

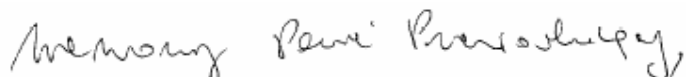
Warszawa, dnia 5 października 2004 r.

L.dz. 73/W/2004

**Szanowny Pan  
Roman Jagieliński  
Przewodniczący  
Podkomisji nadzwyczajnej  
do rozpatrzenia rządowego projektu ustawy  
o zmianie ustawy o obowiązkach przedsiębiorców  
w zakresie gospodarowania niektórymi odpadami  
oraz o opłacie produktowej i opłacie depozytowej**

**Sejm Rzeczypospolitej Polskiej  
Komisja Gospodarki/  
Komisja Ochrony Środowiska,  
Zasobów Naturalnych i Leśnictwa  
ul. Wiejska 4/5/8**

**Dotyczy: rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy o obowiązkach przedsiębiorców w zakresie gospodarowania niektórymi odpadami oraz o opłacie produktowej i opłacie depozytowej**



W imieniu przedsiębiorców zrzeszonych w naszych organizacjach zwracamy się do Pana Przewodniczącego o nie wprowadzanie zaproponowanych przez Ministerstwo Środowiska i zaakceptowanych przez rząd przepisów, których skutkiem będzie objęcie obowiązkiem recyklingu i docelowo odzysku materiałów reklamy komercyjnej o symbolu PKWiU 22.22.12, **co w konsekwencji drastycznie zwiększy finansowe, a zwłaszcza biurokratyczne obciążenia prawie wszystkich przedsiębiorców w Polsce.**

Wobec powyższego, zwracamy się z apelem o przyjęcie przez kierowaną przez Pana Przewodniczącego Podkomisję poniższych poprawek:

**1. W proponowanym przez rząd brzmieniu art. 1:**

**w poprawce nr 10) w proponowanym przez rząd brzmieniu art. 14 – skreślić pkt 7),**

- w poprawce nr 19) w proponowanym przez rząd brzmieniu Załącznika nr 3
- skreślić pozycję 4,
- w poprawce nr 20) w proponowanym przez rząd brzmieniu Załącznika nr 4
- skreślić pozycję 14.

2. W proponowanym przez rząd brzmieniu art. 2 skreślić wyrazy: „ oraz materiałów reklamowych, katalogów handlowych itp. (symbol PKWiU 22.22.12), które wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2006 r.”

### UZASADNIENIE:

Zaproponowane przez nasze organizacje poprawki są w pełni zgodne z duchem wypowiedzi przewodniczącego Komisji Gospodarki, Pana Posła Adama Szejnfelda, który podczas pierwszego, wspólnego posiedzenia Komisji Gospodarki oraz Komisji Ochrony Środowiska, Zasobów Naturalnych i Leśnictwa w sprawie przedmiotowej ustawy podkreślił wagę, jaką posłowie z Komisji Gospodarki przywiązują do przeciwdziałania nadmiernym obciążeniom finansowym i biurokratycznym nakładanym na przedsiębiorców.

Ponadto:

1. Żadna z dyrektyw Unijnych nie przewiduje obowiązku zbierania i przerabiania zadrukowanego papieru – ani materiałów reklamowych, ani gazet, w których drukowane są także reklamy. Należy dołożyć starań, aby wypełniać istniejące – i jednocześnie zagrożone – obowiązki, np. realizację przez Polskę odzysku na poziomie 50 % w 2007 roku, a nie skupiać się nad dodatkowymi obciążeniami dla i tak wątej polskiej gospodarki.

2. Już dziś materiały te zbierane są wraz z makulaturą i przerabiane bez żadnych opłat produktowych. W przeciwieństwie do uzasadnienia rządowego, naszym zdaniem ilość tych odpadów nie zostanie ograniczona i żaden nowy mechanizm zagospodarowania tego rodzaju odpadu nie zostanie wypracowany.

3. Rząd, zgodnie z zaproponowaną w projekcie definicją przedsiębiorcy, planuje objęcie nowymi obowiązkami praktycznie wszystkich branż produkcyjnych, ale także usługowych, w tym turystycznej, hotelarskiej, gastronomicznej, lotniczej, finansowej i innych. Choć zgodnie z propozycją rządu nie będzie obowiązku wnoszenia opłaty produktowej, o ile nie przekroczy ona 50 zł., jednak na bieżąco przedsiębiorcy będą musieli ważyć masę tych materiałów, aby zbierać dane do złożenia stosownych sprawozdań do Urzędów Marszałkowskich. **Biurokracja po stronie wszystkich firm, także tych małych i średnich urośnie do absurdalnych rozmiarów.** Polski system odzysku i recyklingu jest młody i jeszcze niedopracowany, dlatego obejmowanie nowymi obowiązkami praktycznie całej gospodarki jest całkowicie niezasadne.

4. Zaproponowany przez rząd symbol PKWiU omawianego odpadu, tj. 22.22.12 oznacza m.in. katalogi handlowe, cenniki, prospekty reklamowe, plakaty reklamowe (także *billboardy*), afisze reklamowe. Już dziś można przewidzieć korowody interpretacyjne w tym zakresie, bo czy na przykład ulotka reklamowa z pizzerii, ale z przepisem na pizzę, jest materiałem reklamowym czy też może edukacyjnym, inaczej sklasyfikowanym w PKWiU? Czy plakat z informacją o telefonii nowej generacji to reklama czy edukacja? Wątpliwości spowodują, że przepis będzie martwy, a jego realizacja dobrze „zmrężona”.

5. Reklama, w tym ta drukowana, jest dźwignią handlu, i bez niej nie byłoby wielu z sukcesem sprzedawanych na polskim rynku produktów i usług. Jednocześnie, łatwo można prognozować, iż wiedząc o nowych obowiązkach, zwłaszcza małe podmioty, będą rezygnować z przygotowywania drukowanych materiałów, aby uniknąć nowych obowiązków dodatkowych obciążeń finansowych, co jednocześnie będzie hamulcem w ich rozwoju. Propozycja ta stoi w ewidentnej sprzeczności z polityką wspierania małych i średnich firm.

6. Nowe obciążenia nałożone na całą gospodarkę znajdują swoje odzwierciedlenie we wzroście cen płaconych przez konsumentów. Należy zatem zadać pytanie: czy stać Polskę - najbiedniejszy kraj Unii Europejskiej - na takie obciążenia?

W imieniu przedsiębiorców zrzeszonych w naszych organizacjach wyrażamy nadzieję, że Pan Przewodniczący oraz posłowie w toku dalszych prac nad projektem ustawy podzielą naszą argumentację i podejmą postulowane przez nas w tym zakresie decyzje.

Z wyrazami szacunku,

Krajowa Izba Gospodarcza „Przemysł Rozlewniczy”  
ul. Żurawia 32/34, 00-515 Warszawa

Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklam w Polsce  
ul. Nowogrodzka 7/9 lok. 23, 00-513 Warszawa

Polska Koalicja Przemysłowa na rzecz Opakowań Przyjaznych Środowisku „EKO-PAK”,  
ul. Emilii Plater 47, 00-118 Warszawa

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych  
ul. Klonowa 6, 00-591 Warszawa

Polskie Stowarzyszenie Wytwórców Produktów Markowych  
ProMarka,  
Al. Ujazdowskie 64, 00-461 Warszawa

Stowarzyszenie Polska Federacja Producentów Żywności  
ul. Żurawia 22, 00-515 Warszawa

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego  
w Polsce – Browary Polskie,  
Al. Jana Pawła II 12, 00-124 Warszawa

Mieczysław Kucharski

Prezes Zarządu

Bohdan Pawłowicz

Dyrektor Generalny

Agnieszka Jaworska

Dyrektor Generalny

Wojciech Gęba

Dyrektor Generalny

Aleksander Krątkowski

Dyrektor Generalny

Andrzej Górnier

Dyrektor Generalny

Danuta Górnier

Dyrektor Biura Zarządu

