

## 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 radiofonii i telewizji**

b) Przedstawiciel wnioskodawcy:

Posłanka Wioleta Tomczak

### I. Część wstępna

[1] Zwięzły opis zidentyfikowanego problemu i proponowanych rozwiązań.

Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 2151) jest obecnie nieskuteczna z punktu widzenia celów jakie ma realizować. Wzrost spożycia alkoholu, w tym zwłaszcza wśród młodzieży, rozwój różnych form reklamy i promocji alkoholu, wykraczających poza ramy określone ustawą, a także jej niedostosowanie do zmieniających się uwarunkowań handlu napojami alkoholowymi powoduje, że należy wprowadzić istotne zmiany w zakresie:

- wprowadzenia bezwzględnego zakazu publicznej reklamy alkoholu;
- rozszerzenie uprawnień dla gmin do wprowadzania godzinowego zakazu sprzedaży alkoholu;
- podniesienie opłat za uzyskania zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych handlu detalicznym;
- wprowadzenie zakazu sprzedaży napojów alkoholowych, w których ilość nominalna napoju alkoholowego nie przekracza 300 ml, w opakowaniach innych niż ze szkła lub metalu;
- wprowadzenia obowiązku umieszczania na opakowaniach oznaczeń graficznych informujących o wpływie alkoholu;
- wprowadzenia zakazu wprowadzania do obrotu, sprzedaży i podawania

produktów spożywczych, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego;

- wprowadzenie zakazu cenowych promocji alkoholowych tzw. „12+12”.

Brak proponowanych zmian:

- pogłębi problemy społeczne związane ze spożyciem alkoholu,
- negatywnie wpłynie na efektywność pracowników w gospodarce,
- pogłębi dalsze obniżenie prognozy inicjacji alkoholowej wśród młodzieży,
- wpłynie na pogorszenie stanu zdrowia społeczeństwa całego społeczeństwa i utrwali utrudnienia w dostępie do świadczeń zdrowotnych osobom nie mających problemów z nadużywaniem alkoholu,
- uniemożliwi prowadzenie skutecznej polityki państwa w zakresie przeciwdziałania alkoholizmowi,.

[2] Czy były rozważane rozwiązania alternatywne?

➤ Nie

Nie rozważano rozwiązań alternatywnych ze względu na to, że zakładany cel w projekcie można uzyskać jedynie przez zmianę przepisów ustawowych. Wprowadzane ograniczenia wpływają na wartości chronione konstytucyjnie. Działania pozaregulacyjne (kampanie społeczne, zwiększenie intensywności działań organów administracji publicznej odpowiedzialnych za realizację ustawy) z całą pewnością nie byłyby dostatecznie skuteczne.

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

[3] Jakie są przewidywane skutki prawne projektowanych rozwiązań?

- Wprowadzenie całkowitego zakazu reklamy i promocji napojów alkoholowych i bezalkoholowych. Obecnie zakaz reklamy i promocji napojów alkoholowych nie dotyczy piwa, którego reklama i promocja jest dozwolona, pod określonymi warunkami. Proponuje się wprowadzenie bezwzględnego zakazu publicznej reklamy alkoholu. W związku z wprowadzeniem zakazu reklamy alkoholu, a tym samym likwidacją możliwości prowadzenia usług świadczenia reklamy, o których wnosi się opłatę w wysokości 10% podstawy opodatkowania podatkiem od towarów i usług wynikającej z tej usługi, musi ulec zmianie źródło finansowania Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów. Projekt przewiduje, że źródłem przychodów funduszu będą wpływy w wysokości 6% tzw. „małpkowego”, czyli opłaty od sprzedaży napojów alkoholowych w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml.

- Podniesienie opłat za uzyskania zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych handlu detalicznym o 100% w przypadku pierwszej opłaty i o 0,5% od nadwyżki z określonych w ustawie progów sprzedaży rocznej poszczególnych rodzajów alkoholi.
- Rozszerzenie uprawnienia dla gmin do wprowadzania godzinowego zakazu sprzedaży alkoholu – gminy będą mogły podejmować uchwały o zakazie sprzedaży alkoholu od 22.00 do 9.00, a nie jak do tej pory do 6.00.
- Wprowadzenie zakazu sprzedaży napojów alkoholowych, w których ilość nominalna napoju alkoholowego nie przekracza 300 ml, w opakowaniach innych niż ze szkła lub metalu oraz określenie szczegółowych wymogów dotyczących wyglądu i oznaczeń wszystkich opakowań.
  - Wprowadzenia szerszego obowiązku umieszczania na opakowaniach oznaczeń graficznych informujących o szkodliwości alkoholu dla kobiet w ciąży, zakazie prowadzenia pojazdów po spożyciu alkoholu oraz zakazie spożywania alkoholu przez nieletnich.
- wprowadzenia zakazu wprowadzania do obrotu, sprzedaży i podawania produktów spożywczych, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego.
- wprowadzenie zakazu cenowych promocji alkoholowych tzw. „12+12”.
  
- Projekt przewiduje dodanie do ustawy nowych przepisów karnych sankcjonujących zakazy wprowadzane nowelizacją. Co do zasady naruszenie wprowadzanych zakazów lub nakazów będzie podlegało grzywnie. Natomiast orzekanie w tych sprawach nastąpi na podstawie przepisów o postępowaniu karnym.
- Ze względu na rozszerzenie zakazu reklamy na napoje bezalkoholowe w ustawie z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (w art. 16b w ust. 1 w pkt 2) rozszerzy się odpowiednio zakaz nadawanie przekazu handlowego.

Przepisy przejściowe i końcowe.

Ze względu na wymogi ochrony interesów w toku oraz ochrony praw nabytych proponuje się, aby;

- napoje alkoholowe w opakowaniach niespełniających wymagań określonych w dodawanych w art. 13 ust. 1a–1c wyprodukowane przed wejściem w życie nowelizacji mogły być sprzedawane jeszcze w ciągu 12 miesięcy,
- wysokość opłat za zezwolenia na handel detaliczny alkoholem, co do których postępowania zostały wszczęta i niezakończona przed wejściem w życie nowelizacji ustalana były w dotychczasowej wysokości

W związku z wprowadzeniem zakazu sprzedaży alkoholu na stacjach benzynowych sprzedaż będzie mogła być prowadzona na podstawie zezwoleń na sprzedaż alkoholu wydanych przed dniem wejścia w życie ustawy do upływu

okresu, na który zostały wydane, nie dłużej jednak niż przez 2 lata, z tym że sprzedaż ta nie będzie mogła być prowadzona między godziną 22<sup>00</sup> a 6<sup>00</sup>.

Jednocześnie z uwagi na charakter nowelizacji proponuje się odpowiednie *vacatio legis* dla ustawy. Projekt zakłada, że wejdzie ona w życie po upływie 6 miesięcy od dnia jej ogłoszenia. Wydłużony okres *vacatio legis* związany jest także z koniecznością zakończenia umów na świadczenia usług związanych z reklamą i sponsorowaniem.

Projekt zawiera także przepisy przejściowe związane ze zmianą źródła dochodów Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów.

[4] Jakie są przewidywane skutki społeczne projektowanych rozwiązań?

Projekt będzie miał korzystne skutki społeczne. Wejście w życie ustawy spowoduje w dłuższej perspektywie czasowej zmniejszenie średniego spożycia alkoholu. Zmiany w tym zakresie korzystnie wpłyną na zdrowie całego społeczeństwa. Zmniejszenie liczby osób nadużywających alkoholu spowoduje zmniejszenie wydatków Narodowego Funduszu Zdrowia na leczenie chorób wywołanych nadużywaniem alkoholu, a to spowoduje możliwość skierowania większych środków na leczenie innych schorzeń. Ustawa będzie miała wpływ na zmniejszenie problemów związanych ze społecznymi skutkami nadużywania alkoholu, które dotyczą dzieci i rodzin.

[5] Jakie są przewidywane skutki gospodarcze projektowanych rozwiązań?

Projekt dotyczy głównie przedsiębiorców uczestniczących w handlu napojami alkoholowymi, firm zajmujących się reklamą i promocją alkoholu na dotychczasowych zasadach, firm logistycznych. A w szczególności:

- Około 910 podmiotów świadczących usługę będącą reklamą napojów alkoholowych w następujących grupach: m.in. telewizje, supermarkety, sklepy, agencje reklamowe, multimedia, wydawnictwa, radia oraz restauracje, bary i puby. Informacje pochodzą z danych Ministerstwa Sportu i Turystyki.

- Przedsiębiorcy posiadający zezwolenie na obrót hurtowy napojami alkoholowymi - około 1824 przedsiębiorców. Dane z ewidencji podmiotów posiadających zezwolenie.
- Według danych Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (PARPA), na koniec 2021 roku w Polsce funkcjonowało 123 345 punktów sprzedaży napojów alkoholowych, z czego 82 384 stanowiły sklepy. Oznacza to, że na jeden punkt sprzedaży przypadało średnio 299 mieszkańców.
- Podmioty prowadzące działalność reklamową napojów alkoholowych stracą możliwość jej prowadzenia. W konsekwencji nie będą również ponosić kosztów opłat z tytułu prowadzenia tej działalności. Zakaz promocji loteryjnych i typu „12+12” również skutkować będzie zmniejszeniem konsumpcji alkoholu, a w konsekwencji ich przychodów. Ponadto zakaz reklamy alkoholu skutkować będzie zmniejszeniem popytu na tego rodzaju produkty, w szczególności wśród osób nieletnich i młodych.
- Skutkiem wejścia w życie nowelizacji będzie zwiększenie opłat za zezwolenia na sprzedaż detaliczną alkoholu, a także wprowadzenie nowych zakazów i obowiązków w zakresie produkcji i handlu alkoholem.

[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?

Projekt wywoła skutki finansowe dla budżetu państwa.

Skutkiem wejścia w życie projektu będzie utrata dochodów budżetu państwa z podatków od działalności związanej ze świadczeniem usług reklamy piwa dopuszczanej obecnymi przepisami.

Projekt spowoduje zwiększenie dochodów budżetów jednostek samorządu terytorialnego związanych z podniesieniem opłat za zezwolenia na sprzedaż alkoholu.

Projekt spowoduje zmniejszenie dochodów budżetów wszystkich gmin o kwotę ok. 20 mln złotych jako skutek zmniejszenia ich udziału we wpływach z opłaty za sprzedaż napojów alkoholowych w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml z 50% do 44% liczonych wg danych za I półrocze 2024 r. (dochody z tej opłaty należne gminom wyniosły za pierwsze półrocze 2024 r. ok. 340 mln zł). Co średnio na jedną gminę wyniesie ok. 8000 złotych.

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

Nie jest konieczne pozyskanie dodatkowych środków na sfinansowanie skutków finansowych projektu. Projekt nie wprowadza nowych zadań wymagających wydatków z budżetu państwa lub budżetów jednostek samorządu terytorialnego.

[8] Czy projekt ustawy podlega procedurze notyfikacyjnej?

Tak

Projekt ustawy zawiera przepisy techniczne w rozumieniu przepisów rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2002 r. w sprawie sposobu funkcjonowania krajowego systemu notyfikacji norm i aktów prawnych (Dz. U. poz. 2039 oraz z 2004 r. poz. 597), w zakresie dotyczącym dodatkowych obowiązków podmiotów prowadzących produkcję i sprzedaż alkoholu, w związku z tym ustawa podlega procedurze notyfikacji.

### **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)?

➤ Tak

Nowelizacja zniesie możliwość prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie reklamy piwa.

Wprowadzane zmiany są niezbędne do prawidłowego wykonywania ustawy i nie ma możliwości wprowadzenia rozwiązań pozaregulacyjnych. Zmiany dotyczą wszystkich przedsiębiorców i są proporcjonalne oraz adekwatne do zamierzonego celu ustawy.

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

➤ Nie

[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