



# 8 wyzwań dla branży FMCG w 2023 roku

PRZEWODNIK DLA BIZNESU



# Spis treści

## Wyzwanie nr 1 5

Sprostać nadchodzącym obowiązkom w zakresie transparentności cenowej (Dyrektywa Omnibus).

---

## Wyzwanie nr 2 8

Zweryfikować wprowadzane na rynek produkty jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych (Dyrektywa SUP).

---

## Wyzwanie nr 3 11

Przygotować się do systemu kaucyjnego w Polsce.

---

## Wyzwanie nr 4 13

Skutecznie identyfikować, monitorować i eliminować ryzyko tzw. *greenwashingu*.

---

## Wyzwanie nr 5 17

Pozyskać recyklat, czyli skorzystać z nowej regulacji dotyczącej tworzyw sztucznych z recyklingu do kontaktu z żywnością.

---

## Wyzwanie nr 6 20

Wdrożyć zasady ekoprojektowania.

---

## Wyzwanie nr 7 22

Przeanalizować prowadzoną działalność pod kątem realizacji wymogów planowanego rozporządzenia ws. opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR).

---

## Wyzwanie nr 8 25

Zazielenić produkcję, czyli wykorzystać sprawdzone metody na tańszą energię dla zakładów produkcyjnych.

---

# Zamiast Wstępu

Drogi Czytelniku,

prorowadzenie biznesu w branży FMCG staje się z roku na rok coraz większym wyzwaniem. Nowe regulacje, obowiązki, zakazy i nakazy wsparte „czujnym okiem” organów kontroli powodują, że łatwo o błąd, nawet nieświadomy, skutkujący mniej lub bardziej dotkliwymi sankcjami karnymi, finansowymi lub reputacyjnymi.

Ekspertki ze Związku Pracodawców EKO-PAK i kancelarii prawnej Osborne Clarke zidentyfikowali osiem wyzwań, które będą kluczowe dla przyszłości i kierunków dalszego rozwoju branży FMCG w Polsce w 2023 roku. Warto wiedzieć co może przynieść regulacyjna przyszłość i zachować ostrożność. W przygotowaniu się na te wyzwania oraz w drodze do ich realizacji ma pomóc niniejsze opracowanie, naświetlając najnowsze, ale także najtrudniejsze regulacje oraz zjawiska, z którymi przedsiębiorcom przyjdzie się zmierzyć w 2023 roku.

Niewątpliwą wartością przewodnika jest to, że został napisany we współpracy z praktykami, którzy na co dzień zajmują się opisywanymi tu wyzwaniami oraz ich skutkami dla biznesu.

Po analizie, do omawianych tu wyzwań zaliczono wdrożenie Dyrektywy Omnibus i Dyrektywy SUP (*Single-Use Plastics*) w Polsce, wejście w życie i realizację rozporządzenia dotyczącego wykorzystania surowca wtórnego z tworzyw sztucznych, a także dwa kluczowe projekty unijnych rozporządzeń: dotyczącego ekoprojektowania oraz zastępującego Dyrektywę Opakowaniową. Przewodnik sygnalizuje także wyzwania związane z nierzetelnym marketingiem ekologicznym, biorąc pod uwagę, że część państw europejskich posiada już regulacje w tym zakresie. Ostatecznie, w przewodniku nie zabrakło też analizy planowanego systemu kaucyjnego, czyli głównego „bohatera” obecnych, krajowych przedsięwzięć legislacyjnych w gospodarce odpadami opakowaniowymi.

Każdy z omawianych w przewodniku obszarów jest osobnym wyzwaniem dla branży FMCG i każde ze wskazanych tu wyzwań przyjdzie w tym samym czasie, łącząc się ze sobą lub przenikając. Przedsiębiorcy zdążą się przygotować do jednego, a już w kolejce czekać będzie kolejna zmiana. Jeszcze nie wdrożono dyrektywy Dyrektywy SUP, a już będzie trzeba szykować się na rewolucję wynikającą z rozporządzenia zastępującego tzw. Dyrektywę Opakowaniową (PPWR), nie wspominając o oczekiwanych przez rynek rozwiązaniach systemowych w zakresie rozszerzonej odpowiedzialności producenta. A to i tak dopiero początek, bo realizacja unijnego „Green Deal” dopiero się rozpędza.

Nikt nie mówił, że będzie łatwo. Ale z pewnością może być choć odrobinę łatwiej dzięki niniejszemu przewodnikowi. Zachęcamy do wnikliwej lektury oraz pogłębiania wiedzy w bezpośrednim kontakcie z autorami, którzy pozostają do Państwa nieustannej dyspozycji.



Krzysztof Baczyński

Krzysztof Baczyński  
Prezes Zarządu, Związek Pracodawców Producentów  
Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK



Katarzyna Barańska

Katarzyna Barańska  
Partnerka kierująca Praktyką Dekarbonizacji,  
Osborne Clarke

# Wyzwania sektora FMCG w 2023 roku

Rozporządzenie PPWR

System kaucyjny

*Greenwashing*

Dyrektywa SUP

Ekoprojektowanie

Tworzywa z recyklingu

Zielona energia

Dyrektywa Omnibus

Europejski Zielony Ład

Gospodarka Obiegu Zamkniętego

Nowy Ład Konsumentki

## Wyzwanie nr 1

### Sprostac nadchodzacych obowiazkom w zakresie transparentnosci cenowej (Dyrektywa Omnibus)

Promocje typu *Black Friday*, *Cyber Monday*, okresy swiateczne to dla czesci konsumentow czas wzmozonych zakupow. W tych dniach czesto moga oni skorzystac z – przynajmniej na pierwszy rzut oka – atrakcyjnych promocji roznych towarow, zarowno w sklepach internetowych, jak i stacjonarnych. Niestety, elementem praktyk sprzedazowych staja sie takze manipulacje cenowe. Aby chronic konsumentow przez takimi dzialaniami, prawodawca unijny przyjal Dyrektywe Omnibus (2022).

#### CASE STUDY

Jak w praktyce wyglada stosowanie manipulacji cenowych przez sprzedawcow, mozna zobrazowac na nastepujacym przykladzie: Spodobał się nam pojemnik na jedzenie. Za kilka dni będzie można skorzystać z promocji zorganizowanej z okazji *Black Friday*. Cierpliwie czekamy z zakupem, ponieważ liczymy na niższą cenę tego konkretnego produktu. Nadchodzi piątek – *Black Friday*. Wchodzimy na stronę internetową i widzimy, że pojemnik na jedzenie został przeceniony o 30%, ale przez to, że wcześniej przedsiębiorca podniósł jego cenę wyjściową, to cena po rabacie jest wyższa niż przed ogłoszoną obniżką. Ostatecznie, pomimo (rzekomej) promocji, konsument zapłaci za pojemnik więcej.



Dyrektywa Omnibus jest efektem unijnej inicjatywy Nowego Ładu Konsumentckiego, której jednym z celów jest silne wzmocnienie poziomu ochrony konsumenta w krajach UE. W Polsce, implementacja Dyrektywy Omnibus wymaga przede wszystkim wprowadzenia zmian w kilku ustawach konsumenckich. 1 grudnia 2022 roku w parlamencie zakończyły się prace nad ustawą implementującą Dyrektywę Omnibus, oczekuje ona na podpis Prezydenta. Ustawa wejdzie w życie 1 stycznia 2023 roku.

#### Konieczne rozpoczęcie prac nad politykami cenowymi

Dyrektywa Omnibus wprowadza nowe regulacje w przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów; ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym; ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług oraz ustawy o prawach konsumenta. Projektowane zmiany, dotyczące obniżek cen, będą dotyczyć wszystkich przedsiębiorców.

Pozostało niewiele czasu, aby przedsiębiorcy, w tym z branży FMCG, dostosowali się do nowych obowiązków. Kluczowe jest zatem pilne rozpoczęcie przygotowań do wdrożenia odpowiednich polityk cenowych.

#### Nowe obowiązki informacyjne dla przedsiębiorców dotyczące promocji i obniżek

Przed wprowadzeniem omawianych zmian, przedsiębiorcy musieli dostosować się do przepisów związanych z komunikowaniem cen, wskazanych w dyrektywie 98/6/WE (tzw. dyrektywa w sprawie podawania cen). Przepisy te ograniczały się do obowiązku podawania przez przedsiębiorcę ceny sprzedaży produktu, ceny za jednostkę miary (ceny za kilogram, litr lub dowolną jednostkę ilości powszechnie i zwyczajowo stosowaną w danym państwie członkowskim). Dyrektywa Omnibus wprowadza zdecydowanie szersze obowiązki dla przedsiębiorców, niż wcześniej przyjęta dyrektywa 98/6/WE.

Nowe przepisy, w przypadku organizowania promocji cenowych, będą wymagać od sprzedawców pokazywania ceny promocyjnej produktu (towaru lub usługi) oraz poprzedniej, najniższej ceny produktu (tzw. ceny przekreślonej). W praktyce oznacza to, że w reklamie, np. na plakacie lub na wywieszce cenowej w sklepie, nie będzie wystarczające pokazanie samej ceny promocyjnej, ale konieczne będzie także wskazanie ceny obowiązującej przed obniżką. Bez wątplenia przedstawienie poprzednio obowiązującej, najniższej ceny produktu będzie wyzwaniem dla sprzedawców, szczególnie w wielobranżowych sklepach spożywczych.

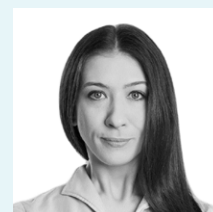
Po pierwsze, gdy produkt był oferowany co najmniej przez 30 dni, przedsiębiorca będzie musiał wskazać, obok informacji o obniżonej cenie, poprzednią najniższą cenę produktu, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Po drugie, gdy produkt był w ofercie krócej niż 30 dni, obok informacji o obniżonej cenie uwidaczniać się będzie również informację o najniższej cenie produktu, która obowiązywała w okresie od dnia rozpoczęcia oferowania produktu do sprzedaży do dnia wprowadzenia obniżki.

## Komentarz Osborne Clarke



Od zasady „30 dni” są przewidziane również wyjątki. Przepisy przewidują zmodyfikowane zasady promowania dla towarów, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności. Produkty te wymagają częstszych obniżek. W przypadku obniżki ceny takiego produktu, przedsiębiorca będzie musiał przedstawić jego cenę sprzed pierwszego zastosowania obniżki. W przypadku takich towarów jak np. soki jednodniowe, zasada „30 dni” nie będzie miała zastosowania.



**Monika Gaczowska**  
Senior Associate  
Osborne Clarke

### Kiedy przedsiębiorca nie musi informować o wcześniejszej cenie

Przedsiębiorcy nie będą zobowiązani do przestrzegania wskazanych powyżej zasad w przypadku organizowania spersonalizowanych promocji (np. z okazji urodzin konsumenta) i programów lojalnościowych, przyznawania punktów konkretnym konsumentom, do wykorzystania przy kolejnych zakupach, czy ostatecznie wiązanych sprzedaży produktowych (np. dwa zakupione produkty, a trzeci gratis). Obowiązek informowania o najniższej cenie sprzed 30 dni nie będzie obowiązywać, jeżeli dana kampania promocyjna jest przewidziana dla zamkniętego kręgu odbiorców.

### Zmiany będą widoczne dla konsumenta

Zmiany będą dotyczyć różnego rodzaju nośników, treści marketingowych, które w jakikolwiek sposób zachęcają do zakupu towaru po obniżonej cenie. Przedsiębiorcy powinni przede wszystkim zweryfikować treści dotyczące promocji cenowych umieszczane np. w katalogach, gazetkach promocyjnych, tablicach reklamowych, reklamach telewizyjnych, internetowych, plakatach w witrynach sklepowych, aplikacjach mobilnych.

### Uwaga na podwójną jakość produktów w różnych krajach UE

Jednym z celów wprowadzenia Dyrektywy Omnibus jest zapobieżenie praktykom stosowanym przez niektórych przedsiębiorców – takim jak np. sprzedaż artykułu w różnych krajach, w takim samym opakowaniu, ale o różnych właściwościach czy składzie (problem tzw. „podwójnej jakości” produktów; w j. ang. znany jako „dual quality”).

Celem Dyrektywy Omnibus jest dopilnowanie, aby konsument był poinformowany o takich różnicach. Co może budzić uzasadnione wątpliwości przedsiębiorców, Dyrektywa Omnibus nie wskazuje mechanizmów dla oceny takiej różnicy składu i właściwości, czy wyjściowych parametrów dla produktu.

### A co z marketingiem opierającym się na nieprawdziwych opiniach?

#### CASE STUDY

Od dłuższego czasu marzy nam się, aby kupić wielofunkcyjny robot kuchenny. Wybór w Internecie jest bardzo bogaty i nie wiemy, na który towar warto się zdecydować. Sprawdzamy opinie na różnych stronach internetowych. Jeden z robotów kuchennych ma tysiąc zachwalających komentarzy. Po otrzymaniu zamówionego sprzętu okazuje się, że jest on bardzo skomplikowany w obsłudze. Przy ponownym sprawdzaniu komentarzy na stronie internetowej, okazuje się, że wszystkie komentarze są do siebie tuząco podobne. Po implementacji Dyrektywy Omnibus taka sytuacja może oznaczać problemy dla sprzedawcy danego produktu (czyli danego towaru lub usługi).



W Polsce przepisy dotyczące fałszywych opinii, tzw. „fake reviews” zostaną dodane do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W tym przypadku powstanie nowy, dodatkowy obowiązek po stronie przedsiębiorcy, który udostępnia opinie konsumentów. Przedsiębiorca będzie zobowiązany do poinformowania czy i w jaki sposób zapewnia, że publikowane oceny i komentarze pochodzą od konsumentów, którzy mieli okazję używać danego produktu lub go nabyli.

Konsekwentnie, przedsiębiorca będzie musiał nie tylko ustalić i opisać sposób, w jaki zapewnia uczciwość takich opinii (np. w polityce promocyjnej), ale także zabezpieczyć się w umowach np. z pośrednikami w zakresie reklam (agencjami reklamowymi), że takie praktyki w ramach jego kampanii reklamowych nie będą miały miejsca.

#### Promowanie produktów w wyszukiwarkach internetowych

Sprzedawcy oferujący produkty na internetowych platformach handlowych będą mieli obowiązek przejrzystego informowania o zasadach wyświetlania ofert w wynikach wyszukiwania. Wyszukiwarka będzie musiała wyświetlać informacje o parametrach decydujących o widoczności produktów (takich jak, np. parametry produktu, oceny użytkowników) wyjaśniając przy tym dlaczego zaproponowany został akurat ten konkretny produkt, a nie inny.

Co więcej, dostawcy tego typu usług będą musieli przekazać konsumentom szereg dodatkowych informacji. Zgodnie z przepisami Dyrektywy Omnibus, konsument będzie musiał zostać poinformowany, czy wystawiony produkt jest oferowany przez przedsiębiorcę czy przez podmiot niebędący przedsiębiorcą. Jest to bardzo istotne, ponieważ w drugim przypadku, kupujący nie zostanie objęty ochroną konsumentką.

#### Wysokie kary za nieprzestrzeganie przepisów

Za nieprzestrzeganie przepisów implementujących zapisy Dyrektywy Omnibus zostały przewidziane kary. Po ich wejściu w życie, jeśli przedsiębiorca nierzetelnie informuje o cenach, Inspekcja Handlowa będzie mogła zastosować sankcje do 20 tys. zł, a w przypadku powtarzających się nieprawidłowości do 40 tys. zł.

Jeśli skala zjawiska spowoduje naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, wówczas Prezes UOKiK może nałożyć karę finansową do 10% przychodów firmy za poprzedni rok obrotowy.

Omawiając temat treści umieszczanych w Internecie, nie sposób na koniec nie wspomnieć o reklamach w mediach społecznościowych, które stanowią obecnie skuteczny element kampanii marketingowych m.in. sektora FMCG. Podkreślenia wymaga, że rekomendacje Prezesa UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych są już dostępne na stronie UOKiK.

Kryptoreklama – to tylko jeden z przykładów naruszeń zbiorowych interesów konsumentów. Z reguły jest to wypowiedź zachęcająca do nabywania towarów lub usług, która sprawia wrażenie neutralnej informacji. Odpowiedzialność za prawidłowe oznaczenie treści reklamowych spoczywa na influencerach, agencjach reklamowych i reklamodawcach. Za brak prawidłowego oznaczenia treści komercyjnych grozi kara finansowa. Istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że UOKiK, konsekwentnie po influencerach, bliżej przyjrzy się działaniom reklamowym podejmowanym przez przedsiębiorców.

**W nadchodzącym roku przedsiębiorcy z branży FMCG powinni przyjrzeć się swoim działaniom i zastanowić się, czy nie generują one ryzyka stwierdzenia nieprawidłowości przez Prezesa UOKiK. Stosowanie nowych przepisów, w praktyce, może okazać się dla tych przedsiębiorców dużym wyzwaniem.**

## Opinia Modelz International



Implementacja tzw. Dyrektywy Omnibus w Polsce stawia szereg wyzwań, które dotkną przedsiębiorców na różnych szczeblach obrotu. Największe zmiany czekają firmy z branży retail, które już teraz powinny zacząć weryfikować swoje strategie marketingowe oraz systemy IT pod kątem pokazywania promocji cenowych czy opinii konsumentów.

Z kolei producenci głowią się czym właściwie jest tzw. „podwójna jakość” produktów i jak jej unikać. Niestety ogólnikowość przepisów oraz brak jasnych wytycznych nie ułatwia przygotowań do nadchodzących zmian.



**Przemysław Rybicki**  
Legal Counsel Poland  
Modelz International



## Wyzwanie nr 2

# Zweryfikować właściwości wprowadzanych na rynek produktów jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych (Dyrektywa SUP)

Dyrektywa SUP (*Single-Use Plastics*) to regulacja unijna przyjęta w czerwcu 2019 roku. Celem tej dyrektywy jest zmniejszenie wpływu poszczególnych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko poprzez regulacje ograniczające lub utrudniające codzienne korzystanie z tych produktów przez konsumentów.

Te szczególne zasady to przepisy m.in. zakazujące wprowadzania na rynek pewnych rodzajów produktów, obowiązkowe opłaty przy wydawaniu produktów konsumentom, obowiązkowe znakowanie opakowań, odpowiednie projektowanie, selektywna zbiórka czy ostatecznie dodatkowe koszty uprzątnięcia powstających z nich odpadów, czy koszty publicznej edukacji i in.

Co warto podkreślić, pomimo funkcjonowania szeregu przepisów dotyczących odpadów na szczeblu ogólnounijnym, pilne przyjęcie Dyrektywy SUP było potrzebne ze względu na rosnące, wysokie koszty negatywnego oddziaływania takich produktów na środowisko naturalne.

Z perspektywy branży FMCG istotne jest to, że ograniczeniami wynikającymi z nowych przepisów będą objęte przede wszystkim jednorazowe opakowania wypełnione gotową do spożycia żywnością lub napojami, lecz także opakowania puste, jedynie dedykowane temu przeznaczeniu. A ponadto sztućce, talerze i m.in. słomki, czyli produkty niebędące opakowaniami, jednak bezpośrednio powiązane z codzienną, szybką konsumpcją. Ostatecznie, ograniczenia dotyczyć będą wybranych artykułów higienicznych czy produktów tytoniowych.

**Nawet niewielka zawartość tworzywa sztucznego wystarczy, aby dany produkt jednorazowy był objęty regulacją wynikającą z Dyrektywy SUP. Ponadto, chodzi tu o produkty jednorazowego użytku, bez względu na praktyczną możliwość ich ponownego użycia (jak np. popularne butelki plastikowe na napoje, wykorzystywane w praktyce niekiedy po kilka razy).**

### Obowiązywanie Dyrektywy SUP w Polsce

Obecnie, pomimo upływu terminu na implementację Dyrektywy SUP, przepisy tej dyrektywy nie zostały jeszcze wdrożone do polskiego ustawodawstwa. Oznacza to, że do czasu przyjęcia odpowiedniej ustawy przez Sejm a następnie podpisania jej przez Prezydenta i wejścia przepisów w życie, przedsiębiorcy wprowadzający produkty na polski rynek nie mają prawnego obowiązku dostosowania się do wymagań samej Dyrektywy SUP. Co należy podkreślić, toczące się od ponad roku prace legislacyjne nad kolejnymi wersjami projektu ustawy implementującej Dyrektywę SUP, nie zmieniają powyższego podejścia.

Niezależnie od stanu faktycznego związanego z implementacją unijnych przepisów, część nowych obowiązków wynikających z Dyrektywy SUP firmy, m.in. z branży FMCG, wdrażają w formie dobrych praktyk rynkowych.

Obecnie Komisja Europejska rozpoczęła działania mające na celu zmobilizowanie krajów takich jak Polska do implementacji Dyrektywy SUP, tym bardziej, że czas na jej implementację upłynął prawie 1,5 roku temu. Komisja Europejska w przypadku przedłużającego się okresu opóźnień może zainicjować postępowanie zmierzające do nałożenia kary na państwo za brak wdrożenia przepisów na czas.

**Wejście w życie ustawy implementującej Dyrektywę SUP w 2023 roku spowoduje powstanie po stronie przedsiębiorców szeregu nowych obowiązków, w tym m.in. rejestracyjnych, ewidencyjnych i sprawozdawczych.**

### Recepta na minimalizowanie ryzyk regulacyjnych, czyli compliance opakowaniowy

**Rekomendujemy już teraz, na etapie kończących się prac legislacyjnych nad ustawą, aby wprowadzający produkty objęte Dyrektywą SUP zweryfikowali i pogrupowali według planowanych obowiązków i ograniczeń produkty jakie (i) wprowadzają lub (ii) zamierzają wprowadzać do obrotu na polskim rynku. Pozwoli im to lepiej się przygotować na wdrożenie Dyrektywy SUP, wyeliminowanie wątpliwości i zminimalizowanie ewentualnego ryzyka reputacyjnego oraz kar administracyjnych.**

Co kluczowe w kolejnych latach dla rynku FMCG, produkty jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych, których nie uważa się za opakowania (sztućce, słomki, talerze etc.), będą podlegać jedynie ograniczeniom wynikającym z Dyrektywy SUP. Natomiast pojemniki na żywność lub napoje – a zatem produkty posiadające charakter opakowania – będą także podlegać wymogom Dyrektywy Opakowaniowej, a już niedługo nowym restrykcyjnym zapisom rozporządzenia unijnego, które tę dyrektywę niebawem zastąpi (tj. PPWR).



## Konieczność ustalenia czy, a jeśli tak to jakie ograniczenia obejmują konkretne produkty

Dyrektywa SUP precyzyjnie określa, rodzaje produktów do których będą miały zastosowanie poszczególne ograniczenia.

Wątpliwości już teraz budzi natomiast jednoznaczne przyporządkowanie i przypisanie obowiązków dla poszczególnych typów wprowadzanych na rynek produktów, w tym opakowań.

Wątpliwości budzi praktyczne rozróżnienie:

- pojemników na żywność od pojemników na napoje, czy pojemników na napoje od butelek i kubków na napoje, które wykorzystywane są w zbliżonych celach (np. kłopotliwa kwalifikacja kubków wielokrotnego napełnienia). W zależności od wyniku analizy, firmom, które będą wprowadzały te produkty na rynek, przypisano zupełnie różne obowiązki. Przykładowo, od konieczności naliczania dodatkowych opłat konsumentom, przez obowiązek selektywnej zbiórki czy konieczność ponoszenia kosztów zbierania i uprzątnięcia powstałych z nich odpadów;
- czy dane jedzenie stanowi żywność, napój albo też inny, płynny produkt (np. kwalifikacja musów, jogurtów, innych gęstych płynów etc.). W praktyce, powyższe zagadnienia wcale nie zawsze mają oczywiste rozwiązanie.

Dodatkowo, podobieństwo wykorzystania i intuicyjne stosowanie produktów przez konsumentów może powodować, że trudno będzie odróżnić np. talerz z tworzywa sztucznego, objęty zakazem wprowadzania do obrotu od tacki, stanowiącej rodzaj opakowania transportowego kwalifikowanego jako pojemnik na żywność nie objęty takim zakazem.

## Zakaz wprowadzania niektórych produktów jednorazowych do obrotu

Najbardziej rygorystycznym rozwiązaniem Dyrektywy SUP jest całkowity zakaz wprowadzania do obrotu pewnych rodzajów produktów jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych oraz produktów z oksydegradowalnych tworzyw sztucznych.

Zakaz ten będzie obowiązywał od daty wskazanej w ustawie implementującej Dyrektywę SUP i dotyczyć będzie braku możliwości wydawania takich produktów z magazynu albo przekazywania ich osobie trzeciej, zarówno w sposób odpłatny jak i nieodpłatny.

Cel wydania też nie będzie miał tu znaczenia. Zakaz będzie bowiem dotyczył zarówno dalszej dystrybucji, konsumpcji czy nawet nieodpłatnego wydania, celem używania na własne potrzeby. W przypadku produktów importowanych zakazem objęte będzie fizyczne przywiezienie celem wprowadzenia do obrotu lub wystawienie pierwszej faktury (dokumentu celnego) potwierdzającej przywóz. W przypadku wątpliwości, czy przedsiębiorca rzeczywiście złamał zakaz i może zostać ukarany (kara administracyjna do 500 tysięcy zł), ciężar udowodnienia będzie spoczywał na tym przedsiębiorcy.

Co kluczowe z perspektywy sektora FMCG, zakaz dotyczy przede wszystkim popularnych w gastronomii typu *fast food* jednorazowych sztućców, talerzy, słomek i mieszadełek wykonanych z tworzyw sztucznych, a także pojemników na żywność i pojemników na napoje oraz kubków wykonanych z polistyrenu ekspandowanego, popularnie zwanego styropianem.

## Opinia Grupy Maspex



Pomimo braku wdrożenia przepisów krajowych, podejmujemy już działania zmierzające do sprostania obowiązkom wynikającym z Dyrektywy SUP. Proekologiczne podejście do opakowań oraz wspieranie recyklingu to jeden z priorytetów naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju 2030. Stawiamy na zmniejszanie wagi opakowań, szerokie korzystanie z rPET oraz opakowania z recyklingu. Oczekiwanie na ostateczny tekst polskiej ustawy komplikuje planowanie kolejnych działań i wdrażanie związanych z nimi inwestycji. Potrzebujemy wiedzieć, jakie czekają nas obowiązki ewidencyjne i sprawozdawcze, aby móc się do nich przygotować. Tym bardziej, że zmiany wynikające z Dyrektywy SUP dotyczyć będą całego naszego łańcucha dostaw.



**Piotr Romańczuk**  
Dyrektor ds. Ochrony Środowiska  
Grupa Maspex

To oznacza, że już teraz przedsiębiorcy powinni zweryfikować:

- swoje obecne i planowane stany magazynowe;
- zamówione do wykonania produkty (np. w ramach marek własnych);
- zaplanowane na przyszły rok dostawy (umowy dostawy) zarówno do nich, jak i zakontraktowane z podmiotami trzecimi (np. restauracjami, punktami gastronomicznym), wówczas gdy zajmują się dystrybucją takich produktów.

Produkty, które zostaną wprowadzone na rynek (wydane z krajowego magazynu, a w przypadku importu fizycznie przywiezione celem wprowadzenia do obrotu lub wystawiona pierwsza faktura) przed wejściem w życie powyższego zakazu, mogą być sprzedawane, dystrybuowane lub przekazywane do wyczerpania ich zapasów, bez żadnych dalszych ograniczeń.

#### **Planowanie sposobu naliczania, oznaczania i ewidencjonowania dodatkowych opłat za niektóre produkty i realizacja obowiązków sprawozdawczych**

Przedsiębiorcy prowadzący sklep, hurtownię lub lokal gastronomiczny, którzy po przyjęciu przepisów oferować będą produkty takie jak:

- kubki na napoje czy
- pojemniki na żywność, przeznaczoną do bezpośredniego spożycia bez dalszej obróbki bez względu na to, czy te pojemniki będą w danym momencie zawierały żywność/napój czy też nie

będą zobowiązani do pobierania dodatkowych opłat od nabywających te produkty, czyli w praktyce od konsumentów.

Powyższy obowiązek dotyczyć będzie nie tylko wcześniej zapakowanych posiłków, lecz również tych przedsiębiorców, którzy w ofercie swoich sklepów posiadają produkty pakowane bezpośrednio przy konsumencie np. gotowe sałatki czy przekąski z lody chłodniczej albo całe gotowe dania, pakowane przy konsumencie lub w czasie bezpośredniego poprzedzającym zakup. Taka sama zasada obowiązywać będzie przedsiębiorców uzupełniających o takie samodzielnie zapakowane produkty, maszyny vendingowe.

Zgodnie z projektem ustawy, przedsiębiorcy obok obowiązku pobierania dodatkowych opłat od konsumentów, będą musieli oferować także opakowania alternatywne (niezawierające tworzyw sztucznych), prowadzić ewidencję wydanych opakowań dla każdej jednostki handlu lub punktu gastronomii, a także składać sprawozdania roczne o liczbie nabytych i wydanych konsumentom opakowań.

Firmy, wprowadzające na rynek takie produkty zostaną objęte obowiązkiem wpisu do rejestru (na swój wniosek) prowadzonego przez marszałka województwa – stanowiącego obecnie integralną część BDO. Wpisu tego dokonać będą musieli maksymalnie w terminie 3 miesięcy od dnia wejścia w życie ustawy implementującej Dyrektywę SUP (zgodnie z obecnym projektem ustawy).

#### **Przygotowanie do obowiązków ewidencyjnych i sprawozdawczych oraz konieczności ponoszenia dodatkowych opłat (uprzątnięcie odpadów, transport, przetwarzanie, edukacja)**

Przedsiębiorcy wprowadzający do obrotu wybrane produkty objęte Dyrektywą SUP (takie jak m.in. pojemniki na żywność lub napoje bądź wyroby tytoniowe) będą zobowiązani do ponoszenia rocznych opłat na zbieranie odpadów z produktów tego samego rodzaju, które wprowadzili do obrotu, pozostawionych w publicznych systemach zbierania, a także uprzątnięcia oraz transportu i przetwarzania odpadów.

Dodatkowo przedsiębiorcy będą zobowiązani do prowadzenia ewidencji produktów wprowadzonych do obrotu w danym roku (wg ich masy lub liczby) i składania sprawozdania w tym zakresie.



## Wyzwanie nr 3

# Przygotować się do systemu kaucyjnego w Polsce

**System kaucyjny to bardzo ważne narzędzie, pozwalające zmaksymalizować skuteczność zbiórki wybranych formatów opakowań, a co za tym idzie, dynamicznie podnieść osiągnięte poziomy recyklingu.**

W 2019 roku w życie weszła Dyrektywa SUP, która nałożyła na państwa członkowskie wdrożenie wielu ambitnych zobowiązań, szczegółowo opisanych w Wyzwaniu nr 2. Poza wieloma zakazami lub ograniczeniami wprowadzania na rynek różnych produktów i opakowań, które opisane zostały we wcześniejszej części przewodnika, regulacja ta wprowadziła obowiązek zebrania w celu przekazania do recyklingu 90% opakowań plastikowych po napojach do 2029 roku oraz zwracania do nowych butelek co najmniej 30% surowca wtórnego w 2030 roku. Cele pośrednie wyznaczone na rok 2025, to odpowiednio – 77% zbiórki i 25% recyklatu (w tym terminie obowiązek dotyczy tylko butelek PET po napojach). Zgodnie z Dyrektywą SUP od lipca 2024 r. producenci będą musieli obowiązkowo trwale przytwierdzać nakrętki do pojemników na napoje – zobowiązanie to dotyczy zarówno butelek plastikowych, jak również kartonów do płynnej żywności, w których zastosowano zamknięcie w postaci nakrętki.

Szacuje się, że w Polsce poddawanych recyklingowi jest około połowy wprowadzonych butelek PET<sup>1</sup>, przy czym zauważyć należy, że z uwagi na konieczność uzyskiwania stosownych zezwoleń przez recyklerów, zdecydowana większość pozyskiwanego materiału przetwarzana jest na półprodukty (np. płatki), których nie można zwrócić do opakowań do żywności. Potencjał zbiórki pojemnikowej też ma swoje ograniczenia: w najbardziej zaawansowanych systemach maksymalna możliwość zebrania butelek plastikowych po napojach nieznacznie przekracza 70% (Czechy).

**Aby zrealizować zapisane w Dyrektywie SUP zobowiązania konieczne jest wdrożenie systemu kaucyjnego na jednorazowe opakowania po napojach. Ministerstwo Klimatu i Środowiska (MKiŚ) pracuje już nad regulacjami, które mają w Polsce taki system usankcjonować. Projekt ustawy o zmianie ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (UC98)<sup>2</sup> jest w intensywnie prowadzonym procesie legislacyjnym, który wg zapewnień MKiŚ ma się zakończyć pod koniec pierwszego kwartału 2023 roku. Sam system zaś miałby ruszyć w 2025 roku.**

### Główne założenia systemu kaucyjnego na opakowania wg stanu na 22 listopada 2022 roku:



#### Organizacja systemu

- podmioty reprezentujące powołane przez wprowadzających napoje w opakowaniach organizują system
- podmioty reprezentujące działają w formie spółek akcyjnych not-for-profit z kapitałem 5 mln PLN
- podmiot reprezentujący musi uzyskać zezwolenie na prowadzenie działalności
- jednostki handlowe powyżej 200 m<sup>2</sup> uczestniczą obowiązkowo w systemie, muszą podpisać umowę z każdym podmiotem reprezentującym
- podmiot reprezentujący jest właścicielem zebranego odpadu
- system będzie powszechny (dostępny na całym obszarze kraju)



#### Zobowiązania dla wprowadzających

- wprowadzający określone rodzaje opakowań zobowiązani do uczestnictwa w systemie (za pośrednictwem podmiotu reprezentującego)
- wprowadzający finansują system za pośrednictwem podmiotów reprezentujących



#### Zakres opakowań

- butelki z tworzyw sztucznych po napojach, mleku i napojach mlecznych o poj. do 3 l
- puszki aluminiowe po napojach o poj. do 1 l
- butelki szklane zwrotne o poj. do 1,5 l



#### Wysokość kaucji

- maksymalna wysokość kaucji wyniesie 2 zł
- ostateczna wysokość kaucji dla poszczególnych rodzajów opakowań zostanie określona w rozporządzeniu



#### Metody zbiórki

- manualna
- automatyczna

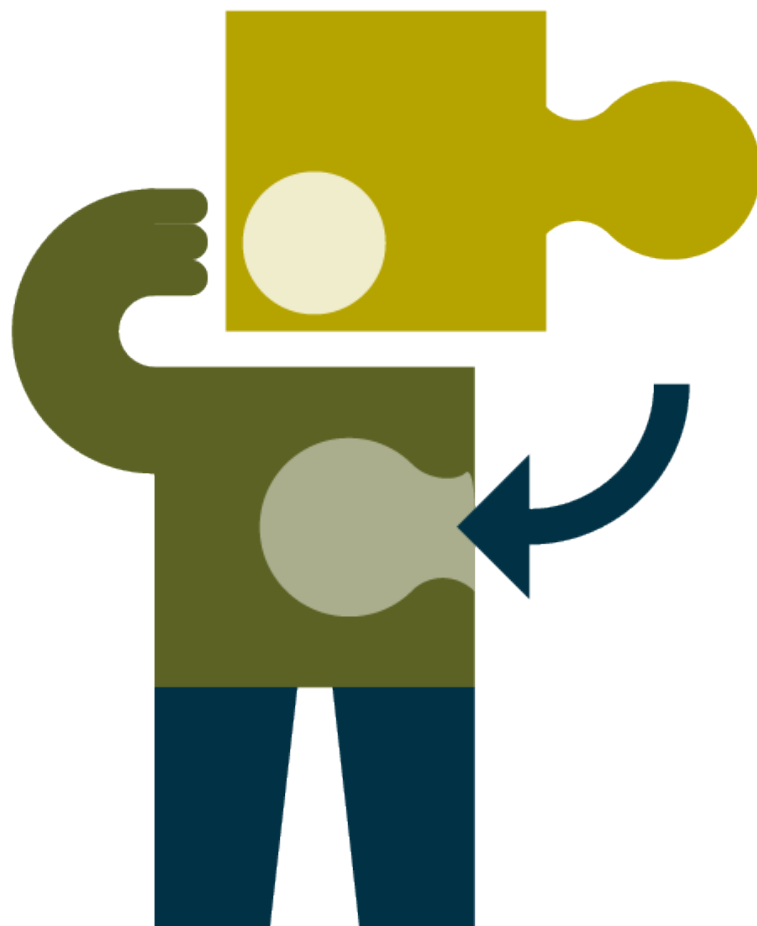
<sup>1</sup> Wg analizy przeprowadzonej przez Rekopol OOO S.A., dane za 2021 r

<sup>2</sup> <https://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12356003/katalog/12851469#12851469>

Nowa regulacja ma objąć swym zakresem także działający już system kaucyjny na opakowania szklane wielokrotnego użytku o pojemności do 1,5 l. Obecnie, w obrocie gospodarczym tego typu opakowania na dużą skalę funkcjonują głównie w przemyśle browarniczym. Wiele lokalnych rozlewni napojów także korzysta z wielorazowych szklanych opakowań. Zgodnie z założeniami systemowymi, określonymi w projekcie ustawy (UC98) wszystkie te podmioty, po wejściu w życie nowych przepisów, powinny rozwiązać umowy zawarte na obrót butelką zwrotną z partnerami handlowymi i zorganizować system za pośrednictwem tzw. podmiotu reprezentującego.

Warto zauważyć także obecnie toczącą się dyskusję nad zakresem krajowego systemu kaucyjnego – po pierwsze, w debacie pojawiają się postulaty wskazujące na konieczność rozszerzenia katalogu opakowań o jednorazowe butelki szklane (także po wyrobach spirytusowych). Po drugie, producenci kartonów do płynnej żywności zabiegają o włączenie tego rodzaju opakowań do systemu.

**Podmioty reprezentujące powinny zorganizować system kaucyjny do stycznia 2025 roku, by zrealizować, w imieniu wprowadzających na rynek produkty we wskazanych wyżej opakowaniach, stawiane im cele.**



## Komentarz EKO-PAK



Najnowsza wersja projektu tzw. ustawy kaucyjnej jest bliska temu, co proponowali sami wprowadzający. Należy tu więc podziękować Ministerstwu, że choć raz w ważnej sprawie posłuchało producentów.

Mimo że będzie mogło funkcjonować wiele podmiotów reprezentujących, każdy z nich będzie mógł być utworzony wyłącznie przez wprowadzających napoje w opakowaniach, w formie spółki akcyjnej o wysokim kapitale i działającej w oparciu o formułę not-for-profit. Podmioty te będą też właścicielem zbieranych odpadów. To bardzo korzystne zmiany, wychodzące naprzeciw kluczowym postulatam licznych organizacji gospodarczych.

Dużo gorzej przedstawia się jednak sytuacja w kwestii opakowań zwrotnych. Wystarczy spojrzeć na przepis przejściowy w art. 7, który likwiduje formalnie działające dziś systemy kaucyjne (np. na butelkę po piwie). Bezpośrednio przed przystąpieniem do systemu kaucyjnego opisanego w projekcie, wprowadzający nie będzie mógł sprzedawać własnych butelek z kaucją, więc cały wolumen butelki zwrotnej stanie się z mocy tego przepisu szkłem jednorazowym, czyli stłuczka. Ministerstwo bardzo ceni system kaucyjny na piwo, ale chyba zupełnie nie rozumiało, jakie konsekwencje będą miały przepisy przejściowe dla tego rodzaju opakowania. Mamy nadzieję, że w szczególności ten zapis zostanie zmieniony w toku dalszych prac legislacyjnych.



**Krzysztof Baczyński**  
Prezes zarządu Związku  
Pracodawców Przemysłu Opakowań  
i Produktów w Opakowaniach  
EKO-PAK

## Wyzwanie nr 4

# Skutecznie identyfikować, monitorować i eliminować ryzyko tzw. *greenwashingu*

W ostatnich latach coraz więcej przedsiębiorców, także z branży FMCG, chwali się podejmowanymi przez siebie działaniami ukierunkowanymi na poprawę środowiska naturalnego. Produkty na sklepowych półkach coraz częściej są oznaczane jako „ekologiczne”, „przyjazne planecie” czy „zrównoważone”.

O ile troska o środowisko jest zjawiskiem dobrym to wielu z przedsiębiorców może nadużywać twierdzeń o pozytywnym wpływie na środowisko – nierzadko pomijając informacje, które nie pasują do budowanego wizerunku przedsiębiorcy lub marki przyjaznej środowisku. Najczęściej to tzw. nierzetelny marketing ekologiczny, zwany powszechnie *greenwashingiem*.

Skala zjawiska może być większa, niż wydaje się na pierwszy rzut oka. Jak wynika z przeglądu stron internetowych przez Komisję Europejską, nawet 42% z analizowanych twierdzeń dot. prośrodowiskowych działań przedsiębiorców opublikowanych na ich stronach internetowych można ocenić jako przesadne, fałszywe lub wprowadzające w błąd – a tym samym mogące stanowić nieuczciwe praktyki handlowe w świetle przepisów UE<sup>3</sup>. Media coraz częściej donoszą o przypadkach „eko-ściemy” czy „zielonej hochsztaplerki”<sup>4</sup>.

Warto pamiętać, że nierzetelny marketing ekologiczny nie powinien być rozważany wyłącznie w kategorii ryzyk prawnych – stanowi on także istotne ryzyko wizerunkowe dla przedsiębiorcy. Już samo oskarżenie o wprowadzanie konsumentów w błąd co do wpływu produktu na środowisko czy prośrodowiskowych działań podejmowanych przez danego przedsiębiorcę może odbić się szerokim echem w mediach i jednocześnie zniszczyć budowany latami pozytywny wizerunek przedsiębiorcy dbającego o środowisko. To z kolei może doprowadzić do bojkotu jego produktów przez świadomych ekologicznie konsumentów.

Wylimowanie ryzyka stwierdzenia *greenwashingu* poprzez zapewnienie rzetelnego marketingu działań prośrodowiskowych to kolejne wyzwanie sektora FMCG na 2023 roku.

### **Greenwashing z perspektywy europejskiej**

Kolejne państwa – nie tylko europejskie – podejmują systemowe działania ukierunkowane na walkę z *greenwashingiem*. W prasie coraz częściej pojawiają się informacje o kolejnych firmach, w stosunku do których wszczęto postępowania związane z podejrzeniem dopuszczania się *greenwashingu*.

Na przykład we Francji obowiązują przepisy szczegółowo regulujące zasady, na jakich przedsiębiorcy mogą używać określonych twierdzeń o wpływie środowiskowym ich produktów. Brytyjski CMA, po wydaniu wytycznych dla przedsiębiorców jak informować o wpływie środowiskowym ich produktów, obecnie kontroluje na ile podmioty brytyjskie dostosowały się do tych wytycznych. Na pierwszy ogień kontroli trafiły podmioty z sektora odzieżowego (jak np. Asos – internetowy sklep z odzieżą).

<sup>3</sup> Wyniki przywołanego przeglądu stron internetowych dostępne są tutaj: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/ip_21_269)

<sup>4</sup> Zob. np. <https://klimat.rp.pl/rachunek-sumienia/art36928481-zielona-hochsztaplerka-kwitnie-biznes-oszukuje-konsumentow-na-potege>



## Greenwashing z perspektywy polskiej

Na gruncie polskim brak jest powszechnie obowiązujących przepisów, które szczegółowo odnosiłyby się do dopuszczalności stosowania twierdzeń o środowiskowych właściwościach produktów<sup>5</sup>. Nie oznacza to jednak, że podmiot dopuszczający się *greenwashingu* pozostanie bezkarny.

Przypadki *greenwashingu* można bowiem kwalifikować jako naruszenie przepisów w zakresie ochrony konkurencji i konsumentów. Wprowadzanie konsumentów w błąd co do środowiskowych właściwości produktu może potencjalnie stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, a tym samym praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Generuje to ryzyko nałożenia przez prezesa UOKiK na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości do 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Karze podlegają także naruszenia podjęte nieumyślnie.

Rośnie świadomość ekologiczna polskich konsumentów – coraz częściej konsumenci sięgają po produkty, które są przyjazne dla planety lub których producenci podejmują działania w zakresie ochrony środowiska lub zapobiegania negatywnym zmianom klimatu. Dlatego wprowadzanie w błąd co do środowiskowych właściwości

danego produktu lub prośrodowiskowej działalności jego producenta powinno być traktowane podobnie jak wprowadzanie konsumentów w błąd co do innych istotnych cech produktu takich jak np. jego skład.

**Można zatem spodziewać się, że UOKiK niebawem bliżej przyjrzy się reklamom dot. ekologicznych właściwości produktów i podejmie działania mające eliminować przypadki ich nadużywania – podobnie jak uczyniły to już lokalne organy odpowiedzialne za ochronę konkurencji i konsumentów w innych krajach.**

Nad szczegółowymi regulacjami ukierunkowanymi na walkę z pseudoekologicznym marketingiem pracuje także Unia Europejska. Przedstawiony projekt regulacji w tym zakresie obejmuje szereg zmian do Dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych i określa zasady na jakich przedsiębiorcy będą mogli informować o środowiskowych właściwości swoich produktów. Regulacje te będą musiały przyjąć wszystkie kraje członkowskie UE, w tym Polska. UOKiK zyska zatem jasno określone ramy prawne do badania „ekologicznych” twierdzeń przedsiębiorców i będzie musiał kontrolować czy przedsiębiorcy działają zgodnie z tymi ramami.

## Opinia MDDP



KSeF (Krajowy System e-Faktur), CEWA (Centralna Ewidencja Wyrobów Akcyzowych), obniżone stawki VAT na nieprzetworzone produkty spożywcze, albo zwolnienia akcyzowe - czy to są przykłady prośrodowiskowych rozwiązań podatkowych, a może podatkowy *greenwashing*?

Cienka granica między *greenwashingiem* a działaniem rzeczywiście prośrodowiskowym dotyka również podatków, w szczególności podatków pośrednich (VAT, akcyza). W przypadku nowych obowiązków podatkowych przedsiębiorcy w pierwszej kolejności skupiają się na ich prawidłowym wdrożeniu, dopiero w drugiej kolejności nad ich funkcją stymulacyjną np. prośrodowiskową.

W zakresie ulg, zwolnień i obniżonych stawek, przedsiębiorca ma wybór i odpowiednio skonstruowane podatki mogą go zachęcić do wyborów najkorzystniejszych środowiskowo. Tutaj analizy będzie wymagać, które zmiany rzeczywiście mają wspierać środowisko, a które są naturalną konsekwencją zwiększania efektywności podatkowej lub biznesowej. Przykładowo, elektroniczne i przesyłane w czasie rzeczywistym ewidencje podatkowe wprawdzie ograniczą zużycie papieru, ale niewątpliwie wprowadzone zostały nie z powodu ich prośrodowiskowego charakteru, ale aby zwiększyć zakres danych o obrocie, które organy otrzymują w czasie rzeczywistym.



**Agnieszka Kisielewska**  
Partner, Doradca podatkowy, MDDP



**Tomasz Michalik**  
Partner, Doradca podatkowy,  
Szef zespołu VAT, MDDP

<sup>5</sup> Regulację dotyczącą reklamy opartej na takich twierdzeniach zawiera Kodeks Etyki Reklamy, który jednak nie jest powszechnie obowiązującym źródłem prawa, ale wyznacza raczej dobre praktyki w obszarze reklamy.



## Firmy z branży FMCG są szczególnie narażone na zarzuty *greenwashingu*

Jak uchronić się przed oskarżeniami o *greenwashing*? Odpowiedź wydaje się prosta – wszelkie twierdzenia o prośrodowiskowej działalności firmy powinny odpowiadać temu co faktycznie ona robi, a twierdzenia o środowiskowym wpływie produktów powinny być prawdziwe. Dotyczy to także tych, którzy wspierają firmę w działaniach marketingowych i środowiskowych oraz te działania komunikują rynkowi i konsumentom. Firmy z branży FMCG są szczególnie narażone na zarzuty *greenwashingu*, m.in. ze względu na ogromną ilość wprowadzanych na rynek produktów.

W praktyce powyższe może okazać się niewystarczające – twierdzenia na pierwszy rzut oka prawdziwe nadal mogą wprowadzać konsumentów w błąd. Stanie się tak np. w sytuacji gdy reklama produktu jako przyjaznego środowisku będzie oparta wyłącznie na jednym aspekcie gdzie produkt faktycznie ma pozytywny wpływ na środowisko, ale jednocześnie celowo pominięty zostanie inny aspekt, w którym produkt przyjazny dla środowiska już nie jest (np. pominięcie wątpliwego wpływu na lokalne zasoby wodne i skupienie się na niskim śladzie węglowym).

Ponadto twierdzenia o środowiskowych właściwościach produktów powinny być sformułowane w sposób zrozumiały i precyzyjny. Reklamując produkt przy użyciu ogólnych sloganów (takich jak np. „produkt przyjazny planecie”) powinno się poinformować konsumenta na czym owa przyjazność polega. Konsument powinien także zostać poinformowany czy dane twierdzenie dotyczy produktu czy jego opakowania (czy obydwu z nich).

**Szczególnie ostrożnie należy sformułować twierdzenia oparte na porównaniach produktu z innymi dostępnymi na rynku – takie jak np. określenie danego produktu jako najbardziej przyjaznego dla środowiska czy sprzedawanego w opakowaniu zawierającym największy udział materiałów pochodzących z recyklingu. W przypadku takich twierdzeń konieczne jest posiadanie materiału potwierdzającego, że porównania zostało dokonane w sposób rzetelny.**

Należy odpowiednio wybrać nie tylko przedmiot porównania (porównywane powinny być produkty pełniące tę samą funkcję) ale i metodologię. Pozwoli to uniknąć późniejszych zarzutów o manipulowanie wynikami porównania poprzez np. dobór nieistotnych cech produktów i pominięcie tych istotnych (bo nasz produkt wypadła lepiej w tych pierwszych) czy zastosowanie odmiennych metod chociażby wyliczenia śladu węglowego porównywanych produktów tak, żeby ślad węglowy naszego produktu był niższy niż produktów konkurencji.

Przedsiębiorca powinien także dysponować odpowiednim materiałem potwierdzającym swoje twierdzenia. Będzie on potrzebny zarówno w przypadku ewentualnej kontroli UOKiK jak i w celu odparcia zarzutów o *greenwashing* sformułowanych chociażby przez organizacje ekologiczne.

W ramach przykładu – w przypadku reklamowania opakowań swoich produktów jako biodegradowalnych, zawierających materiały pochodzące z recyklingu lub nadających się do recyklingu –

przedsiębiorca powinien dysponować dokumentacją potwierdzającą takie właściwości produktów. Może to być dokumentacja uzyskana od producenta opakowań czy wyniki badań wykonane przez niezależny podmiot trzeci na zlecenie danego przedsiębiorcy wprowadzającego produkty w tych opakowaniach na rynek (badania takie mogą być połączone z uzyskaniem stosowanej certyfikacji). Badania powinny odnosić się do wymogów wynikających z odpowiednich norm.

## Eliminacja ryzyka posądzenia o *greenwashing*

Biorąc pod uwagę ryzyka – zarówno prawne jak i wizerunkowe – związane z *greenwashingiem* przedsiębiorcy powinni w nadchodzącym roku dostosować procedury związane z wyborem i akceptacją treści promocyjnych czy reklamowych w ramach swojej organizacji. Przed umieszczeniem danej informacji o właściwościach środowiskowych produktu na jego opakowaniu czy w materiałach reklamowych przedsiębiorcy powinni ocenić czy informacja ta nie stanowi nadużycia i czy są w stanie przedstawić odpowiedni materiał na jej potwierdzenie.

Chcąc chronić swój pozytywny wizerunek, budowany latami, przedsiębiorcy powinni przyrzeć się krytycznie także tym twierdzeniom o ekologicznym wpływie swoich produktów lub swojej działalności, które stosują teraz. Powinni oni także regularnie dokonywać weryfikacji czy stosowane przez nich twierdzenia pozostają aktualne, co jest szczególnie istotnie w przypadku twierdzeń opartych na porównaniach z produktami konkurentów.

Warto pamiętać, że taka ocena powinna zostać dokonana także w stosunku do samej nazwy produktu jak i wszelkich oznaczeń graficznych umieszczonych na opakowaniu. Użycie przedrostka „eko” w nazwie produktu czy umieszczenie na jego opakowaniu symbolu zielonego listka także może wprowadzić konsumenta w błąd sugerując pozytywny wpływ danego produktu na środowisko.

Wdrożenie opisanych działań w ramach zapobiegania zarzutom dot. stosowania *greenwashingu* powinno stać się celem na 2023 roku dla wszystkich przedsiębiorców promujących lub planujących promować swoje produkty lub swój biznes jako przyjazne dla środowiska i planety.



## Komentarz Osborne Clarke



Odpowiednie działania eliminujące ryzyko stwierdzenia *greenwashingu* warto podjąć już w nadchodzącym roku. Najlepiej działać zanim pojawią się jakiegokolwiek oskarżenia o stosowanie *greenwashingu* ze strony czy to UOKiK czy ekoaktywistów.

Wszystko wskazuje na to, że niebawem UOKiK, wzorem swoich europejskich odpowiedników, zajmie się analizami w obszarze *greenwashingu* (a po implementacji projektowanych zmian do Dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych zostanie do tego zmuszony). Warto przygotować się na odparcie ewentualnych zarzutów UOKiK o wprowadzanie konsumentów w błąd co do środowiskowych właściwości naszych produktów czy naszej prośrodowiskowej działalności.

Poza tym pojawienie się oskarżeń o *greenwashing* – niekoniecznie związanych z wszczęciem formalnego postępowania przez organy – to duża strata wizerunkowa dla przedsiębiorcy. Pozbycie się łatki „*greenwasher'a*” i odbudowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy jako dbającego o środowisko może okazać się zadaniem zarówno czasochłonnym jak i kosztownym – w praktyce zapewne dużo kosztowniejszym niż zapewnienie odpowiedniego *compliance* *anti-greenwashingowego*.

Podobnie oskarżenia o „ekościemę” mogą odbić się negatywnie na relacjach z kontrahentami (zwłaszcza tymi raportującymi dane związane z ESG), którzy nie będą chcieli mieć w swoim łańcuchu wartości podmiotów (potencjalnie nawet) manipulujących danymi o swoim wpływie na środowisko.

**Dlatego warto działać już teraz, zgodnie z dobrą zasadą, że lepiej zapobiegać niż leczyć.**



**Sylwia Uziębło-Kowalska**  
Senior Associate  
Osborne Clarke



## Wyzwanie nr 5

# Pozyskać recyklat, czyli skorzystać z nowej regulacji dotyczącej tworzyw sztucznych z recyklingu do kontaktu z żywnością

Materiały i wyroby stworzone częściowo lub w całości z tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu używane są już przez nas niemal codziennie. Kolejne zmiany regulacyjne zmierzają do tego, aby zawartość recyklatów w nowych opakowaniach i produktach była coraz wyższa, a ich używanie bezpieczniejsze dla zdrowia człowieka i mniej szkodliwe dla środowiska.

Kolejne firmy informują o używaniu do produkcji swoich opakowań tworzyw pochodzących z recyklingu i kolejnych ambitnych celach na przyszłość. Powyższe dotyczy również branży spożywczej, jednak w jej przypadku droga do uzyskania tworzywa sztucznego pochodzącego z recyklingu jest trudniejsza niż chociażby dla branży tekstylnej, gdzie recyklat nie musi spełniać aż tak rygorystycznych wymagań higieniczno-technicznych.

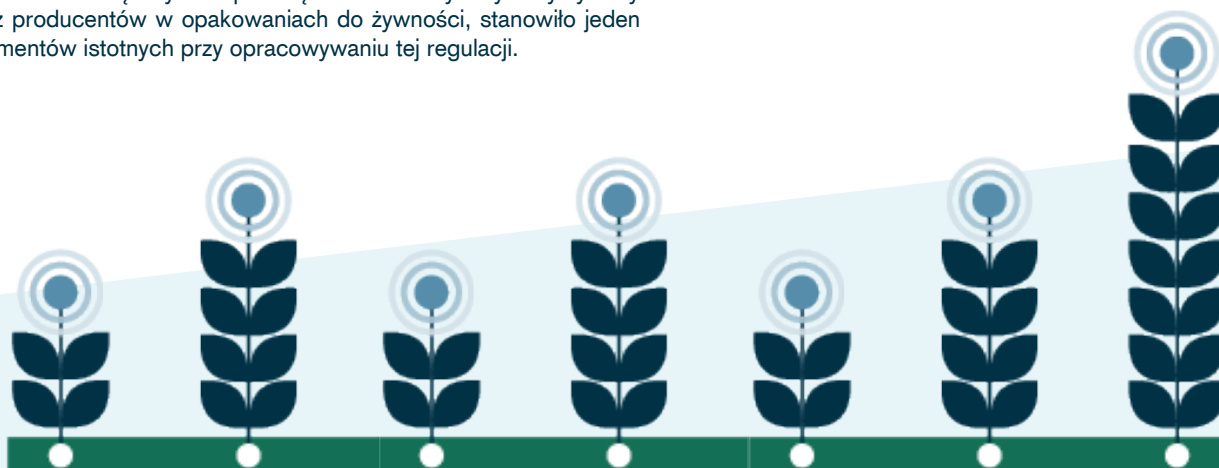
Rozporządzenie dot. materiałów i wyrobów z tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu przeznaczonych do kontaktu z żywnością oraz uchylające rozporządzenie nr 282/2008 weszło w życie 10 października 2022 roku.

Zwiększony nacisk na bezpieczeństwo wytworzonych z tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu materiałów i wyrobów przeznaczonych do kontaktu z żywnością był jednym z głównych powodów tak szerokich zmian w przepisach. Jest to widoczne nie tylko w szczegółowych zapisach dotyczących wymagań dla instalacji do dekontaminacji, ale także we wprowadzeniu zapisu o poświadczaniu systemów jakości przez niezależne osoby trzecie lub obowiązkowi badania biegłości dla laboratoriów przeprowadzających badania poziomów zanieczyszczeń próbek surowca. Co ważne z perspektywy sektora FMCG, zwiększenie dostępności recyklatu, który w coraz większym stopniu będzie musiał być wykorzystywany przez producentów w opakowaniach do żywności, stanowiło jeden z elementów istotnych przy opracowywaniu tej regulacji.

W porównaniu do poprzednich przepisów poszczególne etapy prowadzące od powstania odpadu do uzyskania nowego opakowania zawierającego tworzywa sztuczne pochodzące z recyklingu zostały bardziej szczegółowo uregulowane.

Rozporządzenie wprowadza pojęcie odpowiedniej technologii – czyli technologii, pozwalającej przetwarzać odpady na materiały i wyroby z tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu, które spełniają wymagania ogólne dla materiałów i wyrobów przeznaczonych do kontaktu z żywnością, a także są bezpieczne pod względem mikrobiologicznym.

Aktualnie katalog odpowiednich technologii obejmuje recykling mechaniczny pokonsumenckiego PET (technologia najczęściej stosowana w wytwarzaniu opakowań dla przemysłu spożywczego) oraz recykling z obiegu zamkniętego (technologia, w ramach której recyklingowi poddaje się wyłącznie surowiec z tworzywa sztucznego pochodzący od podmiotów uczestniczących w cyklach zamkniętych, na które składają się etapy produkcji, dystrybucji lub zaopatrzenia). W przyszłości zapewne będzie on sukcesywnie powiększany z uwagi na możliwość opracowywania i stosowania nowatorskich technologii, jaka została przewidziana w Rozporządzeniu.



## Komentarz Osborne Clarke



Prowadzenie procesu recyklingu opartego na technologii recyklingu mechanicznego pokonsumenckiego PET wymaga użycia odpadów o wysokiej jakości. Surowiec muszą stanowić wyłącznie odpady pokonsumenckie PET zawierające maksymalnie 5% materiałów i wyrobów, które były wykorzystywane do kontaktu z materiałami lub substancjami niewchodzącymi w kontakt z żywnością. Selektywna zbiórka odpadów nie stanowi źródła takiego surowca, z uwagi na niejednorodność zbieranych odpadów oraz występujące zanieczyszczenia.

Odpowiedzią na zapotrzebowanie na wysokiej jakości surowiec do przetworzenia w instalacji do recyklingu jest m.in. zbiórka odpadów opakowaniowych w ramach systemu kaucyjnego. Taki mechanizm zapewni strumień odpadów odpowiedniej jakości, który nie musi być dodatkowo segregowany i – co do zasady – od razu może zostać przekazany podmiotowi zajmującemu się recyklingiem.



**Małgorzata Dębicka**  
Senior Associate  
Osborne Clarke

### Czy nowatorskie technologie to rozwiązanie niedoborów recyklatu?

W branży FMCG, duże zainteresowanie wzbudziła praktyczna strona opracowywania nowatorskiej technologii. Instalacje do dekontaminacji w których będą powstawać (przy zastosowaniu nowatorskiej technologii recyklingu) tworzywa sztuczne pochodzące z recyklingu będą mogły być eksploatowane jeszcze przed wydaniem decyzji czy nawet uzyskaniem oceny do co odpowiedniości nowatorskiej technologii. Konsekwentnie, materiały i wyroby przeznaczone do kontaktu z żywnością pochodzące z tak wytworzonych tworzyw będą mogły zostać wprowadzone do obrotu (oczywiście jeśli będą spełniały pozostałe wymogi określone Rozporządzeniem).

**Wprowadzona regulacja daje zatem możliwość doskonalenia przez recyklera nowatorskiej technologii z równoczesnym uzyskiwaniem korzyści ze sprzedaży powstałego tworzywa sztucznego. Powyższe jednocześnie przekłada się na dostarczenie na rynek tworzywa sztucznego o odpowiednich parametrach, co niewątpliwie pozytywnie wpłynie na osiągnięcie celów środowiskowych UE i poszczególnych przedsiębiorców.**

Najbliższe miesiące pokażą, czy i w jakim zakresie korzystanie z tej możliwości będzie technicznie możliwe, czy pojawią się recyklerzy prowadzący działania zmierzające do opracowania nowych technologii recyklingu i przede wszystkim – czy przedsiębiorcy będą skłonni sięgać po tworzywa sztuczne pochodzące z recyklingu wytworzone w nowatorskich technologiach.

## Opinia Fundacji Plastics Europe Polska



Znowelizowane Rozporządzenie daje nadzieję na łatwiejsze wdrażanie na dużą skalę nowatorskich technologii, w tym tak bardzo oczekiwanego recyklingu chemicznego, dzięki któremu możemy z surowca odpadowego uzyskać regranulat o parametrach identycznych jak tworzywo pierwotne. W Europie realizowanych jest obecnie kilkadziesiąt projektów, których planowana wartość ma wynieść od 2,6 miliarda euro w 2025 roku do 7,2 miliarda euro w 2030 roku. To część wkładu branży w realizację celów Strategii dla Tworzyw, w zakresie zwiększenia rynku dla recyklatów w Europie. Dzięki tym inwestycjom w recykling chemiczny spodziewamy się osiągnąć produkcję recyklatów „chemicznych” na poziomie 1,2 mln ton do 2025 roku oraz 3,4 mln ton do 2030 roku.



**Dr inż. Anna Kozera-Szałkowska**  
Dyrektor Zarządzająca,  
Fundacja PlasticsEurope Polska

## Branża FMCG czeka na realnie efektywne procedury

Uczestnicy rynku podchodzą do nowych regulacji z umiarkowanym optymizmem, jednak zastrzegają, że prawdziwą wartość przepisów poznamy najwcześniej po pierwszym roku obowiązywania Rozporządzenia.

Jest to zrozumiałe, biorąc pod uwagę, że na podstawie poprzedniego rozporządzenia Komisja Europejska nie wydała żadnego zezwolenia na proces recyklingu – pomimo pozytywnych opinii Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności dla ponad 230 procesów opartych na technologii mechanicznego recyklingu PET. Sytuacja ta prowadziła do niepewności i utrudnień na rynku opakowaniowym z uwagi na różnice w regulacjach krajowych poszczególnych państw członkowskich (na mocy których dotychczas funkcjonowały instalacje do recyklingu). Ocena nowych regulacji nie będzie możliwa, dopóki nie odbędą się pierwsze audyty instalacji do dekontaminacji, a Komisja Europejska nie wyda pierwszych zezwoleń na indywidualne procesy recyklingu mechanicznego PET.

**Zgodnie z komunikatami Komisji Europejskiej pierwsze zezwolenia na procesy recyklingu powinny zostać wydane w styczniu 2023 roku. Powyższe wynika z tego, że podmioty zajmujące się recyklingiem, które ubiegały się o uzyskanie zezwolenia na proces recyklingu na podstawie dotychczasowych przepisów nie muszą zaczynać tego procesu od początku (o ile ich wnioski dotyczyły procesu opartego na odpowiedniej technologii, tj. recyklingu mechanicznego pokonsumenckiego PET – pozostałe wnioski uznaje się za anulowane). Podmioty, których wnioski uzyskały wspomnianą wcześniej pozytywną opinię Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności czekają zatem na wydanie decyzji.**

**Co do zasady, od 10 lipca 2023 roku do obrotu będą mogły być wprowadzane tylko te tworzywa sztuczne pochodzące z recyklingu przeznaczone do kontaktu z żywnością, które zostaną wytworzone zgodnie z przepisami Rozporządzenia i będą spełniać wszelkie warunki tam opisane. Jednak w celu zapewnienia ciągłości dostaw na rynku spożywczym Rozporządzenie zawiera przepisy przejściowe, na podstawie których podmioty wytwarzające wspomniane tworzywa będą mogły wprowadzać je do obrotu pomimo braku decyzji o udzieleniu zezwolenia na indywidualny proces recyklingu. Warunkiem jest złożenie przez taki podmiot ważnego wniosku o wydanie decyzji udzielającej zezwolenia na stosowanie procesu recyklingu opartego o technologię recyklingu mechanicznego pokonsumenckiego PET najpóźniej w dniu 10 lipca 2023 roku.**

## Najważniejsze to dobra praktyka stosowania nowych przepisów

Czy (i kiedy) cele i założenia przedstawione w preambule Rozporządzenia zostaną spełnione pokaże w najbliższym czasie przede wszystkim praktyka organów, tj. Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności, Komisji Europejskiej oraz odpowiednich jednostek poszczególnych państw członkowskich (w przypadku Polski – Główniej Inspekcji Sanitarnej).

Wprowadzający do obrotu żywność w opakowaniach z tworzyw sztucznych, a szczególnie ci wprowadzający napoje w butelkach PET są zdeterminowani, by korzystać z recyklatów oraz usprawnić sposób ich pozyskiwania i podwyższyć ich jakość. Nowe obowiązki w zakresie rejestracji, znakowania czy ujednolicenia wzorów dokumentacji są wyzwaniem, ale przede wszystkim powinny być rozpatrywane jako szansa na usprawnienie całego systemu pozyskiwania recyklatów przeznaczonych do kontaktu z żywnością.

## Komentarz Osborne Clarke



Problem z dostępnością odpowiedniej jakości strumienia odpadów oraz wysoka cena energii – przekładają się na wysoką cenę oraz niską dostępność rPET. Sytuacja ta nie napawa optymizmem zwłaszcza tych przedsiębiorców, którzy wprowadzają na rynek napoje w butelkach PET i których niedługo będzie obejmował obowiązek wykorzystania

określonej ilości tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu w produkcji swoich opakowań (o czym mowa także powyżej w opisie Wyzwania nr 3). Przetwórcy tworzyw sztucznych podejmują działania mające na celu uregulowanie cen energii na poziomie ogólnokrajowym / ogólnoeuropejskim, a także coraz częściej interesują się innymi rozwiązaniami mającymi zapewnić bezpieczeństwo energetyczne dostosowanymi do indywidualnego przedsiębiorcy. Część tych rozwiązań – inwestycje w instalacje fotowoltaiczne oraz magazyny energii, biogazownie, instrumenty typu cPPA i vPPA – zostały opisane poniżej w ramach Wyzwania nr 8.



**Katarzyna Barańska**  
Partnerka kierująca Praktyką  
Dekarbonizacji Osborne Clarke



## Wyzwanie nr 6

# Wdrożyć zasady ekoprojektowania

Ekoprojektowanie (*ecodesign*) to bardzo złożone podejście do projektowania produktów, w tym opakowań, z uwzględnieniem aspektów środowiskowych w całym cyklu życia oraz w całym łańcuchu wartości. To nowe podejście, wskazane przez Komisję Europejską, która 30 marca 2022 roku przedstawiła do konsultacji pakiet powiązanych ze sobą inicjatyw dotyczących zrównoważonych produktów<sup>6</sup>.

Jednym z kluczowych elementów pakietu jest wniosek dotyczący rozporządzenia w sprawie ekoprojektu dla zrównoważonych produktów<sup>7</sup>. Celem przyszłych regulacji jest wspieranie i przyspieszenie transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym, poprzez nałożenie na przedsiębiorców ram związanych z projektowaniem z myślą o oszczędzaniu surowców oraz ich późniejszemu zawracaniu do obiegu. Głównym celem tej inicjatywy jest zatem ograniczenie negatywnego oddziaływania produktów na środowisko oraz poprawa funkcjonowania rynku wewnętrznego, przy jednoczesnym wykorzystaniu efektywnych rozwiązań cyfrowych.

Projekt rozporządzenia ustanawia ramy dotyczące ekoprojektu zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i cyrkularności, określonymi w Nowym Planie Działania UE dotyczącym gospodarki o obiegu zamkniętym na rzecz czystszej i bardziej konkurencyjnej Europy (CEAP 2). Są to:

- poprawa trwałości produktów oraz umożliwienie ich naprawiania,
- tworzenie produktów, w tym opakowań, z możliwością ich ponownego użycia,
- unikanie stosowania substancji potencjalnie niebezpiecznych w produktach,
- osiąganie efektywności energetycznej,
- podnoszenie efektywności gospodarowania zasobami,
- zawracanie surowców wtórnych do nowych produktów i opakowań,
- wspieranie rozwoju recyklingu wysokiej jakości i efektywności,
- zmniejszanie śladu środowiskowego i węglowego dla produktów i opakowań.

Rozporządzenie to będzie dotyczyło wszystkich sektorów, poza wyjątkami: żywnością, paszami i produktami leczniczymi.

### Szczegóły wyzwań w obszarze ekoprojektowania na 2023 rok

Projekt rozporządzenia przewiduje utworzenie cyfrowego paszportu produktu, który pomoże w śledzeniu informacji o produkcie w całym łańcuchu wartości i pozwoli na skuteczniejsze wyliczanie (oraz kontrolowanie) rzeczywistego śladu węglowego i środowiskowego produktu.

Projekt regulacji wprowadza zatem nowe podejście, w ramach którego ekoprojektowanie należy rozpatrywać w całym cyklu życia, a jego miarą będzie ślad węglowy obliczany dla całego cyklu życia. Dotychczasowe podejście skupiało się na projektowaniu dla recyklingu, które stanie się już tylko (bardzo istotnym) elementem ekoprojektowania.

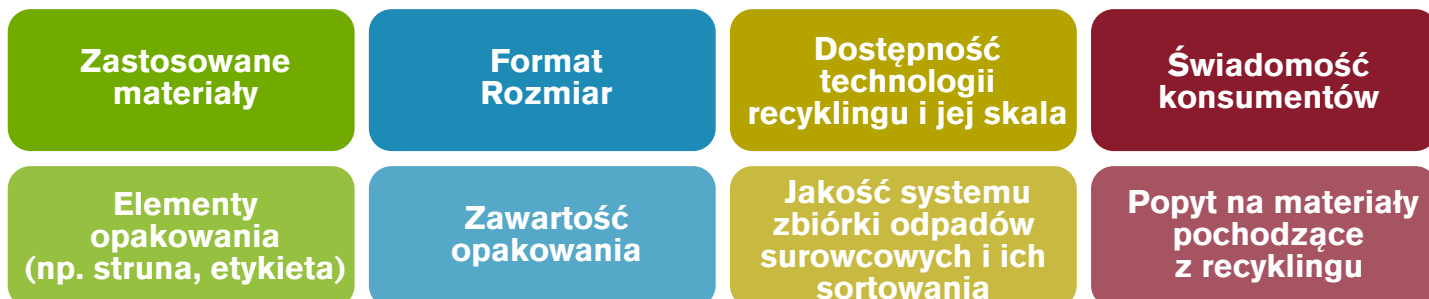
Projektowanie dla recyklingu wymaga od producenta bardzo gruntownej analizy dotyczącej funkcjonalności, wykorzystywanych materiałów, formatów, dostępnych systemów zbiórki wraz z oceną ich skuteczności, dostępności technologii do recyklingu oraz obowiązków prawnych. Większość zasad ekoprojektowania i projektowania dla recyklingu jest uniwersalna, jednak każda branża ma swoją szczególną specyfikę. Poniżej znajduje się omówienie zagadnienia na przykładzie opakowań.

<sup>6</sup> COM(2022) 140

<sup>7</sup> COM(2022) 142



## Czynniki wpływające na recykling opakowań



Najbardziej pożądanym scenariuszem w systemie jest ograniczenie wytwarzania odpadów, a zatem wspierane powinny być systemy wielokrotnego użytku i naprawy. Każdy produkt jednak kiedyś stanie się odpadem, dlatego konieczne jest takie projektowanie produktów, które umożliwi ich późniejszy recykling. Aby to było możliwe, należy zrezygnować z substancji szkodliwych lub nieprzyjaznych recyklingowi (np. PVC), ograniczyć nasycenie barw i ilość lakierów, klejów, ozdób.

Opakowania mocno zadrukowane, nawet te papierowe, nie nadają się do recyklingu – lakiery tak głęboko wnikają w strukturę materiału, że tworzą zanieczyszczenia chemiczne. W projektowaniu dla recyklingu zawsze mniej znaczy lepiej. Należy także unikać dużych etykiet typu *sleeve* (owijki termokurczliwe), które bardzo ciężko jest usunąć z opakowania. Jeśli konieczne jest łączenie ze sobą materiałów, ich rozdzielenie powinno być jak najłatwiejsze i zrozumiałe dla konsumenta.

Jeśli rozdzielenie nie jest możliwe, kombinacja łączonych materiałów powinna być jak najkorzystniejsza pod kątem przydatności do recyklingu, np. butelka PET z etykietą typu *sleeve* wykonaną z PVC nie nadaje się do recyklingu wcale, podobnie jak „puszka” wykonana z PET z aluminiowym denkiem i wieczkiem, owinięta termokurczliwą, intensywnie zadrukowaną etykietą PP.

Natomiast butelka PET z lekko zadrukowaną etykietą PET jest najlepszym możliwym połączeniem, zaś ta sama butelka ale z etykietą PP jest dla recyklingu przyjazna, choć etykieta będzie traktowana jako zanieczyszczenie (jednak łatwe do zidentyfikowania i usunięcia, niezagrożające więc procesowi recyklingu).

**Projektując z myślą o recyklingu należy zatem bezwzględnie przeanalizować rodzaje i pochodzenie surowców, sięgając jak najszerzej po surowce wtórne. Źródła pozyskiwania surowców powinny być zrównoważone, a materiały łatwe w recyklingu. Warto także korzystać z materiałów popularnych na rynku, dla których istnieją systemy zbiórki i recyklingu. Istotnym partnerem w procesie pozyskiwania odpadów surowcowych po opakowaniach jednostkowych jest konsument, który – jeśli źle posortuje odpady – wpływa znacząco na obniżenie ich przydatności do recyklingu; tylko ok. 8% surowców da się odzyskać ze zmieszanych odpadów komunalnych. Dlatego warto inwestować w edukację konsumenta i w przystępny sposób tłumaczyć w jaki sposób należy się pozbyć danego produktu czy opakowania.**

Projektując warto także sięgać po opakowania wielokrotnego użytku. Niezależnie jednak od tego, czy opakowanie jest jednorazowe czy zwrótne, powinno być dostosowane rozmiarem do zawartości, zawierać możliwie najmniej warstw, jak najmniej kolorów oraz powinno mieć możliwie małą i transparentną etykietę.

## Komentarz EKO-PAK



Ważnym aspektem jest także dostosowywanie wykorzystywanego materiału oraz wielkości opakowania do zawartości, by uniknąć nadmiernego pakowania. Podczas projektowania warto sięgać po analizy śladu węglowego dla poszczególnych materiałów opakowaniowych i zastanowić się nad dostępną infrastrukturą do jego odzysku oraz nad śladem środowiskowym w całym cyklu życia (LCA). Te elementy będą miały olbrzymie znaczenie w najbliższej przyszłości ze względu na nadchodzące regulacje związane z ekoprojektowaniem oraz odpowiedzialnością producentów za wprowadzone na rynek opakowania. KE przygotowała projekt rozporządzenia (PPWR), które na nowo definiować będzie „recyklingowość”, a także nałoży nowe obowiązki, choćby w zakresie zwracania surowców wtórnych do nowych wyrobów i opakowań. To będzie prawdziwa rewolucja!

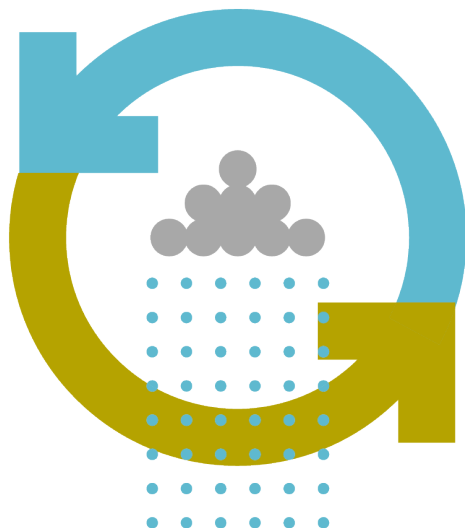
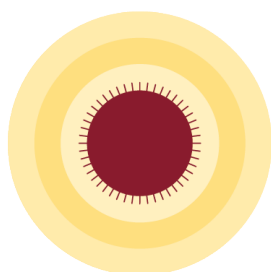


**Magdalena Dzięczek**  
Członek zarządu Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK

## Wyzwanie nr 7

### Przeanalizować prowadzoną działalność pod kątem realizacji wymogów planowanego rozporządzenia ws. opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR)

W dniu 30 listopada br. opublikowano projekt rozporządzenia, które jest uzupełnieniem rozporządzenia 2019/2010 i uchyla Dyrektywę Opakowaniową (PPWR). Będzie to zatem wiążący akt ustawodawczy, który będzie stosowany bezpośrednio w całości w całej UE, bez potrzeby transpozycji przez państwa członkowskie, a także z uwzględnieniem wymogów mających bezpośrednio zastosowanie do podmiotów gospodarczych. Regulacja ma bazować na prawie dotyczącym jednolitego rynku wewnętrznego.



Projekt jest bardzo obszerny i zawiera 15 rozdziałów, 80 artykułów oraz 14 załączników. Do kluczowych elementów regulowanych przez PPWR należą kwestie związane z zapobieganiem powstawaniu odpadów, które mają stać się mierzalnymi i wymagalnymi celami nakładanymi na państwa członkowskie w zakresie ograniczenia ilości odpadów opakowaniowych (na mieszkańca, poziom bazowy z 2018 roku):

- 5 % do 2030 roku,
- 10 % do 2035 roku,
- 15 % do 2040 roku.

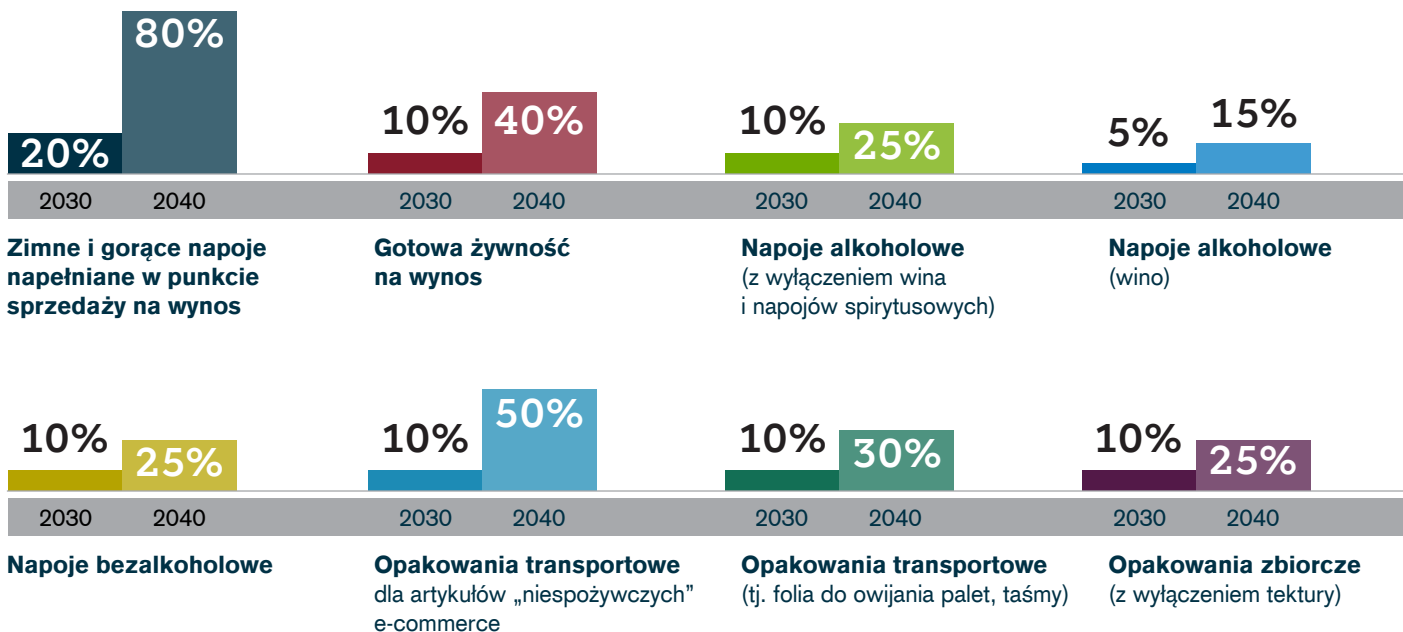
#### Ekoprojektowanie

Projekt obejmuje swym zakresem także szczegółowe wymogi, dotyczące ekoprojektowania, tj. m.in. dostosowanie rozmiaru opakowania do jego zawartości. Opakowania sprzedażowe (konsumenckie) powinny zawierać tylko niezbędne minimum pustej przestrzeni, zaś dla opakowań zbiorczych i transportowych zostaną określone minimalne współczynniki pustej przestrzeni. Wykorzystywanie opakowań z podwójnymi ściankami, fałszywym dnem i innymi środkami wykorzystywanymi „w celu stworzenia wrażenia zwiększonej objętości produktu” będzie natomiast zabronione.

Komisja Europejska przewiduje w projekcie kilka rodzajów opakowań, które mają być objęte ograniczeniami, m.in. opakowania jednorazowego użytku dla świeżych owoców i warzyw, opakowania jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych (m.in. saszetki czy opakowania na kosmetyki wykorzystywane w hotelach), opakowania z ekspandowanego polistyrenu itp. Katalog opakowań został określony w załączniku VI do projektu PPWR.

## Cele dla ponownego użycia i zawartości surowców wtórnych w opakowaniach

Innym bardzo ważnym celem będzie wskazanie poziomów dla ponownego użycia lub napełnienia opakowań. Pierwsze cele wyznaczone zostaną już na rok 2030 i dotyczyć będą odpowiedzialności podmiotów gospodarczych (w tym producenta i dystrybutora końcowego) na terytorium państw członkowskich za pakowanie. Regulacja dotyczyć będzie następujących produktów i opakowań:



Ustanowione zostaną także nowe cele dotyczące zawartości surowców wtórnych w nowych opakowaniach plastikowych – od 10% w roku 2030 do nawet 65% w roku 2040.

## Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta

W projekcie zaadresowana została także kwestia mechanizmu Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta (ROP). Komisja Europejska chce zobowiązać państwa członkowskie do utworzenia rejestru, do którego producenci wprowadzający na rynek produkty w opakowaniach i inni przedsiębiorcy objęci ROP mieliby obowiązek się zgłosić (samodzielnie lub za pośrednictwem organizacji ich reprezentujących).

W przypadku braku zgłoszenia niemożliwe byłoby wprowadzanie produktów na rynek. Art. 57 projektowanego PPWR wskazuje, że producenci zobowiązani są utworzyć system rozszerzonej odpowiedzialności producenta dla swoich opakowań zgodnie z wymaganiami art. 8 i art. 8a dyrektywy 2008/98/EC<sup>8</sup>.

### Kryteria przydatności do recyklingu

Kolejnym ważnym obszarem jest określenie przydatności do recyklingu i wskazanie kryteriów, pozwalających uznać, że dane opakowania nadają się do recyklingu.

Opakowania będzie można uznać za nadające się do recyklingu, jeżeli spełnią kryteria *Design for Recycling* (zaprojektowane dla

recyklingu), które mają zostać określone w akcie (lub aktach) delegowanym(-ych), oraz jeżeli są poddawane recyklingowi na dużą skalę zgodnie z metodologią, która zostanie również ustanowiona w akcie(-ach) delegowanym(-ych).

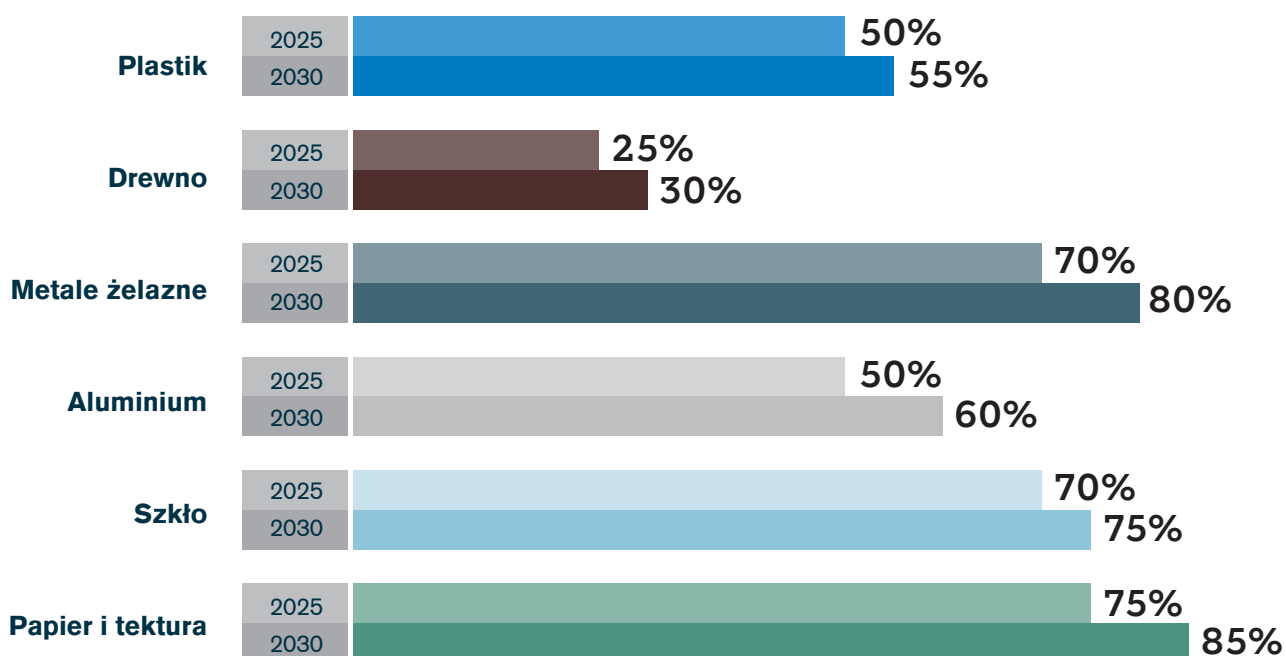
Projekt regulacji przewiduje ustanowienie systemu oceny przydatności opakowania do recyklingu w zakresie od A do E, gdzie ocena A oznacza zgodność opakowania z kryteriami *Designed for Recycling* na poziomie 95%, a E na poziomie poniżej 70%. Wprowadza się także możliwość doprecyzowania dedykowanym aktem delegowanym definicji poddawania recyklingowi na dużą skalę – opakowania poddawane recyklingowi na dużą skalę, jeśli zbiera się i przetwarza w danym kraju 70% i więcej ich wprowadzenia (analiza ma być prowadzona oddzielnie dla różnych grup opakowań). Na podstawie uzyskanych ocen przydatności do recyklingu (A do E) prowadzona będzie modulacja opłat w ramach mechanizmu ROP. W przypadku opakowań z tworzyw sztucznych modulacja ma się opierać na wskaźniku zawartości recyklatu w nowym opakowaniu.

Farmaceutyczne opakowania bezpośrednie zwolnione zostały z wymogów do dnia 31 grudnia 2034 r. Opakowania kompostowalne będą wymagane do niektórych zastosowań, w tym do produkcji torebek na herbatę, filtrowanych kapsulek do kawy i bardzo lekkich plastikowych torebek na zakupy.

<sup>8</sup> Ang. „Producers shall have extended producer responsibility for their packaging in compliance with the requirements of Article 8 and Article 8a of Directive 2008/98/EC”.

## Cele recyklingowe

Projekt PPWR wskazuje cele recyklingowe dla opakowań, zgodnie z którymi do 31 grudnia 2025 roku recyklingowi ma być poddawane 65% całkowitej, wprowadzonej do obrotu masy opakowań, a do 31 grudnia 2030 roku wskaźnik ten ma wynieść 70%. Szczegółowe cele rozkładają się następująco:



Projekt rozporządzenia zakłada także zakazy wprowadzania niektórych typów opakowań, jak np. opakowań foliowych przeznaczonych do świeżych owoców i warzyw (poniżej 1,5 kg), chyba że istnieje poważna przyczyna motywująca wykorzystanie takiego opakowania (oszczędność wody, ochrona przed wstrząsami czy bezpieczeństwo mikrobiologiczne).



## Wyzwanie nr 8

# Zazielenić produkcję, czyli wykorzystać sprawdzone metody na tańszą energię dla zakładów produkcyjnych

Trendy w zakresie dekarbonizacji, strategii ESG i rosnące ceny energii elektrycznej – te trzy czynniki przekładają się na coraz większe zainteresowanie obszarem energetyki odnawialnej. Przedsiębiorcy, posiadający zakłady produkcyjne o znacznym zużyciu energii elektrycznej, szukają metod na zazielenienie swojej działalności oraz zastanawiają się, w jaki sposób mogą dokonać optymalizacji ponoszonych, obecnie coraz wyższych, kosztów w zakresie zużywanej energii elektrycznej.

Odpowiedzią na powyższe potrzeby może być decyzja o budowie własnego źródła OZE.

### Szczegóły wyzwań w obszarze ekoprojektowania na 2023 rok

Chodzi przede wszystkim o instalacje fotowoltaiczne, które mogą być zainstalowane zarówno na dachu zakładu produkcyjnego, jak i w jego sąsiedztwie, na gruncie. Budowa własnych źródeł PV bardzo często stanowi element strategii energetycznej przedsiębiorstw oraz strategii ESG.

Przed podjęciem decyzji inwestycyjnej warto zweryfikować warunki techniczne budynku (m.in. nośność i nachylenie dachu) czy ukształtowanie terenu. Warto również przyjrzeć się przeznaczeniu nieruchomości, np. w planie miejscowym lub innych dokumentach planistycznych, na której miałyby być posadowione źródło OZE, aby zweryfikować czy istnieje możliwość umieszczenia tam takiego źródła.

Dla niektórych podmiotów lepszą opcją będzie budowa biogazowni. Dotyczy to w szczególności podmiotów, których działalność gospodarcza wiąże się z wytwarzaniem substratów nadających się do wytworzenia biogazu, który następnie będzie mógł zostać przetworzony na energię elektryczną. Chodzi na przykład o browary, czy zakłady zajmujące się wytwarzaniem lub przetwarzaniem żywności.

Nadwyżka niewykorzystanej energii elektrycznej może zostać sprzedana na rynku. Należy jednak pamiętać, że działalność taka będzie stanowiła działalność regulowaną. Dlatego też w przypadku takim koniecznym będzie uzyskanie koncesji na wytwarzanie energii elektrycznej lub uzyskanie wpisu w rejestrze małych instalacji OZE. Jednocześnie wprowadzenie niewykorzystanej energii do sieci powinno zostać poprzedzone weryfikacją aspektów technicznych związanych z taką działalnością (w szczególności w zakresie dostępności infrastruktury sieciowej).



## Komentarz Osborne Clarke



W celu zoptymalizowania kosztów energii elektrycznej warto zastanowić się także nad magazynami energii elektrycznej. Pozwolą one wykorzystać nadwyżki niewykorzystanej energii elektrycznej w okresach braku generacji (na przykład w nocy w przypadku elektrowni fotowoltaicznych). Magazyny energii elektrycznej pozwolą również zagwarantować odpowiednie parametry jakościowe energii elektrycznej (napięcie, częstotliwość), zabezpieczą ciągłość zasilania oraz umożliwią obniżenie mocy umownej. Widzimy, że śladem innych krajów europejskich, takie rozwiązania będą stawały się coraz powszechniejsze.



**Łukasz Petelski**  
Counsel  
Osborne Clarke



**Ernest Łuczak**  
Senior Associate  
Osborne Clarke

**Alternatywą własnego źródła energii elektrycznej jest zakup energii elektrycznej bezpośrednio od wytwórcy OZE. Chodzi tu o tzw. umowy CPPA (corporate power purchase agreement), których okres obowiązywania jest dłuższy niż umów zawieranych ze spółkami obrotu. Umowa CPPA pozwoli na zabezpieczenie dostaw energii elektrycznej w dłuższym horyzoncie czasowym (np. 10-12 lat) po określonej cenie. Elementem umów CPPA jest także sprzedaż gwarancji pochodzenia – dokumentów potwierdzających, że dany wolumen energii elektrycznej został wytworzony w instalacji OZE.**

Na rynku coraz częściej pojawiają się także wirtualne umowy sprzedaży energii elektrycznej (tzw. VPPA, *virtual power purchase agreement*). Przedmiotem takiej umowy nie jest jednak zakup energii elektrycznej. Umowa taka stanowi kontrakt różnicowy – jej konstrukcja jest podobna do transakcji na instrumentach pochodnych o charakterze zabezpieczającym. Istota VPPA polega na tym, że strony rozliczają się z różnicą pomiędzy ceną określoną w umowie a aktualną ceną hurtową (*spot price*) dla ustalonego wolumenu energii elektrycznej, którą kupują i sprzedają we własnym zakresie (na podstawie umów zawartych z podmiotami trzecimi). Umowy VPPA mogą zatem stanowić jeden z elementów strategii energetycznej przedsiębiorstwa (zagwarantowanie ceny energii na określonym poziomie). W umowie VPPA można także zaadresować kwestie związane z nabyciem gwarancji pochodzenia.

Na koniec warto wspomnieć o planowanych zmianach w zakresie linii bezpośredniej. Chodzi o możliwość sprzedaży energii elektrycznej w oparciu o model *on-site*, polegający na zakupie energii elektrycznej ze źródła OZE z pominięciem systemu elektroenergetycznego.

W takim modelu energia elektryczna dostarczana jest za pośrednictwem linii elektroenergetycznej wybudowanej przez prywatnych inwestorów. Obecnie obowiązujące przepisy wyłączają jednak możliwość zastosowania takiego rozwiązania. Liberalizacja regulacji w zakresie linii bezpośredniej ułatwi zatem realizację projektów w sektorze energetyki odnawialnej, a z punktu widzenia odbiorców stanowić będzie kolejną metodę na zapewnienie dostaw zielonej energii oraz optymalizację kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa. O tym jakie korzyści ekonomiczne będzie można uzyskać w przypadku zakupu energii elektrycznej z użyciem linii bezpośredniej zadecyduje treść nowych przepisów. Zakłada się, że wejdą one w życie w 2023 roku.





## O Autorach



**Krzysztof Baczyński**  
Prezes Zarządu EKO-PAK  
T +48 668 874 709  
[krzysztof.baczyński@eko-pak.biz](mailto:krzysztof.baczyński@eko-pak.biz)

Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na Wydziale Handlu Zagranicznego. Swoją karierę zawodową zaczynał w mediach jako dziennikarz ekonomiczny w dzienniku „Sztandar Młodych” i w tygodniku „Życie Gospodarcze”. Następnie pracował w agencjach doradztwa komunikacyjnego realizując liczne projekty w obszarach *Investor Relations*, *Public Relations* a w szczególności *Public Affairs*. Przez kilka lat był także pracownikiem administracji rządowej (Kancelaria Prezesa Rady Ministrów). Od września 2014 roku kierownik ds. regulacji w Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie. Współtwórca Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK i od lipca 2015 roku prezes zarządu Związku. Przewodniczący Rady Nadzorczej Rekopol Organizacji Odzysku Opakowań S.A. oraz Rady Nadzorczej Polskiej Federacji Producentów Żywności.



**Katarzyna Barańska**  
Partnerka kierująca Praktyką  
Dekarbonizacji, Osborne Clarke  
T +48 504 270 492  
[katarzyna.baranska@sborneclarke.com](mailto:katarzyna.baranska@sborneclarke.com)

Kompleksowo wspiera klientów w wyzwaniach związanych ze zrównoważonym rozwojem i zieloną transformacją w obszarach ochrony środowiska, infrastruktury i projektów energetycznych. Doradza w postępowaniach środowiskowych, prowadzi projekty z zakresu *environmental compliance* a także doradza w zakresie prawidłowego gospodarowania odpadami i ich transportu. Specjalizuje się w regulacjach dotyczących gospodarki opakowaniami, realizując projekty dla klientów oraz najważniejszych polskich organizacji branżowych. Radca prawny, doktor nauk prawnych, autorka licznych artykułów branżowych, a także wykładowca akademicki.



**Małgorzata Dębicka**  
Senior Associate  
Osborne Clarke  
T +48 798 079 614  
[malgorzata.debicka@osborneclarke.com](mailto:malgorzata.debicka@osborneclarke.com)

Wspiera klientów w zakresie zagadnień związanych z prawem ochrony środowiska, w szczególności w obszarze pozwoleń sektorowych i kwestii zanieczyszczeń. Prowadzi projekty związane z wdrażaniem rozwiązań i procedur związanych z zapewnieniem green compliance, a także rozszerzoną odpowiedzialnością producenta. Wspiera również klientów w zakresie zagadnień regulowanych rozporządzeniami REACH oraz CLP. Posiada również doświadczenie w doradztwie prawnym dla podmiotów z szeroko pojętego sektora *life science*, w tym w obszarze kosmetyków i farmaceutyków. Ukończyła studia podyplomowe z zakresu prawa ochrony środowiska, obecnie rozpoczęła specjalistyczne studia podyplomowe w zakresie zarządzania bezpieczeństwem chemicznym.



**Magdalena Dziczek**  
Dyrektor Biura Zarządu,  
Członek Zarządu EKO-PAK  
T +48 512 429 646  
[magdalena.dziczek@eko-pak.biz](mailto:magdalena.dziczek@eko-pak.biz)

Absolwentka Zarządzania Strategicznego w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie oraz skandynawistyki na Uniwersytecie SWPS. Doktorantka Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Od 2010 roku zajmuje się gospodarką odpadami. Reprezentowała Krajową Izbę Gospodarki Odpadami w Brukseli oraz współpracowała z Municipal Waste Europe. Dzięki tej współpracy aktywnie zaangażowała się w tworzenie założeń Pakietu Gospodarki o Obiegu Zamkniętym. Reprezentowała MPO w Warszawie Sp. z o.o. na stanowisku Dyrektora Działu Strategii. Obecnie reprezentuje Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Peroduktów w Opakowaniach EKO-PAK, pełniąc funkcję członka zarządu i dyrektora Biura. Zaangażowana w prace EUROPEN, dzięki któremu aktywnie uczestniczy w tworzeniu unijnych regulacji odpadowych i opakowaniowych. Wspólnie z Nestle Polska i Pepsico Polska realizuje projekt ReFlex dedykowany sortowaniu i recyklingowi elastycznych odpadów opakowaniowych z tworzyw sztucznych. W swojej pracy i badaniach naukowych koncentruje się na doskonaleniu systemu gospodarki odpadami w Polsce, szczególnie w kontekście budowania Gospodarki o Obiegu Zamkniętym.

## O Autorach



**Monika Gaczkowska**

Senior Associate  
Osborne Clarke

T +48 503 972 783

[monika.gaczkowska@osborneclarke.com](mailto:monika.gaczkowska@osborneclarke.com)



**Sylwia Uziębło-Kowalska**

Senior Associate  
Osborne Clarke

T +48 797 835 885

[sylwia.uzieblo-kowalska@osborneclarke.com](mailto:sylwia.uzieblo-kowalska@osborneclarke.com)

Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej. Doradza w zakresie ochrony wszystkich rodzajów praw własności intelektualnej, IT, praw konkurencji i ochrony konsumentów, ochrony danych i prywatności na poziomie międzynarodowym. Ma ponad dziesięcioletnie doświadczenie w doradztwie w zakresie prawa własności intelektualnej oraz prawa korporacyjnego. Uczestniczyła w wielu projektach fuzji i przejęć m.in. spółek z FMCG, sektora rozrywki/mediów oraz IT. Koncentruje się na obszarze e-commerce, ochronie własności przemysłowej, praw autorskich i know-how przedsiębiorstw. Autorka szeregu publikacji z zakresu prawa własności intelektualnej i ochrony danych osobowych, a także prelegentka na konferencjach branżowych.

Doradza w regulacjach środowiskowych oraz w związku z realizacją inwestycji budowlanych. Wspiera klientów w zapewnieniu zgodności ich działań z regulacjami związanymi z ochroną środowiska. Posiada doświadczenie w regulacjach odpadowych, w tym związanych z gospodarowaniem odpadami opakowaniowymi, systemami rozszerzonej odpowiedzialności producenta. Posiada także doświadczenie w doradztwie dla spółek z branży budowlanej – przy przygotowaniu i negocjowaniu umów związanych z realizacją inwestycji, uzyskiwaniu pozwoleń i w sporach.

## Słowniczek

**Dyrektywa Omnibus** – Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 roku zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta.

**Dyrektywa SUP** – Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/904 z dnia 5 czerwca 2019 roku w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko.

**CMA** – *Competition and Markets Authority*.

**UOKiK** – Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

**Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych** – Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 roku dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady.

**Rozporządzenie** – Rozporządzenie Komisji 2022/1616 z dnia 15 września 2022 roku w sprawie materiałów i wyrobów z tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu przeznaczonych do kontaktu z żywnością oraz uchylające rozporządzenie nr 282/2008.

**PPWR** – Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, zmieniającego rozporządzenie (UE) 2019/1020 i Dyrektywę (UE) 2019/904 oraz uchylającego dyrektywę 94/62/WE.

**MKiŚ, Ministerstwo** - Ministerstwo Klimatu i Środowiska.

**Dyrektywa Opakowaniowa** - Dyrektywa 94/62/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 1994 r. w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych

---

Osborne Clarke jest nazwą handlową dla międzynarodowej praktyki prawnej i powiązanych z nią spółek.

Więcej informacji: [osborneclarke.com/verein](https://osborneclarke.com/verein)

Niniejsze materiały zostały napisane i udostępnione wyłącznie w celach informacyjnych. Nie są one przeznaczone i nie powinny być wykorzystywane jako substytut porady prawnej. Przed podjęciem jakichkolwiek działań w zakresie poruszanych tematów należy zasięgnąć porady prawnej.

© Osborne Clarke LLP  
© Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK

**[www.osborneclarke.com](https://www.osborneclarke.com)**

---