

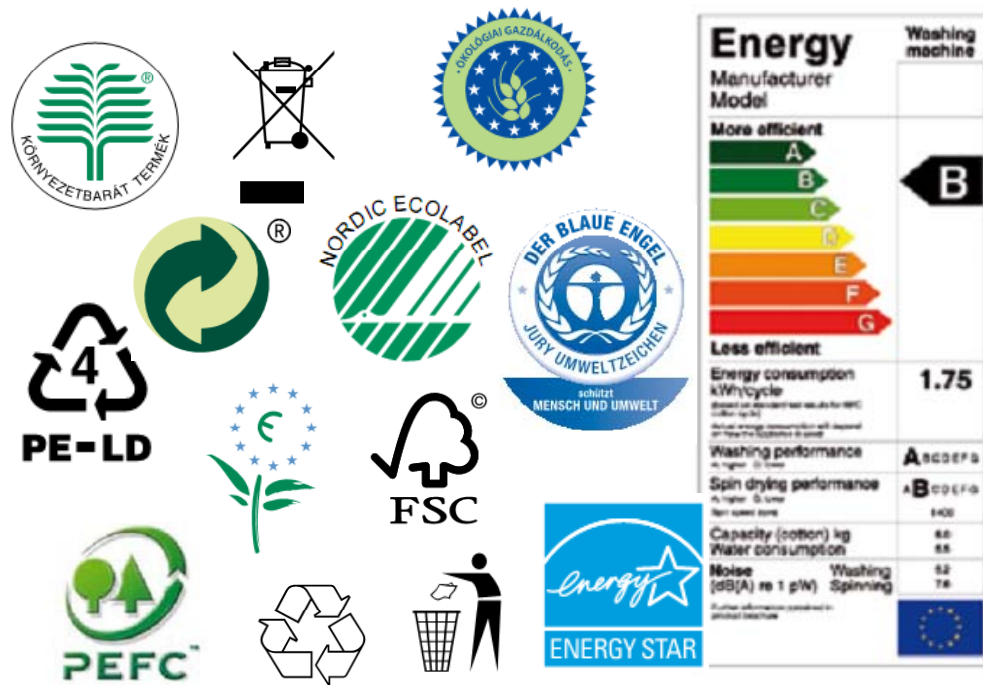
PÉTERNÉ BARANYI RITA

**KÖRNYEZETI CÍMKÉZÉS RENDSZERE:
AZ EU ÖKOCÍMKE ÉS A „KÖRNYEZETBARÁT TERMÉK” VÉDJEJY**



**Környezetbarát védjegy és ökocímke, vállalati marketingeszközök a piaci versenyelőnyhöz
Konferencia& Workshop – Budapest, 2011. június 10.**

Környezeti címkézés rendszere: az EU ökocímke és a „környezetbarát termék” védjegy



VÉDJEGYEK???

KÖRNYEZETI JELÖLÉSEK???



KÖRNYEZETBARÁT TERMÉK VÉDJEGYEZÉS

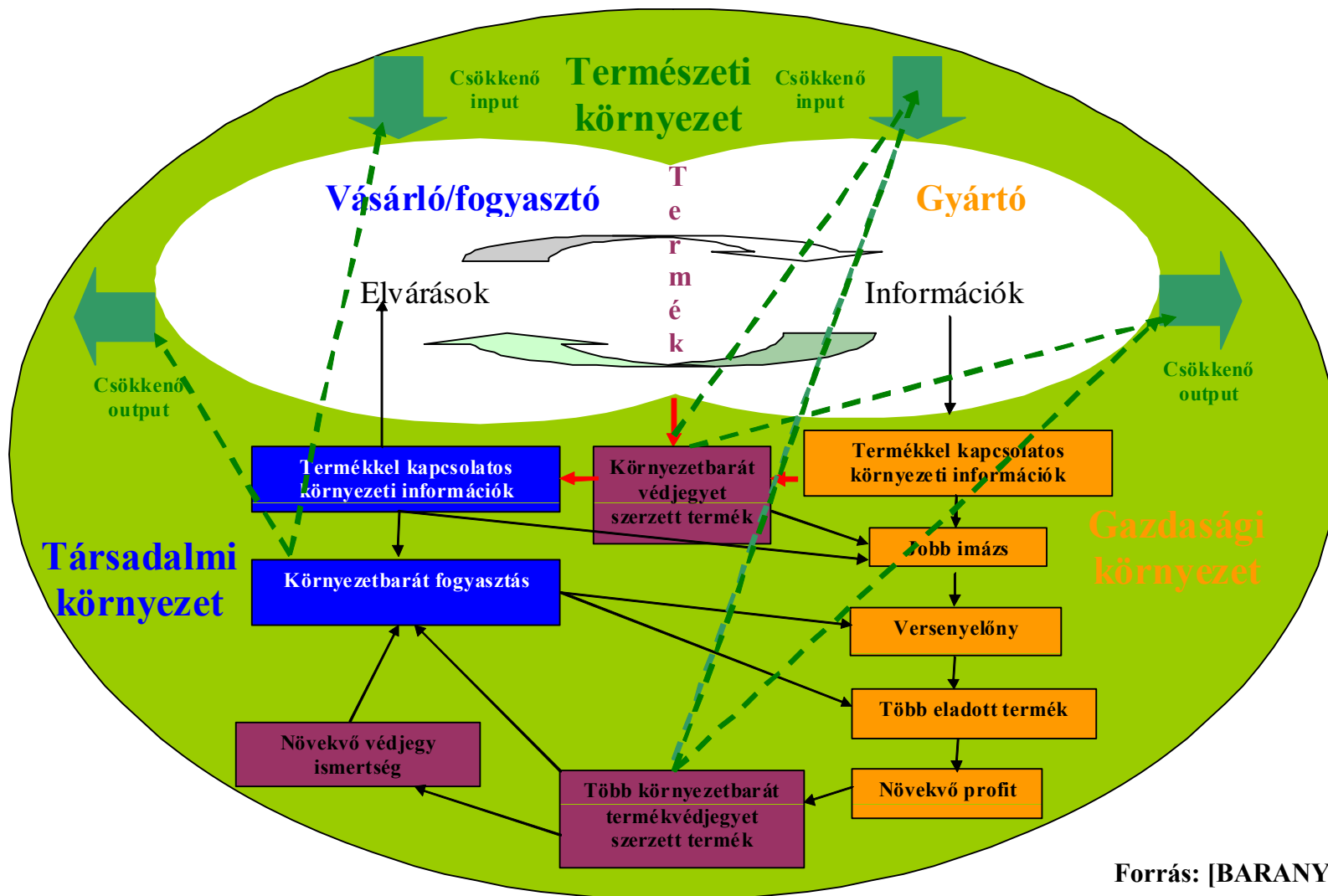


Nemzeti és nemzetközi jelek



Termékek és szolgáltatások minősítése

A KÖRNYEZETBARÁT TERMÉK VÉDJEJEGYZÉS 3WIN KAPCSOLATRENDSZERE



Forrás: [BARANYI, 2010]

A KÖRNYEZETBARÁT TERMÉKVÉDJEJEGYZÉS, A KÖRNYEZETSZABÁLYOZÁS ÉS KÖRNYEZETMENEDZSMENT KÖLCSÖNKAPCSOLATA



KÖRNYEZETSZABÁLYOZÁS - FŐ KAPCSOLÓDÁSI CÉLTERÜLETEK

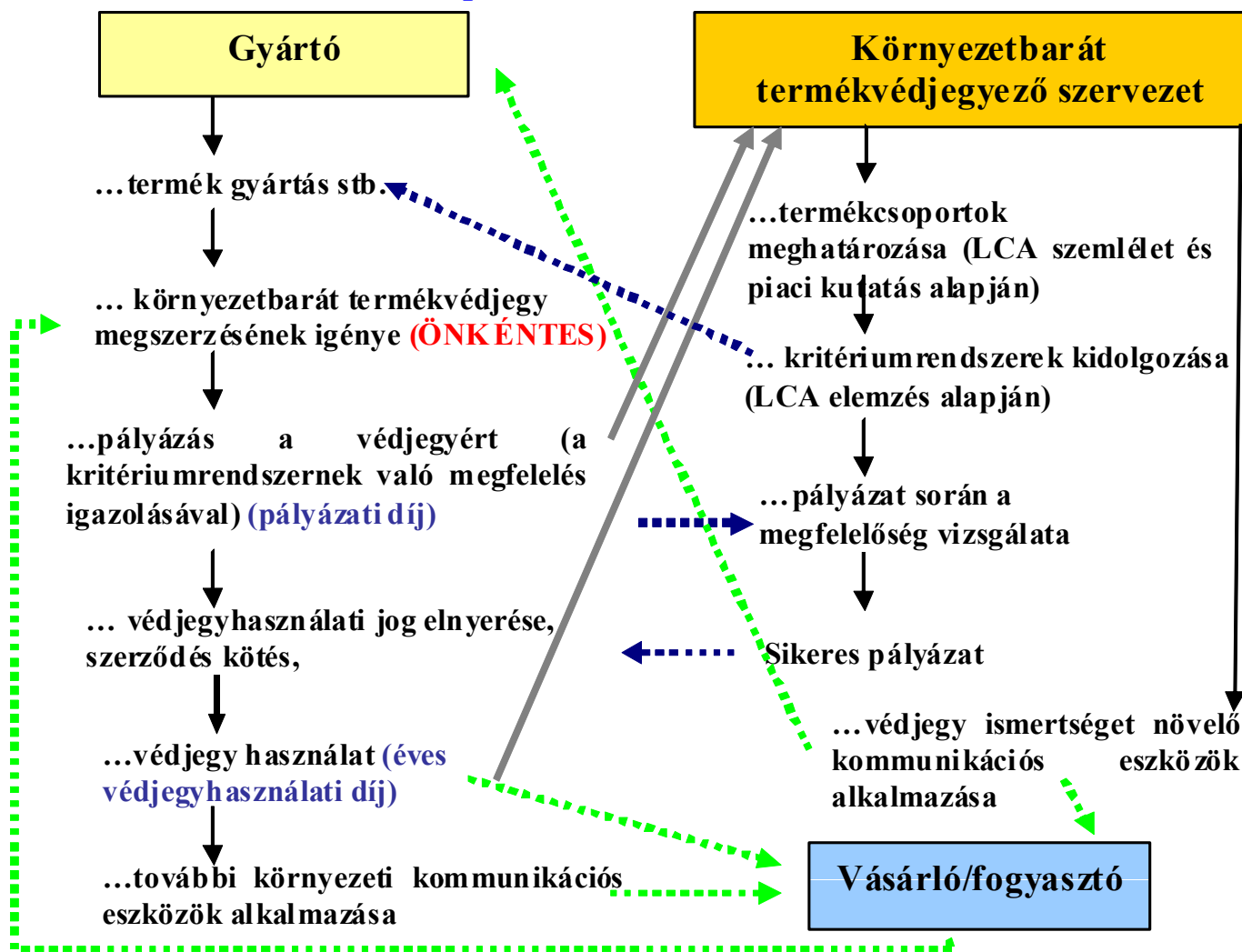
- Fenntartható fogyasztás és termelés előmozdítása
 - Fogyasztók tájékoztatása
 - Életciklus szemlélet alkalmazása
 - Környezetbarát termékek támogatása
- Zöld közbeszerzés fellendítése



KÖRNYEZETMENEDZSMENT - FŐ KAPCSOLÓDÁSI CÉLTERÜLETEK

- ISO 14000-es szabványcsalád
- Életciklus szemlélet
- Öko-marketing
 - Célpiac választás/Pozicionálás
 - Profilírozás
 - Marketingmix

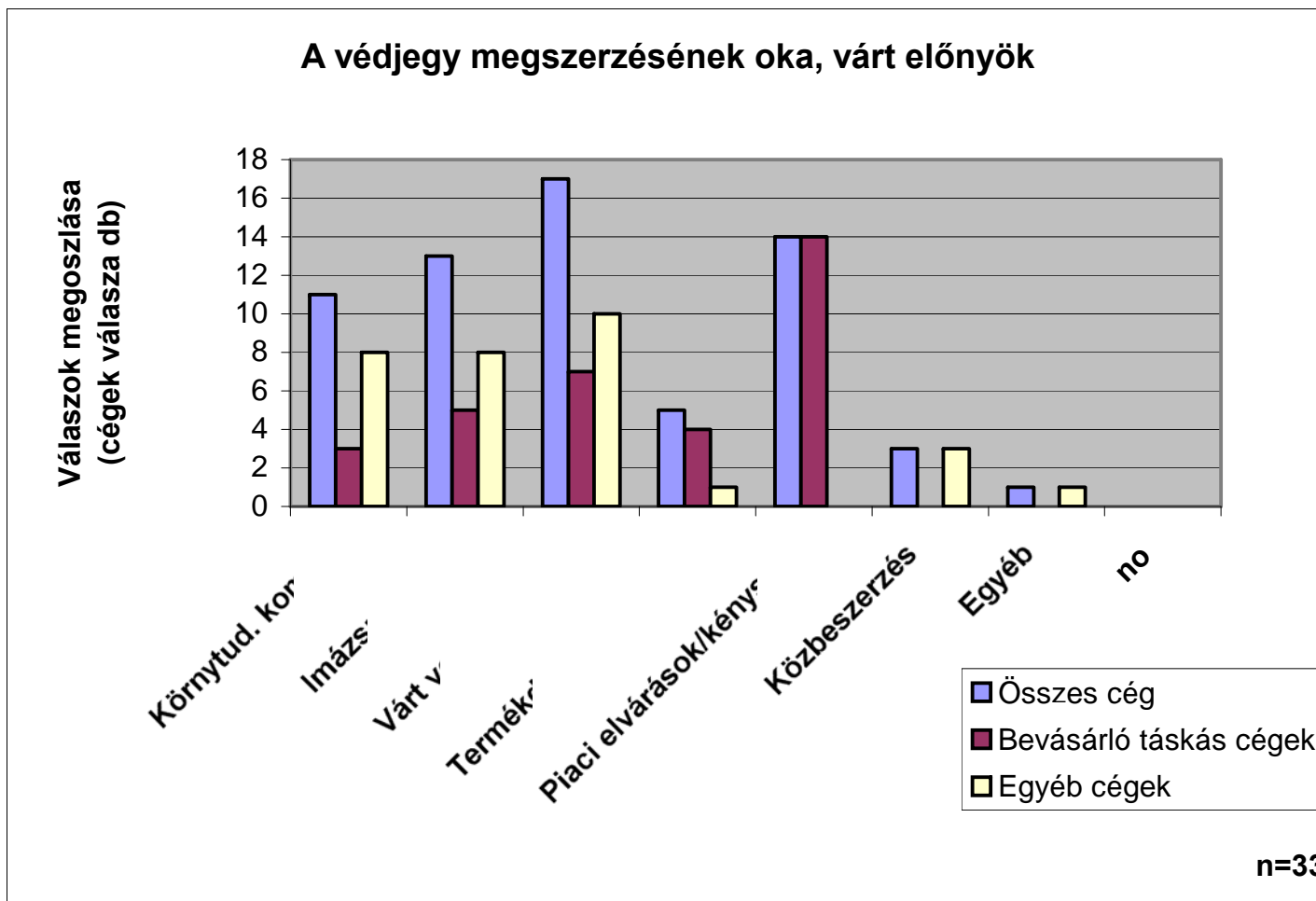
Környezetbarát termékvédjegyezési folyamat- stakeholderek - kapcsolatrendszerek



Forrás: [BARANYI, 2010]

A hazai környezetbarát termék védjegyzés gyakorlata – Mélyinterjúk kutatás eredményei

A védjegy megszerzésének oka, várt előnyök



Forrás: [BARANYI, 2010]

A hazai környezetbarát termék védjegyezés gyakorlata – Mélyinterjúk kutatás eredményei

Védjegyhasználattal kapcsolatos elvárások gyakorlati megvalósulása

67% Igen + részben igen

- Új piaci kapcsolatok építése, ügyfelek megnyerése,
- Tapasztalt versenyelőny, gazdasági haszon,
- Érzékelhető vevői igény a védjegyezett termékre,
- Piaci részesedés, megrendelők megtartása, piaci kényszer kielégítése

18% Nem

- Nincs támogató környezetszabályozási háttér (pl. közbeszerzés, kedvezmények)
- Hiányzó környezettudatos fogyasztói réteg
- Árorientált piac
- Címke ismertség szintje

A védjegyhasználat gazdaságosságának megítélése

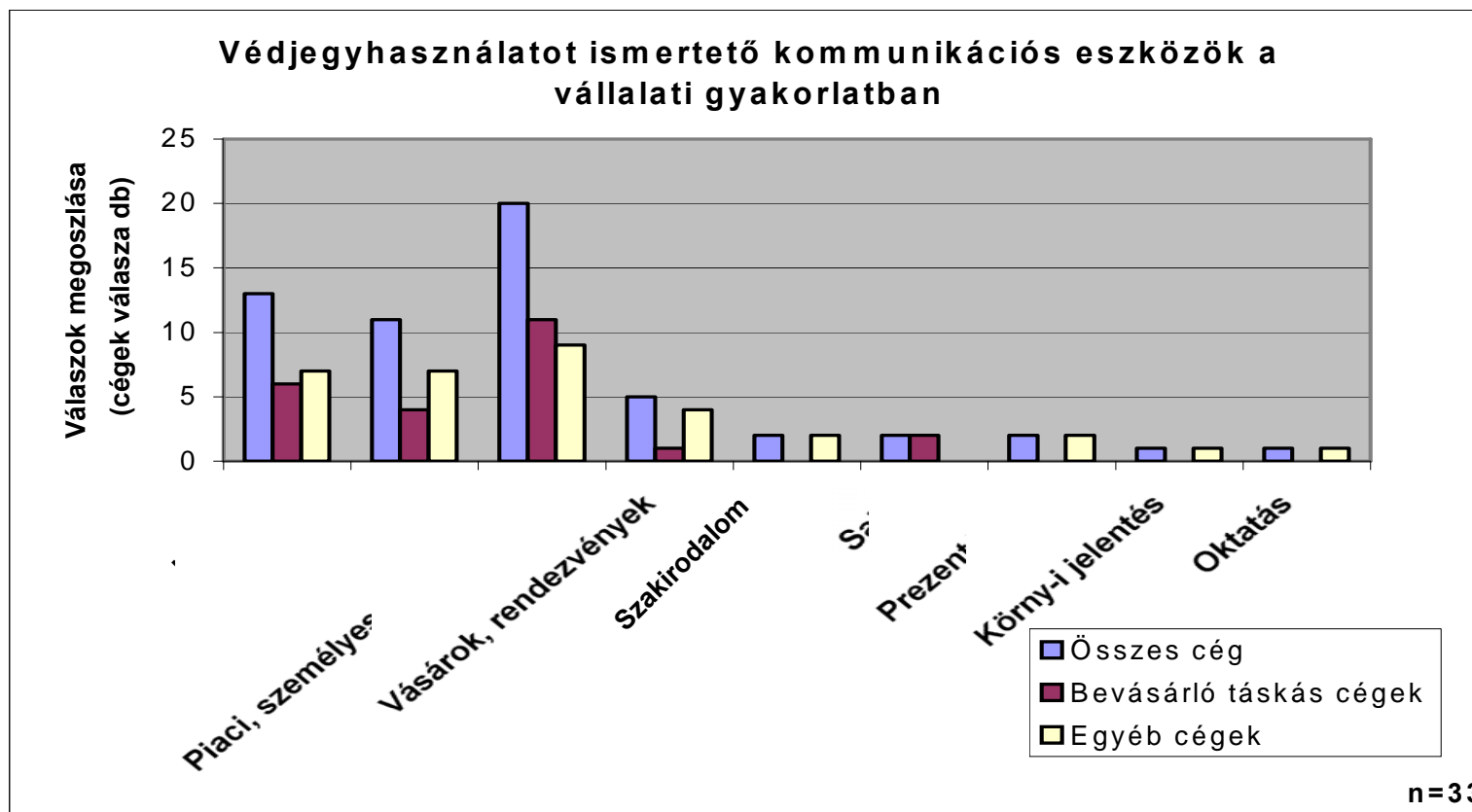
Gazdasági szempontból: előnyös – 49%, közömbös – 42%, előnytelen – 9%

Forrás: [BARANYI, 2010]

A hazai környezetbarát termék védjegyzés gyakorlata – Mélyinterjúk kutatás eredményei

A védjegyhasználati jog jelentősége a cégek marketing tevékenységében

- Környezet iránti elkötelezettség kommunikálását segítő eszköz (a vállalat környezettudatos működtetésének jele), imázs növelő eszköz
- Piaci előnyt biztosító eszköz (piac szélesedése, piac megtartása)



Forrás:

[BARANYI, 2010]

Jövőbeli feladatok a védjegyhasználat gazdasági előnyeinek növelése érdekében

- Védjegyezést támogató, motiváló környezet szabályozás kialakítása – zöld közbeszerzések szerepének erősítése, termékdíjas szabályozás átgondolása (felelős: állami jogalkotás)
- Piaci érdektelenség megszüntetése – védjegy ismertséget növelő kampányok szervezése, a védjegy megszerzésének és a védjegyezett termékek vásárlásának ösztönzése (felelős: a védjegyezés érdekelt felei – pl. Környezetbarát Termék Nonprofit Kft., állami szervek, média, lakosság, vállalatok összefogásával)
- Termékcsoporthoz választási módszertan kidolgozása és alkalmazása a hazai rendszerben, mely figyelembe veszi a termék természeti, gazdasági és társadalmi környezeti kapcsolatait: a termékcsoporthoz kibővítése lakosság közeli (és főként háztartási) termékekkel (felelős: Környezetbarát Termék Nonprofit Kft.)



Köszönöm a figyelmet!

Péterné Baranyi Rita
okl. biomérnök
egyetemi tanársegéd
BME, Környezetgazdaságtan Tanszék

ritabaranyi@gmail.com
Tel: + 36-30-419-25-89
Fax: + 36-1-463-11-49

Cím:
BME, Környezetgazdaságtan Tanszék
1117 Budapest
Magyar tudósok krt. 2. Q230

