

A környezetvédelmi jogi normák és a zöldre festés a turizmusban – A greenwashing jelenség és szabályozási háttere

Kundi Viktória¹, Ernszt Ildikó^{2*}

¹Széchenyi István Egyetem, Győr, Magyarország

²Pannon Egyetem, Nagykanizsa, Magyarország

*Levelező szerző, e-mail: ernszt.ildiko@pen.uni-pannon.hu

Beérkezett: 2024. március 11.; elfogadva: 2024. április 16.

Összefoglalás

A környezet védelme mind a vállalkozások, mind a fogyasztók számára központi jelentőségű kérdéssé vált. Így napjainkban a vállalati kommunikáció egyik fontos eleme, hogy felhívják a figyelmet termékeik, szolgáltatásaik készítésének környezetet óvó, fenntartható aspektusaira. A vállalatok azonban profitorientáltak, céljuk a fogyasztók megnyerése, és nem riadnak vissza attól, hogy zöldbe burkolt, sokszor teljesen üres frázisokat segítségül hívva tegyenek szert több utasra, nagyobb bevételre.

Cikkünk célja, hogy bemutassa ezt a jelenséget a turizmus területén, és rávilágítson a „zöldre festés” szabályozási hátterének nehézségeire, miközben rövid áttekintést is adunk a környezetvédelmi tárgyú normák és kezdeményezések tekintetében.

Kulcsszavak: greenwashing, fenntarthatóság, környezettudatosság, jogi szabályozás

The greenwashing phenomenon and its legal regulatory background

Viktória Kundi¹, Ildikó Ernszt²

¹ Széchenyi István University, Győr, Hungary

² University of Pannonia, Nagykanizsa, Hungary

Summary

The protection of the environment and the preservation of environmental safety have become unavoidable topics of the 21st century, so they cannot be ignored in tourism either. Natural factors appear as attractions in this sector, so safeguarding them is essential. Furthermore, environmental protection is getting to be more important for consumers, travellers as well.

One of the important elements of corporate communication nowadays is to draw attention to the environmentally friendly and sustainable aspects of their products and services. However, companies are profit-oriented, their goal is to win consumers and they are not afraid to get more passengers and more income by using green, often completely empty phrases.

The purpose of our article is to present the phenomenon on the field of tourism, to explain its main types and to shed light on the difficulties of the regulatory background of green painting. Furthermore, a short overview of certain environmental protection standards and initiations is also given: some national, EU and international norms are examined. We highlight some standards that, in our opinion, may be of particular importance in relation to tourism. Our selection is quite subjective, the demand for completeness cannot even arise with such a quantity and complexity of legal material.

On the field of tourism, the phenomenon of greenwashing can be detected in many cases, however, only some cases end up in legal procedures. Even though the consumer protection regulations prohibit deceptive and mislead-

ing commercial practices, this does not deter tourism businesses and players from using them frequently. Sometimes it is hard even to detect its presence, since most of the time, it doesn't even occur to an average traveller, that these kinds of tricks are used. In addition, the capacity of activists is also limited, since the unfocused amount of advertising materials that we encounter daily, makes it impossible to filter out all false claims.

The solution would probably be a legal regulation developed specifically for the sector, an international norm, that clearly defines the conditions under which the use of certain terms and symbols is possible. However, considering that the rules developed in such collaborations are recognized as binding only by the states that ratify; furthermore, it is almost impossible to define these standards precisely, this would not ensure a perfect and invincible situation either. The solution is believed to be a well-developed qualification system and the issuance of a validated certificate.

Keywords: greenwashing, sustainability, environmentally conscious, legal regulation

Bevezetés

A környezet védelme, a környezeti biztonság megőrzése a 21. század megkerülhetetlen témáivá váltak, így ezeket a turizmusban sem lehet figyelmen kívül hagyni. A vizek, az éghajlat, a flóra és a fauna, a tiszta levegő, de akár a talaj különleges adottságai is jelenthetnek vonzerőt (Michalkó 2016).

A természeti környezet szennyeződésével, tönkretételével éppen a vonzerő az, ami elvész. Nem túlzás azt állítani, hogy a turizmus számára élet-halál kérdése az egyes természeti értékek megőrzése. A vizek tisztaságának megóvása mellett a vízzel való takarékoskodás is központi kérdéssé vált. Emellett a turisztikai tevékenység az üvegházhatású gázok kibocsátásáért is jelentős mértékben felel: mind a közlekedés, mind az élelmiszer-fogyasztásból fakadó terhek hozzájárulnak a levegő szennyezéséhez. Az utazók megváltozott fogyasztási szokásai megnyilvánulnak abban is, hogy az utazások ideje alatt nagyobb mennyiségű szemét keletkezik. Persze az is előfordul, hogy éppen a szeméthalomból lesz turisztikai vonzerő (pl. Fort Bragg strandja a parton lévő, milliányi apró üvegdarabkával, amelyeket az eldobott üvegekből simára csiszolt a víz, mára idegenforgalmi látványossággá vált; *origo.hu* 2024).

A talaj eróziója, a biológiai sokféleség csökkenése szintén a negatív hatások között említhetők, sok esetben konfliktusokat előidézve a helyi közösségekkel is (Gonda 2022).

A természetre gyakorolt negatív hatások közé tartozik továbbá a különféle fajok egyedeinek, illetve élőhelyeiknek a pusztulása. Nemrégiben egy új veszélyforrást is azonosítottak a tudósok a tengerben úszó szemétszigetekkel kapcsolatban. A nagy csendes-óceáni szemétfolton, amely 1,6 millió négyzetkilométer kiterjedésű és 79 ezer tonna műanyagot foglal magába, élő növényeket és állatokat találtak. A szeméthegey mintegy 200 kilométerre lebeg Kalifornia partjaitól, és a tudósok attól tartanak, hogy invazív fajok is utazhatnak rajta, ami rendkívül súlyos ökológiai következményekkel járhat (Turizmus.com 2021).

A környezet védelme nemcsak a turizmusszektorban tevékenykedő vállalkozások számára, de az utazók, a fogyasztók számára is egyre fontosabbá válik. Ma már a vállalati kommunikáció egyik fontos eleme, hogy a vállal-

kozások felhívják a fogyasztók figyelmét termékeik, szolgáltatásaik környezetet védő jellegzetességeire. Azonban a profitért folytatott harcban sok esetben előfordul, hogy ezek a jellemzők a szlogenek szintjén maradnak, és üres frázisokként pusztán marketingeszközzé silányulnak – valódi tartalom nélkül. Jelen tanulmány célja, hogy bemutassa a greenwashing, vagyis „zöldre mosás” jelenségét a turizmus területén, ami hiánypótló a hazai szakirodalomban. Mindezt oly módon tesszük, hogy a turizmus és a környezet védelmét szolgáló legfontosabb jogi normák rendszerét is felvázoljuk.

Greenwashing, avagy zöldítés – a fogalom eredete

A környezetvédelemmel kapcsolatos szabályozás hosszú utat járt be a turizmus területén is. Folyamatosan nő azoknak a száma, akik az utazási döntések meghozatala során figyelembe veszik a környezet védelmét (WTTC 2023; Booking.com 2023). A turisztikai szolgáltatók természetesen alkalmazkodnak ehhez az igényhez, így nem véletlen, hogy marketingeszközként is megjelent – de megjelent az ezzel való visszaélés is. Vannak olyan vállalkozások, amelyek szabványokat állítanak fel a környezetbarát termékekkel, szolgáltatásokkal kapcsolatban, hozzájárulva ezzel a fenntarthatósági célok eléréséhez, miközben igyekeznek valódi élményeket nyújtani az utazóknak (Rahim 2020).

A greenwashing, vagyis zöldítés nem új keletű jelenség, a 20. század közepéig nyúlik vissza. A fogalom éppen turisztikai vonatkozásban jelent meg először Jay Westerweld tollából 1986-ban, aki egy Fidzsi-szigeteki szálloda zöldbe burkolt, ugyanakkor vélhetően költségoptimalizáló kiírásával kapcsolatban vetette papírra. A felirat a hotel fürdőszobájában a következő volt: „Mentsd meg a bolygót!... A döntés a te kezdedben van. A polcon lévő törülköző azt jelenti, hogy még egyszer használni fogom. Köszönjük, hogy segítesz megőrizni a Föld létfontosságú erőforrásait” (Wolniak 2015; Guo et al. 2018; Sebastião et al. 2020). A feliratot kifogásoló környezetvédelmi aktivista úgy vélte, hogy a szöveg sokkal inkább a szálloda megtakarítását, mintsem a környezet védelmét szolgálja (Orange-Cohen 2010; Pearson 2010). (Bár meg kell jegyezni, hogy a környezet védelmét szolgáló intézkedések egyúttal költségek megtakarí-

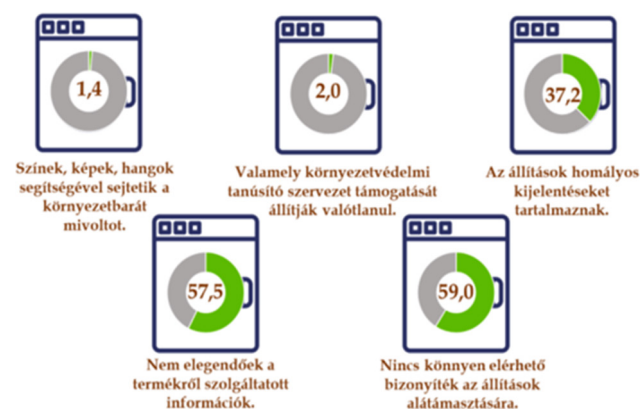
tásához is vezethetnek, így több szempontból is előnyök lehetnek.) Ezt követően az országok és a lakosság is sokkal magasabb követelményeket támasztottak a vállalatok környezeti felelősségével szemben; a követelmények betartása imázsuk és így a fogyasztók megőrzésének feltétele.

Fidrich szerint „a zöldre mosás a természetet tisztító óriásvállalatok által alkalmazott finom PR-stratégiát takarja, amelyek a környezetvédő aktivisták nyelvezetét használják, hogy környezetbarátnak tűnjenek” (Fidrich 2003: 2). Delmas és Burbano szerint „a zöldre mosás gyakorlata a rossz környezetvédelmi teljesítmény pozitív kommunikációjának tekinthető” (Delmas–Burbano 2011).

A nemzetközi trendekre reagálva a Gazdasági és Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) is megfogalmazta saját greenwashingmeghatározását: a greenwashing „a legkézenfekvőbb módja annak, hogy egy adott terméket egy vállalkozás ’zöldre mosson’, annak állítása a marketingkommunikációban, hogy az környezetbarát, vagy éppen újrahasznosított anyagból készült, netán a csomagolása tekinthető ilyennek, vagy éppen megújuló energia felhasználásával gyártották – miközben ennek nincs valóság alapja. Ez természetesen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül” (GVH 2016: 1).

A jelenséget, illetve a cégek által alkalmazott félrevezető kommunikáció miatti „károkat” nehéz tetten érni, tekintettel arra, hogy a fogalom jogi szabályozása hiányzik.

Felmerülhet a kérdés, hogy a fenti bűnök milyen formában jelennek meg – vagy éppen nem jelennek meg – a vásárlóknál. Az Európai Bizottság 2020-ban végzett felmérése öt tipikus módszert sorolt fel (Európai Bizottság 2020). A greenwashing gyakran jelenik meg olyan módon, hogy a vállalkozások marketingkommunikációjuk során csak sejtetik a környezetbarát jelleget különböző színekkel, képekkel, illetve hangokkal. Gyakran homályos megfogalmazásokat alkalmaznak, vagy éppen nem nyújtanak elegendő információt a termékről, szolgáltatásról. Az is előfordul, hogy nincsenek könnyen el-



1. ábra

A greenwashing módszerei

Forrás: Európai Bizottság 2020 alapján Infoszolg (Országgyűlési Hivatal) 2021

érhető források a bizonyítékok tekintetében, vagy éppen egy környezetvédelmi tanúsító szervezet támogatásáról adnak hamis információt (lásd 1. ábra).

A greenwashing típusai

A TerraChoice nevű környezetvédelmi marketingcég megalkotta „a zöldre mosás hét bűne” elnevezésű osztályozást (TerraChoice 2010).

1. Az első a rejtett kompromisszum bűne, amely megjelenhet többek között abban, hogy olyan újrahasznosított anyagot alkalmaznak, amely gyártásának fenntartásági szempontjait nem veszik figyelembe (pl. újrahasznosított textilek).
2. A bizonyítékok hiányának bűne a következő jellemző „elkövetési mód”, amikor olyan környezetvédelmi állítást tesz a vállalat, amelynek alátámasztására egyéb igazolást (pl. tanúsítványt) nem tüntet fel a terméken.
3. A ködösítés bűne olyan állítást takar, amelynek háttére nincs megfelelően igazolva (pl. állatkísérlet-mentes termékek vagy a „nem mérgező” kifejezés használata, amikor az adott összetevő az adott mennyiségben még nem mérgező).
4. A hamis címkék, illetve irreleváns információk imádatának bűne azt jelenti, hogy olyan tényt tüntetnek fel, amely nem a cég önkéntes és felelős tevékenysége okán teszi zöldebbé a terméket vagy szolgáltatást, hanem a háttérben álló szabályozás kötelezi rá a vállalkozást.
5. A lényegtelenség bűne arra utal, hogy a vállalat olyan kommunikációt folytat a termékkel kapcsolatban, amely talán igaz, de irreleváns (pl. CFC-mentes termékek).
6. A kisebbik rossz bűne olyan kampányt jelent, amely egy kisebb lépéssel a komolyabb környezetvédelmi gondról tereli el a figyelmet (lásd a 4. pontban a TUI esetpéldáját).
7. A füllentés bűne olyan eseteket takar, amikor a hatóságok felhívására olyan adatokat közölnek, amelyek nem hitelesek, nem tanúsítottak (lásd a 4. pontban a Ryanair, Lufthansa, Air France, Etihad esetpéldákat).

A fenti esetekben hiányzik az a független tanúsító szervezet, amely hitelesen igazolhatná, hogy az adott termék/vállalkozás teljesíti azokat a kritériumokat, amelyek alapján valóban fenntarthatósági és zöld elvek vezérlék. Scanlan kiemeli, hogy a zöldre mosást féligazságok, füllentések, ködösítés és a megtévesztést szolgáló kisebb-nagyobb trükkök jellemzik (Scanlan 2017). Scanlan átfogó tanulmánya fontos kiindulási ponttá vált, hiszen – ahogy Markham és szerzőtársai fogalmazzak – segítenek pontosabban megérteni egy cég vagy termék „zöldmizériáit” (Markham et al. 2014).

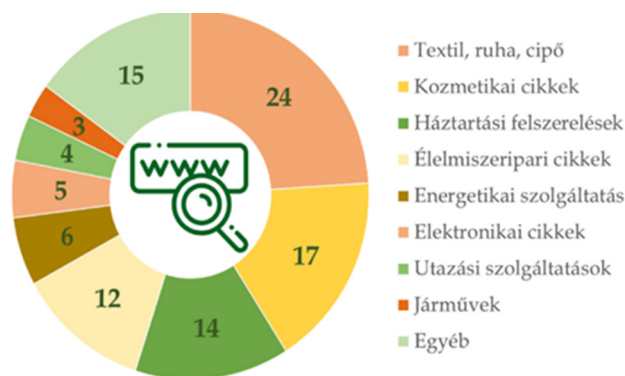
A fentiek elsősorban termékszinten értelmezhetők. Scanlan további hat bűnt sorolt fel, amelyek már a vállalatok tevékenységére vonatkoznak (Scanlan 2017;

Sebastião et al 2020). (A turisztikai vonatkozású példák saját kiegészítéseink.)

1. Az első ezek közül a hamis remény bűne. Idetartoznak az olyan esetek a vállalati kommunikációban, amelyek hamis reményt keltenek a vásárlóban (pl. bizonyos fejlesztések, amelyeket fenntarthatónak, ökónak kommunikálnak).
2. A félelemkeltés bűne a politikai és gazdasági bizonytalanság kihasználását jelenti. Ennek során a fogyasztókat arra ösztönzik, hogy bizonyos termékekből, technológiákból vásároljanak be, ellenkező esetben nem érezhetik magukat biztonságban. Scanlan kiemeli, hogy a globális háborúk, az instabilitás félelmet okoznak, amelynek eltolódása megváltoztatja a kockázatról alkotott közfelfogást (pl. élelmiszer-felhalmozás).
3. A megszegett ígéret bűnének tekinthetjük azt az esetet, amikor például azt állítják, hogy bizonyos beruházások hozzájárulnak a fenntartható fejlődéshez, ugyanakkor ez a legkevésbé sem igazolható (pl. a Hilton maldív-szigeteki beruházásának esete).
4. Az igazságtalanság bűne olyan vállalati kommunikációra utal, amely az előnyöket hangsúlyozza. Olyanoknak szól, akik profitálnak a vállalat tevékenységéből, de nem szenvedik el annak hátrányait (parkolók, szállodák létesítése, attrakciófejlesztések, amelyek a közelben lakók számára rendkívül zavarók lehetnek).
5. A veszélyes következmények bűne a figyelem elterelését jelenti a kockázatokról, akár azáltal, hogy egy másik „bűnt” állít a középpontba (erdőirtások, sípályák kialakítása, tengeri partszakaszok beépítése).
6. Az utolsó ebben a listában a profit elsődlegességének bűne az emberek és a környezet felett. Minden olyan vállalati tevékenységet idesorolhatunk, amikor a vállalat a természet és az ember fölé helyezi a profit megszerzését. Ezt tekinthetjük a zöldre festés legsúlyosabb esetének.

A lista természetesen végláthatatlan, és számos más bűnnel kiegészíthető. A vállalatok kreativitása határtalan, és amíg nem dolgoznak ki egységes tanúsítórendszert, amely megszabja, hogy akár ágazatonként milyen feltételek mellett használhatók a mai hangzatos „zöld” kifejezések, a jogalkotók csak szaladnak a trendek után.

A különféle reklámokban megjelenő állításoknak természetesen igaznak kell lenniük, és ezek valóságtartalmát az adott vállalkozásnak be kell tudnia bizonyítani. Ezzel kapcsolatban már a fogyasztóvédelem kérdésköre is felmerül, hiszen ha az állítás félrevezető, megtévesztő, annak jogi következményei lehetnek, mivel az ilyen jellegű kereskedelmi gyakorlatok tiltottak. Az Európai Bizottság és a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat 2020 őszén felmérte az online reklámállításokat. (Magyarországot a vizsgálatban a GVH képviselte.) A vizsgálatot 344 weboldal átvilágításával végezték el. Az esetek 42 százalé-



2. ábra | A felmérésben vizsgált ágazatok százalékos megoszlása, 2020
Forrás: Országgyűlési Hivatal, 2021

kában fedtek fel termékről szóló hamis állítást, megtévesztő vagy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. A 2. ábrán látható, hogy az utazási szolgáltatások 14 százalékos arányban kommunikáltak valótlanosságokat szolgáltatásuk fenntarthatóságával, környezetbarát jellegével kapcsolatban.

A jogszabályi háttér vizsgálata

A jogszabályi háttér vizsgálata során először azokat a jogi normákat tekintjük át, amelyek a természeti környezet megóvása és védelme érdekében születtek, majd azokra térünk ki, amelyek a zöldre festés elleni küzdelmet segítik: a nemzetközi normák mellett a hazai, valamint a helyi szabályokra is utalunk.

Ezek az eszközök azonban talán csak egy cseppet jelentenek az óceánban. Jelen cikkben néhány olyan jogi megoldásba, dokumentumba kívánunk betekintést adni, amelyek kísérletet tesznek ennek a nemes ügynek a szolgálatára. (Hozzá kell tenni, hogy a turizmus területén érintettek a jogi normákon kívül számos egyéb eszközzel is küzdenek a környezet védelme érdekében. Az egyes vállalkozások saját működésüket is szabályozhatják, például CSR-előírások formájában.) A turizmus területén is releváns valamennyi nemzetközi, EU-s és nemzeti norma, amely a környezetet védi. Ezekre jelen cikkben azonban nem térünk ki. Néhány olyan normát emelünk ki, amelyeknek véleményünk szerint különös jelentősége lehet a turizmus kapcsán. Válogatásunk meglehetősen szubjektív. A teljesség igénye ilyen mennyiségű és komplexitású joganyag mellett fel sem merülhet – különösen, mivel a turizmus számára valamennyi környezeti elem kivétel nélkül létszükséglet.

Áttekintésünk során nemcsak a kötelező erejű normákat említjük meg, hanem azokat a „soft”, azaz jogi kötőerővel nem bíró dokumentumokat is, amelyek jelentősége vitathatatlan, és a jövőben talán jogi normává válhatnak.

Nemzetközi szerződések, nemzetközi szervezetek törekvései

A nemzetközi egyezmények közül két olyan nemzetközi szerződést említünk meg, amelyeknek közvetlen kapcsolatuk van a turizmussal, illetve az utazókkal. Az 1973. évi Washingtoni Egyezmény, azaz CITES Egyezmény a vadon élő, veszélyeztetett állat- és növényfajok nemzetközi kereskedelmét helyezi kontroll alá. A szinte teljesen globális megállapodás, amelynek 182 állam és az EU is részese, három függelékbe sorolja a mintegy 36 000 fajt aszerint, mennyire veszélyezteti őket a nemzetközi kereskedelem: vagy tiltja a velük, illetve a belőlük készített bármilyen termékkel folytatott kereskedelmet, vagy azt engedélyeztetni kell (CITES 2023). A turisták könnyen elcsábulhatnak egy-egy helyi szuvenir, ételspecialitás, kuriózum láttán – bármiféle rossz szándék nélkül, pusztán tudatlanságból –, és kivihetik az országból ajándékként az olyan terméket, amelyet az egyezmény védelme alatt álló fajokból készítettek. Például egy-egy krokodilbőr táskát, csizmát, nagymacskák bundájából készült szőrmét, de akár kagylókból, korallokból álló nyakláncot is, amivel megszegik a rendelkezéseket. Számos esetben készítettek figyelemfelhívó broszúrákat a turisták számára a témával kapcsolatban: például Grönlandon vagy a karib-tengeri vadvilág védelme érdekében (Government of Greenland 2017; Caribbean Travelers' Guide 2019). Az efféle tájékoztató anyagokra a továbbiakban is nagy szükség volna.

A másik, szintén globális nemzetközi egyezmény az 1972. évi UNESCO Világörökség Egyezmény. Az általa védett, többek között természeti helyszínek a leglátogatottabb desztinációk közé tartoznak világviszonylatban, így ezeknek az úti céloknek a megóvása létszükséglet a turizmus számára. Az egyezmény jelentősége, hogy az államok kötelezettséget vállalnak a védett természeti értékek védelmére, kutatására, erre vonatkozóan menedzsmenttervet dolgoznak ki, és az ezeket fenyegető veszélyek elhárítására is figyelmet fordítanak (UNESCO World Heritage Convention 1972).

A különféle nemzetközi szervezetek jogilag nem kötelező dokumentumai mutatják azt az utat, amelyet az elmúlt néhány évtizedben bejárt a nemzetközi közösség viszonyulása a témához.

Az ENSZ Turisztikai Világszervezete az egyik legaktívabb szervezet, ami a turizmus és a környezetvédelem kapcsolatát illeti. Az 1980-as Manilai Nyilatkozat kimondja, hogy a turisztikai erőforrások az emberiség közös örökségének minősülnek, amelyek védelmet érdemelnek, és a turizmus nem károsíthatja a természeti környezetet (Manila Declaration on World Tourism 1980; Gonda 2022). A két évvel később elfogadott Acapulco Dokumentum kiemeli, hogy a turisztikai fejlesztések során a környezetet is figyelembe kell venni (Acapulco Document 1982). 1985-ből származik a Turistajogok Kódexe, amelyben az utazók kötelességévé teszik a desztináció vadon élő állatainak, egyéb természeti erőforrásai-

nak, kincseinek védelmét (Tourism Bill of Rights and Tourist Code 1985).

Az 1995-ös Fenntartható Turizmus Chartában kifejtik, hogy a turizmusfejlesztésnek a fenntarthatóságon kell alapulnia, vagyis ökológiai szempontból hosszú távon működőképesnek, gazdaságilag életképesnek és mind etikai, mind társadalmi szempontból méltányosnak kell lennie a helyi közösség számára is. A charta hangsúlyozza az érintettek közötti együttműködés követelményét, a közlekedés környezeti hatásait, illetve az újrahasznosítás fontosságát (Charter for Sustainable Tourism 1995; Gonda 2022).

2002-ben a Turisztikai Világszervezet és az UNEP (ENSZ Környezeti Programja) közös égisze alatt fogadták el az ökoturizmusról szóló Québeci Nyilatkozatot, amelyben megállapítják, hogy az ökoturizmus a fenntarthatóság minden elemét megtestesíti, így támogatandó (Québec Declaration on Ecotourism 2002). Ugyanebből az évből származik a Cape Town-i Nyilatkozat, amely a felelősségteljes turizmus fontosságát hangsúlyozza (Cape Town Declaration on Responsible Tourism, 2002).

A téma áttekintése során megkerülhetetlen dokumentumok a 2002-ben született Turizmus Globális Etikai Kódexe, valamint az ebből kinőtt Idegenforgalmi Etikai Keretegyezmény (2019). Az etikai kódex ugyan nem kötelező erejű dokumentum, de a folyamatos jelentéstétel jelentősége vitathatatlan, illetve annak elveit több állam is beépítette belső jogába. A harmadik cikkely a turizmus valamennyi érintettje számára előírja az ökoszisztéma, a biodiverzitás és a természeti környezet védelmét, a hulladék mennyiségének csökkentését. Már a turisztikai infrastruktúra megtervezése során is figyelembe kell venni a természetvédelmi követelményeket, az öko- és természeti turizmust pedig – hasonlóan a Québeci Nyilatkozathoz – a turizmus támogatott formáinak kell tekinteni. A turizmusfejlesztés során környezeti hatásvizsgálatot, hatástanulmányt kell készíteni. Az etikai kódex alapján azóta elfogadták a Turisztikai Etikai Keretegyezményt, amely kellő számú ratifikáció hiányában azonban még nem lépett hatályba (UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics 2019; Global Code of Ethics for Tourism 1999; Gonda 2022).

Az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentése érdekében is számos dokumentum született. A klímavédelem jegyében a turisztikai iparág speciális elköteleződését mutatja a Glasgow Deklaráció, amely 2021-ben született a One Planet Network égisze alatt, annak Fenntartható Turizmus Programja keretében. Kidolgozásában számos szervezet vett részt. A turizmusszektor bármely szereplője részese lehet a nyilatkozatnak, ha vállalja, hogy 2030-ig felére csökkenti a károsanyag-kibocsátást, 2050-ig pedig eléri a nettó zero értéket. Továbbá kötelezettséget vállal arra, hogy a dokumentum aláírásától számítva tizenkét hónapon belül éghajlat-politikai cselekvési tervet készít, amelyet végre is hajt, és ezzel kapcsolatosan évente jelentést tesz (One Planet Sustainable Tourism Programme 2021; One Planet 2023).

Az üvegházhatású gázok kibocsátásában a turizmus területén is jelentős része van a közlekedési iparágak, így a szektorra vonatkozóan elfogadott normák jelentősége sem elhanyagolható. Mind a nemzetközi hajózás, mind a légi közlekedés kibocsátásának csökkentésére a Glasgow Deklarációban is megjelenő célt tűzték ki: azaz 2050-re nettó zéró kibocsátást (*IATA 2023; IMO 2023*). A World Travel & Tourism Council (WTTC) az iparág alapos elemzését követően szintén készített egy dekarbonizációs cselekvési tervet (*WTTC 2021*).

Európai uniós kezdeményezések

Az Európai Unió gazdaságfejlesztési stratégiájában fontos szerepet kap a környezetvédelmi szempontok figyelembevétele. A Bizottság 2022-ben tette közzé átfogó jelentését a turizmus digitális, zöld átállásáról. Átfogó intézkedési tervet határoztak meg az iparág rezilienciájának növelése érdekében (*European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs 2022; Európai Bizottság 2023d*). Nagy jelentőséggel bír a Fenntartható Mobilitás Stratégia, amely a közlekedés által előidézett üvegházgáz-kibocsátás 90 százalékos csökkentését célozza 2050-ig (*Európai Bizottság 2020*).

A különféle zöld minősítő címek, jelölések között említhetjük meg az európai uniós öko címkét a szálláshelyek vonatkozásában (EU Ecolabel), amely garantálja, hogy a szálláshely figyelembe veszi a környezetvédelmi követelményeket (*Európai Bizottság 2017; Európai Parlament 2017*). Ehhez nyújt segítséget a közösségi Környezetvédelmi Vezetési és Hitelesítési Rendszer (EMAS) alkalmazása (*Európai Parlament & Tanács 2009*).

Az EU-s kezdeményezések között találunk az élelmiszer-pazarlás, az energiafelhasználás vagy az egyszer használatos műanyagok alkalmazásának csökkentését célzó elemeket is (*EU Platform on Food Losses and Food Waste 2019; Európai Bizottság 2023a, 2023b*). Az információnyújtás, a figyelemfelhívás fontos szerephez jut: mind a turizmusban dolgozók képzése – az úgynevezett zöld készségek megszerzése érdekében –, mind az utazók körében (*Európai Bizottság 2023c, 2023d*).

A zöldre festés tekintetében az Európai Unióban a fogyasztóvédelmi tárgyú normák képezik a jelenséggel szembeni küzdelem jogalapját. A jogi szabályozás irányait a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmára vonatkozó irányelv (*Európai Parlament & Tanács 2005*) határozza meg az Unió egész területén, így valamennyi tagállamban azonos a szabályozás logikája. Ez nemcsak a harmonizált jogi háttérnek köszönhető, hanem az eljárni jogosult szervek (Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat, Nemzetközi Fogyasztóvédelmi és Felügyeleti Hálózat) közötti, meglehetősen szoros kooperációnak is. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmáról szóló jogszabályok nagyon tágra határozzák meg a tiltott gyakorlatok fogalmát, így ezeken belül értelmezhetők a zöldre mosás elkövetési formái is (*Német 2023*).

Jelenleg folyamatban van egy új európai uniós irányelv elfogadása a környezetbarát állításokra vonatkozóan. Az új irányelv értelmében a termékek tájékoztatóin a környezetbarát jelleggel kapcsolatban csak olyan megjegyzések tehetők, amelyeknek valóság alapjuk van, illetve csak a hatóságok által elismert öko címek használhatók, továbbá a jótállási időszakot is jól láthatóan fel kell tüntetni (*Európai Parlament 2024*).

A nemzeti jogi normák és a helyi hatóságok rendelkezései, intézkedései

A nemzeti általános környezetvédelmi jogszabályok értelemszerűen a turizmus számára is fontosak az egyes desztinációk, illetve ezek erőforrásainak, értékeinek megóvása tekintetében; külön nem térünk ki rájuk. Ha Magyarország példáját nézzük, akkor egyetlen törvényt emelünk ki, amely meghatározza a turisztikai térségek fejlesztésének kereteit, és a fenntarthatóság figyelembe vételét központi jelentőségű elemnek tekinti. Úgy rendelkezik, hogy a turisztikai térség fejlesztésének célja a térség látogatottságának növelése oly módon, hogy annak egyedi természeti, táji, kulturális karakterét megőrizze, és környezeti fenntarthatóságát ne veszélyeztesse (2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól, 3.§ (3)).

A helyi szinten hozott határozatok, intézkedések jelentősége sem elhanyagolható. Rendkívül színes a paletta, hogy az egyes helyi hatóságok milyen módon próbálják védeni a környezeti elemeket.

A légszennyezés csökkentését szolgálhatják azok a kezdeményezések, amelyek a tömegközlekedést próbálják népszerűsíteni. Idesorolható Liechtenstein lépése, amely szerint az ország egész területén bárki által ingyenesen használható a tömegközlekedés (*Turizmus.com 2020*). A légszennyezettség csökkentésére szolgálnak azok a szabályok is, amelyek alapján bizonyos közlekedési eszközöket kitiltanak a városokból. Amszterdam 2023 nyarán tiltotta ki az óceánjárókat a városközpontból (*Turizmus.com 2023c*). Ugyan nem helyi jogi norma keretében, hanem kormányrendelet alapján, de ugyanezt a szabályt hozták Velencében, ahol 2021 augusztusától műemléknek nyilvánították a lagúnákat (*Pianigiani-Bubola 2021*).

Ennél drasztikusabbak azok a lépések, amelyek alapján lezárnak turisták körében népszerű helyszíneket. Ez történt a görög Chrissi szigetével is, amelyet különleges flórája és strandjai miatt látogattak előszeretettel. A környezetvédelmi hatóság azért hozta meg ezt a döntést, mert a tengerparti homokban is meggyökerezni képes Chrissi szigeti cédrusok gyökerét kitepték, az olykor több száz éves fák pedig tönkrementek (*Turizmus.com 2022*). A híres thaiföldi Maya Bay sziget hasonló sorsra jutott 2018-ban, azonban egy sikeres rehabilitációs programnak köszönhetően 2022-ben újra látogathatóvá vált (*Cripps 2022*).

A hatóságok bizonyos tárgyak bevitelét is megtilthatják bizonyos területekre. A ma már a világ legmagasabb szemétdombjaként is emlegetett Mount Everest térségében a teljes Khumbu Pasanglhamu közigazgatási régióra vonatkozóan született olyan szabály, amelynek értelmében 2020 januárjától megtiltották az eldobható műanyagok felvitelét a hegyre (*Turizmus.com 2019*).

A természeti értékek kivitelét több tekintetben is szabályozzák mind nemzetközi, mind nemzeti, illetve helyi jogi normák (lásd CITES Egyezmény). A turisták sok mindenre szemet vetnek nyaralásuk során, és sok esetben nem elégszenek meg a hagyományos szuvenírokkal. Emiatt került veszélybe a szardíniai homok, ugyanis a turisták – annak ellenére, hogy a Budelli-szigetet, amelynek partját rózsaszín homok fedi, nemzeti parkká nyilvánították – szívesen távoznak egy adag homokkal a bőröndjeikben. Ráadásul a szardíniai homokkal, kavicokkal, kagylókkal folytatott kereskedelem is tiltott már 2017 óta; a szabályokat semmibe vevő utazók akár három ezer eurós bírságra is számíthatnak. Ennek ellenére csak 2021 júniusában negyvenegy turistát vontak felelősségre száz kilogramm homok kicsempészése miatt, miután a repülőtéren a biztonsági szolgálat felfedezte értékes zsákmányukat (*Csáki 2021*).

Említést érdemelnek a turistákra kivetett úgynevezett ökoadó, amelyeket az adott desztináció természeti környezetének megőrzésére, rehabilitációjára fordítanak. Új-Zélandon egy 2019 óta létező adó bevételeit turisztikai fenntarthatósági projektekre, beruházásokra fordítják. A Seychelles-szigeteken hasonló célokat támogatnak egy 2023-ban bevezetett adóval, amelyet a választott szálláshely mérete alapján határoznak meg (*Csáki 2022*). Balin az adóból származó bevételeket többek között a tenger műanyag szeméttől való megtisztítására használják fel. Bhutánban fenntarthatósági fejlesztési díjat vezettek be a vízumkérelmezési eljárásban, és Izland is ugyanezt tervezi (*Turizmus.com 2023a, 2023b*).

A zöldre mosás tilalmát kimondó nemzeti szintű jogszabályok az európai uniós tagállamokban a 3.2. pont-

ban említett EU-direktíva alapján születtek meg. Így Magyarországon az ezt implementáló, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi törvény tartalmazza azokat a normákat, amelyek a greenwashing ellen alkalmazhatók. Az Európai Unió államaiban a fogyasztóvédelmi hatóságok jellemzően különböző útmutatásokat adnak ki a fogyasztók, illetve a vállalkozások számára, amelyekben rögzítik, hogy egyrészt miként ismerjék fel a jelenséget, másrészt hogyan kerülhetik el. A GVH, azaz a Gazdasági Versenyhivatal 2020-ban bocsátotta ki erre vonatkozó iránymutatását „Zöld marketing” elnevezéssel (*Német 2023*).

A zöldre mosás esetei a turizmusban

Az egyik legnagyobb visszhangot kiváltó turisztikai zöldre mosás 2006-ban történt a nevére máskülönben nagyon ügyelő Hilton szállodalánccal kapcsolatban. Egyik beruházásuk során az etikus turizmust támogató cég, a Tourism Concern azzal vádolta meg a láncot, hogy számos pálma- és mangrovefát vágtak ki Mandhoo szigetén a Rangali és Rangalifinolhu szigeteken épülő Hilton üdülőkompexum megvalósításához. Az aktivisták azt állították, hogy a Hilton Hotels kommunikációjában eltolta a Mandhoo szigetén végzett közösségi munkáját, amely valójában nem járul hozzá a pozitív környezetvédelmi gyakorlathoz, hanem a profitszerzést szolgálja (*Jinsub-Won-Jong 2021*). A Tourism Concern vezérigazgatója, Tricia Barnett azt állította, hogy a globális szállodalánc nem érdekelt a „társadalmilag és környezetvédelmi szempontból felelős üzleti gyakorlat” bevezetésében (*Simpson 2006*). A lánc kommunikációs vezetője természetesen a leghatározottabban visszautasította a vádakat (*Lallemand 2023*).

2020-ban a Ryanairt vádolták azzal, hogy társadalmi felelősségvállalásában jobb színben kívánja feltüntetni magát. A brit reklámfelügyelet betiltotta azt a reklámkampányt, amely szerint az európai légitársaságok közül

We align to the 17 UN Sustainable Development Goals



3. ábra

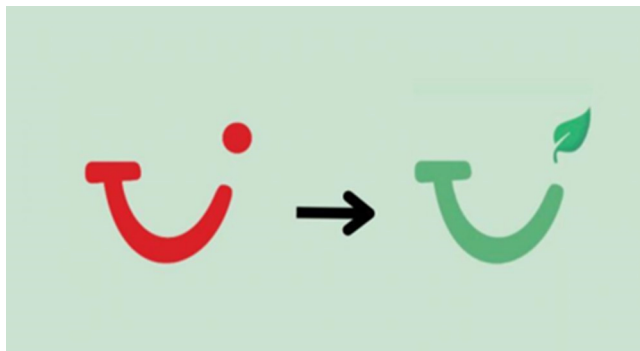
A Ryanair legújabb, 2023-as kampánya

Forrás: szerkesztett képernyőfotó a <https://corporate.ryanair.com/sustainability> oldalról

a Ryanairnek a legalacsonyabb a szén-dioxid-kibocsátása. A hatóság arra hivatkozott, hogy a cég állításainak igazolására felhasznált egyik táblázat 2011-es keltezésű, így „kevésbé alkalmas egy 2019-es összehasonlítás alá-támasztására”. Hozzá tették, hogy több jól ismert légitársaság nem is szerepel a táblázatban, ezért a mérés hitelessége nem egyértelmű. A fentiek alapján a felügyelet eredeti formájában nem engedélyezte a reklámfilm vetítését. A Ryanair szóvivője hangsúlyozta, hogy ők minden szabályt betartottak (*The Guardian 2020; Oaks 2020*). A Ryanair saját honlapján részletesen rögzítik, és részletes információkat nyújtanak arról, hogy pontosan mit tesz a légitársaság a fenntarthatóság megvalósítása érdekében (lásd 3. ábra).

Hasonló sorsra jutottak más légitársaságok is: az Egyesült Királyságban működő ASA (Advertising Standards Authority, Hirdetési Szabványok Hatósága) 2023 nyarán megtévesztőnek minősített és betiltott további három olyan reklámot, amelyeket a mesterséges intelligencia segítségével azonosítottak. A Lufthansa egy Google-hirdetésben úgy fogalmazott, hogy az utazók „fenntarthatóbb módon repülhetnek”. Az Air France azt hangsúlyozta, hogy a társaság „elkötelezte magát a környezetvédelem mellett”, míg az Etihad a cég környezetvédelmi érdekérvényesítésére tett utalást, miközben „teljes nyugalmat” kínált. A hatóság ezekben az esetekben is arra hivatkozott, hogy nem voltak megfelelően bizonyítva az idézett állítások (*Greenfeld–Sweeney 2023*).

Az utazási irodák sem mindig viselkednek etikusan szolgáltatásaik reklámozása során. Ezt mutatja egy viszonylag friss hír a TUI új logójával kapcsolatban. A cég közösségi oldalain a megszokott piros mosoly helyett egy zöld, levélformájú logót láthatunk. A váltásra sokan azonnal zöldre festéssel vádolták a céget, mondván, hogy bár a fenntarthatósági célokat megfogalmazták, de nem látják, milyen tényszerű változások indokolják az új logó bevezetését. „Valóban elindították ’fenntarthatósági menürendjüket’, hogy megtervezzék a kibocsátásuk csökkentését. Ami rendben is van. De mióta indokol egy ilyen logóváltást az a terv, hogy 2050-re szén-dioxid-semlegesek akarnak lenni?” (Maxime Van der Meersch, idézi *Lallemand 2023*).



4. ábra | A TUI régi és új, 2023-as logója
Forrás: *Lallemand 2023*

A fenti példák kiválóan szemléltetik, hogy az egyes esetek megítélése igen nehéz, hiszen egy túl korai vagy nem alaposan átgondolt kampánnyal még a valóban fenntarthatóságra törekvő cégek is azonnal az aktivisták keresztútjába kerülhetnek.

Összegzés

A greenwashing mint a vállalati kommunikáció etikátlan formája a profitot a környezeti és társadalmi értékek megőrzése fölé helyezi. A szabályozó szervek többszintű szabályozással és ajánlásokkal igyekeznek elősegíteni a környezeti és az épített értékek megőrzését, ez azonban sok esetben nem elég, vagy nem elég hatékony.

Számos, a szolgáltatásokat és termékeket környezetbarátként feltüntető állítás nem a valóságot tükrözi, vagy megkérdőjelezhető. Ezeket tetten érni komoly kihívást jelent. Az utazóban többnyire fel sem merül, hogy efféle trükkökkel akarnak magasabb költséget kisajtolni belőle. Az aktivisták kapacitása is véges, hiszen olyan mennyiségű reklámanyaggal és marketingfogással találkozunk akár csak napi szinten is, ami lehetetlenné teszi az összes hamis állítás kiszűrését.

A megoldást vélhetően egy kifejezetten az ágazatra kidolgozott jogi szabályozás jelentené, egy olyan nemzetközi együttműködés, amely egyértelműen meghatározza, hogy bizonyos kifejezések, szimbólumok használata milyen feltételek mellett lehetséges. Azonban tekintve, hogy az ilyen együttműködésekben kidolgozott szabályokat is csak a ratifikáló államok ismerik el kötelezőnek, és ezeket a normákat szinte lehetetlen egészen pontosan lehatárolni, ez sem biztosítana tökéletes és kijátszhatatlan helyzetet. Egy jól kidolgozott minősítő rendszer és egy validált tanúsítvány kibocsátása jelenthetné a megoldást.

Irodalomjegyzék

2008. évi, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0800047.tv> [Letöltve: 2024. 01. 08.]
2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1600156.tv> [Letöltve: 2024. 01. 08.]
- Acapulco Document (1982) <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/66.%20Acapulco.PDF> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Booking.com (2023) Travel Predictions 2024. <https://www.booking.com/c/trends/travelpredictions2024.hu.html> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Cape Town Declaration on Responsible Tourism (2002) <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Caribbean Travelers' Guide (2019) Be informed. Buy informed. https://assets.speakcdn.com/assets/2332/wta-2019-traveler-guide_caribbean_web.pdf
- Charter for Sustainable Tourism (1995) <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.05.04> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- CITES (2023) Mi a CITES? <https://www.cites.hu/hu/szabalyozas/cites/bovebben-a-cites-rol> [Letöltve: 2024. 01. 18.]

- Cripps, K. (2022) Tourism killed Thailand's most famous bay. Here's how it was brought back to life. <https://edition.cnn.com/travel/article/maya-bay-thailand-recovery-c2e-spc-intl/index.html> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Csáki Cs. (2021) Hiába számít illegálisnak, tonnaszámba viszik haza a homokot a turisták Szardíniáról. <https://roadster.hu/szardiniai-homoklopas> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Csáki Cs. (2022) Itt az összes ország, ahol idén valamilyen formában fizetni kell a beutazásért. <https://roadster.hu/idegenforgalmi-adok-2022> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Delmas, M. & Burbano, V. (2011) The drivers of greenwashing. *California Management Review*, Vol. 54. No. 1. pp. 64–87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64> [Letöltve: 2023. 12. 09.]
- EU Platform on Food Losses and Food Waste (2019) Recommendations for Action in Food Waste Prevention. https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-05/fs_eu-actions_action_platform_key-rcmnd_en.pdf [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Bizottság (2017) A Bizottság (EU) 2017/175. határozata (2017. január 25.) a turisztikai szálláshelyek uniós ököcímekjének odaítélésére vonatkozó kritériumokról. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017D0175> [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Bizottság (2020) A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, az Európai Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának. COM 2020 789. Fenntartható és intelligens mobilitási stratégia – Az európai közlekedés időálló pályára állítása. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0789> [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Bizottság (2023a) Energy efficiency. https://energy.ec.europa.eu/topics/energy-efficiency_en [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Bizottság (2023b) Single-use plastics. https://environment.ec.europa.eu/topics/plastics/single-use-plastics_en [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Bizottság (2023c) Készségek az uniós idegenforgalmi munkaerő számára. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/skills-eu-tourism-workforce_en?prefLang=hu&ettrans=hu [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Bizottság (2023d) The green transition of tourism. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/green-transition-tourism_en [Letöltve: 2024. 01. 22.]
- European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (2022) Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union, Luxembourg. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425> [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Parlament (2017) Sustainable tourism. The environmental dimension. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599327/EPRS_BRI\(2017\)599327_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599327/EPRS_BRI(2017)599327_EN.pdf) [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Parlament (2024) A zöldre festés és a megtévesztő állítások tilalmát kéri a képviselők. <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/press-room/20240112IPR16772/a-zoldrefestestesa-megteveszto-allitasok-tilalmat-kerik-a-kepviselok> [Letöltve: 2024. 04. 08.]
- Európai Parlament & Tanács (2005) Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EKG tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32005L0029> [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Európai Parlament & Tanács (2009) Az Európai Parlament és a Tanács 1221/2009/EK rendelete (2009. november 25.) a szervezeteknek a közösségi környezetvédelmi vezetési és hitelesítési rendszerben (EMAS) való önkéntes részvételéről. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R1221&from=lv> [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Fidrich R. (2003) Zöldrefestés, avagy hogyan próbálják az óriáscégek kifogni a szelet a környezetvédők vitorlájából? Globalizáció füzetek 3. Magyar Természetvédők Szövetsége, Budapest. <https://mtvsz.hu/dynamic/zoldrefestes.pdf> [Letöltve: 2023. 12. 10.]
- Global Code of Ethics for Tourism (1999) <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> [Letöltve: 2024. 01. 21.]
- Gonda T. (2022) Alternatív turizmus – Környezettudatosság és felelősség a turizmusban. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Government of Greenland (2017) Greenland handicrafts – more than mere souvenirs. <https://greenlandtours.com/assets/media/documents/cites-rules.pdf>
- Greenfeld, P. & Sweney, M. (2023) Air France, Lufthansa and Etihad ads banned for misleading claims. <https://www.theguardian.com/media/2023/dec/06/air-france-lufthansa-etihad-ads-banned-misleading-claims-advertising-environmental> [Letöltve: 2024. 04. 08.]
- Guo, R., Zhang, W., Wang, T., Li, C. B. & Tao, L. (2018) Timely or considered? Brand trust repair strategies and mechanism after greenwashing in China – from a legitimacy perspective. *Industrial Marketing Management*, Vol. 72. pp. 127–137. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.04.001> [Letöltve: 2024. 12. 21.]
- GVH (2016) Zöld hirdetések. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadtan/gondolja_vegig_higgadtan_zold_hirdetesek&inline=true [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- IATA (2023) Our Commitment to Fly Net Zero by 2050. <https://www.iata.org/en/programs/environment/flynetzero> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- IMO (2023) International Maritime Organization (IMO) adopts revised strategy to reduce greenhouse gas emissions from international shipping. <https://www.imo.org/en/MediaCentre/PressBriefings/Pages/Revised-GHG-reduction-strategy-for-global-shipping-adopted.aspx> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Jinsuh, T. & Won-Jong, O. (2021) Hilton faces greenwashing challenge. In: Jishnu, B. et al. (eds) *Social and Sustainability Marketing*. Chapter 35. New York, Productivity Press.
- Lallemand, C. (2023) Greenwashing: TUI se prend une volée de bois vert pour son nouveau logo. <https://trends.levif.be/entreprises/greenwashing-tui-se-prend-une-volee-de-bois-vert-pour-son-nouveau-logo> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Manila Declaration on World Tourism (1980) <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.01.01> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Markham, D., Khare, A. & Beckman, T. (2014) Greenwashing: A proposal to restrict its spread. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, Vol. 16. No. 4. pp. 1–16. <https://doi.org/10.1142/s1464333214500306> [Letöltve: 2023. 12. 20.]
- Michalkó G. (2016) Turizmológia. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Német N. (2023) Zöld állítások és a fogyasztóvédelem (Green statements and consumer protection). In: Rigó Cs. B., Szoboszlai I. & Csirszki M. M. (szerk.) *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások*. Budapest, Gazdasági Versenyhivatal. p. 376.
- Oaks, O. (2020) Ryanair ads banned over 'lowest emissions' claim. <https://www.campaignlive.co.uk/article/ryanair-ads-banned-lowest-emissions-claim/1673038> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- One Planet (2023) Glasgow Declaration. <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/glasgow-declaration/faq> [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- One Planet Sustainable Tourism Programme (2021) Glasgow Declaration: A Commitment to a Decade of Climate Action. https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/2022-02/GlasgowDeclaration_EN_0.pdf [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- Orange, E. & Cohen, A. M. (2010) From eco-friendly to eco-intelligent. *The Futurist*, Vol. 44. No. 5. pp. 28–32.

- origo.hu (2024) Csillag-villog a híres strand, pedig korábban szeméttelép volt. <https://www.origo.hu/utazas/20240110-csillagvillog-a-hires-strand-pedig-korabban-szemettelep-volt-kepek.html> [Letöltve: 2024. 01. 11.]
- Országgyűlési Hivatal (2021) A „greenwashing” jelenség. ec5b9e78-0b17-34b7-3273-8db1bd16bea9 (parlament.hu) [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Pearson, J. (2010) Turning point. Are we doing the right thing? Leadership and prioritisation for public benefit. *Journal of Corporate Citizenship*, Vol. 37. pp. 37–40. <https://doi.org/10.9774/gleaf.4700.2010.sp.00006> [Letöltve: 2023. 12. 10.]
- Pianigiani, G. & Bubola, E. (2021) Italy's Government to Ban Cruise Ships from Venice. <https://www.nytimes.com/2021/07/13/world/europe/venice-italy-cruise-ship-ban.html> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Québec Declaration on Ecotourism (2002) <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/quebec-declaration.pdf> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Rahim, S. (2020) Greenwashing: How Sustainability Certification is Impacting Tourism. https://www.linkedin.com/pulse/greenwashing-how-sustainability-certification-impacting-sam-rahim?trk=article-ssr-frontend-pulse_more-articles_related-content-card [Letöltve: 2024. 01. 20.]
- Ryanair Corporate Website (2023) Sustainability. <https://corporate.ryanair.com/sustainability> [Letöltve: 2024. 02. 09.]
- Scanlan, S. (2017) Framing fracking: Scale-shifting and greenwashing risk in the oil and gas industry. *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability*, Vol. 22. No. 11. pp. 1311–1337. <https://doi.org/10.1080/13549839.2017.1345877> [Letöltve: 2023. 12. 20.]
- Sebastião, V. F. N., Marcos, F. F. S., Ana, R. B. R. & Gleibson R. L. S. (2020) Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europa*, Vol. 32. No. 19. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Simpson, D. (2006) War of words on Hilton 'greenwash' claims bring spotlight on tourism ethics. <https://www.cabi.org/leisuretourism/news/15943> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- TerraChoice (2010) The sins of greenwashing: Home and family edition. [TerraChoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf](https://www.twosides.info/TerraChoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf) (twosides.info) [Letöltve: 2023. 12. 11.]
- The Guardian (2020) Ryanair accused of greenwash over carbon emissions claim. <https://www.theguardian.com/business/2020/feb/05/ryanair-accused-of-greenwash-over-carbon-emissions-claim> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Tourism Bill of Rights and Tourist Code (1985) <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.1985.1.hp408706117j8366?role=tab> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Turizmus.com (2019) Mount Everest: a világ legmagasabb szemétdombja? <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/mount-everest-a-vilag-legmagasabb-szemetdombja-1165760> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Turizmus.com (2020) Ingyenessé vált a tömegközlekedés Luxemburgban. <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/ingyennesse-valt-a-tomegkozlekedes-luxemburgban-1169015> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Turizmus.com (2021) Műanyag élőhelyé változott a Csendes-óceánon úszó szemétsziget. <https://turizmus.com/desztinaciok/muanyag-elohelye-valtozott-a-csendes-oceanon-uszo-szemet-sziget-1178524> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Turizmus.com (2022) Kizárták a kirándulókat a görögországi Chrissi szigetről. <https://turizmus.com/desztinaciok/kizartak-a-kirandulokat-a-gorogorszag-chrissi-szigeterol-1181168> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- Turizmus.com (2023a) Környezetvédelmi adót kell fizetniük a Seychelle-szigetekre érkező turistáknak. <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/kornyeztvedelmi-adot-kell-fizetniuk-a-seychelle-szigetekre-erkezo-turistaknak-1188219> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Turizmus.com (2023b) Izlandot is fenyegeti a túlturizmus, idegenforgalmi adó bevezetését tervezik. <https://turizmus.com/desztinaciok/izland-idegenforgalmi-ado-tulturizmus-kornyeztvedelem-1188903> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Turizmus.com (2023c) Amszterdam kitér az óceánjáró hajókat a városközpontból. <https://turizmus.com/desztinaciok/amszterdam-oceanjaro-hajok-tiltas-dontes-a-tomegturizmus-ellen-1187820> [Letöltve: 2024. 01. 10.]
- UNESCO (1972) Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. <https://whc.unesco.org/en/conventiontext> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics (2019) <https://www.unwto.org/ethics-convention> [Letöltve: 2024. 01. 18.]
- Wolniak, R. (2015) Reporting process of corporate social responsibility and greenwashing. In: 15th International Multidisciplinary Scientific Geoconference SGEM2015 – Ecology, Economics, Education and Legislation. <https://doi.org/10.5593/sgem2015/b53/s21.063> [Letöltve: 2024. 02. 09.]
- WTTC (2021) A Net Zero Roadmap for Travel & Tourism. Proposing a new target framework for the travel & tourism sector. London. https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/WTTC_Net_Zero_Roadmap.pdf. [Letöltve: 2024. 01. 19.]
- WTTC (2023) WTTC and TRIP.COM Group Global Traveller Report Reveals Shift Towards Sustainable Travel. <https://wtcc.org/news-article/wttc-and-tripcom-group-global-traveller-report-reveals-shift-towards-sustainable-travel> [Letöltve: 2023. 01. 23.]