

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

**Komisja
Zdrowia**

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ **PODKOMISJI NADZWYCZAJNEJ
DO ROZPATRZENIA POSELSKICH
PROJEKTÓW USTAW: O ZMIANIE
USTAWY O WYCHOWANIU W TRZEŻWOŚCI
I PRZECIWDZIAŁANIU ALKOHOLIZMOWI
ORAZ USTAWY O ŚWIADCZENIACH
OPIEKI ZDROWOTNEJ FINANSOWANYCH
ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH (DRUK
NR 2007) ORAZ O ZMIANIE USTAWY
O WYCHOWANIU W TRZEŻWOŚCI
I PRZECIWDZIAŁANIU ALKOHOLIZMOWI
ORAZ USTAWY O RADIOFONII I TELEWIZJI
(DRUK NR 2010)
(NR 7)
z dnia 13 maja 2026 r.**

Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Zdrowia

- podkomisji nadzwyczajnej do rozpatrzenia poselskich projektów ustaw: o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (druk nr 2007) oraz o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o radiofonii i telewizji (druk nr 2010) (nr 7)

13 maja 2026 r.

Podkomisja nadzwyczajna do rozpatrzenia poselskich projektów ustaw: o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (druk nr 2007) oraz o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o radiofonii i telewizji (druk nr 2010), obradująca pod przewodnictwem posła **Grzegorza Napieralskiego (KO)**, przewodniczącego podkomisji, zrealizowała następujący porządek dzienny:

- dyskusja na temat proponowanych zmian legislacyjnych dotyczących napojów alkoholowych zawartych w poselskich projektach ustaw: o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (druk nr 2007) oraz o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o radiofonii i telewizji (druk nr 2010) w zakresie: kosztów działalności, opłat za zezwolenia, ułatwień i terminów administracyjnych, cen minimalnych wyrobów alkoholowych oraz finansowania profilaktyki – kontynuacja.

W posiedzeniu udział wzięli: **Kuba Sękowski** zastępca dyrektora Departamentu Zdrowia Publicznego Ministerstwa Zdrowia ze współpracownikiem, **Bogusława Bukowska** dyrektor Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom wraz ze współpracownikami, **Joanna Skowron** dyrektor Departamentu Promocji Zdrowia i Komunikacji Społecznej Głównego Inspektoratu Sanitarnego, **Rafał Świątek** naczelnik Wydziału Analiz Treści Programowych w Departamencie Monitoringu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, **Emilia Zielińska** specjalistka w Zespole Zdrowia Biura Rzeczniczka Praw Dziecka, **Waldemar Kiszkiel** sekretarz Rady Sekretariatu Przemysłu Spożywczego i Rolnictwa NSZZ „Solidarność”, **Ewa Molka** wiceprezes Naczelnej Rady Pielęgniarek i Położnych, **Adam Abramowicz** prezes Organizacji Pracodawców Rada Przedsiębiorców, **Michał Błaszczak** analityk i **Tomasz Kaczyński** ekspert Związku Przedsiębiorców i Pracodawców, **Magdalena Malinowska-Wójcicka** oraz **Filip Mazurkiewicz** eksperci Pracodawców RP, **Grzegorz Lang** dyrektor ds. prawnych Federacji Przedsiębiorców Polskich, **Robert Petruczuk** prezes zarządu Stowarzyszenia Polska Grupa Paliwowa, **Karol Stec** prezes zarządu Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy, **Adam Toczyński** radca prawny Polskiej Izby Paliw Płynnych, **Magdalena Zielińska** prezes zarządu Związku Pracodawców Polska Rada Winiarstwa, **Ziemowit Bałajewski** członek zarządu Fundacji Forum Konsumentów, **Krzysztof Brzózka** ekspert Mazowieckiego Związku Stowarzyszeń Abstynenckich, **Jaromir Ćwikła** dyrektor ds. prawnych Polskiego Towarzystwa Gospodarczego, **Katarzyna Garbowska** przedstawicielka Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „Wolni od Nałogów”, **Maja Herman** prezeska Polskiego Towarzystwa Mediów Medycznych ze współpracownikami, **Ewa Illg-Latko** członek Stowarzyszenia Miasto Jest Nasze, **Adrian Kłos** prezes Stowarzyszenia Naukowego „Natura i Zdrowie”

ze współpracownikiem, **Jan Korczyński**, **Jan Pieniążek** eksperci oraz **Maja Lewandowska** psychoedukatorka Fundacji GrowSPACE, **Dorota Pudzianowska** przedstawicielka Fundacji Laboratorium Prawa i Gospodarki, **Anastazja Bączyk** ekspert Instytutu Inicjatyw Gospodarczych i Konsumenckich – INSTIGOS, **Anna Dela** ekspertka zdrowia publicznego Instytutu Człowieka Świadomego, **Monika Przeworska** dyrektor Instytutu Gospodarki Rolnej, **Andrzej Strojny** analityk Warsaw Enterprise Institute, **Mateusz Stefankowski** dyrektor Biura Poselskiego Joanny Wichy, **Łukasz Durajski** przedstawiciel Katedry Medycyny Rodzinnej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, **Krzysztof Wojcieszek** kierownik Zakładu Resocjalizacji w Wyższej Szkole Nauk Społecznych Pedagogium w Warszawie, **Katarzyna Andrusikiewicz** certyfikowana terapeutka uzależnień, **Andrzej Silczuk** specjalista psychiatra oraz **Piotr Śliwiński** adwokat z Kancelarii Adwokackiej ATLANTIC LAWYERS.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Julia Rychter**, **Małgorzata Siedlecka-Nowak**, **Monika Żołnierowicz-Kasprzyk** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych; **Anna Jakubik** oraz **Jakub Krowiranda** – legislatorzy z Biura Legislacyjnego.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dzień dobry. Witam bardzo serdecznie. Otwieram posiedzenie podkomisji. Stwierdzam kworum. Witam członków podkomisji, przedstawicieli rządu i zaproszonych gości. Porządek posiedzenia przewiduje dyskusję na temat proponowanych zmian legislacyjnych dotyczących napojów alkoholowych w zakresie: kosztów działalności, opłat za zezwolenia, ułatwień i terminów administracyjnych, cen minimalnych wyrobów alkoholowych oraz finansowania profilaktyki. To jest, przypomnę państwu, kontynuacja przerwanej posiedzenia podkomisji sprzed kilku tygodni. Przepraszamy bardzo za jedną przerwę, ale niestety w parlamencie mieliśmy trochę pracy.

Przechodzimy do realizacji porządku dziennego. Proponuję, tak jak zawsze, aby wystąpienia reprezentanta organizacji, fundacji i innych izb wynosiły najwyżej dwie minuty. W związku z tym chciałbym zapytać panów posłów i panie posłanki, czy ktoś wnosi do tej propozycji uwagi. Nie słyszę sprzeciwu. Stwierdzam, że podkomisja przyjęła sposób realizacji porządku dziennego.

Otwieram dyskusję. Szanowni państwo, na początku pozwolę sobie oddać głos panu posłowi Kapinosowi. Ponieważ jego obowiązki parlamentarne wzywają go za 15 minut na inną salę, pozwoliłem sobie trochę złamać zasadę. Panie pośle, oddaję panu głos. Bardzo proszę.

Poseł Fryderyk Sylwester Kapinos (PiS):

Szanowny panie przewodniczący, bardzo dziękuję. Wysoka Podkomisjo, szanowni państwo, ja dzisiaj w imieniu członków Parlamentarnego zespołu do spraw wsparcia rolnictwa i przetwórstwa ekologicznego oraz rozwoju wyrobów winiarskich pragnę przedstawić stanowisko zespołu w sprawie szans i zagrożeń rozwoju polskiego winiarstwa. Są w nim zawarte postulaty wypracowane w ramach prac podczas wspólnego posiedzenia eksperckiego Rady Rolnictwa i Obszarów Wiejskich przy Prezydencie RP oraz Parlamentarnego zespołu do spraw wsparcia rolnictwa i przetwórstwa ekologicznego oraz rozwoju wyrobów winiarskich, które odbyło się 13 kwietnia br. w Belwederze.

Winiarstwo obejmujące zarówno produkcję wyrobów winiarskich z owoców innych niż winogrona oraz miodu, takie jak cydrylicy, perry, wina owocowe czy miodowe pitne, jak i winiarstwo gronowe, może stanowić istotny sposób zagospodarowania rodzimych surowców, a także ważne uzupełnienie i element dywersyfikacji produkcji prowadzonej przez gospodarstwa rolne. Istotne znaczenie ma również rozwój winiarskiej gałęzi turystyki, tzw. enoturystyki, która wywiera pozytywny wpływ na rozwój obszarów wiejskich. Wzrost świadomości i wiedzy konsumentów oraz rosnące zainteresowanie procesem produkcji, w wyniku którego powstają produkty trafiające na ich stoły, a także takie trendy jak premiumizacja i zwrot ku produktom lokalnym, stanowią realną szansę dla wysokiej jakości wyrobów winiarskich.

Rekomendacje. Niezbędne jest, aby procedowane obecnie w Sejmie Rzeczypospolitej Polskiej nowelizacje ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi w sposób wyważony uwzględniały wewnętrzne różnicowania rynku napojów alkoholowych. Projektowane regulacje powinny w sposób jednoznaczny rozgraniczać zjawiska szkodliwej konsumpcji oraz nieetycznych praktyk w obszarze handlu i marketingu od działań opartych na zasadach odpowiedzialności, umiaru i poszanowania tradycji.

Konieczne jest dostrzeżenie odrębności oraz specyfiki sektora winiarskiego, którego charakter, uwarunkowania kulturowe i model funkcjonowania wymagają adekwatnego, proporcjonalnego podejścia legislacyjnego. Dla małych producentów wyrobów winiarskich niezbędna jest możliwość

sprzedaży na odległość za pośrednictwem Internetu z dostawą pod wskazany adres. Wymaga to jasnego i jednoznacznego uregulowania ustawowego zapewniającego bezpieczeństwo i odpowiedzialność obrotu.

Branża winiarska postuluje wprowadzenie obowiązku elektronicznej weryfikacji wieku nabywcy, odpowiedniego oznakowania przesyłek oraz odroczenia ich dostawy o 24 godziny od momentu nadania. Zwraca przy tym uwagę, że obecny stan prawny, w którym kwestie związane ze sprzedażą alkoholu przez internet zostały dotychczas uregulowane, w największym stopniu dotyczy właśnie małych, krajowych producentów, dla których kanał internetowy stanowi bardzo istotny, a często kluczowy sposób dotarcia do konsumentów.

Producenci wyrobów winiarskich powinni mieć zapewnione przejrzyste, jednoznaczne standardy komunikacji z konsumentami. Obecne niejasności w zakresie definicji promocji napojów alkoholowych oraz zapowiadane zmiany legislacyjne, wprowadzające dodatkowe, nieprecyzyjne zapisy, są postrzegane jako zagrożenie. Konieczne jest doprecyzowanie przepisów w taki sposób, aby jednoznacznie potwierdzały, że niezbędną reklamą przekazywanie konsumentom informacji o wyrobach winiarskich i ich kulturze, tradycji czy metodach produkcji jest dopuszczalne i zgodne z prawem. Analogicznie za zgodne z prawem powinno być uznane publiczne informowanie o wydarzeniach o charakterze turystycznym czy kulinarnym, których element stanowią wyroby winiarskie oraz publiczne zapraszanie na tego typu wydarzenia.

Należy dostrzec potencjał enoturystyki jako czynnika stymulującego zrównoważony rozwój regionalny. Polskie winnice mogą istotnie wspierać rozwój lokalnej turystyki, przyciągając odwiedzających korzystających z bazy noclegowej, gastronomii oraz innych usług lokalnych. Szczególne znaczenie ma to na obszarach o trudnych uwarunkowaniach wynikających z ukształtowania terenu czy rozdrobnienia gospodarstw rolnych. W takich warunkach enoturystyka może stanowić istotny impuls rozwojowy oraz narzędzie dywersyfikacji działalności gospodarczej, przyczyniając się do ożywienia gospodarczego regionu. Jako członkowie zespołu pragniemy zwrócić uwagę, że działania zmierzające do przeciwdziałania alkoholizmowi nie mogą uderzać w rozwój winiarstwa w Polsce jako ważnej gałęzi rolnictwa i przetwórstwa. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję panie pośle za przedstawienie informacji zespołu. Przechodzimy do dyskusji. Otwieram tę dyskusję i dziękuję za wyrozumiałość, również gościom, że pozwoliliście panu posłowi... Dziękuję panie pośle.

Jeszcze raz otwieram dyskusję. Proszę o zgłaszanie się przedstawicieli strony społecznej. Proszę także, aby wszyscy, którzy będą zabierali głos, informowali, kogo państwo reprezentują. To jest potrzebne do protokołu.

Robimy tak jak zawsze – zaczniemy po kolei od rządów i będziemy się tak przesuwali. Po dwie osoby na każdy rząd. Z której strony zaczynamy? Kto pierwszy chciałby zabrać głos? Proszę bardzo, zaczynamy od pana tam na końcu. Proszę się przedstawić.

Sekretarz Rady Sekretariatu Przemysłu Spożywczego i Rolnictwa NSZZ „Solidarność” Waldemar Kiszkiel:

Dzień dobry. Waldemar Kiszkiel, sekretariat przemysłu spożywczego „Solidarność”. Pozwolę sobie odnieść się jeszcze do dyskusji, która miała miejsce na poprzedniej sesji. Odniosłem wrażenie w tej dyskusji, że ten projekt ustawy jest nakierowany na delegalizację interesów przedsiębiorców zajmujących się produkcją, sprzedażą alkoholu czy też zdefiniowanie alkoholu jako jedyne go czynnika degradującego tkankę społeczną. Chciałbym państwu zaprezentować kontekst, w jakim ta dyskusja się toczy. W tej chwili każdy w gruncie rzeczy produkt z każdego sektora alkoholowego traci rynek, a więc potrzebuje ograniczania...

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Przepraszam. Proszę chwilkę zaczekać. Szanowni państwo, mamy niewiele czasu, ponieważ dzisiaj jest wiele posiedzeń komisji. Mamy kontynuację, więc bardzo proszę o spokój, żebyśmy siebie szanowali nawzajem, bo ja na przykład nie słyszę do końca, co pan mówi, a chciałbym jako przewodniczący usłyszeć. Bardzo więc proszę o spokój. Mamy dzisiaj półtorej godziny na dyskusję i chciałbym, żeby ona w takim bardzo dobrym klimacie się toczyła. Przepraszam, proszę kontynuować.

**Sekretarz Rady Sekretariatu Przemysłu Spożywczego i Rolnictwa NSZZ „Solidarność”
Waldemar Kiszkiel:**

Pozwolę sobie przytoczyć kilka faktów z kontekstu, o którym wspominam. Publikacja Onetu „Metamfetamina i kokaina coraz częściej w ściekach Krakowa” – wzrost to 159%. Portal samorządowy Krakowa – „Niepokojący wzrost, widoczny również w Krakowie. W tutejszych ściekach odnotowano wzrost metamfetaminy o 264%”. Świat OZE, 19 marca 2026 – „Narkotyki w ściekach rosną szybciej niż system oczyszczania. Kraków z rekordowym wzrostem metamfetaminy. Coraz częściej podkreśla się potrzebę modernizacji oczyszczalni”. Na dodatek jeszcze mamy wniosek posłów Petru i Ewy Szymańskiej o zmianę ustawy o przeciwdziałaniu narkomanii, czyli w gruncie rzeczy zalegalizowania posiadania narkotyków i możliwości ich uprawy. Trudno odnieść wrażenie, że walka z alkoholem stwarza przestrzeń do inwazji zupełnie innej używki. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo za ten głos. Kto następny? Proszę bardzo, oddaję pani głos.

Ekspert ds. legislacji Pracodawców RP Magdalena Malinowska-Wójcicka:

Dzień dobry. Magdalena Malinowska-Wójcicka, Pracodawcy RP. Chciałabym się odnieść w kontekście projektowanych regulacji do sprzedaży alkoholu na stacjach paliw.

Stacje paliw to nie tylko stacje paliw przy autostradach czy drogach szybkiego ruchu, ale to także stacje paliw w małych miejscowościach i wsiach. Ponieważ najlepiej przemawiają liczby, to w gminach poniżej 10 tys. mieszkańców takich stacji paliw znajduje się 2841. One sprzedają wszystko. Paliwo jest tylko jednym z elementów, które one sprzedają i sprzedaż tego nie gwarantuje ich rentowności. Rentowność zapewnia to, co sprzedają ponad to. Jeżeli my tym podmiotom ograniczymy to, co sprzedają, to de facto narazimy je na to, że one się zamkną. Dla mieszkańców tych miejscowości będzie oznaczało to tylko pogłębienie ich wykluczenia oraz to, że jeżeli ktoś będzie chciał w ogóle robić jakieś zakupy spożywcze, to będzie musiał mieć samochód albo dobrą kondycję fizyczną i jechać na rowerze do najbliższego miasta lub miasteczka.

Ja nie mówię tego czysto teoretycznie, bo wystarczy jechać trasą na Skierniewice, żeby znaleźć takie małe wsie, dla których stacja paliw jest jedynym miejscem zakupu czegokolwiek, w tym także alkoholu. Tak więc, niestety, dla tych ludzi będzie to oznaczało pytanie, czy oni mają mieć prohibicję, bo mieszkają na wsi, a mieszkaniowiec miasta rozwiąże ten problem idąc 500 m dalej i kupując ten sam alkohol tylko już w sklepie.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję pani bardzo za ten głos. Oddaję pani głos. Proszę bardzo.

Ekspert Instytutu Inicjatyw Gospodarczych i Konsumenckich – INSTIGOS Anastazja Bączyk:

Dzień dobry. Dziękuję bardzo za możliwość zabrania głosu. Anastazja Bączyk, Instytut Inicjatyw Gospodarczych i Konsumenckich. Chciałabym się odnieść do prezentacji alkoholu w miejscu sprzedaży z perspektywy konsumenta.

Projektowane przepisy dotyczące promocji i ekspozycji napojów alkoholowych powinny być analizowane nie tylko z perspektywy zdrowia publicznego, ale również praw konsumenta do informacji. Projektowane przepisy rozszerzają definicję promocji między innymi o rabaty, pakiety sprzedażowe czy inne korzyści majątkowe. Może to prowadzić do sytuacji, w której zwykła informacja o cenie produktu, rodzaju alkoholu, warunkach zakupu zostanie uznana za niedozwoloną promocję. W ocenie Instytutu należy wyraźnie odróżnić agresywne działania zachęcające do nadmiernej konsumpcji od neutralnej informacji handlowej i prezentacji produktów w miejscu sprzedaży. Pełnoletni konsumenci powinni mieć możliwość zobaczenia produktu, porównania oferty i sprawdzenia ceny.

Prawo do rzetelnej informacji wynika zarówno z prawa krajowego, jak i regulacji unijnych dotyczących ochrony konsumentów. Nadmierne ograniczenia ekspozycji produktów może prowadzić do sytuacji, w której decyzje zakupowe będą podejmowane wyłącznie na podstawie ceny, a nie świadomego wyboru konsumenta.

Z badania Ariadna wynika, że 69% Polaków rzadko lub nigdy nie kupuje alkoholu impulsywnie. Głównym czynnikiem zakupów impulsywnych są promocje cenowe. Sama ekspozycja produktu ma marginalny wpływ na decyzje zakupowe. Jedynie 12% respondentów wskazało ekspozycję produktu jako czynnik wpływający na zakup impulsywny.

Instytut Inicjatyw Gospodarczych i Konsumenckich stoi na stanowisku, że skuteczna polityka zdrowotna powinna koncentrować się na eliminowaniu realnych patologii sprzedażowych, chronić osoby niepełnoletnie opierać się na danych i proporcjonalności. Regulacja rynku nie powinna prowadzić do utożsamiania każdej formy prezentacji produktu z promocją alkoholu. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo pani serdecznie dziękuję. Przechodzimy do tego rzędu, zgodnie z naszą tradycją...

Prezes Organizacji Pracodawców Rada Przedsiębiorców Adam Abramowicz:

Jeszcze ja!

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Tu były dwa głosy. Zawsze, proszę pana, dajemy po dwa głosy, więc wrócimy do pana.

Prezes Organizacji Pracodawców Rada Przedsiębiorców Adam Abramowicz:

Dobrze, dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo proszę, oddaję pani głos.

Prezeska Polskiego Towarzystwa Mediów Medycznych Maja Herman:

Dzień dobry państwu. Ja nazywam się Maja Herman. Jestem psychiatrką i reprezentuję Polskie Towarzystwo Mediów Medycznych. Dzisiaj chcę trochę inaczej państwu powiedzieć niż zazwyczaj mówię, dlatego że zrobiłam przegląd newsów i z przykrością stwierdzam, że dziś najczęściej powtarzające się słowa kluczowe w mediach to: „pijany kierowca, 2 promile, nietrzeźwy, alkohol, uciekał przed policją, zagrożenie dla dzieci, wypadek”. Co bardzo charakterystyczne, praktycznie wszystkie te newsy dotyczą alkoholu i są osadzone wokół: tragedii, interwencji policji, przemocy, zagrożenia drogowego, sensacji. Natomiast bardzo rzadko pojawiają się dziś nagłówki dotyczące: psychiatrii i leczenia uzależnień, wpływu alkoholu na depresję i samobójstwa, rakotwórczości alkoholu i długofalowych skutków zdrowotnych picia ryzykownego. A szkoda, państwo w tym zakresie musi działać.

Pytanie mam dzisiaj jedno do wszystkich. Każdy tutaj na sali ma jakąś siostrę, mamę, ciotkę, kuzynkę. Co byście czuli, gdyby znana wam kobieta pracowała na SOR i regularnie wracała do domu wystraszona, bo znów pijany pacjent z SOR wyrwał się z unieruchomienia czterokończynowego, zaczął rzucać leżankami, łózkami i innym sprzętem, a ona musiała uciekać na dwór przez sypiące się szkło z drzwi, bo ochroniarze nie mogli powstrzymać pijanego w szale? Drodzy państwo, to nie jest wymyślona sytuacja, ale realna sytuacja z jednego z SOR w Polsce i opowieść jednej z lekarek, która prosiła mnie, żebym dzisiaj to opowiedziała. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za głos. Zostajemy w tym rzędzie, więc od razu panu oddaję głos. Bardzo proszę.

Adwokat z Kancelarii Adwokackiej ATLANTIC LAWYERS Piotr Śliwiński:

Dziękuję bardzo. Piotr Śliwiński. Jestem adwokatem, ale dzisiaj nie będę poruszał problemów prawnych, tylko też się wpiszę trochę w tę wypowiedź, która była tuż przede mną, ponieważ będę mówił o problemach ludzkich, o ludzkich dramatach.

Tak się składa, że jestem z rodziny lekarskiej. Moja mama wykonuje zawód lekarza, więc doskonale znam historie w stylu – przyjeżdża pacjent z niewydolnością wątroby a rozmowa z rodziną ujawnia następującą historię. Był sobie człowiek, funkcjonował normalnie. Pewnego dnia wydarzyła się u niego jakaś nieszczęśliwa sytuacja życiowa typu utrata pracy i ten człowiek, niestety, powolutku wpada w nałóg alkoholowy. To najczęściej wygląda tak, że idzie się do sklepu. Tam mamy wielką ladę pełną kolorowych „małpek”. Kupuje się taką jedną „małpeczkę”. Ją łatwo ukryć. Ona nie jest duża. Jest kolorowa, pysznie smakuje. Nie czuć tego alkoholu, wszystko jest fajnie. Zaczyna się od jednej „małpki”, potem kolejna, następna, dzień za dniem i wpadamy w nałóg alkoholowy. Wszystko się wywraca do góry nogami, sytuacja praktycznie nie do odratowania.

Dlatego chciałbym zwrócić uwagę podkomisji na problem małych opakowań, tak zwanych małpek. Jest to gigantyczny problem w naszym kraju. Wystarczy przejść się do jakiegokolwiek parku, lasu, czy po innym terenie zielonym – wszędzie te „małpeczki”, te puste buteleczki się

walają. Jest to rzecz, która też ułatwia wchodzenie w nałóg alkoholowy młodzieży, ponieważ one są po prostu atrakcyjne, tanie i słodkie. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo panu serdecznie dziękuję. Czy w tamtym rządzie jeszcze ktoś by chciał? Nie widzę zgłoszeń. A, jest tam jeszcze pan. Bardzo proszę, oddaję panu głos.

Dyrektor Biura Poselskiego Joanny Wichy Mateusz Stefanowski:

Bardzo dziękuję za udzielenie głosu. Mateusz Stefanowski, dyrektor biura posłanki Wichy oraz Stowarzyszenie Wspólne Jutro. Ja chciałbym bardzo króciutko powiedzieć o kilku sprawach legislacyjnych.

Pierwsza sprawa. Absolutnie intencją projektodawców nie było to, aby atakować małe sklepiki i stwierdzenia, które parokrotnie powtarzały się na tej sali, że projekt będzie ograniczał sprzedaż piwa w małych sklepach. To nieprawda. Jest poprawka przygotowana, która będzie rozwiewała wszelkie wątpliwości w tym zakresie.

W trakcie posiedzeń Komisji, poza posiedzeniem podkomisji, zgłaszali się do nas przedstawiciele samorządów. Prawdopodobnie w wyniku tych rozmów powstanie kilka propozycji zmian, poprawek do ustawy, między innymi taka, która regulowałaby, aby nie dochodziło do sytuacji takich jak na nieodległej ulicy Nowy Świat, gdzie pomimo tego, że mamy zakaz sprzedaży nocnej alkoholu, sklep prowadzi działalność w zasadzie jak pub – niby sprzedaje alkohol do spożycia na miejscu, a klienci z nim wychodzą poza budynek. Jest też pomysł jak uregulować wątpliwości dotyczące wyliczania odległości między punktem sprzedaży alkoholu, a na przykład szkołą oraz jak zapewnić stałe finansowanie izbom wytrzeźwień po to, żeby odciążyć realnie SOR i policję, żeby nie dochodziło do takich sytuacji agresji na SOR, o jakich przed chwilą mówiła przedmówczyni, pani Maja Herman.

Jeszcze jedną rzecz od siebie dorzucę. Byłem przez 5 lat członkiem rady społecznej szpitala w Radzyminie. Mały szpital, oddział internistyczny. Pewnej nocy jeden z pacjentów podpalił łóżko drugiego pacjenta, awanturował się, wydostał się na dach przez okno i to była osoba, która była w delirium alkoholowym. Do szpitala nie trafiła dlatego, że była pijana tylko z powodu innych schorzeń. Alkohol jest czynnikiem ryzyka w wielu chorobach, ale choroba alkoholowa dotyka nie tylko osoby, która na nią cierpi, ale też otoczenie. Ten przykład jest bardzo jaskrawy.

Wiele lat temu podjęliśmy decyzję, że zakazujemy reklamy tytoniu, ograniczamy sprzedaż. Jakoś wszystko dalej funkcjonuje. Podobnie może być z alkoholem. Nawet jeżeli te ustawy zostaną przyjęte w praktycznie niezmienionej formie, na jeden sklep w Polsce będzie przypadało mniej więcej 300-400 mieszkańców. Dalej będzie można kupić alkohol przez 7 dni w tygodniu przez prawie całą dobę w każdym mieście i zdecydowanej większości wsi. Nic wielkiego się nie stanie. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za ten głos. Przechodzimy do tego rzędu. To najpierw może pan i później pani. Dobrze? Wrócimy do państwa.

Ekspert Związku Przedsiębiorców i Pracodawców Tomasz Kaczyński:

Tomasz Kaczyński, Związek Przedsiębiorców i Pracodawców. Ja dzisiaj nie będę poruszał osobistych tragedii osób związanych z chorobą alkoholową. Chciałbym się skupić na faktach, a tak naprawdę na prawie.

Pamiętajmy proszę państwa, że nie pozostajemy w odosobnieniu. Jesteśmy częścią Unii Europejskiej i w związku z tym te projekty, o których dzisiaj rozmawiamy, były notyfikowane do Komisji Europejskiej w ramach tak zwanej procedury notyfikacyjnej, procedury TRIS i 20 kwietnia tego roku mieliśmy okazję zobaczyć opinię szczegółową Komisji Europejskiej, która zapoznała się z tymi projektami i ma wątpliwości odnośnie do tych projektów. Kwestionuje w szczególności trzy rozwiązania. Chciałbym na nie dzisiaj zwrócić państwu uwagę, a także zapytać posłanki wnioskodawczynię, czy miały panie okazję już się zapoznać z tą opinią, przeanalizować ją i jak się na nią zapatrujecie. Komisja podkreśla nadmiernie szeroką definicję napoju bezalkoholowego, podkreśla dotkliwość sankcji projektowanych w tych rozwiązaniach i brak analizy proporcjonalności.

Komisja szczególną uwagę zwróciła na trzy kwestie. Po pierwsze, zakaz obrotu produktami podobnymi do alkoholi. Komisja wskazuje, że rozporządzenia unijne wprost zezwalają producentom wina dealkoholizowanego na używanie oznaczeń typu „wino 0%” czy „wino bezalkoholowe”.

Polska regulacja zakazywałaby natomiast obrotu produktem legalnym w mocy prawa Unii Europejskiej, które ma pierwszeństwo.

Po drugie, całkowity zakaz reklamy napojów alkoholowych i bezalkoholowych w internecie, które mamy w projektowanych rozwiązaniach. Komisja wskazuje na naruszenie zasady państwa pochodzenia, o której mowa w dyrektywie e-commerce, gdyż usługodawca internetowy podlega przede wszystkim prawu kraju swojej siedziby, a nie odbiorcy, tak jak u nas się dzieje. Tego typu rozwiązania były już w przeszłości kwestionowane przez Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej. W sprawach Google i w sprawach Amazon z ostatnich lat 2023-2024 tego typu rozwiązania były kwestionowane. Tak więc Komisja zwraca na to uwagę.

I po trzecie, obowiązek stosowania wyłącznie szkła lub metalu dla opakowań do 300 ml. Tutaj Komisja podkreśla, że Polska nie wykazała żadnego związku przyczynowego pomiędzy materiałem opakowaniowym a poziomem spożycia alkoholu, nie przeprowadziła analizy proporcjonalności i nie rozważyła alternatyw. Z tego wynika moje pytanie, czy mieli państwo okazję już się z tą opinią zapoznać i jakie są państwa przemyślenia na ten temat. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Tak, pani poseł, pani przewodnicząca odpowie od razu. Bardzo dziękuję.

Posel Joanna Wicha (Lewica):

Tak, oczywiście, że zapoznaliśmy się z tym dokumentem. Jest to dokument, który nie ma jeszcze absolutnie mocy prawnej. Są to uwagi, które Komisja Europejska przedstawiła, wysłała do ministerstwa, do odpowiedniej komórki, która tym się zajmie i dopiero po przeprowadzeniu analizy będzie wiadomo, czy te uwagi Komisji Europejskiej są zasadne. Nie martwmy się więc na zapas. Jesteśmy w procesie i zobaczymy, co z tego wyniknie. Jeśli będą jakiegokolwiek realne i prawdziwe zastrzeżenia odnośnie do przestrzegania pewnych zasad, które obowiązują w Unii Europejskiej, jestem przekonana, że Unia Europejska, która ma pod tym względem bardzo mocne zasady, żeby pewne rzeczy wyglądały dokładnie tak samo, będzie nas pilnowała. Proszę więc się nie obawiać. Na pewno nie zrobimy niczego wbrew przepisom unijnym. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję, pani przewodnicząca. Wracamy. Proszę bardzo, daję pani głos.

Certyfikowana terapeutka uzależnień Katarzyna Andrusikiewicz:

Szanowni państwo, nazywam się Katarzyna Andrusikiewicz. Jestem psycholożką i certyfikowaną psychoterapeutką uzależnień. Od ponad 14 lat pracuję z osobami uzależnionymi, a także z ich rodzinami.

Po pierwsze, chciałabym się odnieść do tego argumentu dotyczącego narkotyków w ściekach. Tak, jest to również problem. Natomiast, szanowni państwo, kawa nie wyklucza herbaty. Z tym też mamy problem, ale dzisiaj jesteśmy tutaj w związku z problemem alkoholowym.

Proszę państwa, ja codziennie słyszę w swoim gabinecie stwierdzenia – przecież to jest tylko piwo. I to nie są osobiste opinie pacjentów, tylko to są opinie, które oni wynoszą z polskich ulic, z telewizji i z billboardów. Na to właśnie przez 20 lat pracował polski marketing piwowski i z naszym przyzwoleniem społecznym pracuje do dziś. Dlatego w ogóle my społecznie w Polsce mamy duży problem z bagatelizowaniem alkoholu, jakim jest właśnie piwo.

Gdy diagnozuję pacjentów i zadaję im pytanie – i przypominam, robię to w ośrodku odwykowym, czyli to nie są pacjenci czy przypadkowi obywatele z łapanek, tylko przychodzą w konkretnym celu – jak często pan/pani spożywa alkohol i w momencie, kiedy ta osoba odpowiada mi – alkoholu to ja nie piję albo piję bardzo rzadko, to ja zawsze muszę zadać jeszcze pytanie o piwo. Gdy pada to pytanie, to wtedy nagle słyszę odpowiedzi – a nie no piwo, no tak, piwo, no to codziennie. Ludzie są bardzo zdziwieni i zaskoczeni, niezależnie od tego, jakie posiadają wykształcenie i jakim jeżdżą samochodem, że piwo jest również alkoholem. Tak jak mówię, na to pracował właśnie ten polski marketing.

Ja za każdym razem tutaj, na posiedzeniach podkomisji, i w przeróżnych dyskusjach społecznych, jestem bardzo zaskoczona właśnie tym argumentem branży alkoholowej, że przecież ta reklama nic nie robi, przecież ona nie działa. No, szanowni państwo, jeżeli ona nie działa, to nie wiem, po co my się tutaj spotykamy w takim razie. Jeżeli nie działa, to likwidujemy tak samo jak nie ma reklamy wódki i papierosów, i po problemie.

Dlaczego reklama w kontekście szczególnie najmłodszych obywateli jest tak bardzo niebezpieczna? Dlatego, że mózg człowieka rozwija się nie do 18 r.ż. roku życia, a mniej więcej do 25 r.ż.

Najpóźniej rozwija się kora przedczołowa. Ta kora przedczołowa jest odpowiedzialna między innymi za kontrolę impulsów, regulację emocji, samokontrolę. Natomiast układ nagrody, czyli to, co aktywuje właśnie alkohol, dojrzewa znacznie wcześniej. Co to w praktyce oznacza?

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Musimy kończyć.

Certyfikowana terapeutka uzależnień Katarzyna Andrusikiewicz:

Mózg nastolatka, który widzi reklamę piwa, roześmianych ludzi, mecz, męską przyjaźń, przyjmuje to bez żadnego filtra. To nie działa tak jak u osoby dorosłej, która wie, że to jest reklama. W związku z tym przede wszystkim apeluję, po pierwsze, o całkowity zakaz reklamy alkoholu w przestrzeni publicznej, w tym piwa i piwa zero. Po drugie, zakaz reklamy piwa 0% sprzedawanego pod marką piwa alkoholowego i po trzecie, zakaz promocji wielopakowych typu 12+12 w punktach sprzedaży detalicznej. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za ten głos. Pan poseł Marcin Porzucek bardzo prosił o zabranie głosu. Pan poseł ma pierwszeństwo. Oddaję panu głos, panie pośle.

Poseł Marcin Porzucek (PiS) – spoza składu podkomisji:

Dziękuję bardzo panie przewodniczący. Ze względu na inne obowiązki poselskie, chciałem dosłownie krótko. Jestem członkiem Komisji Finansów Publicznych. Akurat procedujemy projekt dotyczący opodatkowania e-papierosów i obserwujemy chaos, jaki się zrodził w ostatnim czasie, gdy w przypadku różnych elementów, czasami bardzo niewiele się różniących, dąży się do tego, by opodatkowywać je w zupełnie inny sposób. Odnoszę wrażenie, że także tutaj mamy nierówność, zarówno jeżeli chodzi o kwestie dotyczące opodatkowania, jak i reklamy, a ta jednolitość w mojej ocenie powinna następować, jeżeli chodzi o kwestie informacyjne, bo był taki głos, że dorośli konsumenci powinni wiedzieć, co kupujemy.

Ja się z tym zgadzam jako także dorosły konsument, żeby na przykład w przypadku piwa było określone, czy ono jest bardziej chmielowe, czy jest bardziej gorzkie czy bardziej słodkie. To można umieścić chociażby na butelce, natomiast reklamowanie i wspieranie pewnych przekazów podprogowych w stosunku do dzieci – a jestem ojcem dwójki małych dzieci – wydaje mi się czymś budzącym bardzo poważne wątpliwości. Natomiast mimo wszystko uważam, będąc chyba drugi czy trzeci raz na posiedzeniu tej podkomisji, że wykonali państwo in gremio bardzo dużo dobrej pracy. Mam nadzieję, że to nie będzie praca tylko do archiwów, do stenogramów, ale że faktycznie ta ustawa w ciągu najbliższych tygodni w formie pożądanej, na pewno nieuszczerbliwiającej wszystkich, bo to jest często wykluczające się, przyniesie odpowiednie efekty i nie będzie schowana na jeszcze dłuższy czas. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję panie pośle za ten głos. Chciałbym powiedzieć, korzystając z okazji – powiem to jeszcze przy zakończeniu posiedzenia podkomisji – że daliśmy już jeden termin na poprawki, ale do 22 maja – to jest komunikat szczególnie do posłów – jest czas na propozycje zmian do ustawy. Bardzo prosimy o przesłanie ich do sekretariatu, bo na następnym posiedzeniu Sejmu chcielibyśmy zakończyć część opisową, część dyskusyjną – to, co zaplanowaliśmy – i przejść już do konkretnych działań, jeżeli chodzi o artykuły i paragrafy. Przypomnę – 22 maja. To jest w przyszłym tygodniu, w piątek, żebyśmy mogli to jeszcze spokojnie przereklamować. Panie pośle, bardzo dziękuję za ten głos.

Wracamy do tego rzędu. Tutaj pan i pan. Te dwa głosy. Bardzo proszę.

Kierownik Zakładu Resocjalizacji w Wyższej Szkole Nauk Społecznych Pedagogium w Warszawie Krzysztof Wojcieszek:

Dziękuję bardzo. Doktor habilitowany Krzysztof Wojcieszek. Reprezentuję środowiska profilaktyczne.

Jeden z moich przedmówców odwołał się do takiego stereotypu społecznego, jakoby różne narkotyki, które wymieniał, miały być groźniejsze niż alkohol. Otóż proszę państwa, opinia ekspertów wyrażona na przykład w artykułach takich jak profesora Nutt'a i wielu innych, jednoznacznie określa alkohol jako najgroźniejszą substancję psychoaktywną wyraźnie groźniejszą niż heroina i kokaina ze względu na rozpowszechnienie używania i na bardzo różnorodne negatywne skutki. To po pierwsze.

A po drugie, w społeczeństwie, które pije dużo, funkcjonuje coś, co w nauce ma nazwę teorii substancji torujących drogę Denis Kandel. Ta teoria opisuje wzajemne wspieranie się substancji. Bardzo krótko mówiąc – tam, gdzie się dużo pije, tam używa się więcej narkotyków, ponieważ jedna substancja toruje drogę innym.

Jeszcze trzecia uwaga. Trzeba bardzo bacznie zwracać naszą uwagę w kierunku poziomu średniego spożycia, ponieważ bardzo wiele szkód nie jest związanych wyłącznie ze zjawiskiem uzależnienia, tylko, w myśl teorii paradoksu przewencyjnego, z nadużywaniem alkoholu, czyli dawnym piciem w sposób ryzykowny. To się nie manifestuje tak dramatycznie jak w uzależnieniu, ale powoduje zdecydowaną większość szkód. W społeczeństwie, które ma wysokie wskaźniki średniego spożycia alkoholu, jest znacznie więcej również uzależnienia, ale też różnych poszczególnych problemów, które są z tym związane. To takie spojrzenie od strony nauki. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Panie profesorze, bardzo serdecznie dziękuję. Oddaję panu głos. Bardzo proszę.

Prezes Organizacji Pracodawców Rada Przedsiębiorców Adam Abramowicz:

Adam Abramowicz, prezes Organizacji Pracodawców Rada Przedsiębiorców. Panie przewodniczący, panie i panowie posłowie, szanowni państwo, tutaj jeden z posłów zwrócił uwagę na to, że prawo powinno być jednakowe dla wszystkich i w kontekście zapisu o zakazie sprzedaży alkoholu na stacjach benzynowych to stwierdzenie nie miałoby potwierdzenia w rzeczywistości, jeżeli ten zapis by przeszedł. Mamy sytuację, którą tutaj wielu z państwa określa, niebezpieczeństwa picia alkoholu, uzależnień. To wszystko jest prawda, ale nikt nie przedstawił wiarygodnych badań, że alkohol na stacjach benzynowych jest sprzedawany w większej ilości niż w normalnych sklepach, czy bardziej sprzyja temu, żeby zachęcać konsumenta do kupowania właśnie na stacjach benzynowych. A same dane pokazują, że jeżeli na stacjach benzynowych jest sprzedawanych 2% ilościowego wolumenu alkoholu w Polsce, a 4% wartościowego wolumenu, to znaczy, że tam ceny są dużo wyższe niż w pozostałych placówkach handlowych.

Sami państwo wielokrotnie tu mówili, że cena gra rolę, jeśli chodzi o ograniczanie spożycia alkoholu, a więc zabieranie koncesji w tych punktach – a te koncesje przecież się nie zdematerializują, one trafiają do innych punktów – w żaden sposób nie będzie w stanie ograniczać spożycia alkoholu. Jeżeli więc państwo próbują wprowadzać regulacje, to wprowadzajcie je dla całego rynku i my nie będziemy wtedy jako przedsiębiorcy protestować. Jeśli sprzedaż do 23.00, to wszyscy do 23.00. Jeżeli ma być to ograniczenie sprzedaży alkoholu, to przedstawcie jakieś opinie, ale nieintuicyjne, tylko badania, że na stacjach benzynowych sprzedaje się więcej niż w innych punktach. To jest jedna rzecz.

Druga rzecz. To jest sprawa pewnej mody, przechodzenia młodych ludzi z picia alkoholi mocnych na spożywanie alkoholi z mniejszą zawartością procentów. To jest fakt. Przecież państwo mogą to sprawdzić – jest taka moda. W związku z tym uderzanie w piwo jako napój, a już uderzanie w piwo bezalkoholowe czy wino bezalkoholowe, gdzie nie ma alkoholu – a można by było wzmacniać tę modę, pokazywać, że możecie się bawić przy napojach bez alkoholu i będziecie się tak samo dobrze bawić – uderzanie w ten sektor bezalkoholowy, w mojej ocenie, również nie ma sensu i nie ma żadnego związku z tym, żeby ograniczać później spożycie alkoholu. Tak więc bardzo proszę, aby te 2 punkty państwo posłowie ocenili i ewentualnie nanieśli zmiany w tej ustawie.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo za ten głos. Przechodzimy tego rzędu. Przepraszam, najpierw tu i tu, a potem wróć do was. Dobrze? Bardzo proszę.

Członek PTMM, influencer Adrian Kowalski:

Dzień dobry. Jako trochę młodsza osoba od pana powiem panu, że jest moda na niepicie, a nie picie zero alkoholu. To tak ode mnie. Dziękuję.

Nazywam się Bard Kowalski. Jestem artystą. Jestem członkiem PTMM. Jak i kiedy państwo zamierza realnie ukrócić fikcję dotyczącą zakazu reklamy alkoholu w Polsce, bo prawda jest taka, że alkohol reklamowany jest cały czas tylko w bardziej sprytny sposób? Widzimy to na przykład w bardzo znanym teraz reality show „Love is Blind”, gdzie uczestnicy niemal nie rozstają się ze złotym kieliszkiem. Piją razem szoty, mimo tego, że jednocześnie opowiadają swoje historie jak alkohol zniszczył ich życie, ich rodziny. Widzimy to nie tylko w mediach zwykłych, ale i w mediach społecznościowych, gdzie influencerzy, aktorzy czy piosenkarze reklamują restauracje, ale prawdziwy przekaz to jest ten drugi, czyli kieliszki, butelki, alkohol, *life style*.

Często działania finansowe przekonują influencerów do tego i oni dalej reklamują alkohol taki jak piwo. Niestety jako artysta widzę to i obserwuję, i nawet ostatnio zwróciłem swojemu koledze uwagę na to, że romantyzuje picie piwa pijąc go w domu razem ze swoimi znajomymi, reklamując to oczywiście na Instagramie.

W branży wszyscy wiemy, jak to działa finansowo. Do dziś, mimo tego, że odmówiłem dużemu koncernowi reklamy alkoholu, kolejne koncerty się zgłaszają. Może to jest podpucha, może nie, jednak dalej to jest na mojej skrzynce mailowej. Czyli przychodzą takie propozycje.

Firmy świetnie to obchodzą. Świetnie potrafią pokazać, że przyjeżdżamy na festiwal, ale tak naprawdę na tym festiwalu głównie pije się piwo. Sam zostałem wywalony z jednego festiwalu, ponieważ byłem tutaj na jednym z pierwszych posiedzeń podkomisji. Mówię to z dumą, że zostałem wywalony z tego festiwalu, bo wiem, jak ten festiwal zaczął tracić. Byłem ze strony tego festiwalu straszony, że zostanę pociągnięty do sytuacji prawnej, jeśli przyznam się, jaki to był festiwal.

Obrazki są powtarzane codziennie. Miliony osób wpływają na to, że alkohol jednak jest romantyzowany. Bardzo bym więc prosił, żeby naprawdę zostało kategorycznie zakazane reklamowanie alkoholu, a nie przechodziło w różne ustępstwa i luki prawne. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo za ten głos. Bardzo proszę.

Ekspert Mazowieckiego Związku Stowarzyszeń Abstynenckich Krzysztof Brzózka:

Dziękuję serdecznie. Krzysztof Brzózka, były wieloletni dyrektor Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych. Z tej racji, że były i wieloletni, to zwracam się do pracodawców, do związków zawodowych z prośbą o przypomnienie sobie sytuacji, w których to związki zawodowe pracowników transportu publicznego, pracodawców, transportu publicznego – już pomijam sprawy „Solidarności”, bo tam jednym z warunków był zakaz sprzedaży alkoholu w momencie strajków, żeby uniknąć prowokacji – chodzili i prosili o to, żeby wprowadzić możliwość sprawdzania stanu trzeźwości, ponieważ ustawa była tak spaprana, że nawet pracodawca tego stanu trzeźwości sprawdzić nie mógł czy przed pracą, czy w trakcie pracy. To jest pierwsza uwaga ogólna.

Druga uwaga. W tej chwili na sali są obrońcy stacji paliw. Jednak mam takie pytanie. Gdzie wtedy byli ci obrońcy małych przedsiębiorstw, kiedy padały małe, wiejskie sklepy, tysiące małych, wiejskich sklepów, ponieważ stacje paliw stały się takimi kombinatami, które żyły z paliw, a dodatkowo wykończyły sklepy, właśnie te małe, wiejskie i przejęły ich obroty? Jakoś ich nie było słyhać, a zamknęło się w Polsce kilkanaście tysięcy punktów sprzedaży wiejskich, które, mówiąc szczerze – ja też jako szef agencji tak uważałem – jeśli nie dostałyby zgody na sprzedaż alkoholu, to by padły. Stacja paliw bez alkoholu nie padnie, ponieważ ma swój zasadniczy temat, którym się zajmuje.

Do pana, który powiedział, że nie ma żadnych badań mówiących o tym, że stacje paliw są tak niebezpieczne. Gdyby pan wrócił do tego, co tu już się działo, ja przedstawiłem badania wśród osób uzależnionych – 70% uzależnionych kierowców kupowało alkohol na stacji paliw, 50% uzależnionych kierowców, czyli ci, którzy już padli, nie ci, którzy są w ryzyku, kupowało na stacjach paliw i piło przed jazdą albo w trakcie jazdy, i co istotne, ponad 30% z nich powiedziało – tak, przez to, że byłem na stacji paliw, kupiłem alkohol i pojechałem. Jeśli tylko o te 30% zmniejszylibyśmy liczbę kierowców, którzy siadają za kółko po pijanemu, to byłby ogromny sukces...

Prezes Organizacji Pracodawców Rada Przedsiębiorców Adam Abramowicz:

To rozumiem, że jak kupią w tym małym sklepie zamiast na stacji, to będzie OK...

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Szanowni państwo, ale nie odpowiadamy. Ja nie dałem panu głosu. Dziękuję bardzo. Przechodzimy do ostatniego rzędu...

Ekspert MZSA Krzysztof Brzózka:

Przepraszam, jeśli można, panie pośle, jeszcze jedno...

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Ostatnie zdanie, bardzo proszę.

Ekspert MZSA Krzysztof Brzózka:

Kwestia... Tak, oczywiście wszystkie badania są lipą. Polecam panu taki produkt Światowej Organizacji Zdrowia, w jaki sposób przemysł alkoholowy ma za zadanie czy ma możliwość rozwodnienia wszystkich dyskusji o wprowadzeniu ograniczeń. Służę egzemplarzem. Jest dla pana. Ma pan to u mnie.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Wracamy do pierwszego rzędu. Bardzo proszę, oddaję panu głos.

Prezes zarządu Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy Karol Stec:

Karol Stec, prezes Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy. Proszę państwa, tutaj padło wiele argumentów na rzecz porównania substancji. Chciałbym więc powiedzieć jedną rzecz, i chciałbym wyraźnie ją zaznaczyć. Jestem tu i mam zaszczyt reprezentować branżę, która działa legalnie, odprowadza podatki i jest istotną częścią polskiej gospodarki. Chciałbym też zwrócić uwagę na to, że nie mówimy tutaj o produktach nielegalnych. Mówimy wyłącznie o produktach legalnych, dopuszczonych jako produkty spożywcze na rynek.

Występuję w imieniu branży, która ma największe restrykcje w zakresie reklamy i promocji. Jesteśmy ograniczeni w zasadzie do łańcucha dostaw, gdzie możemy obecnie działać, jak każda inna gałąź rynku. Z drugiej strony mamy prawo obecnie kontaktować się i reklamować i prowadzić promocję na wydzielonych stoiskach w sklepach monopolowych, w barach i w restauracjach. Jeżeli my jako branża najbardziej ograniczona mamy w tych projektach odbierane podstawowe prawo do komunikowania informacji o swoim produkcie konsumentowi w miejscach, które są specjalnie przeznaczone do kontaktu z pełnoletnim konsumentem, to jest to, z naszego punktu widzenia, odbieranie nam podstawowej swobody działalności gospodarczej, ograniczanie konkurencji i zabieranie podstawowego prawa komunikowania konsumenta o legalnym produkcie. My nie możemy na to wyrazić zgody, ponieważ to stawia pod znakiem zapytania możliwość działania i prowadzenia działalności gospodarczej na równych warunkach i na zasadach równej konkurencji z innymi gałęziami rynku, chociażby przemysłu spożywczego. W związku z tym nadal będziemy zwracać uwagę, że jesteśmy przemysłem legalnym, mającym pełne prawo do komunikowania się z pełnoletnim konsumentem, promowania swojego produktu i prowadzenia reklamy zarówno w łańcuchu dostaw, jak i w stosunku do pełnoletniego konsumenta...

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Musimy kończyć. Już prawie 3 minuty.

Prezes zarządu ZPP – Polski Przemysł Spirytusowy Karol Stec:

Kolejna sprawa, na którą chciałbym zwrócić uwagę. Prosimy o uregulowanie e-commerce'u.

I trzecia, ostatnia sprawa, ale może najważniejsza. Ktoś tu powiedział – powinny być równe zasady prawa dla wszystkich. W związku z tym to nie dotyczy tylko stacji paliw. To również dotyczy mojej branży. My domagamy się tych samych zasad reklamy publicznej wszystkich napojów alkoholowych. Jeżeli my nie mamy tego prawa i nie możemy działać jako legalny producent i reklamować swoich produktów, a konstrukcja i konsumpcja się zmieniła na 54% dla piwa, to prosimy o zakaz reklamy publicznej dla piwa i piwa bezalkoholowego. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Szanowni państwo, zaraz dam głos. Sekundkę. Chciałbym tylko jedną rzecz przypomnieć, bo podzieliliśmy te posiedzenia podkomisji też po to, żeby posłowie i posłanki mieli wiedzę. Przypomnę, jaki jest dzisiejszy temat. To proponowane zmiany legislacyjne dotyczące napojów alkoholowych w zakresie: kosztów działalności, opłat za zezwolenia, ułatwień i terminów administracyjnych, cen minimalnych wyrobów alkoholowych oraz finansowania profilaktyki. Mam wrażenie, że większość głosów od tego tematu odchodzi. Naprawdę chciałbym, żebyśmy się szanowali. Podzieliliśmy to po to – państwo też uznali to za dobry pomysł – żeby były te sekcje tematyczne. Przypominam, że rekomendował to przewodniczący Cieszyński i wszyscy się na to zgodziliśmy.

Najpierw pani poseł Marcelina Zawisza chciałaby zabrać głos. Widzę panią poseł Muchę – też za chwilę oddam głos.

Poseł Marcelina Zawisza (Razem):

Panie przewodniczący, ja trochę mam wrażenie, że na każdym posiedzeniu podkomisji, które do tej pory się odbyły, dyskusja była dosyć płynna. Ja sobie pozwoliłam teraz zabrać głos mimo

tęgo, że umówiliśmy się, że oddajemy tę przestrzeń stronie społecznej, dlatego że to już jest ostatnie posiedzenie, na którym jest ta dyskusja ogólna i mam taką refleksję. To znaczy generalnie, jeśli chodzi o ten egzemplarz, który pan chciał przekazać tej stronie społecznej, która reprezentuje branżę alkoholową, to myślę, że oni nie tylko go świetnie znają, ale wręcz stosują intensywnie na posiedzeniach tej podkomisji, w związku z czym myślę, że to marny trud. Myślę, że nie ma takiej potrzeby.

Ja bym chciała zaznaczyć jednoznacznie. Słyszę wszystkie te głosy z branży, które mówią o tym, jak państwa dotkną te regulacje, ale chcę podkreślić jedno, że państwa zyski nie są ważniejsze niż ludzkie zdrowie. Najważniejsze jest to, co my mówimy na posiedzeniach tej podkomisji, bo mówimy o skutkach spożywania alkoholu, niezależnie od tego, czy nisko, czy wysokoprocentowego, dla całego społeczeństwa, dla poszczególnych osób, które spożywają ten alkohol, dla ich rodzin, dla ich najbliższych, dla tkanki społecznej typu dzielnica, osiedle, w jaki sposób to wpływa na jakość edukacji w szkole, która się znajduje w tej dzielnicy. Naprawdę, to nie jest tak, że państwo sprzedając legalny produkt, sprzedają produkt, który nie ma żadnego wpływu na to, co się dzieje ze społeczeństwem, które ten produkt spożywa. Mówimy tutaj o regulacjach, ponieważ produkt, który państwo sprzedają, wpływa bezpośrednio na to, jak wygląda sytuacja.

Jeśli chodzi o zakaz reklamy, ja się zgadzam – on powinien obowiązywać absolutnie każdy alkohol oraz piwo zero. Powinniśmy doprowadzić do sytuacji, w której ta ekspozycja na alkohol jest jak najmniejsza, ponieważ jeśli ktoś przerywa ciąg alkoholowy, to nie może być narażony na to, że idąc po bułki w sklepie będzie wpadać na alkohol, który przy płaceniu jest jakby bezpośrednio na niego skierowany i jeszcze do tego jest tak ślicznie ułożony, żeby na pewno zwracać uwagę, a do tego są dołożone takie, na przykład, pomarańczowe informacje o promocjach, żeby jeszcze mógł specjalnie zwrócić uwagę na akurat ten szczegół, że jeśli kupi 3 butelki, to jedną dostanie za jeden grosz.

To jest również kwestia nieskuteczności prawa, które obowiązuje. Mamy zgłoszenia do prokuratury łamania prawa dotyczącego reklamy i prokuratura regularnie te rzeczy umarza ze względu na niską szkodliwość czynu, a myślę, że ta podkomisja jednoznacznie wskazała, że ta szkodliwość czynu jest po prostu przeogromna.

Mówimy tutaj o stacjach paliw. To jest sytuacja, w której ktoś, kto ma samochód i na przykład musi odwiedzić do szpitala swoją mamę, która jest chora, musi zatankować. Sytuacja, w której ktoś specjalnie udaje się do sklepu po to, żeby kupić alkohol jest trochę inna niż sytuacja, gdy płaci za paliwo, które jest mu potrzebne do tego, żeby jechać. Nie kupi w Żabce, nie kupi w jakimkolwiek innym sklepie paliwa. Stacja benzynowa jest jedynym miejscem, gdzie to paliwo kupi, w związku z czym ograniczenia dotyczące stacji paliw mają na celu minimalizację sytuacji, w której ktoś jest w przerwaniu ciągu alkoholowym, ktoś jest niepijącym alkoholikiem i chce realizować najbardziej podstawową funkcję, czyli na przykład zawieźć swoje dziecko do szkoły albo odwiedzić swoją chorą mamę do szpitala i nie narażać się na to, że po prostu, za przeproszeniem, się zachleje. Naprawdę to jest minimum przyzwoitości, które powinniśmy tym ludziom zapewnić, ponieważ nie kupią paliwa w żadnym innym miejscu poza stacją benzynową. Tak więc naprawdę nie traktujemy stacji benzynowej jakby to był zwykły sklep, bo to nie jest zwykły sklep.

Ja rozumiem, że branżę, której łączna wartość rynku w 2025 r. to około 52 mld zł, to zaboli, ale my mówimy tutaj o ludzkim życiu i zdrowiu. To powinno być rzeczą, która powinna nam przyświecać najbardziej.

Oczywiście część z argumentów, które państwo przytoczyli, dotyczących na przykład zamkniętych imprez dla dorosłych, to jest coś, nad czym faktycznie powinniśmy się zastanowić. Jednak naprawdę nie możemy pozwolić na sytuację, w której zgadzamy się na to, żeby ten stan, który jest dzisiaj, po prostu trwał, bo to jest szkodliwe. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję pani poseł. Ja widzę zgłoszenia i będę wam oddawał głos. Jeszcze pani poseł Joanna Mucha, bardzo proszę.

Poseł Joanna Mucha (niez.) – spoza składu podkomisji:

Bardzo dziękuję. Właściwie posłanka Marcelina Zawisza powiedziała większość tego, co ja bym chciała powiedzieć, ale jeszcze kilka kwestii uzupełnię, bo rzeczywiście wydaje mi się, że obie zostałyśmy w pewien sposób sprowokowane wypowiedzią przedmówcy.

Po pierwsze, chcę powiedzieć, że oczywiście branża spirytusowa jest ważna, ale dla mnie ważne są też inne branże w całym kraju, a te branże cierpią ze względu na alkoholizm pracowników,

k którzy w nich pracują, na to, że pracownik przychodzi pijany do pracy albo przychodzi na kacu do pracy, albo nie przychodzi do pracy, bo jest akurat na odwyku, albo jest akurat w jakimś szpitalu na leczeniu różnego rodzaju chorób związanych z alkoholizmem albo samego alkoholizmu. Nie można więc traktować branży alkoholowej czy branży spirytusowej na dokładnie tych samych zasadach, bo jak to już kiedyś mówiłam na jednym z posiedzeń naszej podkomisji mamy w ekonomii dobra w sensie ekonomicznym i zła w sensie ekonomicznym. Wy produkujecie zła w sensie ekonomicznym. To są *bad's*, to nie są *good's*, więc tu nie ma równowagi między branżą spirytusową a każdą inną branżą. To po pierwsze.

Po drugie, tak, rzeczywiście chciałam zwrócić uwagę na to, że każda reklama alkoholu trafia po pierwsze, do dzieci. I tu dziękuję pani psycholog za wspomnienie tego, że mózg rozwija się do 25 r.ż., więc nawet zamknięte imprezy dla dorosłych oznaczają, że jeszcze jest grupa 18-25, która jest pakowana reklamą, na którą nie jest jeszcze przygotowany mózg takiego człowieka.

Marcelina Zawisza mówiła o tym, że osoba przerywa ciąg alkoholowy albo po prostu jest niepijącym alkoholikiem, który ma prawo od nas wszystkich mieć zapewnione dobre warunki prowadzenia dalszej terapii alkoholowej, czyli to, żeby nie być wystawionym na widok tego alkoholu. Jestem bardzo za tym, żeby tak jak się stało z papierosami, również alkohole były za zamkniętymi witrynami. To nie powoduje żadnej szkody społecznej. Wręcz przeciwnie. Spowoduje bardzo dużą korzyść społeczną – zamknięte witryny, za którymi znajduje się alkohol.

Pan mówił przed chwilą o tym, że chcecie informować o charakterystyce produktu. Wy nie informujecie o charakterystyce produktu. Cała reklama, która waży pewnie jakieś 600 czy 700 mln zł albo więcej, bo to są bardzo ostrożne szacunki, jest skierowana na to, żeby zachęcać do konsumpcji alkoholu, a nie do tego, żeby informować o charakterystykach produktu. Nie róbmy ludziom wody z mózgu. Mam pojęcie na temat marketingu, bo to jest moje pierwsze wykształcenie, zarządzanie, w którego ramach jest marketing. Ta reklama jest jakby najwyższym poziomem manipulacyjnej reklamy, która po prostu wdziera się ludziom do mózgów po to, żeby tworzyć pewne schematy, które w konsekwencji prowadzą do uzależnienia. Tak więc naprawdę nie mówmy o charakterystykach produktu.

Nie konkurujecie z przemysłem spożywczym, tak jak pan przed chwilą powiedział. To są inne branże. Wy wykonujecie między sobą i jeśli my stworzymy warunki do tego, żebyście mieli równe warunki konkurowania między różnymi alkoholami, a taki jest nasz cel, to jakiegokolwiek stworzymy przepisy, musicie się do tego dostosować, bo jesteście legalnym producentem, ale działacie w ramach prawa, które my tworzymy. To tutaj, w tym Sejmie tworzy się te ograniczenia i waszym obowiązkiem jest dostosowanie się do tych ograniczeń. I to nie ma nic wspólnego z konkurowaniem z przemysłem spożywczym. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję pani poseł. Zrobimy tak. Najpierw tam pan w okularach – znowu wracamy do okularów – później pan z przodu i przechodzimy do tego rzędu. Ja wrócę do państwa, tak jak zawsze. Bardzo proszę, oddaję głos.

Dyrektor ds. prawnych Federacji Przedsiębiorców Polskich Grzegorz Lang:

Dzień dobry. Grzegorz Lang, Federacja Przedsiębiorców Polskich. Chciałbym, niestety, wrócić do tego samego wątku, który już był poruszany, czyli zaapelować do państwa posłanek i posłów o to, żebyście rozważyli te regulacje reklamy w sposób proporcjonalny. To już kiedyś na którymś z poprzednich spotkań padło, właściwie takie lekceważące sformułowanie pod adresem tej jakże ważnej zasady, ale myślę, że cywilizowany kraj właśnie tym się różni od takich powiedziałbym bardzo żarliwie działających państw, że ta zasada jest przestrzegana.

Pan przewodniczący słusznie zwrócił uwagę, że jednym z wątków naszego dzisiejszego spotkania powinny być koszty, jakie się wiążą z uzależnieniami, samym rynkiem i dochodami, jakie z tego płyną. Otóż nadmierne ograniczenie reklamy ponad obiektywną, rzeczową potrzebę – i to dzisiaj jeszcze nie padło, a myślę, że powinno pość – w oczach wielu może zatrzeć różnice między szarą strefą a legalnym produktem, legalnym obrotem, który jest opodatkowany. To nie pomoże w zwalczaniu nadużywania alkoholu i uzależnień, natomiast z pewnością ograniczy możliwości, na przykład, finansowania izb wytrzeźwień. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję. Czy ja mogę przeprosić pana, bo pani już długo się zgłasza, a ja pominąłem? Wrócimy do pań i później do pana w następnym okrażeniu. Dobrze? Bardzo proszę, oddaję pani głos. Przepraszam najmocniej za zamieszanie.

Członek Stowarzyszenia Miasto Jest Nasze Ewa Illg-Latko:

Nazywam się Ewa Latko. Jestem ze Stowarzyszenia Miasto Jest Nasze, ale jestem też lekarzem pediatrą i chciałabym, zainspirowana tym co pani poseł Joanna Mucha mówiła, powiedzieć coś takiego, że są takie produkty na rynku, które mają tak zwaną charakterystykę produktu i to są leki. Leków nie wolno reklamować pacjentom. Leki mają to do siebie, że mają wskazania pewne, mają dawkowanie i mają działania uboczne. Z tego powodu nie wolno ich reklamować i ich używanie jest ściśle regulowane. Nieznane jest mi żadne korzystne zastosowanie alkoholu. Nie wiem o tym, żeby on był w zaleceniach zarówno leczniczych, jak i w zaleceniach żywieniowych. W związku z powyższym wydaje mi się, że można by w ten sposób do tego podejść, czyli po prostu całkowicie zakazać reklamy tej toksycznej substancji. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za ten głos. Teraz pani oddaję głos. Bardzo proszę.

Prezes zarządu Związku Pracodawców Polska Rada Winiarstwa Magdalena Zielińska:

Magdalena Zielińska, Związek Pracodawców Polska Rada Winiarstwa. Ja również reprezentuję tę branżę, która ma takie same restrykcje w zakresie reklamy i promocji, jak branża spirytusowa i również postulujemy równe traktowanie wszystkich napojów alkoholowych. Jednak teraz chciałabym nawiązać do tematu, w zakresie którego się spotkaliśmy i odpowiedzieć na prośbę pana przewodniczącego. Chciałabym mówić o zezwoleniach i opłatach za nie, ułatwieniach i kwestiach administracyjnych.

Chciałabym złożyć wniosek o utworzenie bazy podmiotów prowadzących sprzedaż detaliczną napojów alkoholowych. Dzisiaj ustawa zobowiązuje podmioty posiadające zezwolenia na sprzedaż hurtową do kontroli opłat za koncesję wszystkich swoich kontrahentów. Istnieje publiczna baza, w której można sprawdzić podmioty prowadzące sprzedaż hurtową, a kwestie sprawdzenia podmiotów prowadzących sprzedaż detaliczną rozwiązano w ten sposób, że odbywa się to poprzez pozyskanie od tych podmiotów potwierdzeń wniesienia opłat i te podmioty są na mocy ustawy zobowiązane do przekazywania takich potwierdzeń w określonych terminach wszystkim hurtownikom, od których kupują alkohol.

Proszę to sobie wyobrazić – wiedzą państwo, jaką mamy liczbę podmiotów hurtowych, ile detalicznych mających pozwolenie na sprzedaż detaliczną i one wszystkie muszą się pomiędzy sobą wymienić kwitami. Jest to rozwiązanie nieefektywne. Ono angażuje czas i zasoby przedsiębiorców. Rozwiązaniem, które by ułatwiło funkcjonowanie, byłoby stworzenie takiej bazy. Ja tak na roboczo nazwę to na wzór takiej białej listy VAT. Ta baza musiałaby integrować dane pochodzące z gmin i podmioty prowadzące sprzedaż hurtową, posiadające zezwolenie na sprzedaż hurtową, mogłyby sprawdzić w niej swoich kontrahentów, którzy mają pozwolenia na sprzedaż detaliczną. To by odciążyło przedsiębiorców, a także odciążyło administrację, bo umożliwiłoby przeprowadzanie bardziej sprawnego nadzoru.

Druga kwestia, to zezwolenia jednorazowe na sprzedaż. Zgodnie z ustawą, one mogą być dzisiaj wydawane maksymalnie na dwa dni i w efekcie, jeśli wydarzenie trwa dłużej, na przykład trzy dni, trzeba złożyć dwa wnioski i dwa komplety dokumentów. W przypadku takich wydarzeń jak festiwale winiarskie, które trwają dziewięć dni, to jest pięć wniosków i pięć kompletów dokumentów. Wydaje się, że jest to niepotrzebna papierologia, bo ten maksymalny termin mógłby być określony na większą liczbę dni, na przykład na dziesięć. Przecież i tak ta decyzja jest wydawana później przez organ i wynika z decyzji, którą ten organ podejmuje. Tak więc z mojej strony takie dwa wnioski trzymające się dzisiejszego tematu.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Pani poseł przewodnicząca teraz. Bardzo proszę.

Poseł Joanna Wicha (Lewica):

To bardzo ciekawe, co pani mówi. To ja bym bardzo prosiła o przesłanie takiej informacji, tych propozycji na adres sekretariatu Komisji. Dobrze? Dziękuję bardzo.

Prezes zarządu ZP PRW Magdalena Zielińska:

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo pani przewodnicząca. Zostajemy w tym rzędzie. Ja do pana na pewno wrócę. Pana teraz poproszę.

Ekspert ds. legislacji w Departamencie Analiz i Legislacji Pracodawców RP Filip Mazurkiewicz:

Bardzo dziękuję za udzielenie głosu. Filip Mazurkiewicz, Pracodawcy RP, w kwestii propozycji w zakresie pewnych uproszczeń i ułatwień administracyjnych. Chcielibyśmy zaproponować trzy drobne zmiany o charakterze precyzującym. Przede wszystkim chcielibyśmy zaproponować wprowadzenie możliwości regulacji, które zmierzałyby do standaryzacji wzoru oświadczeń o obrotach ze sprzedaży alkoholu, które mamy opisane w art. 11.

Po drugie, chcielibyśmy także zaproponować możliwość standaryzacji wzorów wniosku o wydanie zezwolenia na sprzedaż alkoholu, która jest opisana w art. 9 ust. 3b ustawy. Ostatnia propozycja dotyczyłaby możliwości składania korekt oświadczeń o obrotach ze sprzedaży alkoholu w przypadkach błędu określonego w tym oświadczeniu. W związku z tym chcielibyśmy zaproponować dwa potencjalne rozwiązania – albo wprowadzenie możliwości takiej korekty do 31 stycznia danego roku, albo możliwość złożenia tej korekty w terminie 14 dni od daty złożenia pierwotnego oświadczenia w tym zakresie. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za tę propozycję. Wracamy do tego rzędu. To raz i dwa od razu. A może nie. Sekundkę. Może tak – pan i pani, żeby było tak na zmianę i do pana wrócimy. Dobrze?

Przedstawiciel Katedry Medycyny Rodzinnej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego Łukasz Durajski:

Dzień dobry. Łukasz Durajski, Katedra Medycyny Rodzinnej. Drodzy państwo, oczywiście jako lekarz, który pracuje na co dzień w publicznym systemie zdrowotnym, w SOR pediatrycznym i nocnej pomocy lekarskiej, aż dziwię się, że w ogóle rozważamy w jakikolwiek sposób tę tragedię, która się dzieje na co dzień. Te przytaczane przykłady, niestety, spotykam w swojej pracy, borykając się z kłopotami właśnie moich pacjentów nastolatków, którzy po prostu przychodzą pijani po wielkich tragediach, czy też tragediach dotyczących konsekwencji związanych z piciem alkoholu i prowadzeniem samochodu, czyli dzieci, które po prostu cierpią w wypadkach.

Natomiast wracając do tego, co jest dzisiejszym tematem, czyli kwestii tych kosztów finansowych, my w ogóle nie zwracamy na to uwagi przy tym, jakby nie było, dramacie Narodowego Funduszu Zdrowia, który w tym momencie mamy, bo przecież rzeczywiście mamy bardzo duży deficyt finansowy. Drodzy państwo, przytoczę łączną wartość kosztów społeczno-ekonomicznych wynikających ze spożycia alkoholu w Polsce, bo sięga ona poziomu 93 mld zł rocznie. Natomiast przyjmując podobne założenia, w 2025 r. będzie to 186 mld.

Dla porównania, bo tutaj przytaczane były przecież te zyski dla budżetu państwa, wpływy z podatku akcyzowego wyrobów alkoholowych w 2024 to zaledwie 14 mld. Drodzy państwo, my dopłacamy gigantyczne pieniądze, aby utrzymać te koszty, które rzeczywiście generuje spożycie alkoholu. Nie jest to więc żaden argument ani społeczny, ani etyczny, ani moralny. To jest pierwsza uwaga. Z drugiej strony, koszty systemowe konsekwencji wynikających z uzależnienia.

Mam przyjemność z panem przewodniczącym uczestniczyć w pracach podkomisji dotyczącej uzależnień hazardowych. Dzieci po prostu są tym faszerowane od samego początku i to budowanie świadomości produktami niealkoholowymi – piwem i tego typu podobnymi alkotubkami jest po prostu nieprawdopodobne i niesamowicie szkodliwe. Dlatego apeluję w imieniu lekarzy i pacjentów o szybkie procedowanie tej ustawy i szybkie jej wejście w życie. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za ten głos. Oddaję pani głos, bardzo proszę.

Specjalistka w zakresie prawa karnego i medycznego PTMM Aleksandra Powierża:

Aleksandra Powierża. Radca prawny, Polskie Towarzystwo Mediów Medycznych. Ja chciałabym dzisiaj powiedzieć na koniec o tym, że zdecydowanie mówi się o rzeczywistych kosztach społecznych alkoholu, ale pani posłanka Zawisza i pani posłanka Mucha i teraz doktor Durajski podnieśli tutaj ten temat, więc ja będę go może kontynuowała.

Na przykład, dzisiaj nawet usłyszeliśmy, że branża płaci podatki. No trudno, żeby nie płaciła. No co to za argument jakiś.

Bardzo często słyszymy o wpływach do budżetu, o rynku, o przedsiębiorcach, o pracodawcach, o pracownikach, natomiast znacznie rzadziej się mówi o tym, kto później ponosi ten realny koszt społeczny i zdrowotny dostępności alkoholu, a ponosimy go wszyscy, drodzy państwo – system ochrony zdrowia, lekarze, którzy każdego dnia leczą skutki nadużywania alkoholu. Ponosi go państwo poprzez koszty hospitalizacji, leczenia psychiatrycznego, zwolnień lekarskich, rent, świadczeń społecznych. Ponosi go policja, sądy, pomoc społeczna. No ale przede wszystkim ponoszą go rodziny i to jest ten koszt, który jest całkowicie niewidoczny w debacie publicznej i pewnie nawet jeśli mamy na to badania, to one nie będą państwa przekonywały, bo nikt nie będzie mówił, że za każdą taką sytuacją stoi dziecko z domu z problemem alkoholowym, czy stoi kobieta doświadczająca przemocy itd, itd. Zaraz pewnie usłyszemy, że to są jakieś osobiste historie – tak dzisiaj padło.

Dzisiaj też padło takie twierdzenie, że odmawiamy prawa do komunikacji o legalnym produkcie. Drodzy państwo, trzeba jednak bardzo wyraźnie powiedzieć, że alkohol nie jest zwykłym produktem rynkowym, bo jest to substancja psychoaktywna, uzależniająca. Dlatego właśnie państwo ma nie tylko prawo, ale obowiązek wprowadzić regulacje, które ograniczą te szkody, o których właśnie mówimy. Te szkody społeczne wynikające właśnie z nadmiernej dostępności.

Dzisiaj mamy do czynienia z pewną systemową sprzecznością, bo z jednej strony państwo finansuje leczenie skutków nadużywania alkoholu, prowadzi różne programy profilaktyczne, walczy z przemocą domową, z uzależnieniami, ale z drugiej strony nadal utrzymujemy bardzo wysoką dostępność alkoholu i jego społeczną normalizację. To, drodzy państwo, jest niespójne, więc dzisiaj nie powinno padać pytanie, czy regulować, tylko jak bardzo uregulować i jak bardzo ograniczyć, tak naprawdę. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. W tamtym rzędzie nikt się zgłasza. Zaczniemy od pana, bo go skrzywdziłem. Przepraszam bardzo i bardzo proszę.

Ekspert Fundacji GrowSPACE Jan Pieniążek:

Dziękuję bardzo. Jan Pieniążek, ekspert do spraw prawnych Fundacji GrowSPACE. Szanowni państwo, pierwszy raz alkoholu spróbowałem, mając 13 lat. Pierwsze problemy alkoholowe moich kolegów widziałem już w liceum, nie mając jeszcze 18 lat. O pierwszym samobójstwie mojego kolegi w stanie upojenia alkoholowego dowiedziałem się, kiedy miałem 19 lat.

Przedstawiciele koncernów alkoholowych kłamią. Kłamią, gdy mówią, że reklamy służą wyłącznie walce konkurencyjnej między przedsiębiorstwami. Kłamią, gdy mówią, że nie zależy im na zachęcaniu do sprzedaży. Kłamią, gdy budują wizerunek piwa jako symbolu szczęśliwej rodziny, dobrej zabawy czy letniego wieczoru z przyjaciółmi.

Reklamy mają na celu zachęcić do sprzedaży, budować pozytywny wizerunek piwa. Żyjemy w świecie przebudzowanym reklamą alkoholu i jest to konkretna strategia marketingowa.

W tej chwili tysiące ludzi przejeżdżają przez centrum Warszawy, obok ogromnego baneru jednej z marek piwa przy Powiślu. Widać go z daleka. Widzą go dorośli i widzą go dzieci. Jedyne sensowne i realne rozwiązanie to takie, które będzie przewidywać pełen zakaz publicznej reklamy alkoholu.

Zezwolenie na reklamę piwa 0% producentom, którzy równolegle sprzedają alkohol procentowy oczywiście nie zmieni nic, poza przesunięciem budżetów marketingowych. My od roku, prowadząc kampanię „Zero Procent Prawdy”, mówimy bardzo jasno. Po pierwsze, nauka jest za i wszystkie badania, uzasadnienia i argumenty medyczne czy psychospołeczne mówią jasno, że zakaz reklamy alkoholu wydaje się jedynym rozsądnym działaniem. Razem z nami mówi to ponad 100 ekspertów i ekspertek, takich jak konsultanci krajowi czy profesorowie. Również ekonomia jest za, o czym dzisiaj było dużo. Społeczeństwo jest za, i to chyba powinno być najważniejsze. Według naszych badań, aż 81,5% Polek i Polaków popiera wprowadzenie pełnego zakazu reklam i promocji alkoholu. Na szczęście również wydaje się, że państwo są za – aż 100 posłów i posłanek pozytywnie się wypowiada na temat wprowadzenia tych rozwiązań. Tak więc wszystkie argumenty merytoryczne i społeczne przemawiają za wprowadzeniem tych rozwiązań.

Smuci fakt, że od roku, a niektórzy stąd od kilkunastu lat, próbujemy dobijać się do drzwi o zmianę, która nie ma ani jednego argumentu przeciw, że trzeba uzasadniać ochronę dzieci przed

reklamą, przed uzależnieniem i przedwczesną inicjacją alkoholową. Ten parlament reprezentuje 38 mln Polaków – rodziców, dziadków, młodych ludzi, którzy oddają na państwa swój głos, nie kilka koncernów alkoholowych, które zarabiają na społecznej krzywdzie. Każdy kolejny miesiąc bezczynności to kolejne dramaty, kolejne rodziny, kolejni 13-latkowie, którzy sięgają po butelkę, bo głos mają interesy koncernów alkoholowych. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję. Zostajemy w tym rządzie. Oddaję pani głos, bardzo proszę.

Przedstawicielka Fundacji Laboratorium Prawa i Gospodarki Dorota Pudzianowska:

Szanowni państwo, panie przewodniczący, nazywam się Dorota Pudzianowska. Jestem adwokatką, profesorem prawa na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Występuję dzisiaj w imieniu Fundacji Laboratorium Prawa i Gospodarki i zastępuję profesora Koźmińskiego. Chciałabym odnieść się do wypowiedzi dotyczącej opinii, które zostały przedstawione przez Komisję Europejską, żeby nie było takiego wrażenia, że Komisja jest przeciwna wprowadzeniu ograniczeń dotyczących marketingu, zwiększania widoczności alkoholu.

Chciałabym powiedzieć, że Komisja w opiniach z 20 kwietnia powiedziała tyle – macie rację odnośnie do celu, dopracujcie środki. To nie jest argument przeciwko projektom. To jest, w mojej ocenie, instrukcja ich ulepszenia i tak na to trzeba spojrzeć.

Opinie nie kwestionują ani celu regulacji, ani jej zgodności z prawem unijnym odnośnie do zasady. Zresztą służby Komisji wprost przyznają w jednej z opinii, że Komisja uznaje znaczenie łagodzenia szkodliwych skutków spożywania alkoholu poprzez zmniejszenie widoczności atrakcyjności alkoholu. Tam też stwierdza – służby Komisji dostrzegają również negatywne skutki związane ze zjawiskami rozszerzania marki lub marketingu krzyżowego. Komisja popiera zatem deklarowany cel tej regulacji, natomiast zwraca uwagę na konieczność dobrego uzasadnienia proporcjonalności wprowadzanych środków. Tak więc rzeczywiście, w mojej ocenie, będzie potrzebna praca, żeby te argumenty, które tutaj też się pojawiają na sali ze strony społecznej, uwzględnić po prostu w rozszerzonym uzasadnieniu.

Czy ta regulacja jest proporcjonalna? W mojej ocenie, jest proporcjonalna. Bardzo mnie przekonuje ten argument dotyczący kosztów społeczno-ekonomicznych. Te 186 mld versus nieco ponad 14 mld wpływów do budżetu to jest porażające, bym powiedziała. To klasyczny mechanizm prywatyzacji zysku i uspołecznienia kosztów. To jest po prostu coś z czym trudno dyskutować. To powinno wybrzmieć w uzasadnieniach.

Tak więc te projekty w świetle opinii Komisji wymagają dopracowania legislacyjnego. Definicja napoju bezalkoholowego wymaga doprecyzowania. W projekcie nr 2010 konieczne jest uporządkowanie uzasadnienia. Kwestia reklamy internetowej wymaga technicznego rozwiązania. Profesor Koźmiński prosił, żeby powiedzieć, że eksperci fundacji mogą pomóc w takim opracowaniu tych przepisów, żeby one nie budziły wątpliwości z punktu widzenia prawa unijnego. Bardzo dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję pani profesor za ten głos. Przechodzimy teraz do tego urzędu. Pan z tyłu, bardzo proszę. Oddaję panu głos.

Prezes zarządu Stowarzyszenia Polska Grupa Paliwowa Robert Petruczuk:

Robert Petruczuk, Stowarzyszenie Polska Grupa Paliwowa. Ja jeszcze chciałbym dwa słowa o tych stacjach paliw, bo tutaj padło w procentach, jak wielu kierowców kupowało alkohol na stacjach paliw, natomiast nadal jest to tylko 2% wolumenu sprzedaży alkoholu w ogóle. Dla odmiany jest to 11% marży stacji paliw, więc z tego wynika, że ten alkohol na stacjach jest rzeczywiście zdecydowanie droższy. Zablokowanie sprzedaży na stacjach paliw spowoduje to, że ten wolumen przeniesie się w tańsze miejsca.

Mamy 5,5 tys. stacji paliw, które sprzedają alkohol, a 120 tys. sklepów, które sprzedają alkohol a nie sprzedają paliwa. Mówi się, że stacje paliw żyją ze sprzedaży paliwa. To jest demagogia, dlatego że teraz mamy CPN. Rząd sam ustalił 30 gr marży na litrze paliwa. Przyjmuje, że jedno tankowanie samochodu to jest 50l, czyli 15 zł z jednego tankowania. Sam rachunek za prąd średniej stacji to jest 50 tys. zł miesięcznie. Proszę więc porównać koszty, które są pokrywane przez paliwo i ile trzeba dorobić na innych produktach. Padło tutaj, że branża jest warta 52 mld zł. Tylko pamiętajmy, że większość z 52 mld zł to są wszelkie opłaty i daniny, które pobiera państwo, a nie „stacyjnicy”.

Ostatnia rzecz. Tutaj wiele padło o podatkach, o akcyzie, które są z alkoholu. Stacje paliw są największym poborcą podatków w tym kraju. To padło dzisiaj i to powiedział jeden z parlamentarzystów w innym miejscu. Stacje paliw pobierają podatki nie tylko z alkoholi, nie tylko podatek dochodowy od generalnej działalności, ale wszystkie daniny w postaci VAT-u i akcyzy od paliw, z czego państwo żyje w dużej części.

Jeszcze ostatnia uwaga. Tutaj mówią państwo o zakazach – o zakazie reklamy, o zakazie sprzedaży, o zakazie wszystkiego. Nikt nie powiedział o tym, co państwo powinno zrobić, żeby promować niepicie alkoholu wśród młodzieży, wśród dorosłych, wśród wszystkich, tylko wszystkie argumenty idą w kierunku zakazów. Prohibicja już w paru miejscach była postulowana, a nawet wprowadzana i nie przyniosło to chyba zamierzonych efektów. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Bardzo proszę. Oddaję panu głos.

Specjalista psychiatra Andrzej Silczuk:

Wysoka Podkomisjo, panie przewodniczący, nazywam się Andrzej Silczuk. Jestem psychiatrą, lekarzem, naukowcem, klinicystą. Blisko ćwierć wieku zajmuję mi doskonalenie wiedzy klinicznej i praca naukowa w większości poświęcona pracy z osobami uzależnionymi, w tym z osobami z zaburzeniami używania alkoholu. Tak słucham wypowiedzi w dosyć spolaryzowanej dyskusji, z której połową się zgadzam, z drugą połową się nie zgadzam, co jest naturalne, biorąc pod uwagę moje doświadczenia zawodowe, natomiast chciałbym wnieść pewien wątek, który być może jest spójny z tematem dzisiejszego spotkania.

W świecie nauki jesteśmy świadomi dwóch rzeczy. Po pierwsze, zwiększona ekspozycja na substancje psychoaktywne zawsze przekłada się na zwiększenie liczby użytkowników. Dotyczy to nie tylko substancji psychoaktywnych, ale także miejsc uprawiania hazardu, dostępności do wszystkich uzależniających zespołów zachowań i środków. Dokładnie tak samo jest z alkoholem. Im więcej jest koncesjonowanych punktów sprzedaży na liczbę mieszkańców, tym większe jest pogłowie osób z zaburzeniami używania alkoholu i konsekwencjami, tymi dalszymi, późnymi, czyli rozwiniętym, współcześnie nazwanym poważnym czy głęboko nasilonym zaburzeniem, a wcześniej uzależnieniem z majaceniami alkoholowymi, z psychozami alkoholowymi i innymi konsekwencjami, o rodzinach tych osób nie mówiąc.

Z drugiej strony wiemy o tym – opieramy swoją wiedzę na badaniach, w których badano wpływ zwiększenia kosztów detalicznych kupna środków, które zawierały substancje uzależniające – że na przykład w przemyśle tytoniowym zwiększenie podatku akcyzowego o 10% przekładało się realnie na zmniejszenie populacji o 4% użytkowników tytoniu i produktów nikotynowych. To są proszę państwa rzeczy, po które zawsze warto sięgnąć. To są w skali współczesnych kryteriów, takich jak zaburzenia używania substancji, setki tysięcy osób, o które jesteśmy w stanie dzisiaj się upomnieć. Tutaj zakazami – ale pan już wyszedł, więc nie usłyszysz, co te zakazy mogą dobrego zrobić – i tymi działaniami możemy zrobić bardzo dużo dla społeczeństwa.

I ostatnia rzecz, o której chciałbym powiedzieć. Czy będziemy patrzyli na to z perspektywy przemysłu winiarskiego, piwowarskiego czy spirytusowego, mówimy o etanolu. To jest jedna substancja, która jest pod różnymi płaszczykami. Natomiast z perspektywy użytkownika to, czy on wejdzie w intoksykację alkoholową jednym lub drugim lub trzecim środkiem, większego znaczenia nie będzie miało. Alkohol jest promotorem używania substancji, o czym mówił pan profesor, czyli tak zwanym produktem włączającym osoby, które nie używały żadnych innych substancji, do używania alkoholu i innych substancji, w tym narkotyków, o których była mowa na samym początku, trochę zmieniając temat. Alkohol jest substancją, której dzisiaj bronienie jest realnym obciążeniem, jest kompromitacją dla rozumu, inteligencji, wiedzy współczesnej, a także dbania o obywateli. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Panu obiecałem i tam też obiecałem którejś pani. To zaczniemy od pana, bo najdłużej czeka. Proszę bardzo.

Prezes Stowarzyszenia Naukowego „Natura i Zdrowie” Adrian Kłos:

Dzień dobry. Nazywam się Adrian Kłos. Reprezentuję koalicję kilkudziesięciu organizacji o charakterze protrzeźwościowym. Prowadzę też 60-tysięczną grupę anonimowych alkoholików na Facebooku. Jestem, szanowni państwo, uczestnikiem praktycznie wszystkich posiedzeń tej podkomisji.

Bardzo się cieszę, że w tej dyskusji i postawie szanownej podkomisji czuć potrzebę głębokich systemowych zmian, których tak naprawdę oczekuje od państwa społeczeństwo.

Wydawałoby się, że w czasie procedowania tych zmian branża piwowarska, którą tak naprawdę najbardziej dotkną te zmiany, powinna zachować chociażby minimalną strategiczną powściągliwość. Co jednak robią koncerny piwowarskie w trakcie procedowania tej ustawy? Wprowadzają reklamę z pijanym Mikołajem w czasie wigilii, która jest emitowana w telewizji, w radiu, dotarła do 15 mln Polaków, była też emitowana w programie dla dzieci 4Fun Kids.

Żywiec wprowadza piwo o smaku oranżady. Przy każdym długim weekendzie, ale to już wiemy, Polacy są tradycyjnie zachęcani do zakupów na zasadzie – kupisz 12, dostaniesz 12 gratis.

Szanowni państwo, w maju tego roku w centrum Warszawy Lech postawił tak zwany chwilomat. Działa to na zasadzie fotoradaru – gdy ktoś przechodzi szybko, czyli w takim stylu sportowym, to dostaje informację, że dostaje kupon na darmowe piwo. Takie zachęcenie. Takie chwilomaty, tego typu urządzenia, już były stawiane przez Lecha w innych miejscach Warszawy.

Biedronka w obecnej gazetce wydawałoby się, że wykazuje się pewną odpowiedzialnością społeczną, bo w ramach promocji na tanie piwo, szanowni państwo, wprowadza limity zakupowe do 48 piw na głowę, na sztukę dziennie. To jest ta odpowiedzialność społeczna dużego sklepu.

Szanowni państwo, to nie jest brak wyczucia, to jest komunikat. Branża piwna czuje się na tyle pewnie, że nie widzi już nawet potrzeby pozorowania odpowiedzialności. Trudno się dziwić, bo ten proces legislacyjny jednak się trochę ciągnie. Ciągnie się tak naprawdę miesiącami. Te notyfikacje, nowe wersje projektu, argumenty o prawie unijnym, to wszystko po to, żeby po prostu przeciągnąć ten proces tak naprawdę do następnych wyborów. Później to wszystko już będzie nieaktualne. A tak naprawdę w 2027 r., z całym szacunkiem do państwa, politycy już będą myśleli o kampanii wyborczej. Mamy więc tylko ten rok na wprowadzenie tych zmian.

Dzisiaj, jak wiemy, Komisja Europejska popiera kierunek tych przyjętych zmian. Wystarczy dopracować zapisy i to jest ostatnia prosta, by wprowadzić regulacje porządkujące tę reklamę.

Piwo tak naprawdę zawiera tę samą substancję psychoaktywną co wódka, wino, whisky – etanol. Z perspektywy zdrowia publicznego i z perspektywy dziecka oglądającego reklamę nie ma żadnej różnicy. Dlatego w imieniu koalicji kilkudziesięciu organizacji protrzeźwościowych proszę państwa, proszę szanowną podkomisję o sporządzenie jakiegoś harmonogramu i terminu, bo ustawa, tak jak powiedziałem, powinna być wprowadzona, przynajmniej do głosowania, w trzecim kwartale tego roku, bo każdy miesiąc bez tych zmian to są kolejne pieniądze, oczywiście do koncernów alkoholowych, ale też kolejne dzieci, które oswajają się z reklamą piwa. Wiemy, że już nie będziemy – już kończę – organizować kolejnych posiedzeń podkomisji. To już jest czas na głosowanie i na opowiedzenie się po słusznej stronie, czego oczekuje od państwa społeczeństwo. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Oddam za chwilę pani głos, chciałbym tylko wyjaśnić jedną rzecz bardzo jasno i czytelnie. Nikt tu niczego nie opóźnia. To chciałbym zauważyć. Przypominają sobie państwo, że jako parlamentarzyści wszystkich opcji politycznych razem z państwem zaproponowaliśmy pewną regułę gry, tak to nazwijmy – może gry to złe słowo, cofam – regułę pracy nad tymi ustawami i nikt z parlamentarzystów ani z państwa nie zgłosił sprzeciwu. Czyli podzieliliśmy dyskusję na bloki tematyczne. Niewiele z tego wyszło, bo cały czas się kręcimy wokół jednego tematu i spór się toczy w podobnym... Ale OK, absolutnie mamy do tego prawo.

To jest nasze ostatnie spotkanie. Faktycznie – to jedyny poślizg jaki był – nie było posiedzenia podkomisji na posiedzeniu Sejmu dwa tygodnie temu, z racji wielu spotkań, pracy Komisji Zdrowia. Po prostu nie było gdzie zorganizować tego posiedzenia. Nie ma więc niebezpieczeństwa – chciałbym pana i wszystkich państwa uspokoić – że ktoś będzie to przeciągał. Za chwilę dowiecie się, który projekt jest wiodący. Ten projekt będzie projektem wiodącym. Jedyne co przesunęliśmy – jeszcze raz przypomnę – to poprawki do 22 maja tego roku i po 22 maja tego roku, na następnym posiedzeniu Sejmu zwołamy podkomisję i zaczniemy pracę nad konkretnymi artykułami, tak jak powiedziałem. Tak więc tutaj nie ma żadnego...

Prezes Stowarzyszenia Naukowego „Natura i Zdrowie” Adrian Kłos:

Bardzo dziękuję.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Szanowni państwo, za chwilę oddam głos pani, która tam się zgłosiła. Oddaję głos pani w okularach. Jeszcze jest pan w okularach – to dwa – pan, i na tym niestety musimy... Dobrze i pan, ostatni głos. Więcej nie, bo niestety musimy salę zdać. Bardzo proszę.

Ekspertka zdrowia publicznego Instytutu Człowieka Świadomego Anna Dela:

Dziękuję bardzo. Anna Dela, ekspertka zdrowia publicznego, Instytutu Człowieka Świadomego. Proszę państwa, ja mam wrażenie, że dyskutujemy nad tym, czy ograniczać patologię czy nie ograniczać patologii. Nie czarujemy się, że człowiek, który kupuje alkohol w środku nocy... To nie jest normalne zachowanie. To nie jest zachowanie standardowe.

Nie czarujemy się proszę państwa, że reklama produktu z substancji, która jest toksyczna, jest normalna. Nie czarujemy się, że jeżeli człowiek idzie do sklepu i dostanie drugą część produktów za darmo lub 2+1 za darmo to też się skusi, jak silnej woli by nie miał.

Proszę państwa, kolejną patologią, która jest w naszym społeczeństwie... Jeżeli państwo posłowie mają czas na zgłaszanie tych poprawek, to jest ogromny apel. Pamiętajcie państwo o tych małych formatach, które nie są w ogóle w tym projekcie ujęte, a które naprawdę odpowiadają za ogrom uzależnień. Za to, że matki piją w parku spacerując z wózkami, za to, że pracownicy piją idąc do pracy, za to, że pracownicy idą do domu i że kobiety cierpią – co tu panie też mówiły – są bite, jest dużo jakiejś agresji. To właśnie każdego rodzaju alkohol. To co tu podkreślamy – alkohol to alkohol.

Musimy spojrzeć na ten problem, że są produkty, które są obarczone większym ryzykiem. Ja nie mówię o całkowitym ograniczeniu, być może tak jak w innych ustawach, zakaz smaków, ograniczenie gamy smaków, żeby nie przyciągać uwagi. Bardzo bym prosiła o to, żeby jeśli państwo jeszcze procedują poprawki i mamy czas na to, spojrzeć na to szerzej, bo to naprawdę jest ogromny problem. Jeżeli my dyskutujemy nad tym, czy ograniczać patologię czy nie, to jest z nami źle. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Jeszcze nie procedujemy nad poprawkami, chciałbym uspokoić, więc...

Ekspertka zdrowia publicznego ICS Anna Dela:

Ja tylko tak awansem.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Wiem. Mamy czas. Oddaję pani głos. Bardzo proszę.

Specjalistka w Zespole Zdrowia Biura Rzeczniczka Praw Dziecka Emilia Zielińska:

Szanowni państwo, szanowny panie przewodniczący, nazywam się Emilia Zielińska. Zespół Zdrowia rzeczniczki praw dziecka. Chciałabym dzisiaj przedstawić właśnie zdanie rzeczniczki praw dziecka, w której ocenie obowiązujące regulacje dotyczące reklamy oraz dostępności alkoholu wymagają dalszego wzmocnienia z perspektywy ochrony praw dziecka. Szczególne zastrzeżenia budzi społeczna normalizacja spożywania alkoholu poprzez obecność reklam piwa w przestrzeni publicznej, w tym telewizji, a także łatwa dostępność napojów alkoholowych, na przykład właśnie na stacjach paliw.

Rzeczniczka praw dziecka wielokrotnie podkreślała, że przekazy reklamowe dotyczące alkoholu oddziałują również na osoby małoletnie utrwalając pozytywne skojarzenia z jego spożywaniem oraz obniżając społeczną percepcję ryzyka związanego z używaniem alkoholu. Szczególnie niepokojące pozostaje wykorzystywanie w reklamach motywów rodzinnych, świątecznych czy związanych z wypoczynkiem, które mogą prowadzić do utożsamiania alkoholu z bezpieczeństwem, relacjami społecznymi oraz właśnie tym codziennym stylem życia.

W ocenie rzeczniczki praw dziecka ochrona dobra dziecka wymaga prowadzenia odpowiedzialnej polityki publicznej, ograniczającej ekspozycję dzieci i młodzieży na treści promujące alkohol. Dotyczy to zarówno przekazów reklamowych emitowanych w mediach, jak również miejsc sprzedaży alkoholu powszechnie dostępnych i związanych z codziennym funkcjonowaniem rodzin, takich jak właśnie tutaj wspomniane cały czas stacje benzynowe. Stała obecność alkoholu w przestrzeni publicznej prowadzi bowiem do jego normalizacji oraz osłabia skuteczność działań profilaktycznych, które prowadzimy, kierowanych do dzieci i młodzieży.

Rzeczniczka praw dziecka traktuje reklamy piwa w telewizji jako zjawisko problematyczne z perspektywy ochrony dziecka. W styczniu 2026 r. Biuro Rzecznika Praw Dziecka skierowało wystąpienie do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie reklamy piwa z motywami św. Mikołaja

i choinki wskazując, że taka kampania jest szkodliwa, bo odwołuje się do przestrzeni rodzinnej i świątecznej, a więc szczególnie silnie oddziałuje także na dzieci.

Rzeczniczka praw dziecka podkreśla także, że marketing wpływa na inicjację alkoholową młodzieży i że potrzebna jest spójna strategia państwa ograniczająca promocję alkoholu. Rzeczniczka praw dziecka stoi na stanowisku, że wszelkie działania legislacyjne i społeczne dotyczące rynku alkoholowego powinny być oceniane przede wszystkim przez pryzmat nadrzędnej zasady dobra dziecka, wyrażonej w Konstytucji RP oraz Konwencji o prawach dziecka. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję za ten głos. Najpierw tu pan. Bardzo proszę, oddaję panu głos.

Analitik Związku Przedsiębiorców i Pracodawców Michał Błaszczak:

Dziękuję bardzo. Michał Błaszczak, Związek Przedsiębiorców i Pracodawców. Ja chciałbym odnieść się do ankiety, na którą powoływał się pan przewodniczący komisji do spraw przeciwdziałania skutkom alkoholizmu. Ona została przeprowadzona na grupie 418 osób, które leczyły się z alkoholizmu, a więc jest to ankieta przeprowadzona na małej grupie, niemiarodajnej i w dodatku dotkniętej tym problemem. Rzeczywiście 48% z tych ankietowanych wskazało, że zakupiło alkohol na stacji paliw kierując, jednak 62% z tych kierowców, a więc uzależnionych kierowców leczących się z alkoholizmu, wskazało, że jeżeli nie mogłoby kupić alkoholu na stacji paliw, to wybrałoby alternatywę, którą – jak wskazaliśmy na poprzednich posiedzeniach – ma bardzo blisko, bo średnio w promieniu 600 m.

Ponadto na stacjach paliw jest najbardziej rygorystycznie przestrzegany zakaz sprzedaży alkoholu osobom nieletnim i nietrzeźwym, ponieważ w badaniu Forum Obywatelskiego Rozwoju jako miejsce sprzedaży alkoholu osobie nieletniej lub nietrzeźwej stacja paliw znajduje się dopiero na piątym miejscu, natomiast w 61% przypadków to w sklepach osiedlowych sprzedawano tym osobom alkohol, łamano zakaz sprzedaży osobom nieletnim lub nietrzeźwym.

Chciałbym też zauważyć, że wskazywany tutaj sondaż fundacji GrowSPACE został przeprowadzony już na miarodajnej grupie badawczej, jednak nie było w nim pytania o zakaz reklamy piwa bezalkoholowego i wina bezalkoholowego, które nie zawierają alkoholu. Jako ZPP uważamy więc, że postulowane zakazy nie przełożą się na realizację faktycznych założeń legislacyjnych obu ustaw, a jedynie dotkną drobnych producentów i przedsiębiorców, którym zostanie ograniczona swoboda działalności gospodarczej. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Proszę pan i pani, i to są ostatnie dwa głosy... Nim oddam głos, szanowni państwo, sprawdziłem – rozmawialiśmy tak swobodnie minimum 16 godzin. To chyba pierwszy raz w polskim parlamencie się zdarzyło, żeby przy ustawie dyskutować tyle czasu. Naprawdę będziemy mieli czas na dyskusję przy konkretnych poprawkach, więc też będziemy mogli się wypowiedzieć w tej sprawie. My naprawdę musimy za chwilę oddać salę – jest posiedzenia Sejmu – więc, tak jak powiedziałam, dwa ostatnie głosy i będę kończył posiedzenie podkomisji. Bardzo proszę, oddaję panu głos.

Radca prawny Polskiej Izby Paliw Płynnych Adam Toczyski:

Bardzo dziękuję. Adam Toczyski, Polska Izba Paliw Płynnych. Szanowni państwo, słyszeliśmy tutaj z ust przedmówców, że wolumenowo, ilościowo, wartościowo to jest 4%, 2% od globalnej sprzedaży. Na 120 tys. punktów stacje paliw to jest mniej więcej 5 tys. koncesji. Nie oszukujemy się, wprowadzenie zakazu to jest przekierowanie tej sprzedaży do innych punktów. Te koncesje nie znikną, nie ograniczymy sprzedaży, to pójdzie gdzieś indziej.

Dzisiaj słyszeliśmy takie bardzo trafiające do serca przykłady, że ktoś wiezie matkę do szpitala i zajędzie na stację, kupi alkohol. Ktoś idzie po bułki i też na tej stacji kupi alkohol. No to pytanie, czy nie kupi w 20 czy 30 sklepach obok, gdzie ma 6 w cenie dwóch, czy za 12 dostanie drugie 12, tylko akurat pojedzie na stację, gdzie – jak przedmówca wspominał – jest monitoring, te stacje są rzeczywiście kontrolowane i jeżeli chodzi o bezpieczeństwo obrotu pod kątem nieletnich i nietrzeźwych jest zdecydowanie lepiej niż w dziesiątkach innych punktów.

Szanowni państwo, ograniczenie sprzedaży na stacjach to jest tak naprawdę dyskryminacja, wprowadzenie nierównouprawnienia tylko dla jednej, wybiórczej branży. Ja może trochę odwrócę – nie będę już punktował, dlatego nam się to nie podoba czy uważamy te przepisy, czy te propozycje za złe. Powiem inaczej. Branża poprze każde rozwiązanie, które obejmie wszystkich, które spowoduje realne skutki w postaci ograniczenia promocji czy zakazów promocji, wprowadzenia

ograniczeń w sprzedaży, żeby alkohol był mniej dostępny. Jeżeli wprowadzimy to w postaci sprzedaży bezwytynowej, czy w postaci nocnej prohibicji, nawet nie do godziny 6.00 rano tylko do 9.00, bo może to ograniczy problem małych, to branża każde takie rozwiązanie poprze. Może warto rozważyć ograniczenie liczby koncesji, a nie przekierowanie 5 tys. koncesji ze stacji paliw do innych punktów sprzedaży, bo w okolicy każdej stacji paliw jest co najmniej kilkanaście albo kilkadziesiąt punktów, także całodobowych, które alkohol sprzedają.

Proszę państwa, my jako branża poprzemy każde rozwiązanie, które rzeczywiście realnie będzie zmierzać do ograniczenia. My nie dyskutujemy z celami, z tym wszystkim, co tutaj słyszymy. To nie jest dyskusja o tym, czy alkohol jest dobry czy zły. Szukajmy rozwiązań nie punktowych, które uderzą wybiórczo tylko w jedną branżę, nie wiadomo, dlaczego akurat w tę a nie inną, bo równie dobrze możemy inną wybrać. Znajdźmy rozwiązanie, które ograniczą dostępność alkoholu, promocję alkoholu, ale globalnie, a nie punktowo, ograniczając to tylko do jednej stacji. To chyba tyle. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Bardzo dziękuję panu za ten głos. Oddaję pani głos. Bardzo proszę.

Dyrektor Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom Bogusława Bukowska:

Dziękuję bardzo. Bogusława Bukowska, dyrektor Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom. Tak jak pan przewodniczący podsumował, to było 16 godzin debaty, podczas której mogliśmy usłyszeć argumenty każdej ze stron zainteresowanych tym tematem. Ja uczestniczyłam w każdym posiedzeniu i muszę powiedzieć, że to było dla mnie niezwykle uczące doświadczenie, a momentami zdumiewające, ponieważ w trakcie tej dyskusji bezustannie padały argumenty, które świadczą o tym, że te przygotowane poselskie projekty mają głębokie uzasadnienie w badaniach naukowych. Praktycznie każda z zaproponowanych strategii, tych zasadniczych, kluczowych, jak zakaz reklamy, jak ograniczenia w dostępności fizycznej, jak zakaz reklamy także napojów alkoholowych. Jest bardzo liczna literatura naukowa, badawcza, która wskazuje, że to są działania skuteczne. Natomiast tutaj bezustannie były podejmowane próby dyskredytowania i wskazywania, że takich badań nie ma.

Proszę państwa, takie badania są. To jest bezdyskusyjne. Nie możemy zaklinać rzeczywistości i mówić, że takich badań nie ma. Osoby, które naprawdę są zainteresowane tymi badaniami, bardzo łatwo mogą do nich sięgnąć. Ja każdej zainteresowanej osobie przekazę podręcznik WHO, który właśnie uderza w argumenty branży alkoholowej, które nie są *evidence-based*, które nie są oparte na wynikach badań naukowych, na tym co mówią interesariusze zdrowia publicznego.

Równocześnie tutaj słyszałam podczas tej debaty, że branża alkoholowa próbuje się kreować na odpowiedzialnego partnera w tej dyskusji, czyli że dba o zdrowie młodych ludzi, dba o zdrowie obywateli. Proszę państwa, to nie jest prawda. Jest wiele badań naukowych i analiz, które wskazują, że wewnętrzne dokumenty branży alkoholowej postrzegają na przykład jako zagrażające wszelkiego rodzaju przepisy prawne, które chronią młodzież. Tego typu dokumenty postrzegane są jako zagrażające branży alkoholowej dlatego, że de facto – są na to dowody naukowe, mogą państwa też odesłać do konkretnych artykułów naukowych – bardzo często w tych strategiach marketingowych, które są opracowywane przez branżę alkoholową, bierze się już pod uwagę preferencje 15, 16-latków. Oczywiście nie dlatego, żeby w tym momencie kierować do nich alkohol, bo to jest niezgodne z przepisami prawa, ale po to, żeby już znać te preferencje na przyszłość. Wtedy, kiedy 15, 16-latkowie staną się osobami dorosłymi.

Jeśli chodzi o odpowiedzialność branży alkoholowej, proszę państwa, jeżeli ta branża byłaby odpowiedzialna... Przecież mamy do czynienia w tej chwili z taką sytuacją, że reklama napojów alkoholowych innych niż piwo jest zabroniona. Proszę natomiast zauważyć, co się dzieje w przestrzeni medialnej dla młodzieży. TikToki, Facebooki, generalnie przestrzeń internetowa – przecież ona jest pełna tak naprawdę reklam napojów alkoholowych, które w Polsce są zabronione, bo to już nie jest piwo. W związku z tym, o jakiej odpowiedzialności mówimy. Nie ma tej odpowiedzialności. Jest to kreowanie się na odpowiedzialny podmiot. Dlatego stoimy w tym momencie przed wyjątkową szansą, że mamy możliwość zmiany tej sytuacji, jaka jest w Polsce. Mamy możliwość ochrony życia i szczęścia wielu, wielu ludzi. Tak więc też apeluję i przyłączam się do tego, co mówili tutaj moi poprzednicy, żeby wykorzystać tę szansę, którą mamy. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Grzegorz Napieralski (KO):

Dziękuję bardzo. Szanowni państwo, zamykam dyskusję. Na tym wyczerpaliśmy porządek dzienny posiedzenia. Zapraszam szanownych państwa na spotkanie następne, gdzie będziemy rozstrzygali już konkretne artykuły.

Zamykam posiedzenie podkomisji.