

USTAWA

z dnia2025 r.

o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych

Art. 1. W ustawie z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 2151) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w art. 2¹ w ust. 1:
 - a) pkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) promocja napojów alkoholowych – publiczną degustację napojów alkoholowych, rozdawanie rekwizytów związanych z napojami alkoholowymi, organizowanie premiowanej sprzedaży napojów alkoholowych, sprzedaż napojów alkoholowych z zastosowaniem upustów, rabatów, bonifikat, pakietów i programów lojalnościowych, darowizn, nagród, wycieczek, gier losowych, zakładów wzajemnych, wszelkich form użyczeń, transakcji związanych, wszelkiego rodzaju talonów i bonów oraz udzielania innych niewymienionych z nazwy korzyści majątkowych lub osobistych dla nabywcy napojów alkoholowych, a także inne formy publicznego zachęcania do nabywania napojów alkoholowych;”;
 - b) pkt 6 otrzymuje brzmienie:

„6) wydzielone stoisko – oddzielone od pozostałej powierzchni samoobsługowej placówki handlowej o powierzchni sprzedażowej powyżej 200 m, ciąg handlowy lub lada;”;
- 2) w art. 9³ ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Gmina przeznaczs środki, o których mowa w ust. 3 pkt 1, na:

 - 1) działania mające na celu realizację lokalnej międzysektorowej polityki przeciwdziałania uzależnieniom;

- 2) pokrycie kosztów udziału lekarza, ratownika medycznego lub pielęgniarki w czynnościach, o których mowa w art. 12a ust. 3 i 4a ustawy z dnia 25 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu przemocy domowej (Dz.U. z 2024 r. poz. 1673).";
- 3) w art. 9⁶ ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Sprzedaż detaliczną napojów alkoholowych, przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży, prowadzi się w punktach sprzedaży, którymi są:

 - 1) sklepy branżowe ze sprzedażą napojów alkoholowych;
 - 2) wydzielone stoiska;
 - 3) pozostałe placówki samoobsługowe oraz inne placówki handlowe, w których sprzedawca prowadzi bezpośrednią sprzedaż napojów alkoholowych, wyłączeniem napojów alkoholowych o zawartości do 4,5% alkoholu oraz piwa.";
- 4) w art. 12 ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Rada gminy może ustalić, w drodze uchwały, dla terenu gminy lub wskazanych jednostek pomocniczych gminy, ograniczenia w godzinach sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży. Ograniczenia mogą dotyczyć sprzedaży prowadzonej między godziną 21.00 a 9.00.
- 5) w art. 13¹:
 - a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Zabrania się na obszarze kraju reklamy i promocji napojów alkoholowych.”,
 - b) uchyla się ust. 2,
 - c) ust. 9 otrzymuje brzmienie:

„9. Zakazy określone w ust. 1-8 nie obejmują promocji napojów alkoholowych prowadzonej wewnątrz pomieszczeń hurtowni, punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz na terenie punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży.”,
 - d) uchyla się ust. 11;
- 6) uchyla się art. 13²;
- 7) w art. 13³ ust. 3 otrzymuje brzmienie:

„3. Przychodami Funduszu są środki stanowiące koszty Narodowego Funduszu Zdrowia, o których mowa w art. 117 ust. 1 pkt 4d ustawy z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych.";
- 8) w art. 14:

- a) w ust. 1:
 - po pkt 1 dodaje się pkt 1a w brzmieniu:

„1a) na terenie zakładów leczniczych podmiotów leczniczych i w pomieszczeniach innych obiektów, w których są udzielane świadczenia zdrowotne;”,
 - w pkt 6 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 7 w brzmieniu:

„7) na terenie stacji paliw.”;
- b) po ust. 1a dodaje się ust. 1b w brzmieniu:

„1b. Zabrania się na obszarze kraju sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży między godziną 22.00 a 6.00.”.
- 9) po art. 14 dodaje się art. 14¹ w brzmieniu:

„Art. 14¹. Zabrania się sprzedaży detalicznej alkoholu etylowego w postaci innej niż płyn, przeznaczonego do spożycia przez ludzi.”;
- 10) w art. 15:
 - a) ust. 2 otrzymuje brzmienie:

2. Sprzedający lub podający napoje alkoholowe, w przypadku wątpliwości co do ukończenia przez nabywcę 18. roku życia, jest obowiązany do żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy.”,
 - b) dodaje się ust. 3 w brzmieniu:

„3. W przypadku nieokazania przez nabywcę dokumentu, o którym mowa w ust. 2, sprzedający lub podający jest obowiązany odmówić sprzedaży lub podania napoju alkoholowego.”;
- 11) po art. 15 dodaje się art. 15¹ w brzmieniu:

„Art. 15¹ Zabrania się sprzedaży detalicznej napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży po cenie nieprzekraczającej kwoty należnego od nich podatku akcyzowego oraz podatku od towarów i usług.”;
- 12) w art. 18:
 - a) w ust. 7 pkt 6 otrzymuje brzmienie:
 - 6) wykonywanie działalności gospodarczej w zakresie objętym zezwoleniem tylko przez przedsiębiorcę w nim oznaczonego i wyłącznie w miejscu wymienionym w zezwoleniu, z uwzględnieniem ust. 15;”,
 - b) dodaje się ust. 15-17 w brzmieniu:

„15. Sprzedaż na odległość napojów alkoholowych do spożycia poza miejscem sprzedaży może być prowadzona przez przedsiębiorcę posiadającego

zezwoleń, o którym mowa w ust. 1, wyłącznie z odbiorem w punkcie sprzedaży napojów alkoholowych, w tym prowadzonym przez innego przedsiębiorcę, zwanym dalej „punktem odbioru”.

16. Napoje alkoholowe w ramach sprzedaży, o której mowa w ust. 15, przekazane do punktu odbioru oznacza się w sposób umożliwiający ich identyfikację oraz ze wskazaniem imienia i nazwiska nabywcy.

17. Do odbioru napojów alkoholowych w ramach sprzedaży, o której mowa w ust. 15, jest uprawniony wyłącznie nabywca.

18. Sprzedawca w punkcie odbioru jest obowiązany do weryfikacji tożsamości oraz wieku nabywcy w momencie odbioru napoju alkoholowego w ramach sprzedaży, o której mowa w ust. 15, w tym uprawniony jest do żądania okazania dokumentu stwierdzającego tożsamość i wiek nabywcy. W przypadku nieokazania przez nabywcę dokumentu, o którym mowa w zdaniu pierwszym, sprzedający jest obowiązany odmówić wydania napoju alkoholowego.”;

- 13) w art. 21 w ust. 1 po wyrazach „zwanym dalej” dodaje się wyrazy „w niniejszym rozdziale”;
- 14) w art. 45 wprowadzenie do wyliczenia otrzymuje brzmienie:
„Kto wbrew art. 13 ust. 1-2:”;
- 15) w art. 45² ust. 1 otrzymuje brzmienie:
„1. Kto wbrew art. 13¹:
 - 1) prowadzi reklamę lub promocję napojów alkoholowych,
 - 2) prowadzi reklamę lub promocję produktów i usług, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego lub innym symbolem obiektywnie odnoszącym się do napoju alkoholowego,
 - 3) prowadzi reklamę lub promocję przedsiębiorców oraz innych podmiotów, które w swoim wizerunku reklamowym wykorzystują nazwę, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie związane z napojem alkoholowym, jego producentem lub dystrybutorem,
 - 4) informuje o sponsorowaniu imprezy masowej, z zastrzeżeniem art. 13¹ ust. 5 i 6, podlega grzywnie od 30 000 do 1 000 000 złotych albo karze ograniczenia wolności, albo obu tym karom łącznie.”;
- 16) po art. 45³ dodaje się art. 45⁴ w brzmieniu:

„Art. 45⁴. 1. Kto wbrew zakazowi, o którym mowa w art. 14', sprzedaje detalicznie alkohol etylowy w postaci innej niż płyn, przeznaczony do spożycia przez ludzi podlega grzywnie.

2. Orzekanie w sprawach o czyn wymieniony w ust. 1 następuje na podstawie przepisów o postępowaniu karnym.”;

17) w art. 46 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Napojem alkoholowym w rozumieniu niniejszej ustawy jest płyn przeznaczony do spożycia przez ludzi zawierający alkohol etylowy pochodzenia rolniczego o zawartości alkoholu przekraczającej 0,5% objętościowych.”.

Art. 2. W ustawie z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 146, z późn. zm.¹) wprowadza się następujące zmiany:

1) w art.97:

a) w ust. 3:

– pkt 17 otrzymuje – brzmienie:

„17) wspieranie zadań z zakresu zdrowia publicznego dotyczących profilaktyki i rozwiązywania problemów związanych z uzależnieniami realizowanych ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych, o którym mowa w art. 88 ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych;”;

– po pkt 17 dodaje się pkt 17a w brzmieniu:

„17a) wspieranie zadań realizowanych ze środków Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 133 ust. 1 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi;”;

b) po ust. 3h dodaje się ust. 3ha w brzmieniu:

„3ha. W celu realizacji zadania, o którym mowa w ust. 3 pkt 17a, Fundusz, przekazuje na rachunek Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów środki finansowe w wysokości 22 mln zł ze środków uzyskiwanych przez Fundusz zgodnie z art. 12c ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym (Dz. U. z 2024

¹ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2024 r. poz. 858, 1222, 1593, 1615 i 1915 oraz z 2025 r. poz. 129, 304, 620, 637 i 779.

r. poz. 1670 oraz z 2025 r. poz. 340), uwzględniane w planie finansowym Funduszu zatwierdzonym w trybie, o którym mowa w art. 121 ust. 4, albo ustalonym w trybie, o którym mowa w art. 121 ust. 5, albo w trybie, o którym mowa w art. 123 ust. 3.";

2) w art. 117 ust. 1 po pkt 4c dodaje się pkt 4d w brzmieniu:

„4d) koszty zadania, o którym mowa w art. 97 ust. 3 pkt 17a;”.

Art. 3. Napoje alkoholowe, które zostały wprowadzone do obrotu przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy w opakowaniach niespełniających wymagań określonych w art. 13 ust. 1a i 1b ustawy zmienianej w art. 1, w brzmieniu nadanym niniejszą ustawą, mogą pozostawać w obrocie do dnia 31 stycznia 2026 r.

Art. 4. 1. Do postępowań w przedmiocie wydania zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych w punktach sprzedaży zlokalizowanych na terenie zakładów leczniczych podmiotów leczniczych i w pomieszczeniach innych obiektów, w których są udzielane świadczenia zdrowotne, oraz na terenie stacji paliw, wszczętych i niezakończonych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, stosuje się przepisy dotychczasowe.

2. Zezwolenia, o których mowa w art. 18 ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1, wydane przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, na punkty sprzedaży zlokalizowane na terenie zakładów leczniczych podmiotów leczniczych i w pomieszczeniach innych obiektów, w których są udzielane świadczenia zdrowotne, oraz na terenie stacji paliw, jak również wydane w postępowaniach, o których mowa w ust. 1, zachowują ważność na okres, na jaki zostały wydane, nie dłużej jednak niż przez okres 5 lat od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy.

Art. 5. 1. Reklama piwa, o której mowa w art. 13¹ ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, jest dozwolona na dotychczasowych zasadach, nie dłużej niż do dnia 31 grudnia 2026 r.

2. Reklama napojów alkoholowych, o której mowa w art. 13¹ ust. 9 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, może być prowadzona nie dłużej niż do dnia 31 grudnia 2026.

Art. 6. 1. Zbiorczą deklarację miesięczną, o której mowa w art. 13² ust. 2 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, za grudzień 2026 r. podmioty świadczące usługę będącą reklamą napojów alkoholowych sporządzają na zasadach dotychczasowych i składają ją w terminie do dnia 20 stycznia 2027 r.

2. Opłatę, o której mowa w art. 13² ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, wnosi się do dnia 31 stycznia 2027 r., na zasadach dotychczasowych.

3. Naczelnik urzędu skarbowego, o którym mowa w art. 13² ust. 5 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, przekazuje kwoty wpłaconych opłat, o których mowa w ust. 2, na rachunek Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 13³ ustawy zmienianej w art. 1, w terminie 14 dni od dnia ich wpłaty.

4. Zwrot kwoty nadpłat z tytułu opłaty, o której mowa w art. 13² ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym oraz w ust. 2, pokrywany jest na zasadach dotychczasowych.

5. Opłaty, o których mowa w ust. 1, stanowią przychody Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 133 ustawy zmienianej w art. 1.

Art. 7. Uwzględnienie w planie finansowym Narodowego Funduszu Zdrowia środków, o których mowa w art. 97 ust. 3h ustawy zmienianej w art. 2, po raz pierwszy nastąpi dla planu sporządzanego na 2027 r.

Art. 8. Ustawa wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2026 r., z wyjątkiem art. 1 pkt 12, który wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2027 r.

Uzasadnienie

Projekt ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych stanowi odpowiedź na narastające wyzwania związane z dostępnością, promocją i konsumpcją napojów alkoholowych w Polsce. W ostatnich latach na rynku pojawiły się nowe formy alkoholu (np. proszki, żele, saszetki) oraz opakowania łudząco podobne do produktów spożywczych dla dzieci. Równocześnie obserwuje się dynamiczny rozwój praktyk marketingowych w postaci rabatów, programów lojalnościowych czy sprzedaży pakietowej, które sprzyjają impulsywnemu nabywaniu alkoholu. Zjawiska te stanowią istotne zagrożenie dla zdrowia publicznego, w szczególności dla dzieci i młodzieży, i wymagają zdecydowanej reakcji ustawodawczej.

Celem projektowanej ustawy jest ograniczenie nadmiernej dostępności alkoholu i przeciwdziałanie jego promocji. Projekt przewiduje m.in.: całkowity zakaz reklamy i promocji wszystkich napojów alkoholowych, w tym piwa; zakaz sprzedaży alkoholu na stacjach paliw, w zakładach leczniczych oraz w godzinach nocnych na terenie całego kraju (22:00–6:00); wprowadzenie obowiązku weryfikacji wieku przy zakupie; zakaz sprzedaży alkoholu poniżej sumy podatku akcyzowego i VAT; uregulowanie sprzedaży internetowej wyłącznie z odbiorem osobistym po okazaniu dokumentu tożsamości.

Projektowane rozwiązania są spójne z zaleceniami Światowej Organizacji Zdrowia, która wskazuje ograniczenie dostępności alkoholu i zakaz reklamy jako najbardziej efektywne narzędzia w profilaktyce zdrowotnej. Podobne instrumenty zostały już wprowadzone w wielu państwach europejskich, a ich skuteczność została potwierdzona w badaniach w wielu krajach.

Równoległe projekt porządkuje system finansowania działań profilaktycznych i wychowawczych. Środki z opłat dot. pozwoleń na detaliczną sprzedaż alkoholu w gminach będą mogły być przeznaczone również na udział personelu medycznego w procedurach związanych z przeciwdziałaniem przemocy domowej, a Narodowy Fundusz Zdrowia otrzyma obowiązek corocznego przekazywania 22 mln zł na Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów, co zapewni stabilne wsparcie dla działań sportowych i profilaktycznych wśród dzieci i młodzieży.

Projektowana regulacja pozostaje zgodna z Konstytucją RP, w szczególności z art. 68 ust. 1, nakładającym na państwo obowiązek ochrony zdrowia publicznego. Ograniczenia wolności gospodarczej są proporcjonalne i uzasadnione ochroną życia i zdrowia obywateli.

Ustawa ma wejść w życie 1 stycznia 2026 r., z wyjątkiem przepisu dotyczącego minimalnej ceny napojów alkoholowych, dla którego przewidziano dłuższe *vacatio legis* (do 1 stycznia 2027 r.), aby przedsiębiorcy mogli dostosować swoją politykę cenową.

Projekt nie zakłada wydania aktów wykonawczych.

Projekt jest zgodny z prawem Unii Europejskiej.

Projekt ustawy nie zawiera przepisów technicznych w rozumieniu rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2002 r. w sprawie sposobu funkcjonowania krajowego systemu notyfikacji norm i aktów prawnych (Dz. U. z 2002 r. poz. 2039 oraz z 2004 r. poz. 597) i w związku z tym nie podlega notyfikacji.

Projekt nie wymaga przedłożenia właściwym instytucjom i organom Unii Europejskiej, w tym Europejskiemu Bankowi Centralnemu, w celu uzyskania opinii, dokonania powiadomienia, konsultacji albo uzgodnienia.

Projekt ustawy nie zawiera przepisów regulacyjnych lub przepisów określających wymogi dotyczące świadczenia usług transgranicznych w rozumieniu ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o zasadach uznawania kwalifikacji zawodowych nabytych w państwach członkowskich Unii Europejskiej (Dz. U. z 2023 r. poz. 334).

DEKLAROWANE SKUTKI REGULACJI (DSR) projekt ustawy

Informacja o projekcie

a) Tytuł projektu:

o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych

b) Przedstawiciel wnioskodawcy:

Joanna Wicha

I. Część wstępna

[1] Zwięzły opis zidentyfikowanego problemu i proponowanych rozwiązań.

Projekt ustawy odpowiada na problem nadmiernej dostępności i promocji napojów alkoholowych. Jedną z najskuteczniejszych metod redukujących spożycie alkoholu, i problemów z tym związanych, jest ograniczenie jego dostępności. Na rynku wciąż pojawiają się nowe postaci alkoholu (proszki, żele, saszetki), które mogą wprowadzać konsumentów w błąd i zwiększać ryzyko zdrowotne. Istotnym problemem jest również promocja alkoholu poprzez rabaty, pakiety, upusty czy programy lojalnościowe, które zwiększają konsumpcję w sposób impulsywny.

Zgodnie z informacją Ministra Zdrowia z 2024 r. skuteczna polityka przeciwalkoholowa charakteryzuje się wykorzystaniem narzędzi w różnych zakresach oddziaływania. Według Światowej Organizacji Zdrowia ograniczenie dostępności fizycznej alkoholu jest jednym z najbardziej skutecznych działań zmierzających do ograniczenia spożycia alkoholu. Ograniczenie dostępności zostało ocenione jako wysoce opłacalna interwencja typu „best-buy” w profilaktyce chorób niezakaźnych. Krajom zaleca się uchwalenie i egzekwowanie przepisów dotyczących fizycznej dostępności alkoholu np. skrócenie godzin sprzedaży (jest to wysoce opłacalne rozwiązanie), ustalenie odpowiedniego minimalnego wieku umożliwiającego zakup lub spożycie napojów alkoholowych oraz zmniejszenie gęstości punktów sprzedaży. Rządy powinny regulować gęstość punktów sprzedaży alkoholu i ograniczać ją tam, gdzie powoduje to nieuzasadnioną szkodę².

W projekcie ustawy projektodawcy proponują następujące zmiany:

1. W art. 1 projektowane zmiany dotyczą ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 2151)

1) (zm. w art. 2¹ ust. 1 – promocja alkoholu oraz wydzielone stanowisko).

Rozszerzono katalog działań uznawanych za promocję napojów alkoholowych. Ujęto w nim m.in.: degustacje, upusty, rabaty, pakiety, programy lojalnościowe oraz inne niewymienione z nazwy korzyści majątkowe lub osobiste, które dotychczas mogły być wykorzystywane jako forma obchodzenia zakazu reklamy. Zmiana ma na celu ograniczenie marketingu sprzedażowego zachęcającego do większej i kompulsywnej konsumpcji. Doprecyzowano także definicję wydzielonego stoiska, rozszerzając ją na ciągi handlowe i lady w placówkach samoobsługowych powyżej 200 m². Rozwiązanie to zmniejsza dowolność w interpretacji przepisów przez sprzedawców i organy kontrolne. Ujednolicenie pojęcia służy lepszej egzekucji przepisów dotyczących sprzedaży alkoholu.

² Odpowiedź Ministra Zdrowia z dnia 7 sierpnia 2024 na interpelację nr 3934

2) (zm. w art. 9³ ust. 4 – środki gminne).

Rozszerzono katalog zadań, na które gmina może przeznaczać środki z opłat za zezwolenia na sprzedaż alkoholu. Oprócz działań profilaktycznych obejmą one również pokrycie kosztów udziału personelu medycznego w procedurach związanych z przeciwdziałaniem przemocy domowej. Ułatwia to łączenie polityki antyalkoholowej z polityką przeciwdziałania przemocy.

3) (zm. w art. 9⁶ ust. 1 – punkty sprzedaży detalicznej).

Zmieniono regulacje dotyczące punktów sprzedaży detalicznej napojów alkoholowych. Wskazano wyraźnie, że mogą to być sklepy branżowe, wydzielone stoiska oraz inne placówki handlowe, ale z wyłączeniem napojów do 4,5% alkoholu i piwa w niektórych punktach. Rozwiązanie to ogranicza swobodę obrotu alkoholem i wzmacnia nadzór nad sprzedażą.

4) (zm. w art. 12 ust. 4 – godziny sprzedaży ustalane przez gminy).

Określono przedział czasowy, w którym rada gminy może ograniczyć sprzedaż alkoholu – między godziną 21:00 a 9:00. Dotychczasowe przepisy wskazywały zakres godzin 22.00-6.00 określając go nocną sprzedażą. Zrezygnowano z określania pory dnia, rozszerzając wskazany zakres.

5) (zm. w art. 13¹ i art. 13² – reklama alkoholu).

Wprowadzono całkowity zakaz reklamy i promocji alkoholu na terenie kraju. Zlikwidowano wyjątki, które dotąd dopuszczały reklamę piwa, oraz uchylono art. 13² dotyczący opłat reklamowych. Wyjątkiem pozostaje jedynie promocja prowadzona wewnątrz hurtowni, sklepów branżowych i punktów konsumpcji.

6) (zm. w art. 13³ ust. 3 – przychody funduszu).

Zmodyfikowano zasady zasilania Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów – przychodami mają być środki stanowiące koszty Narodowego Funduszu Zdrowia. Zmiana porządkuje system finansowania zadań w obszarze profilaktyki i zdrowia publicznego.

7) (zm. w art. 14 – zakazy sprzedaży napojów alkoholowych).

Rozszerzono katalog miejsc objętych zakazem sprzedaży alkoholu o zakłady lecznicze, obiekty ochrony zdrowia oraz stacje paliw. Ponadto wprowadzono ogólnopolski zakaz sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży między 22:00 a 6:00. To jedna z najistotniejszych zmian projektu, która znacząco ogranicza dostępność alkoholu nocą.

8) (zm. w art. 14¹ – zakaz alkoholu w formie innej niż płyn).

Zakazano sprzedaży detalicznej alkoholu etylowego w postaci innej niż płyn (np. proszki, żele). Zmiana odpowiada na powstające nowe formy produktów alkoholowych, które mogą być szczególnie mylące oraz niebezpieczne.

9) (zm. w art. 15 – obowiązek legitymowania).

Wzmocniono obowiązki sprzedawców dotyczące weryfikacji wieku nabywców. W razie wątpliwości należy żądać okazania dokumentu, a w przypadku odmowy – sprzedawca musi odmówić sprzedaży. Zmiana wzmacnia ochronę małoletnich przed dostępem do napojów alkoholowych.

10) (zm. w art. 15¹ – zakaz sprzedaży poniżej ceny podatków).

Wprowadzono zakaz sprzedaży napojów alkoholowych w cenie niższej niż suma należnego podatku akcyzowego i VAT. Ma to na celu eliminację dumpingu cenowego i zapewnienie minimalnego progu cenowego alkoholu.

11) (zm. w art. 18 – sprzedaż na odległość z odbiorem osobistym).

Uregulowano zasady sprzedaży na odległość napojów alkoholowych. Dopuszczono ją wyłącznie z odbiorem w punkcie sprzedaży, przy obowiązkowej weryfikacji wieku i tożsamości nabywcy. Rozwiązanie to porządkuje rozwój handlu online przy zachowaniu kontroli nad dostępem do alkoholu przez nieletnich.

12) (zm. w art. 21 ust. 1 – doprecyzowanie odesłań).

Drobna zmiana redakcyjna w której dopisano sformułowanie „w niniejszym rozdziale”. Celem jest precyzyjne określenie zakresu stosowania pojęć zdefiniowanych w ustawie.

13) (zm. w art. 45 – odpowiedzialność karna).

Zmiana redakcyjna wprowadzająca spójność pomiędzy zakazami a odpowiedzialnością karną. Wskazano, że naruszenia dotyczą art. 13 ust. 1–2.

14) (zm. w art. 45² ust. 1 – sankcje za reklamę alkoholu).

Zaostrzono przepisy dotyczące sankcji za prowadzenie reklamy i promocji alkoholu oraz działań związanych z wykorzystaniem podobieństw do napojów alkoholowych. Wprowadzono wysokie grzywny od 30 tys. do 1 mln zł oraz możliwość orzeczenia kary ograniczenia wolności.

15) (zm. w art. 45⁴ – sankcje za sprzedaż alkoholu w formie innej niż płyn).

Wprowadzono nowy typ wykroczenia – sprzedaż detaliczna alkoholu etylowego w postaci innej niż płyn. Grozi za to kara grzywny, a postępowania będą prowadzone według przepisów karnych.

16) (zm. w art. 46 ust. 1 – definicja napoju alkoholowego).

Doprecyzowano definicję legalną napoju alkoholowego. Od teraz jest nim wyłącznie płyn

przeznaczony do spożycia przez ludzi, zawierający powyżej 0,5% alkoholu. Zmiana zamyka możliwość obejścia ustawy przez nowe formy produktów.

2. W art. 2 projektowane zmiany dotyczą ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 146).

1) (zm. w art. 97 – Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów)

Rozszerzono zadania Narodowego Funduszu Zdrowia o finansowanie zadań realizowanych ze środków Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów. Wprowadzono obowiązek przekazywania na ten cel corocznie kwoty 22 mln zł ze środków Funduszu Zdrowia Publicznego. Dzięki temu zajęcia sportowe dla dzieci i młodzieży zyskują stabilne finansowanie jako narzędzie profilaktyki zdrowotnej i przeciwdziałania uzależnieniom.

2) (zm. w art. 117 – obowiązek finansowy NFZ)

Dodano nowy pkt 4d, wskazujący koszty zadań realizowanych w ramach Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów jako wydatki NFZ.

3. W art. 3-6 projektowane przepisy są przepisami przejściowymi.

1) art. 3 projektu ustawy

Ustalono, że napoje alkoholowe wprowadzone do obrotu przed wejściem w życie ustawy, które nie spełniają nowych wymogów dotyczących opakowań (materiał i treść etykiety), mogą pozostać w sprzedaży do 31 stycznia 2026 r. Rozwiązanie ma na celu zapewnienie płynności rynku i uniknięcie nagłego wycofania produktów.

2) art. 4 projektu ustawy

W odniesieniu do zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych w placówkach medycznych i na stacjach paliw przyjęto regulację przejściową. Dotychczas wydane zezwolenia zachowują ważność maksymalnie przez pięć lat od dnia wejścia w życie ustawy, a postępowania wszczęte wcześniej są prowadzone według starych zasad. Umożliwia to przedsiębiorcom stopniowe dostosowanie się do nowych regulacji.

3) art. 5 projektu ustawy

Przewidziano okres przejściowy dla reklamy piwa oraz wyjątków od zakazu promocji. Reklama piwa oraz reklama prowadzona w ramach dotychczasowego wyjątku (art. 131 ust. 9) będzie dopuszczona do dnia 31 grudnia 2026 r. Rozwiązanie łagodzi skutki nagłej zmiany prawa dla podmiotów gospodarczych.

4) art. 6 projektu ustawy

Określono zasady rozliczenia opłat z tytułu reklamy alkoholu obowiązujących do końca 2026 r. Ostatnia deklaracja miesięczna będzie składana za grudzień 2026 r., a opłata musi zostać wniesiona do 31 stycznia 2027 r. Środki te zostaną przekazane na Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów, co zapewnia płynne przejście między starym a nowym systemem.

4. W art. 7 projektu ustawy ustalono, że środki finansowe przekazywane corocznie na Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów zostaną po raz pierwszy uwzględnione w planie finansowym NFZ na rok 2027. Regulacja ta zapewnia zgodność mechanizmu finansowania z cyklem planistycznym Funduszu.

5. W art. 8 projekty ustawy określono termin wejścia w życie ustawy na dzień 1 stycznia 2026 r., z wyjątkiem art. 1 pkt 12 (zakaz sprzedaży alkoholu poniżej ceny podatków), który zacznie obowiązywać od 1 stycznia 2027 r. Dłuższe vacatio legis dla tego przepisu pozwala przedsiębiorcom na dostosowanie polityki cenowej do nowych regulacji.

[2] Czy były rozważane rozwiązania alternatywne?

- Tak
- Nie

Alternatywne rozwiązania nie były analizowane, ponieważ przyjęto, że skuteczne ograniczenie dostępności i promocji napojów alkoholowych wymaga kompleksowej zmiany ustawowej. Rozwiązania częściowe, np. ograniczenia wyłącznie w drodze aktów prawa miejscowego, nie gwarantowałyby jednolitego i spójnego systemu na poziomie ogólnokrajowym. Ponadto, jak wskazuje Światowa Organizacja Zdrowia, najbardziej efektywne działania w polityce alkoholowej to regulacje ustawowe obejmujące ograniczenie dostępności fizycznej, czasu sprzedaży i zakaz

reklamy, co przemawia za koniecznością przyjęcia rozwiązań w formie ogólnokrajowej nowelizacji ustawy.

II. Wymogi określone w art. 34 ust. 2 pkt 3–5 regulaminu Sejmu

[3] Jakie są przewidywane skutki prawne projektowanych rozwiązań?

Projektowana nowelizacja istotnie zmienia dotychczasowy stan prawny, wprowadzając m.in. całkowity zakaz reklamy i promocji napojów alkoholowych, nowe ograniczenia godzin i miejsc sprzedaży, dodatkowe obowiązki sprzedawców oraz precyzyjne regulacje dotyczące opakowań. W porównaniu do obecnych przepisów likwidowane są wyjątki dotyczące reklamy piwa, a definicje ustawowe zostają doprecyzowane, co zwiększa pewność prawa i ułatwia egzekwowanie zakazów.

Rozwiązania pozostają spójne z dotychczasowym systemem prawa, ponieważ zmiany wprowadzono bez naruszenia podstawowych konstrukcji ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Terminologia została ujednoczona, a dodatkowe przepisy przejściowe (art. 3–6 projektu) zapewniają płynne dostosowanie rynku do nowych reguł ustawowych.

Projekt jest zgodny z Konstytucją RP, w szczególności z art. 31 ust. 3 i art. 68 ust. 1, przewidującym obowiązek państwa ochrony zdrowia publicznego. Ograniczenia wolności gospodarczej oraz swobody reklamy są proporcjonalne i uzasadnione ważnym interesem publicznym – ochroną zdrowia i życia obywateli.

W świetle prawa międzynarodowego i prawa UE projekt wpisuje się w zalecenia Światowej Organizacji Zdrowia oraz w polityki unijne w zakresie ograniczania szkodliwości alkoholu. Regulacje dotyczące reklamy, sprzedaży i oznakowania produktów są zgodne ze wspólnotowym dorobkiem prawnym i nie naruszają zasad rynku wewnętrznego. Projekt nie zawiera przepisów technicznych (np. wymogi co do opakowań), dlatego – zgodnie z dyrektywą (UE) 2015/1535 – nie będzie wymagał procedury notyfikacyjnej wobec Komisji Europejskiej (zob. pkt 8 formularza).

Ustalony termin wejścia w życie ustawy (1 stycznia 2026 r., a w części 1 stycznia 2027 r.) jest uzasadniony skalą i charakterem zmian, które wymagają dostosowania się przedsiębiorców oraz przygotowania administracji. Rozwiązania przejściowe ograniczają ryzyko nagłych skutków gospodarczych i zapewniają pewność prawa.

[4] Jakie są przewidywane skutki społeczne projektowanych rozwiązań?

Projekt oddziałuje na szerokie grupy społeczne: dzieci i młodzież, które są najbardziej narażone na skutki promocji i łatwej dostępności alkoholu; rodziny wychowujące dzieci, w których spożycie alkoholu może generować dodatkowe ryzyka społeczne; osoby dorosłe nadużywające alkoholu; a także pracowników systemu ochrony zdrowia i organizacje pozarządowe zajmujące się profilaktyką i pomocą. Oddziaływaniem objęte są także społeczności lokalne, w których ograniczona zostanie nocna sprzedaż alkoholu.

Zmiana dotyczy całego społeczeństwa. W Polsce mieszka ponad 37 mln osób, z czego według GUS ok. 6,6 mln to dzieci i młodzież poniżej 18 roku życia. Według Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom, problem szkodliwego spożycia alkoholu dotyczy kilkuset tysięcy osób, a blisko 2,5 mln osób pije ryzykownie. Oddziaływanie regulacji obejmuje więc miliony obywateli, zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio. Oddziaływanie regulacji obejmuje także wszystkie gminy (2477 jednostek), które mogą decydować o ograniczeniu sprzedaży w szerszym zakresie czasowym niż dotychczas (21:00–9:00), a ogólnopolskie ograniczenie sprzedaży napojów alkoholowych (22:00–6:00) dotyczy całego terytorium kraju.

Projekt pozytywnie wpłynie na ograniczenie dostępności alkoholu w godzinach nocnych, co powinno zmniejszyć liczbę incydentów przemocy domowej i zakłóceń porządku publicznego.

Ograniczenia reklam i promocji zmniejszą atrakcyjność alkoholu w oczach młodzieży. Dla rodzin oznacza to większe bezpieczeństwo i mniejsze ryzyko kontaktu dzieci z alkoholem. Z kolei dla osób uzależnionych regulacja stwarza dodatkowe bariery utrudniające impulsywne zakupy.

Najważniejszym skutkiem pozytywnym będzie zmniejszenie konsumpcji alkoholu i związanych z tym ogromnych kosztów społecznych, czyli chorób, wypadków oraz przemocy. WHO wskazuje, że każde ograniczenie dostępności i reklamy alkoholu przekłada się na mierzalne korzyści zdrowotne i społeczne. Wartość finansowa korzyści trudna jest do dokładnego oszacowania, ale według danych KCPU koszty społeczne alkoholizmu w Polsce liczone są w miliardach złotych rocznie, więc nawet kilkuprocentowe ograniczenie tych kosztów przyniesie oszczędności idące w setki milionów złotych. Potencjalnym skutkiem negatywnym może być początkowy sprzeciw części konsumentów i przedsiębiorców wobec ograniczeń sprzedaży, jednak w dłuższej perspektywie zmiana powinna poprawić spójność społeczną i poczucie bezpieczeństwa.

Według szacunku Ministerstwa Zdrowia, zgodnie z informacjami przekazanymi przez wiceministra Wojciecha Koniecznego podczas wspólnego posiedzenia sejmowych Komisji Zdrowia oraz Gospodarki i Rozwoju w dniu 8 stycznia 2025 r. w 2023 roku liczba punktów sprzedaży alkoholu wynosiła ponad 119 tys., czyli na 1 punkt sprzedaży przypada 303 mieszkańców. Mamy jeden sklep z alkoholem na 303 mieszkańców. Dla porównania na jedną aptekę przypadało średnio 2,9 tys. osób. Alkohol jest 10-krotnie bardziej dostępny fizycznie niż leki. Brak jednak szczegółowych danych dot. godzin otwarcia punktów sprzedaży alkoholu przez co ciężko estymować w jakim zakresie zmniejszą się wpływy ze sprzedaży.

Źródłem danych są m.in. GUS, raporty Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom (2023–2024) oraz rekomendacje WHO, które wskazują ograniczenie dostępności i reklamy alkoholu jako najbardziej efektywne narzędzie profilaktyki.

[5] Jakie są przewidywane skutki gospodarcze projektowanych rozwiązań?

Projektowane rozwiązania ingerują w wolność działalności gospodarczej i ograniczają potencjalne zyski przedsiębiorców zajmujących się produkcją, handlem i promocją alkoholu. Jednak zgodnie z art. 31 ust. 3¹ Konstytucji RP wolności i prawa mogą podlegać ograniczeniom, jeżeli jest to konieczne m.in. dla porządku publicznego lub ochrony zdrowia. Państwo, działając na podstawie art. 68 ust. 1 Konstytucji, ma obowiązek chronić zdrowie obywateli i podejmować środki zapobiegające uzależnieniom, chorobom oraz zjawiskom społecznym związanym ze spożywaniem alkoholu.

Warto podkreślić, że koszty społeczne nadużywania alkoholu, czyli choroby, wypadki, przemoc domowa, obniżona produktywność liczone są w miliardach złotych rocznie. Zyski osiągnięte przez sektor alkoholowy nie rekompensują tych strat ponoszonych przez całe społeczeństwo, zarówno w wymiarze finansowym, jak i niematerialnym, takim jak bezpieczeństwo rodzin czy spójność społeczna. Z tego względu interes gospodarczy, choć istotny, musi ustąpić pierwszeństwa ochronie zdrowia publicznego.

Tym samym projekt ustawy wpisuje się w zasadę proporcjonalności: ograniczenia w obrocie i promocji alkoholu są uzasadnione, konieczne i proporcjonalne do celu, jakim jest zmniejszenie konsumpcji alkoholu oraz ochrona życia i zdrowia milionów obywateli, w szczególności dzieci i młodzieży.

Projekt oddziałuje na dystrybutorów i handel detaliczny (w tym sklepy samoobsługowe, wydzielone stoiska, sklepy branżowe), stacje paliw (zakaz sprzedaży), podmioty prowadzące sprzedaż na odległość w modelu „zamów online” (nowe zasady weryfikacji wieku i tożsamości w punkcie odbioru), sektor marketingu/reklamy (całkowity zakaz reklamy/promocji), gminy (szersze ramy godzinowe dla ograniczeń lokalnych i rozszerzenie katalogu zadań finansowanych z opłat), a także NFZ (nowe zadanie finansowe 22 mln zł rocznie na Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów) oraz Fundusz Rozwiązywania Problemów Hazardowych (utrzymanie i ukierunkowanie wydatków na uzależnienia).

Oddziaływanie obejmuje wszystkie gminy (2479 jednostek) zgodnie ze stanem na 1 stycznia 2025 r. (GUS) – które mogą stosować szerszy niż dotychczas przedział czasowy ograniczeń (21:00–9:00), przy jednoczesnym ogólnokrajowym zakazie sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży w godz. 22:00–6:00.

Ze względu na swoje właściwości, we wszystkich krajach europejskich alkohol jest traktowany jako towar szczególny, który nie podlega regułom wolnego rynku, i dlatego jego sprzedaż poddawana jest określonym restrykcjom prawnym, ograniczającym swobodę handlu – podkreśla Katarzyna Łukowska, zastępca dyrektora Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom. W raporcie "Rynek alkoholi mocnych i wina w Polsce" autorstwa Katarzyny Jurkitewicz dla portalu branżowego Wiadomości Spożywcze czytamy, że według danych NielsenIQ Polacy wydali na alkohol łącznie ok. 50,5 mld zł w okresie między sierpniem 2023 a majem 2024. Nie sposób określić jak zmniejszy się wolumen sprzedaży po ograniczeniu określonych kanałów dystrybucji.

Ustawa wpłynie na sektor handlu detalicznego i branżowego (alkohol) poprzez:

- ograniczenie nocnej sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży (22:00–6:00 ogólnokrajowo),
- wzmocnienie obowiązku weryfikacji wieku i obowiązek odmowy bez dokumentu,
- doprecyzowanie katalogu punktów sprzedaży i definicji „wydzielonego stoiska”,
- zakaz sprzedaży na stacjach paliw,
- utrzymanie sprzedaży na odległość wyłącznie z odbiorem w punkcie z obowiązkową weryfikacją wieku. To zmniejsza ekspozycję na impulsywne zakupy i koszty ryzyka regulacyjnego, ale może ograniczyć przychody z nocnych godzin i z kanałów, które przestają być dostępne.

Sektor reklamy/marketingu utraci przychody z reklam/promocji alkoholu (po okresie przejściowym do 31.12.2026 r.), ale przewidywalność prawa rośnie (usunięcie wyjątków i doprecyzowanie definicji promocji).

Gminy zyskują silniejsze narzędzie kształtowania polityki lokalnej (szersze widełki godzinowe 21:00–9:00) oraz doprecyzowanie przeznaczenia środków z opłat „alkoholowych” na działania międzysektorowe dot. uzależnień (w tym finansowanie udziału personelu medycznego w procedurach antyprzemocowych), co może poprawić efektywność wydatkowania środków i obniżyć koszty społeczne w dłuższym horyzoncie.

Brak jednak danych, które pozwoliłyby wiarygodnie oszacować zmiany w akcyzie/VAT wynikające ze spadku konsumpcji; MF sygnalizuje trend malejących wpływów z akcyzy od 2022 r. przy kolejnych podwyżkach (ograniczanie ekonomicznej dostępności to spadek konsumpcji), jednak brak jest możliwości do przypisania tylko tej nowelizacji salda liczbowego.

Możemy natomiast wskazać zaplanowane wydatki wynikające z przepisów:

22 mln zł rocznie – stały transfer z Funduszu Zdrowia Publicznego do Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów (art. 97 ust. 3ha ustawy o świadczeniach; ujęcie w planie NFZ od 2027 r.).

Po stronie kosztów dostosowawczych (przedsiębiorcy) należy się spodziewać wydatków na procesy compliance w kanale e-commerce (wdrożenie i egzekwowanie odbioru osobistego z weryfikacją wieku), a w handlu potencjalnego spadku przychodów ze sprzedaży nocnej napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejsce zakupu oraz na stacjach paliw.

Wskazujemy wprost na niemożność oszacowania (ex ante) spadku konsumpcji alkoholu i pochodnych skutków fiskalnych, dlatego przyjęto zasadę niepodawania kwot poza wartościami wskazanymi w dokumentach źródłowych.

[6] Jakie są przewidywane skutki finansowe projektowanych rozwiązań, w szczególności wpływ na sektor finansów publicznych, w tym na budżet państwa i budżety jednostek samorządu terytorialnego?

Wpływ dotyczy budżetu państwa (dochody i wydatki związane z podatkami pośrednimi oraz politykami zdrowotnymi), Narodowego Funduszu Zdrowia (nowe, stałe zadanie finansowe), jednostek samorządu terytorialnego, w szczególności gmin (dochody z opłat „alkoholowych” i wydatkowanie środków na polityki lokalne), a także Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych oraz Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów.

Adresatem regulacji po stronie samorządowej są wszystkie gminy w Polsce (2479 jednostek). Po stronie państwowej – budżet państwa, NFZ oraz fundusze celowe wskazane w projekcie.

Po stronie państwa i NFZ wpływ ma charakter zarówno finansowy, jak i organizacyjny: konieczność zaplanowania i wykonywania stałego transferu środków na zadania prozdrowotne oraz dostosowania planowania finansowego. Po stronie gmin utrzymuje się strumień dochodów z opłat „alkoholowych”, przy jednoczesnym doprecyzowaniu kierunków wydatkowania środków na działania międzysektorowe związane z uzależnieniami; wprowadzenie ogólnokrajowego zakazu nocnej sprzedaży oraz szerszych lokalnych widełek godzinowych może w dłuższym okresie ograniczać popyt i zmieniać strukturę wydatków gmin (więcej na prewencję, mniej na interwencje). Po stronie budżetu państwa potencjalny jest kierunkowy spadek wpływów z akcyzy i VAT w związku z obniżeniem konsumpcji, równoważony częściowo przez długofalowe oszczędności w systemie ochrony zdrowia i porządku publicznego; na etapie projektu brak jednak wiarygodnych danych pozwalających oddzielić efekt samej nowelizacji od pozostałych czynników rynkowych i fiskalnych. Zgodnie z szacunkami

Po stronie korzyści finansowych sektora publicznego i gospodarstw domowych oczekuje się redukcji kosztów szkód alkoholowych (zdrowie, porządek publiczny, wypadkowość), ale OSR zastrzega, że ich wartości nie da się wiarygodnie wycenić na etapie projektu; kierunek skutków jest pozytywny i zgodny z rekomendacjami WHO (ograniczenie dostępności i reklamy jako interwencje „best-buy”).

Wiceminister Zdrowia Wojciech Konieczny przytoczył szereg danych, jako argumenty za wdrożeniem rozwiązań, które ograniczą sprzedaż i spożycie alkoholu w Polsce. Wskazał m.in. że spożywanie alkoholu odpowiada za ryzyko ok. 200 chorób, a nasz kraj jest na 3. miejscu w UE pod względem zgonów z powodu chorób psychicznych wywołanych nadmiernym spożyciem alkoholu. Zwrócił także uwagę, że koszty świadczeń leczenia uzależnień wzrosły z 330 mln zł w 2020 roku do 816 mln zł w 2023 roku, a także na 10-procentowy udział wypadków z pijanymi kierowcami w ogólnych statystykach.

Jak wyliczał wiceminister zdrowia, w 2020 roku koszty picia alkoholu w Polsce wyniosły 93 mld zł. Chodzi m.in. o koszty świadczeń zdrowotnych, świadczeń społecznych, przestępstw w wyniku spożycia alkoholu czy utracone PKB. Z kolei wpływy z akcyzy w 2023 r. wyniosły 14 mld zł.

Wpływ kwotowy (w mln zł)

- coroczny transfer 22 mln zł na Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów, finansowany ze środków zdrowia publicznego i ujmowany w planie finansowym NFZ od 2027 r.;
- dochody gmin z tytułu udziałów w opłacie od opakowań jednostkowych do 300 ml w 2024 r. wyniosły 283,5 mln zł; projekt nie znosi tej opłaty.

W odniesieniu do dochodów z akcyzy i VAT brak jest możliwości przedstawienia wiarygodnych prognoz liczbowych przypisanych wyłącznie tej nowelizacji. Dodatkowe koszty dostosowawcze po stronie przedsiębiorców takie jak dostosowanie procesów sprzedaży na odległość do wymogu odbioru osobistego z weryfikacją wieku, skutki zakazu nocnej sprzedaży i sprzedaży na stacjach paliw) nie zostały oszacowane z uwagi na brak danych o strukturze obrotu w przekroju godzinowym i kanałowym. Po stronie sektora finansów publicznych spodziewane są długookresowe korzyści kosztowe wynikające z redukcji szkód alkoholowych (m.in. mniej hospitalizacji i interwencji porządku publicznego), których wartości nie można wiarygodnie wycenić na etapie projektowym.

Wskazane kwoty mają charakter pewny, wynikają z projektowanych i obowiązujących przepisów finansowania zadań publicznych oraz z danych planistycznych i sprawozdawczych (transfer 22 mln zł rocznie, 283,5 mln zł dochodów gmin z opłaty od małych opakowań). Pozostałe skutki ujęto opisowo, ze względu na brak danych pozwalających na rozdzielenie wpływów i kosztów przypisanych wyłącznie tej nowelizacji oraz na brak wiarygodnych informacji o udziale sprzedaży nocnej i strukturze kanałów dystrybucji w wartości obrotu alkoholem.

[7] Wykaz źródeł finansowania, jeśli projekt ustawy pociąga za sobą obciążenie budżetu państwa lub budżetów jednostek samorządu terytorialnego.

Projekt ustawy nie wymaga pozyskiwania nowych środków ponad te, które są już zapewnione w ramach istniejących funduszy i mechanizmów finansowania. Stały transfer w wysokości 22 mln zł rocznie na Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów zostanie sfinansowany ze środków Funduszu Zdrowia Publicznego i będzie ujęty w planie finansowym Narodowego Funduszu Zdrowia począwszy od roku 2027. Oznacza to, że źródło finansowania zadania zostało przewidziane w ramach istniejących dochodów i wydatków sektora zdrowia publicznego, bez konieczności dodatkowego zasilania budżetu państwa.

Budżety jednostek samorządu terytorialnego nie poniosą nowych obciążeń finansowych. Dochody gmin z tytułu opłat za wydane zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych oraz z tytułu opłaty od tzw. małych opakowań pozostają utrzymane, przy czym ustawodawca doprecyzował zasady ich przeznaczania. Zmiany te mają charakter porządkujący i nie wymagają dodatkowych źródeł finansowania.

Metodyka opiera się na analizie przepływów finansowych wynikających z projektowanych przepisów: wskazany transfer 22 mln zł rocznie został określony wprost w ustawie, zaś wielkość dochodów gmin z tytułu opłaty od małych opakowań (283,5 mln zł w 2024 r.) pochodzi z danych Ministerstwa Finansów. Ponieważ projekt nie przewiduje nowych wydatków ani zmniejszenia dochodów budżetowych poza tymi, które są zbilansowane w ramach istniejących funduszy, nie ma potrzeby wskazywania dodatkowych źródeł finansowania.

[8] Czy projekt ustawy podlega procedurze notyfikacyjnej?

➤ Nie

III. Wymogi określone w art. 34 ust. 2a i 2b regulaminu Sejmu

[9] Czy projekt ustawy zawiera przepisy określające zasady podejmowania, wykonywania lub zakończenia działalności gospodarczej (art. 34 ust. 2a regulaminu Sejmu)?

➤ Nie

➤ Tak

Projekt zawiera regulacje, które wprost wpływają na sposób wykonywania działalności gospodarczej w zakresie marketingu/reklamy, dystrybucji i sprzedaży napojów alkoholowych.

Wyniki analiz i ocen, o których mowa w art. 66 ust. 1 Prawa przedsiębiorców:

1. Analiza możliwości osiągnięcia celu projektu innymi środkami

Cel ustawy to ograniczenie szkodliwości społecznej związanej z nadmierną konsumpcją alkoholu. Cel ten mógłby być realizowany częściowo poprzez działania miękkie, takie jak kampanie edukacyjne, działania profilaktyczne czy samoregulacje branżowe. Doświadczenia krajowe i międzynarodowe pokazują jednak, że środki te są nieskuteczne, jeżeli nie towarzyszą im regulacje ustawowe ograniczające dostępność alkoholu. Światowa Organizacja Zdrowia rekomenduje jako najbardziej efektywne działania w tym obszarze właśnie środki prawne w postaci ograniczeń sprzedaży i zakazu reklamy. Z tego względu przyjęcie rozwiązań ustawowych uznano za konieczne.

2. Ocena przewidywanych skutków społeczno-gospodarczych

Projekt wpłynie na producentów alkoholu, dystrybutorów i detalistów (zakaz nocnej sprzedaży, zakaz sprzedaży na stacjach paliw, nowe wymogi przy sprzedaży internetowej), a także branżę reklamową i marketingową (całkowity zakaz reklamy i promocji). Część przedsiębiorców poniesie koszty dostosowawcze, jednak wpływ ten ma charakter przejściowy i nie zagraża stabilności sektora. Jednocześnie regulacja ograniczy koszty społeczne wynikające z nadużywania alkoholu, które obecnie liczone są w dziesiątkach miliardów złotych rocznie, i w dłuższym okresie przyniesie pozytywny efekt gospodarczy poprzez zmniejszenie absencji chorobowej, wypadkowości i

wydatków publicznych.

3. Wpływ na mikroprzedsiębiorców, małych i średnich przedsiębiorców

Nowe wymogi dotyczące sprzedaży obejmą wszystkie kategorie przedsiębiorców, niezależnie od wielkości. Najsilniej odczują je małe sklepy całodobowe, prowadzące nocną sprzedaż alkoholu, oraz stacje paliw, które utracą możliwość handlu alkoholem. Mikro i mali przedsiębiorcy działający w tym segmencie będą musieli dostosować model biznesowy do nowych warunków. Z drugiej strony, jednolity zakaz nocnej sprzedaży na terenie całego kraju zmniejszy zjawisko nieuczciwej konkurencji między gminami, w których obowiązywały różne regulacje.

4. Analiza zgodności projektowanych regulacji z ustawą – Prawo przedsiębiorców

Projekt jest zgodny z zasadą proporcjonalności przewidzianą w Prawie przedsiębiorców. Ograniczenia w działalności gospodarczej są uzasadnione nadrzędnym celem publicznym, jakim jest ochrona zdrowia i życia obywateli, oraz odpowiadają konstytucyjnym standardom dopuszczalności ograniczeń wolności działalności gospodarczej.

[10] Czy wdrożenie projektowanych przepisów spowoduje obciążenia administracyjne mikroprzedsiębiorców, małych i średnich przedsiębiorców (art. 34 ust. 2a regulaminu Sejmu)?

- Nie
- Tak

Projekt wprowadza nowe obowiązki, które będą miały wpływ na przedsiębiorców, w tym mikro, małych i średnich.

1. Charakter obciążeń administracyjnych

Przedsiębiorcy prowadzący sprzedaż alkoholu będą musieli stosować nowe procedury weryfikacji wieku nabywców – w razie wątpliwości konieczne będzie żądanie okazania dokumentu tożsamości, a przy odmowie sprzedaż nie będzie mogła dojść do skutku. W handlu internetowym pojawi się dodatkowy obowiązek organizacyjny – odbiór osobisty połączony z weryfikacją wieku.

2. Proporcjonalność regulacji

Nowe obciążenia zostały ograniczone do minimum niezbędnego dla osiągnięcia celu ustawy. Wymogi weryfikacji wieku są proporcjonalne i spójne z dotychczasową praktyką sprzedaży alkoholu – ustawodawca jedynie wzmacnia obowiązki, które już funkcjonują. Ograniczenia w sprzedaży internetowej są uzasadnione koniecznością przeciwdziałania nabywaniu alkoholu przez osoby niepełnoletnie. Wymogi dotyczące opakowań mają na celu ochronę konsumentów przed produktami wprowadzającymi w błąd.

3. Skala oddziaływania

Obciążenia będą odczuwalne dla kilku tysięcy przedsiębiorców detalicznych w całym kraju, w tym w szczególności dla sklepów całodobowych i stacji paliw. Dla części producentów będzie to oznaczać konieczność dostosowania procesów produkcyjnych do nowych wymogów materiałowych i etykietowych. Jednocześnie przepisy przejściowe (np. możliwość sprzedaży zapasów do 31 stycznia 2026 r.) ograniczają ryzyko gwałtownego wzrostu kosztów.

4. Ocena skutków dla MŚP

Najmniejsze podmioty prowadzące sprzedaż nocną alkoholu odczują spadek przychodów, a część mikroprzedsiębiorców może być zmuszona do zmiany modelu działalności. Wprowadzenie jednolitych zasad w skali kraju redukuje jednak ryzyko nierównej konkurencji i zapewnia wszystkim przedsiębiorcom przewidywalne warunki prowadzenia działalności. W dłuższej perspektywie pozytywnym skutkiem będzie także spadek kosztów społecznych i zdrowotnych obciążających system publiczny, co stabilizuje warunki prowadzenia działalności gospodarczej w otoczeniu gospodarczym.

[11] Czy projekt ustawy zawiera przepisy regulacyjne lub określa wymogi dotyczące świadczenia usług transgranicznych w rozumieniu ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o zasadach uznawania kwalifikacji zawodowych nabytych w państwach członkowskich Unii Europejskiej (art. 34 ust. 2b regulaminu Sejmu)?

- Nie
- Tak

