszerződés revíziójának kérdése spanyol diplomáciai jelentésekben	607
IRODALOMJEGYZÉK	613

Fenntartható fogyasztás vs. termék-elavulás – a fogyasztó és a vállalkozás a fenntartható termékek piacán

Az Európai Unió szakpolitikáiban egyre markánsabban jelennek meg a környezetet védő és a gazdaság fenntarthatóságát támogató gazdasági modellek. A fenntartható fogyasztás a fenntartható gazdaság egyik fő célkitűzése. A fogyasztás fenntartható keretek közé szorítása a vállalkozásokat, így a kis- és középvállalkozásokat is, új üzleti modellek kialakítására, ennek keretében a termelési folyamatok racionalizálására, az etikus és a méltányos kereskedelmi szempontok figyelembevételére, míg a fogyasztót a tudatosabb fogyasztói magatartás kialakítására ösztönzi.

Az Európai Unió az ágazati politikáiban a fenntarthatósággal összefüggésben a fenntartható vállalatirányítás kérdésével is foglalkozik. Ennek keretében egyre inkább előtérbe kerülnek a racionalizált, az etikus és méltányos érdekeket szem előtt tartó működési, termelési és kereskedelmi folyamatok. Napjainkra a vállalatok „megfelelő” (compliance) működése ma már nem csak a jogszabályi rendelkezéseknek, hanem egyéb, így például az etikai és társadalmi elvárásoknak való megfelelésben is kifejeződik. A vállalkozásoknak ezen szempontokat nem csak a rövidtávú tervezésnél, hanem a közép- és hosszútávú üzleti modelljeikben is célszerű megjeleníteni. Az utóbbi évek látható tendenciája, hogy mind több és több vállalat törekszik a társadalmi szerepvállalásra, és etikus elvek mentén tervezett működési és termelési folyamatokra. Jól tervezetten mindez pozitívan hathat a vállalkozás piaci elismertségére, összességében pedig a népszerűségének, versenyképességének és piaci eredményeinek a javulásához vezethet.

A tanulmány a termék – vállalkozás – fogyasztó hármasan keresztül vizsgálja a fenntartható fogyasztás területén eddig elért eredményeket, és megjelenít néhány olyan célt és törekvést, amelyek a tudatosabb társadalmi és fogyasztói jelenlét erősödése, a termelési folyamatok racionalizálása, és a fenntarthatósági folyamatok erősödése felé mutatnak.

1. A Fenntartható Fejlesztési Célok és a fenntartható fogyasztás

„Akkor fenntartható a fejlődés, ha a ma nemzedékei úgy tudják saját szükségleteiket kielégíteni, hogy azzal nem veszélyeztetik a jövő generációinak erre való képességét. Ennek a törekvésnek egymást kölcsönösen erősítő gazdasági, társadalmi és környezetvédelmi

¹⁶⁶⁰ Intézetvezető egyetemi tanár, rektorhelyettes, Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar, Üzleti Jogi Intézet

aspektusai vannak, ezért átfogó megközelítést feltételez.”¹⁶⁶¹ Az Európai Bizottság megfogalmazásából is kitűnik, hogy a fenntartható fejlődés célkitűzése rendkívül komplex és összetett, és azon belül több, egymással szorosan összefüggő feladat azonosítható. A fenntartható gazdasági fejlődés egyik fontos eleme a fenntartható fogyasztás. A nemzetközileg elfogadott meghatározás szerint, a fenntartható fogyasztás fogalma a következő: „Az alapvető szükségletek kielégítésére és az életminőség javítására irányuló szolgáltatások és termékek használata, miközben a természeti erőforrások és mérgező anyagok használata, ezzel együtt a hulladék és mérgezőanyagok kibocsátása minimálisra csökken azzal a céllal, hogy a jövő generációinak szükségleteit ne veszélyeztesse.”¹⁶⁶²

2001 júniusában fogadták el az Európai Bizottság Fenntartható Fejlődési Stratégiáját, amelyet ezt követően 2006-ban módosítottak, majd 2009-ben felülvizsgáltak. 2010 óta a fenntartható fejlődés az Európa2020 stratégia részét képezi.¹⁶⁶³ Az ENSZ a 2030-ig tartó időszak fenntartható fejlesztési menetrendjét 2015-ben indította el. E menetrend 17 fenntartható fejlesztési célt azonosít. Az EU fenntartható fejlődési stratégiája jól illeszkedik az ENSZ célkitűzéseihöz, így az EU elkötelezett a célok megvalósítása mellett.¹⁶⁶⁴ 2016-ban az Európai Bizottság lefektette, hogy ennek érdekében milyen tevékenységeket kíván kifejteni, és deklarálta, hogy a fenntartható fejlesztési célok beépítésre kerültek a Bizottság mind a tíz prioritásába.¹⁶⁶⁵

A 12. fenntartható fejlesztési cél, a „fenntartható fogyasztási és termelési minták biztosítása”, különösen nagy kihívást jelent Európa számára. A gyors ipari és technológiai innováció és a lineáris gazdasági modell eredményeként a fogyasztási láncolat beláthatatlan következményekkel gyorsult fel. Az EU fogyasztási politikájának ma már egyik meghatározó eleme a termékfogyasztási dömping reális keretek közé szorítása. Ennek eléréséhez a termékek élettartamának és minőségének növelése, szervezettebb keretek között történő javítása, és újrafelhasználása szükséges. Voltaképpen a termék élettartamának és így használati idejének növelése gyökeres szemléletváltást feltételez, amely új irányt jelöl ki a vállalkozói

¹⁶⁶¹ A fenntartható fejlődéssel kapcsolatos uniós szemlélet. A 2030-ig tartó időszakra vonatkozó fenntartható fejlesztési menetrend tagállamokkal közös végrehajtására vonatkozó uniós szemlélet https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_hu/

¹⁶⁶² VADOVICS Edina: Alulról jövő kezdeményezések („kreatív közösségek”) tanulsága és üzenete a fenntartható fogyasztást meghatározó politikák és kutatás számára. Lehetséges kisebb ökológiai lábnyommal magasabb szintű jólétet elérni? In: Fenntartható fogyasztás Magyarországon, konferencia kötet. 2007. 114.

¹⁶⁶³ Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions, Next steps for a sustainable European future European action for sustainability COM(2016)0739 final, 1.pont

¹⁶⁶⁴ Az Európai Unióról szóló szerződés 3. cikkének (5) bekezdése deklarálja, hogy az Európai Unió védelmezett értékei között szerepel a fenntartható fejlődés; a 21. cikk (2) bekezdésében az Unió közös politikákat és tevékenységeket határoz meg és hajt végre, és a nemzetközi kapcsolatok minden területén magas szintű együttműködés kialakításán munkálkodik annak érdekében, hogy többek között hozzájáruljon olyan nemzetközi intézkedések kidolgozásához, amelyek a fenntartható fejlődés biztosítása érdekében a környezet minőségének és a világ természeti erőforrásaival való fenntartható gazdálkodásnak a megőrzésére és javítására irányulnak. Az Európai Unió működéséről szóló szerződés Környezet címszáva alatt a 191–193. cikkében jelöli ki, hogy környezetpolitikája mely célkitűzések eléréséhez járul hozzá.

¹⁶⁶⁵ Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions, Next steps for a sustainable European future European action for sustainability COM/2016/0739 final, 2.pont

hozzáállás és a fogyasztói magatartás számára is, tekintve, hogy a kettő kölcsönösen feltételezi egymást.

Az Európai Unió a fenntartható növekedés célkitűzése keretében hatékony fenntartható fogyasztási politikák kidolgozására törekszik. „E politikák javítják a termékek átfogó környezeti teljesítményét teljes életciklusuk során, ösztönzik a jobb termékek és termelési technológiák iránti keresletet, és segítik a fogyasztókat abban, hogy megfelelő információk alapján válasszanak.”¹⁶⁶⁶ Ugyanakkor minden pontosan meghatározott célkitűzés és törekvés ellenére, e téren forradalmi változás eddig mégsem következett be, és e tényre az EU több dokumentumában is egyre nyomatékosabban hívja fel a figyelmet.

2. Termékek fenntarthatósága a termékek elavulásával szemben

A fenntartható fogyasztás egyik fontos feltétele a termékek élettartamának meghosszabbítása, ennek elérésére a technológia fejlesztése, az alkatrészek rendelkezésre állása, és a javítás rugalmas rendszer keretében történő szervezettsége. Az Európai Bizottság 2008-ban terjesztette elő a *fenntartható fogyasztásra és termelésre* vonatkozó intézkedés- és javaslatcsomagját.¹⁶⁶⁷ A fogyasztás és a termelés fenntarthatóbb irányba terelése jegyében ebben többek között fő célkitűzésként jelölték meg a termékek teljesítményének teljes életciklusukra vetített javításának fontosságát, és ezzel párhuzamosan a fenntartható áruk és a mögötük lévő termelési technológiák iránti igény ösztönzését, az innováció támogatását, és mindezek mellett a fogyasztói tudatosság növelését.

2014-ben *A fenntarthatóbb fogyasztásért: az ipari termékek élettartama és a fogyasztók tájékoztatása a bizalom visszaszerzése érdekében* című sajátkezdeményezésű véleményében az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság (EGSZB) a termékek elavulásának már az alábbi négy formáját különböztette meg:¹⁶⁶⁸

a) A szigorú értelemben vett „*programozott elavulás*”: a termék előállításakor eleve egy korlátozott élettartamot irányoznak elő (szükség esetén beépítve egy olyan eszközt, amelynek célja, hogy a készülék használhatatlanná váljon bizonyos számú használatot követően.) Az EGSZB szükségesnek látja betiltani azokat a termékeket, amelyek esetében eleve tervezett a meghibásodás annak érdekében, hogy az előidézze a készülék élettartamának végét.

A programozott elavulásnál a vállalkozás tervezetten olyan technológiát és alkatrészeket, operációs rendszereket használ, hogy azok rövid időn belül elavuljanak, elromoljanak. Ez a magatartás önmagában kimeríti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.

Kezelésére az egyes terméktípusok reális élettartamának objektív meghatározása jelenthet megoldást, amelyen belül a vállalkozások kötelesek a termékek élettartamát garantálni, így

¹⁶⁶⁶ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/77/fenntarthato-fogyaszta-s-es-termeles/>

¹⁶⁶⁷ Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions, on the Sustainable Consumption and Production and Sustainable Industrial Policy Action Plan, COM(2008)397

¹⁶⁶⁸ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards more sustainable consumption: industrial product lifetimes and restoring trust through consumer information’ (own-initiative opinion) 2014/C 67/05; 2.4.

olyan eljárással készíteni, alkatrészt használni, amely ezt lehetővé teszi, valamint az alkatrész utánpótlást is biztosítani. Ha pedig ez mégsem így lenne, akkor a megfelelő jogi garanciák kialakításával a következmények őt terhelik. Ez esetben – kifejezetten a túlfogyasztás fékezése érdekében – pl. a csere lehetőségével szemben előtérbe kell kerülnie a javításnak. A tervezett elavulásra vonatkozóan az Európai Parlament a *termékek hosszabb élettartama tekintetében a fogyasztók és a vállalatok számára jelentkező előnyökről* címet viselő 2017-es állásfoglalásában (a továbbiakban EP állásfoglalás)¹⁶⁶⁹ olyan rendszer bevezetését látja indokoltnak, amely a vásárolt termékek minimális élettartamát garantálná, akár egy független hatóság terméktesztelésével.¹⁶⁷⁰ Az EP állásfoglalás termékkategóriánként minimális tartóssági kritériumok megállapítást látja indokoltnak többek között a termék szilárdságára, javíthatóságára, fejleszthetőségére vonatkozóan már a tervezési szakasztól kezdve, és ehhez segítségül hívhatónak látja az EU szabványügyi szerveit.¹⁶⁷¹

b) *A közvetett elavulás*: a termék megfelelő alkatrész hiányában javíthatatlan, vagy pedig annak bizonyul. Ennek a kezelésére a vállalkozásoktól sokkal szervezettebben szükséges elvárni az alkatrész utánpótlás biztosítását. Jelentősen javít a helyzeten, amennyiben jogszabályi kötelezettsége van a cégeknek az adott termék alkatrészeinek meghatározott ideig történő rendelkezésre állására, és azok beszerezhetőségére. Amennyiben ennek nem tesznek eleget, az kimerítheti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok körét. Ugyanakkor ezt csak a javítási folyamatok szervezettebb keretek közé helyezésével, azzal összhangban valósítható meg, hiszen egyik feltételezi a másikat. Az EGSZB fontosnak tartja a javítással foglalkozó vállalkozások fokozott támogatását, és az önkéntes élettartam tanúsítási eljárás ösztönzését (hosszabb távú alkatrész garancia vállalása a szerződésekben.)¹⁶⁷² Az EP állásfoglalása is hangsúlyozza, hogy különösen fontosnak tartja a termékek javíthatóságának és tartósságának az előmozdítását e téren olyan kérdéseket érintve, mint például a gyártási technológiák, az alapanyagok minősége, a jótállási idő, a karbantartási utasítások, a pótalkatrészek rendelkezésre állása, stb.¹⁶⁷³

c) *Az inkompatibilitásból eredő elavulás*: például az operációs rendszer frissítését követően már nem működő szoftver esetén. Az EGSZB véleménye szerint ezt az elavulást az az eladást követő tevékenység okozza, amelynek alapján a fogyasztó inkább hajlik arra, hogy új terméket vásároljon, mintsem, hogy az előzőt megjavíttassa, részben a javítás költsége és időigénye miatt. Ez az elavulás már szoros kapcsolatban van a fogyasztói hozzáállással is, hiszen mára kialakult egyes fogyasztói rétegek esetében a tapasztalat alapján, hogy mivel úgysem tudja megjavíttatni, a termék a gyors informatikai fejlődés miatt elavult, ezért

¹⁶⁶⁹ European Parliament resolution of 4 July 2017 on a longer lifetime for products: benefits for consumers and companies(2016/2272(INI) (2018/C 334/06)

¹⁶⁷⁰ Uo. 30. pont

¹⁶⁷¹ Uo. 1. pont

¹⁶⁷² Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards more sustainable consumption: industrial product lifetimes and restoring trust through consumer information’ (own-initiative opinion) 2014/C 67/05; 1.2 -1.4-1.9 pontok

¹⁶⁷³ European Parliament resolution of 4 July 2017 on a longer lifetime for products: benefits for consumers and companies(2016/2272(INI) (2018/C 334/06) 9-10.pont

inkább újat vesz. Ez bizonyos termékkör esetében tipikus, mint például a digitális informatikai eszközöknél.

d) A *pszichológiai elavulás*: ez a vállalatok marketingkampányainak következménye, azt célozza, hogy a létező termékekre a fogyasztók elavultként tekintsenek. (pl. táblagépek, okostelefonok esetében eleve az a jellemző fogyasztói magatartás, hogy maga a fogyasztó kívánja modernebbre cserélni a terméket.).¹⁶⁷⁴

Az EGSZB megállapítja, hogy a termékek egyre nagyobb sokszínűsége, az innovációs ciklusok egyre rövidebbé válása, valamint az állandóan változó fogyasztói szokások miatt gyakoribbá vált az új termékek vásárlása, és ennek következtében csökkent azok hasznos élettartama.¹⁶⁷⁵ Az elavulás eme fajtája egy egymást kölcsönösen feltételező folyamat eredménye. Az elmúlt évtizedekben a marketing és reklám kommunikációban jellemző volt a fogyasztás maximalizálása, a fogyasztó minél nagyobb mértékű fogyasztásra ösztönzése. Ennek megfelelően a fogyasztói magatartásban a fogyasztók egy rétegénél egyértelműen beazonosítható az a piaci hozzáállás, hogy csak az új képvisel értéket, és mintegy státuszszimbólumként vannak jelen bizonyos termékek. Minderre hatott a fentebb tárgyalt inkompatibilitásból fakadó elavulás tapasztalata is, hiszen a pszichológiai elavulás több ponton kapcsolódást mutat az inkompatibilis elavulással. Ha a vevő rendszeresen az utóbbit tapasztalja, akkor értelemszerűen a fogyasztói attitűd is átalakul.¹⁶⁷⁶

3. A „megfelelő” vállalati működés – compliance

Vállalati kontextusban a fenntarthatósági megközelítés azt jelenti, hogy „a vállalatok kellően figyelembe veszik az olyan általános társadalmi és környezetvédelmi szempontokat, mint például [...] a bolygónk tűrőképességének határainak tiszteletben tartása, annak érdekében, hogy kezeljék a tevékenységeikből eredő legsürgetőbb kockázatokat.”¹⁶⁷⁷ A fenntartható vállalatirányítás esetén a vállalat pénzügyi tervezését, az irányítási, a termelési és a működési folyamatait alapjaiban hatják át a fenntartható célok.¹⁶⁷⁸ Ugyanakkor e folyamatoknak lényegesen gyorsabb ütemben kellene ez irányba fejlődniük. Az EP rávilágított állásfoglalásában, hogy a fenntartható gazdaság érdekében a lineáris szemben preferált körforgásos gazdasági modell a fogyasztói és az üzleti tevékenységben tanúsított hozzáállás és elvárások tekintetében is változtatásokat igényel. A *lineáris gazdasági modell* jellemzője a nagy mennyiség elfogyasztása gyors ütemben, jelentős hulladék termelésével („vásárol – felhasznál

¹⁶⁷⁴ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards more sustainable consumption: industrial product lifetimes and restoring trust through consumer information’ (own-initiative opinion) 2014/C 67/05; 2.4.pont

¹⁶⁷⁵ European Parliament resolution of 4 July 2017 on a longer lifetime for products: benefits for consumers and companies(2016/2272(INI) (2018/C 334/06); AC pont

¹⁶⁷⁶ A termék élettartamának meghosszabbításhoz lásd Kristin A. SCOTT – S.Todd WEAVER: The Intersection of Sustainable Consumption and Anticonsumption: Repurposing to Extend Product Life Spans, In: Journal of Public Policy and Marketing, 2018, december.

¹⁶⁷⁷ European Parliament resolution of 17 December 2020 on sustainable corporate governance (2020/2137(INI); B és I pontok

¹⁶⁷⁸ E körben fontosak például a zöld közbeszerzés szabályai, a fenntartható befektetések támogatása. Ld. még DEÁK Zsuzsa: A fenntartható fejlődés és a felelős vállalatirányítás Magyarországon. *Economica*, 2015.4/2 sz.

– kidob”) egy lineáris pályát követve.¹⁶⁷⁹ A vállalatok növekedése azon az elven alapul, hogy minél több ember minél több terméket vásároljon.¹⁶⁸⁰ A *körforgásos gazdasági modell*ről szóló uniós cselekvési terv szerint a körforgásos gazdaságban a termékek, alapanyagok és erőforrások értékét a lehető legtovább megőrzik a gazdaságban. Ez a termelési modell meg kívánja védeni a vállalkozásokat az erőforrások szűkösségével és az ingadozó árakkal szemben, valamint elő kívánja segíteni a termelés és a fogyasztás innovatívabb, hatékonyabb módjainak kialakítását.¹⁶⁸¹ A cselekvési terv a termelés kapcsán különösen fontosnak tartja a terméktervezést (javíthatóság, tartósság, korszerűség, újrafeldolgozás, stb.)¹⁶⁸², a termelési folyamatok során az erőforrás hatékony felhasználását¹⁶⁸³, a fogyasztás témakörén belül pedig a megfelelő információk áramlását, valamint a termékek címkézésének, a termék árának meghatározó voltát.¹⁶⁸⁴

Az EGSZB a 2020-as véleményében rávilágít arra, hogy az uralkodó gazdasági modell, a lineáris fogyasztási modell alternatívái, mint például az anyag körforgásán, a karbantartáson vagy a megosztáson alapuló modellek „hozzájárulhatnak ugyan az általános anyagfelhasználás csökkentéséhez, de ezek továbbra is háttérbe szorulnak, és a jelenlegi feltételek mellett gyakran nem képesek felvenni a versenyt a lineáris modellekkel.”¹⁶⁸⁵

Az EGSZB e témában kiemeli a termék árának a fontosságát, mint a kereslet egyik legfontosabb tényezőjét és mozgatórugóját. Véleménye szerint, amíg az ár nem tükrözi pontosabban a termék valós költségeit, addig a fenntartható fogyasztási szokások felé történő általános elmozdulás sem lesz lehetséges. „A termelés és a fogyasztás környezeti és társadalmi hatásainak gazdasági költségeit jelenleg rendszerint az adófizetők és a jövő generációi fizetik, nem pedig a termékeket és a szolgáltatásokat értékesítő vállalatok.”¹⁶⁸⁶ Az egyik fő problémaként azt emeli ki, hogy az alternatív megoldásokat kínáló termékek és szolgáltatások még mindig drágábbak és nehezen hozzáférhetőek.¹⁶⁸⁷

Tény, hogy az etikus és méltányos piaci szempontokat követő vállalkozások száma egyre nő, azonban még mindig nem kapnak olyan fokú szabályozói támogatást és preferenciát a termelési és az értékesítési láncban, amely alapján az általuk képviselt vállalkozói attitűd gyorsabban elterjedhetne. Ehhez elengedhetetlen a vállalkozások hosszútávú üzletpolitikájának az átalakítása is. Változtatni szükséges a termelési eljárásokon, az innovatív technikán és a belső ellenőrzési és megfeleltetési folyamatokat is tovább kell szélesíteni. A belső megfelelési kontroll, a compliance körében a fenntarthatóság egyre nagyobb szerepet kaphat. A belső környezetben kialakított működési rendszer külső kihatással bír: a piaci szereplők hozzáállását, a társadalmi megítélés befolyásolását és a versenytársakhoz való viszonyulást

¹⁶⁷⁹ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards an EU strategy on sustainable consumption’ (own-initiative opinion) (2020/C 429/08) 2.2. pont

¹⁶⁸⁰ Uo. 3.6. pont

¹⁶⁸¹ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Az anyagkörü forgás megvalósítása – a körforgásos gazdaságra vonatkozó uniós cselekvési terv. COM(2015) 614; Bevezetés

¹⁶⁸² Uo. 1.1 pont

¹⁶⁸³ Uo. 1.2 pont

¹⁶⁸⁴ Uo. 2. pont

¹⁶⁸⁵ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards an EU strategy on sustainable consumption’ (own-initiative opinion) (2020/C 429/08) 3.6.pont

¹⁶⁸⁶ Uo. 3.7.

¹⁶⁸⁷ Uo.

is meghatározzák. Ambrus István az etikus vállalati működés és az ehhez szorosan kapcsolódó compliance kapcsán kifejti, hogy „Újabban pedig már a – szabályoknak akár betű szerint – megfelelő („compliant”) működés önmagában nem is elegendő az etikusnak nevezhető működéshez, annál több kell, mégpedig az, hogy egy adott vállalat szervezetét, annak minden szintjét szellemiségében is áthassa az ún. compliance-kultúra.”¹⁶⁸⁸ A fenntartható törekvések jelenleg inkább etikai szemléletet tükröznek, de a fogyasztás fenntarthatóságának szélesebb körű gazdasági és társadalmi elismertsége révén ezek fokozatosan a jogi elvárások szintjén fogalmazódnak meg.

4. Fogyasztó a fenntartható piacon – tudatosabb fogyasztói magatartás

„A fenntartható fogyasztás olyan fogyasztói politikákat is szükségessé tesz, amelyek tudatosabbá teszik a fogyasztókat, és lehetővé teszik számukra a fenntarthatóságot segítő, tájékozódáson alapuló döntések meghozatalát.”¹⁶⁸⁹ Ahhoz, hogy a fenntartható üzleti modellek szélesebb körben elterjedjenek és a vállalkozások is bátrabban merjenek ebbe az irányba elmozdulni, a fogyasztói magatartás jelentős átalakulására is szükség van. A lineáris üzleti modell eredményeként egyfelől természetessé váltak a gyorsan elhasználható termékek, ami egyes fogyasztói réteg szempontjából az egyre erősödő bizonytalanság és elégedetlenség felé mutat. Másfelől a piacon jobb anyagi feltételekkel rendelkező fogyasztói rétegre jellemző a minél újabb és modernebb eszközök beszerzésére való törekvés az egyébként még használható, de piaci státuszt nem képviselő termékekkel szemben. A fenntarthatóságra törekvő modellek esetében ki kell alakítani a maradandó termékek státusz- és használati értékét, amivel a fogyasztói magatartás, noha természetesen nem teljes egészében, de kordában tartható azzal a céllal, hogy minél több fogyasztóban alakuljon ki a racionális tervezés.

A fenntarthatóság érdekében a szélesebb fogyasztói kört, az átlagfogyasztót érintő törekvéseket szükséges támogatni. A javításra koncentrálni a piaci rendszer elterjedése érdekében a minél hosszabb élettartamig biztosított gyártói javítási kötelezettség, a szavatossági és a jótállási jogokon belül pedig a cseréhez képest a javítás preferálása szükséges. Látható, hogy a rövid élettartamú termékek az átlagos fogyasztó bizalmának elvesztéséhez vezetnek. Amennyiben a fogyasztó tudja, hogy a gyártó kiemelt figyelmet szentel az alkatrész utánpótlásának, annak beszerzése és javítása gördülékenyen megvalósítható, a bizalma fokozatosan erősödni fog. A javítás szintén bevételt jelent és egyben munkahelyteremtő is a vállalkozás számára.

Az EGSZB a 2020-as véleményében külön kiemeli, hogy figyelemmel kell lenni a lakosság veszélyeztetett csoportjaira is, a rosszabb anyagi körülmények között élőkre, mivel a fenntartható termékeknek mindenki számára elérhetőnek kell lenniük.¹⁶⁹⁰ Az EGSZB szerint

¹⁶⁸⁸ AMBRUS István: A compliance alapkérdései. Az etikus vállalati működés elmélete és gyakorlata. Wolters Kluwer. Budapest, 2019. 38.

¹⁶⁸⁹ Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions, Next steps for a sustainable European future European action for sustainability COM(2016)0739 final 1.2 pontja

¹⁶⁹⁰ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards an EU strategy on sustainable consumption’ (own-initiative opinion (2020/C 429/08) 1.4 pont

az egyik fő elv „a senki ne maradjon ki” a fenntartható gazdaságból származó előnyökből megközelítésnek kell az uniós stratégia alapját képeznie.¹⁶⁹¹

A fogyasztói tudatosság javításának egyik eszköze a hatékony és sztransparens tájékoztatás. Etekintetben különös figyelmet kell szentelni a marketingnek, a termékek minőségéről szóló tájékoztatásnak, valamint a termékek címkézésének. A fogyasztói hozzáállás megváltoztatásában meghatározó szerepe van a fogyasztó kereskedelmi célú megszólításának. A kereskedelmi marketingben a fogyasztó megszólítása a hosszabb élettartamú termékek elfogadása iránt hosszabb távon jelentősen képes átalakítani a fogyasztói hozzáállást, és javítani a pszichológiai elavulás hatásait.

A 2008-as cselekvési terv felvetette, hogy egy egyszerűbb és koherensebb címkézési keretrendszerrel jobban tájékoztathatók a fogyasztók, különösen az olyan termékek esetében, amelyek jelentősen csökkenthetik a környezeti hatásokat. Ebben mintegy pozitív „ördögi kör”-ként aposztrofálták azt a folyamatot, amelyben az egyszerűbb címkézéssel elérhető a termékek környezeti teljesítményének javítása, a jobb termékek és technológiák iránti kereslet előmozdítása, valamint a fogyasztók döntésének támogatása a jobb termék választásában.¹⁶⁹² A címkézések kezdetekben így főképp az energiafelhasználó termékekre fókuszáltak, de az évek során láthatóvá vált, hogy az ipari termékek összessége esetén fontosak még az élettartammal, a tartóssággal összefüggő információk/címkék.¹⁶⁹³ Az EGSZB a 2014-es saját kezdeményezésű véleményében a termékek élettartamával összefüggésben a tájékoztatás fontosságáról a következőképpen fogalmaz: „a termékek élettartam-csökkenésének költségei és az elégtelen javíthatási lehetőségekből eredő nehézségek többségükben a fogyasztókat sújtják. (...) A fogyasztók tudatossá válását elősegíthetné a – elsősorban honlapok és közösségi hálózatok alkalmazása révén megvalósuló – jobb kommunikáció. A tervezett elavulás európai megfigyelőközpontjának köszönhetően a fogyasztók pontosabb képpel rendelkeznének a gyakorlatokról, és így megalapozottabban tudnának dönteni.”¹⁶⁹⁴ Az EGSZB a termékek minimális életciklusára vonatkozó tájékoztatást a vásárlási döntési folyamat egyik meghatározó elemének tekinti.

A fogyasztói döntés támogatásában, a megbízható tájékoztatásban meghatározó szerepe van tehát a termékek címkézésének. Az elmúlt években az EU ágazati politikáiban egyre több megbízható garanciarendszer és eljárás alapján létrehozott szabvány és címke támogatása és bevezetése valósult meg. Ugyanakkor ezek között nem könnyű eligazodni, a fogyasztó számára ezeket fontos átláthatóvá tenni, és a számukra valóban érdemi információkat kiemelni. A termékek minőségi garanciarendszerek eljárása alapján történő címkézése jelentősen hozzájárul a fogyasztói bizalom növeléséhez, ugyanakkor nem mindegy, hogy a címkével történő tájékoztatás a termék mely tulajdonságát tanúsítja.

A 2017-es EP állásfoglalás hangsúlyozta a fogyasztó alaposabb és minőségibb tájékoztatásának szükségességét a termék tartósságára, a környezettudatos tervezésre, a technikai

¹⁶⁹¹ Uo. 2.3.pont

¹⁶⁹² Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions, on the Sustainable Consumption and Production and Sustainable Industrial Policy Action Plan, COM(2008)397 1.pont

¹⁶⁹³ Uo. 2.1. pont

¹⁶⁹⁴ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards more sustainable consumption: industrial product lifetimes and restoring trust through consumer information’ (own-initiative opinion) 2014/C 67/05; 1.10.pont

fejlődésnek megfelelő fejleszthetőségre vonatkozóan.¹⁶⁹⁵ Ezzel összefüggésben rámutatott arra is, hogy „a gyártó különböző fogyasztói szükségletek, elvárások és preferenciák kielégítésére irányuló kereskedelmi ajánlatának részévé kell tenni a termék tartóssága, a meghosszabbított fogyasztói garanciára, a pótalkatrészek hozzáférhetőségére, a javíthatóságára, a komponensek cserélhetőségére vonatkozóan.”¹⁶⁹⁶

EGSZB 2020-as véleménye fontos megállapítást tesz, amikor kiemeli, hogy „A fogyasztást célzó uniós szintű szakpolitikák ezidáig a polgárok fogyasztói szerepére és a tájékoztatáson alapuló szakpolitikai eszközök használatára összpontosítva próbálták befolyásolni a fogyasztói magatartást. A legjobb példa erre többek között a termékek ökocímkezése, a tudatosságnövelő kampányok, és önkéntes zöld közbeszerzési kritériumok (...) Valójában nagyon kevés bizonyíték van arra, hogy a termékek környezeti teljesítményére vonatkozó jobb tájékoztatás, például az ökocímkek valódi változást hoznak a vásárlói magatartás terén (...) A fogyasztói döntéseinket (...) továbbra is főként az ár és a kényelem határozza meg.”¹⁶⁹⁷ A fogyasztót az ár és kényelem szempontjából befolyásoló tényezőnek tekinthető a termék tartóssága és az ahhoz kapcsolódó további információk. Ezt támasztja alá az is, hogy az Eurobarométer adatai szerint maguk a fogyasztók 90%-a is úgy véli, hogy az élettartam megadása céljából egyértelműen címkézni kell a termékeket.¹⁶⁹⁸

5. Záró gondolatok

Az EGSZB 2020 végén kiadott sajátkezdeményezésű véleményében feltárja azokat az anomáliákat, amelyek a fenntartható fogyasztás felé törekvő Európa esetében még mindig szembe kell nézni. Látva, hogy a piacok maguk nem érnek le komolyabb eredményeket az elavulás terén, a bizottság szemben a jelenlegi „töredezett” szabályozási környezettel, egy a fenntartható fogyasztásra vonatkozó olyan átfogó uniós stratégia kialakításnak fontosságát hangsúlyozza, amelyben szükséges a megfelelő szabályozási környezet kialakítása, és a vállalatok számára még átláthatóbb stratégiai iránymutatást adni a fenntartható üzleti modellek terén.¹⁶⁹⁹

Az uniós fogyasztási szokásokat tekintve, a mértéktartó fogyasztás elterjedése még számos ponton igényel beavatkozást. A termék szempontjából indokolt a termelési folyamatokat elvinni az alkatrészek gyártása és a javítási folyamatok biztosítása felé azzal, hogy erre a szabályozási környezetnek is hatékonyan kell reagálnia (pl. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, szavatossági, jótállási szabályok). A termékek fenntarthatóságát több oldalról is szükséges megerősíteni. Egyfelől olyan technológiával és minőséggel kell őket előállítani, amely a jelenleginél hosszabb élettartamot garantál, és a vállalkozásnak ezért minél tovább

¹⁶⁹⁵ Az Európai Parlament 2017. július 4 -i állásfoglalása a termékek hosszabb élettartama tekintetében a fogyasztók és a vállalatok számára jelentkező előnyökről (2016/2272(INI))

¹⁶⁹⁶ Uo. 3.

¹⁶⁹⁷ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards an EU strategy on sustainable consumption’ (own-initiative opinion) (2020/C 429/08) 4.2-4.3 pontok

¹⁶⁹⁸ European Parliament resolution of 4 July 2017 on a longer lifetime for products: benefits for consumers and companies(2016/2272(INI) (2018/C 334/06; U pont

¹⁶⁹⁹ Opinion of the European Economic and Social Committee on ‘Towards an EU strategy on sustainable consumption’ (own-initiativeopinion) (2020/C 429/08), 1.2 és 3.12 pontok.

kell helytállnia a fogyasztó felé (továbbá elérhető alkatrész, jobb javítási feltételek). Másfelől a termékek elavulásában jelentős szerepe van a gyors innovációnak is, ezért indokolt a technológiai innovációt a termékélettartam kitolásának szolgálatába is állítani. Emellett a termékek fenntarthatóságának egyik biztosítéka az élettartamra vonatkozó garanciarendszereknek való megfeleltetés, és az e kritériumnak meg nem feleltethető termékek kitiltása a piacról. Fontos továbbá, hogy nagyobb szerepet kapjon a termék tartósságára vonatkozó információ, mind a marketing kommunikációban, mind a címkézési rendszerekben. Ugyanakkor a címkézési rendszeren belül egy átláthatóbb és követhetőbb jelzőrendszert szükséges kialakítani.

A vállalkozásoknak több olyan támogatásra és kedvezményre van szükségük, amelyek motiválják a fenntartható működés felé történő elmozdulást. Az új üzleti modellek kialakításában piac- és versenyképessé kell tenni a fenntarthatósági törekvéseket.

A fogyasztói magatartás befolyásolására a fenntartható törekvéseket megjelenítő marketingkommunikációnak határozottabban kell jelen lennie a reklámpiacon. Ez a fogyasztói bizalmat mindenképp erősíti a hosszabb élettartamú termékek, és azok javíthatósága iránt. Átgondolandó, hogy melyek azok a fenntartható termékinformációk, amelyek valóban támogatják a fenntartható fogyasztói döntést. Mindezt a fogyasztói tudatosság növelésével oly módon szükséges megtenni, hogy az információkat a fogyasztó ne elkerülni akarja, hanem ellenkezőleg, döntése során tisztában legyen azok jelentőségével.