

Warszawa, dnia 10 stycznia 2014 r.

Departament Gospodarki Odpadami
Ministerstwo Środowiska

Sposób ustalenia wartości netto opakowań wprowadzanych do obrotu z produktami – publiczne kampanie edukacyjne

Zgodnie z art. 19 ust. 4 ustawy z dnia 13 czerwca 2013 r. *o gospodarce opakowaniami i odpadach opakowaniowych* (Dz. U. z 2013 r. poz. 888) przedsiębiorca wprowadzający produkty w opakowaniach wykonujący samodzielnie obowiązek z zakresu prowadzenia publicznych kampanii edukacyjnych jest zobowiązany przeznaczyć na ten cel łącznie co najmniej 2% wartości netto opakowań wprowadzonych do obrotu w poprzednim roku kalendarzowym.

W przypadku sytuacji, w której przedsiębiorca w wyniku importu lub wewnątrzwspólnotowego nabycia produktów w opakowaniu nie jest w stanie ustalić wartości netto opakowań tych produktów, może dokonać szacunkowych wyliczeń na podstawie dostępnych informacji i bazować na cenie rynkowej dostępnych w Polsce podobnych opakowań do tych, w które pakowane są produkty przywiezione przez tego przedsiębiorcę do kraju. Informacje dotyczące ceny opakowań mogą pochodzić m. in. od producentów, dystrybutorów opakowań lub z innych źródeł, które w sposób wiarygodny pozwolą oszacować wartość rynkową opakowania wprowadzanego produktu.

Ponadto zgodnie z art. 19 ust. 6 ustawy *o gospodarce opakowaniami i odpadach opakowaniowych* wprowadzający produkty w opakowaniach został zobowiązany do składania sprawozdań o wysokości środków przeznaczonych na publiczne kampanie edukacyjne w ramach rocznego sprawozdania, o którym mowa w art. 73 ust. 1 ustawy z dnia 14 grudnia 2012 r. *o odpadach* (Dz. U. z 2012 r. poz. 21, z późn. zm.).