

## Opłata recyklingowa: czy małe sieci zrezygnują ze sprzedaży toreb?

data aktualizacji: 2019.09.17



**Od 1 września wszystkie torby plastikowe o grubości powyżej 15 mikrometrów objęte zostały opłatą recyklingową. Ministerstwo Środowiska zmieniło przepisy po tym, jak sieci handlowe znalazły sposób na obchodzenie wcześniejszych opłat. Czy tym razem efekt regulacji będzie lepszy?**

Przepisy o opłacie recyklingowej obowiązywały już od 1 stycznia 2018 r., ale zostały zmienione, bo nie były skuteczne. Opłatą miały być objęte wszystkie torby jednorazowe, tzn. o grubości od 15 do 50 mikrometrów. Za takie torby klient podczas zakupów miał płacić 25 groszy (z podatkiem VAT), a sprzedawcy mieli tę kwotę odprowadzać do budżetu.

Ministerstwo Środowiska liczyło, że opłata recyklingowa pozwoli zyskać dodatkowe 1,15 mld zł. Jednak sieci z łatwością poradziły sobie z opłatami wprowadzając do sprzedaży grubsze torby, od których opłat nie musiały odprowadzać. W ten sposób sprzedawały grubsze torby, za które płacili klienci, ale pieniądze zostawały w kasie sklepów. W konsekwencji wpływy z opłaty za 2018 rok okazały się aż 18-krotnie niższe od prognozowanych przez Ministerstwo Środowiska. Zamiast 1,15 mld zł wyniosły... zaledwie 64 mln zł. Dlatego minister Kowalczyk uznał, że ustawa w

dotychczasowym kształcie nie spełnia swojej roli, nie pomaga także ograniczyć zużycia plastiku, dlatego trzeba ją zmienić.

## **Płać i płacz, albo noś własne**

Od 1 września płatne są więc wszystkie torby plastikowe z wyjątkiem najcieńszych, tzw. zrywek. Walka o obniżenie ich zużycia trwa w Polsce od lat, ale skutki nadal nie powalają. Rocznie przeciętny Polak zużywa ponad 300 plastikowych toreb. W Niemczech na jedną osobę rocznie przypadają... 24 takie torby. Siatki tego typu są jednym z największych źródeł zanieczyszczenia plastikiem, jednocześnie będąc opakowaniem najłatwiejszym do wyeliminowania w codziennym życiu.

Czy jednak Polacy gotowi są na zakupową rewolucję? - Moim zdaniem nie odczujemy tego, dostosujemy się do nowych przepisów. Coraz więcej klientów przychodzi ze swoimi siatkami, czy to z reklamówkami, czy grubszymi green bagami. Myślę, że kultura i świadomość obchodzenia się z siatkami jest coraz większa - diagnozuje Paweł Piwek, prezes zarządu API Market. Te przypuszczenia potwierdzają także inni menedżerowie sieci handlowych wskazując, że klienci coraz częściej udają się na zakupy z własnymi opakowaniami, używają mniej toreb foliowych, więcej materiałowych, a i dla sieci handlowych zmiana przepisów nie jest problemem.

Niektóre sieci wezmą przygotowanie reklamówek na siebie, tak żeby dostarczyć opakowania tego samego typu do wszystkich sklepów pod danym szyldem, nawet jeśli na co dzień działają one tylko w ramach grupy zakupowej. Takie rozwiązanie widzą jako pozytywną okazję do umocnienia marki i pozycji sieci, do wewnętrznej unifikacji.

## **Producenci są przeciwni zmianom**

Zupełnie innego zdania są jednak producenci plastikowych toreb. Z ich punktu widzenia nowe przepisy są zmianą, która może spowodować nieodwracalne straty dla plastikowego biznesu. Prognozują też, że Polacy wrócą do korzystania z najcieńszych zrywek, które z kolei są najmniej ekologiczne. Tego typu torby używane są jednorazowo, w dodatku łatwo roznoszą się w środowisku i rzadko są segregowane.

- Od 1 września jednostki handlu detalicznego są zobowiązane do pobierania opłaty recyklingowej w wysokości 20 gr plus VAT od torebek z tworzywa sztucznego. Nawet tych, które mają wszyte rączki czy też takich, które tradycyjnie klienci uważają za wielorazowe, co wydaje się dość dziwne - komentował zmiany w prawie Robert Szyman, dyrektor generalny Polskiego Związku Przetwórców Tworzyw Sztucznych. Organizacja sprzeciwiała się wprowadzonym przepisom i wyraźnie wskazywała, że obłożenie tego typu toreb podatkiem jest sprzeczne z rekomendacjami Komisji Europejskiej, która promuje raczej korzystanie z przedmiotów wielorazowego użytku.

Kolejną bolączką PZPTS jest konieczność prowadzenia ewidencji kupionych i wydanych siatek, która wejdzie w życie od 1 stycznia. Opłata odprowadzana będzie co kwartał, nie jak uprzednio - raz w roku. Robert Szyman wskazuje, że małe sklepy, które zatrudniają poniżej 10 osób, mogą w ogóle zrezygnować ze sprzedawania siatek, bo przestanie im się to opłacać. Według wyliczeń PZPTS takie sklepy stanowią ok. 25 proc. rynku detalicznego w Polsce. Łatwo więc sobie wyobrazić, że jeśli te prognozy się spełnią, odbije się to na kieszeniach producentów siatek.