



Minister
Zdrowia

ZPP.050.8.2024.DL

Warszawa, 19 lutego 2024

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na interpelację nr 1196 złożoną przez Pana Tadeusza Tomaszewskiego, Posła na Sejm Rzeczypospolitej Polskiej, w sprawie nowelizacji ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, uprzejmie proszę o przyjęcie poniższych informacji.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Ministerstwo Finansów, obecnie nie są prowadzone prace mających na celu zniesienie obowiązku oznaczania wyrobów winiarskich znakami akcyzy.

Wskazać należy, że znaki akcyzy pełnią kilka funkcji, m.in. fiskalną, legalizacyjną i ochronną.

Funkcja fiskalna polega na ochronie interesów Skarbu Państwa poprzez zapewnienie realnych i pewnych wpływów z podatku akcyzowego.

Funkcja legalizacyjna polega na tym, że naniesiony znak akcyzy na wyrób świadczy o jego legalnym pochodzeniu. Stosowanie znaków akcyzy ogranicza zatem zjawisko nielegalnego obrotu wyrobami akcyzowymi, ponieważ wyroby nieoznaczone znakami akcyzy nie mogą pochodzić z legalnej produkcji lub legalnego importu, czy nabycia wewnątrzspółnotowego.

Funkcja ochronna związana jest z ochroną legalnie działających producentów. Ten ostatni aspekt sprawy wydaje się być doceniany przez podmioty obowiązane do oznaczania wyrobów akcyzowych znakami akcyzy, co odzwierciedla fakt, że znaki akcyzy na niektóre

wyroby akcyzowe zostały wprowadzone na wniosek producentów, którzy borykali się z nieuczciwą konkurencją.

Ponadto należy dodać, że postulat zniesienia banderolowania wyrobów winiarskich był szeroko konsultowany zarówno z branżą winiarską jak i Krajową Administracją Skarbową (KAS). Z przeprowadzonej analizy wynika, że zarówno Związek Pracodawców Krajowa Rada Winiarstwa jak i KAS są przeciwni zniesieniu obowiązku oznaczania znakami akcyzy wyrobów winiarskich, gdyż zniesienie tego obowiązku może powodować m.in.:

- wprowadzanie ich do obrotu handlowego bez uiszczenia należnych podatków (akcyza oraz VAT),
- niekontrolowany wzrost ich podaży (np. wyroby produkowane w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej). System banderolowania oparty na zasadzie wprowadzenia na terytorium Polski wyrobów już oznaczonych banderolami pozwala na ograniczenie niekontrolowanego wprowadzania na rynek win, szczególnie pochodzących z krajów unijnych. Możliwość niekontrolowanego nabywania wina może powodować niebezpieczeństwo płacenia podatku tylko od części sprowadzanych wyrobów,
- brak możliwości oceny przez konsumentów ich oryginalności oraz legalności ich produkcji (znaki akcyzy potwierdzają m.in., że dany wyrób jest oryginalny i został wyprodukowany przez producenta określonej marki). W przypadku produkcji krajowej win, zwłaszcza owocowych, wyroby takie w zasadniczej swojej masie są traktowane przez konsumentów jako źródło alkoholu, dlatego zrezygnowanie z obowiązku banderolowania może spowodować możliwość wprowadzania do obrotu handlowego wyrobów z nielegalnych wytwórni, nie do odróżnienia (brak banderoli) od pozostałych wyrobów, ponieważ technologia produkcji wina nie jest skomplikowana i w przeszłości występowały przypadki funkcjonowania nielegalnych wytwórni tzw. „garażowych”. Realnym zatem wydaje się powrót takiego procederu. Jednocześnie wiąże się to z wprowadzaniem do obrotu wyrobów niskiej jakości wytwarzanych w warunkach niespełniających wymogów sanitarnych, często przy zastosowaniu środków chemicznych niebezpiecznych dla zdrowia ludzi.

Jednocześnie, jak poinformowało Ministerstwo Finansów, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom branży winiarskiej, 1 lipca 2021 r. wprowadzono nowe wzory znaków akcyzy na wyroby winiarskie (mniejszy wymiar), w postaci zarówno banderol samoprzylepnych, jak i bez warstwy samoprzylepnej oraz określono kilka alternatywnych sposobów banderolowania wyrobów winiarskich.

Przedmiotowe zmiany wprowadzone zostały w celu ułatwienia prowadzenia działalności gospodarczej, były wynikiem podjętej współpracy z branżą winiarską i zgodne z jej postulatami.

Innym działaniem podjętym przez Ministerstwo Finansów mającym na celu ułatwienie podmiotom obowiązującym do stosowania znaków akcyzy prowadzenia działalności gospodarczej była elektronizacja procesu otrzymywania i rozliczania znaków akcyzy. Od 28 czerwca 2021 r. na portalu PUESC (Platforma Usług Elektronicznych Skarbowo-Celnych) uruchomiona została nowa usługa e-Banderole. Dzięki tej usłudze każdy podmiot obowiązujący do zakupu banderol może elektronicznie, bez konieczności wizyty w urzędach, złożyć wstępne zapotrzebowanie na banderole oraz złożyć wniosek o wydanie lub sprzedaż banderol, a także dokonać płatności.

Odnosząc się natomiast do propozycji, aby zmian odnośnie banderolowania wyrobów winiarskich dokonać poprzez nowelizację ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, wskazać należy, że katalog wyrobów objętych obowiązkiem oznaczania znakami akcyzy stanowi załącznik nr 3 do ustawy o podatku akcyzowym, dlatego też, ze względu na ścisły związek opodatkowania wyrobów akcyzowych z ich oznaczaniem znakami akcyzy, wszelkie zwolnienia powinny być uregulowane w przepisach ustawy o podatku akcyzowym lub w wydanych do niej aktach wykonawczych.

Odnosząc się zaś do kwestii zmian legislacyjnych umożliwiających sprzedaż napojów alkoholowych za pośrednictwem Internetu (e-commerce), Ministerstwo Zdrowia podtrzymuje dotychczasowe negatywne stanowisko przedstawiane w omawianej sprawie.

Zgodnie z analizą przeprowadzoną przez Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny PIB¹ do tej pory przeprowadzono niewiele badań w obszarze oddziaływania sprzedaży alkoholu przez Internet na postawy i zachowania związane z używaniem alkoholu, jednak ich wyniki mogą budzić zaniepokojenie. Badanie przeprowadzone przez Centrum Badań Polityki Alkoholowej (*Center for Alcohol Policy Research*) w Australii w 2019 r. pokazało, że respondenci, którzy używali szybkiej dostawy alkoholu online (dostawa poniżej dwóch godzin) częściej odznaczali się zachowaniami typu *binge drinking* gdzie jednorazowo spożywali powyżej 5 porcji alkoholu niż osoby, które nie korzystały z szybkiej dostawy alkoholu². Nowsze badanie przeprowadzone w Nowej Zelandii podczas pierwszych ograniczeń w związku z COVID-19 w kraju w okresie od

¹ Zakład Monitorowania i Analiz Stanu Zdrowia Ludności Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy, B. Wojtyński, J. Stokwiszewski, A. Poznańska, P. Goryński, R. Halik, A. Trochonowicz.

² <https://fare.org.au/wp-content/uploads/Alcohol-home-delivery-services.pdf>.

kwietnia do maja 2020 r. pokazało, że respondenci kupujący alkohol przez Internet niezależnie od szybkości dostawy mieli o 75% większe ryzyko, że będą używać napojów alkoholowych w sposób ryzykowny i spożywać jednorazowo powyżej 6 porcji alkoholu w ciągu tygodnia³. W obu badaniach zauważono też łatwiejszy dostęp do alkoholu osób poniżej limitu wiekowego. Spośród uczestników badań poniżej 25 roku życia 36% (Australia) i 58% (Nowa Zelandia) zgłosiło, że nie dokonano weryfikacji ich tożsamości w momencie sprzedaży.

Zgodnie z analizą przeprowadzoną przez Instytut Psychiatrii i Neurologii⁴, dostarczanie zakupów przez internet oraz dostawa do domu mogą przyczyniać się do zmiany wzorów konsumpcji alkoholu, m.in. w zakresie ilości spożywanego alkoholu (Matthay i Schmidt 2021) oraz dokonywania zakupów alkoholu pod wpływem impulsu. Dzieje się tak np. w przypadku wina, które w niektórych krajach jest popularnym towarem kupowanym online, szczególnie przez przedstawicieli klasy średniej (Bruwer i Wood 2005). Zakupy alkoholu przez internet mogą przyczyniać się do nadużywania alkoholu (Monijca-Perez i inni 2019; Huckle i inni 2021), impulsywnego dokonywania zakupu alkoholu oraz niekontrolowanego dokonywania zakupu napojów alkoholowych przez osoby niepełnoletnie (Williams i Ribisl 2012; Williams i Schmidt 2013). Badania prowadzone w Nowej Zelandii pokazały, że w trakcie epidemii COVID-19 około 40% badanych kupowało alkohol w sklepach internetowych, przy czym blisko połowa z nich robiła to po raz pierwszy w życiu (Huckle i inni 2021). Dokonywanie zakupów alkoholu przez internet w trakcie ograniczeń pandemicznych było związane z wyższym o 75% ryzykiem nadmiernego spożywania alkoholu w tygodniu poprzedzającym badanie, podczas gdy takiego związku nie odnotowano w przypadku zakupów w sklepach stacjonarnych.

Nie bez znaczenia pozostaje również możliwość wystąpienia nadużyć związanych ze sprzedażą napojów alkoholowych osobom niepełnoletnim. Badania nowozelandzkie pokazały, że w trakcie pandemii COVID-19, aż 58% kupujących alkohol, którzy nie osiągnęli wieku, w którym mogą legalnie nabywać alkohol, nie przechodziło przez weryfikację wieku przy dokonywaniu zakupów (Huckle i inni 2021). Tym samym, przepisy dotyczące sprzedaży napojów alkoholowych online można uznać za niewystarczające dla wyegzekwowania zakazu używania alkoholu przez osoby poniżej 18 roku życia.

Nowym i godnym utrzymania zjawiskiem, jeśli chodzi o kierunek trendu, jest spadek rozpowszechnienia spożycia alkoholu wśród młodzieży szkolnej. Tymczasem, w opinii IPiN,

³ Huckle T, Parker K, Romeo JS, Casswell S. Online alcohol delivery is associated with heavier drinking during the first New Zealand COVID-19 pandemic restrictions. Drug and Alcohol Review <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/dar.13222>.

⁴ Zakład Badań nad Alkoholizmem i Toksykomaniami Instytutu Psychiatrii i Neurologii w Warszawie, M. Bujalski, K. Dąbrowska, J. Klingemann, M. Kucharski, J. Moskałewicz, J. Sierostawski, Ł. Wieczorek.

umożliwienie sprzedaży alkoholu przez internet sprzyja niekontrolowanym zakupom napojów alkoholowych przez osoby niepełnoletnie, a przepisy dotyczące sprzedaży napojów alkoholowych online można uznać za niewystarczające, aby to uniemożliwić. Ponadto, jak zauważono, wpływ dostępności fizycznej i ekonomicznej alkoholu na poziom jego spożycia oraz na rozpowszechnienie zdrowotnych i społecznych problemów związanych z piciem został wielokrotnie udokumentowany w badaniach naukowych. Zależność pomiędzy dostępnością fizyczną a liczbą pierwszorazowych hospitalizacji z powodu zaburzeń psychicznych spowodowanych alkoholem ma charakter prostoliniowy. Oczywiście jest też, że sprzedaż alkoholu przez internet oraz dostawa do domu mogą przyczyniać się do wzrostu spożycia alkoholu.

Przedstawiając powyższe informacje, stanowiące jedynie część wyników przeprowadzonych analiz, jednoznacznie stwierdzić należy, że umożliwienie sprzedaży napojów alkoholowych przez internet stoi w sprzeczności z interesem zdrowia publicznego.

Z wyrazami szacunku

z upoważnienia Ministra Zdrowia

Wojciech Konieczny

Sekretarz Stanu

/dokument podpisany elektronicznie/