Do druku nr 2358

Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców / Samodzielny Organ Ochrony Prawa

Warszawa, 22 września 2026 r.

WPL.50.37.2026.DS

Pan
Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej
ul. Wiejska 4/6/8, 00-902 Warszawa
e-mail: [redacted]
AE:PL-30275-59799-JADHJ-27

WYDZIAŁ OBSŁUGI PREZYDIUM SEJMU
L. dz. SPS-III.020.22.28.2026
Data wpływu 23.09.26r.

Szanowny Panie Marszałku,

działając na podstawie art. 8 pkt 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców[1], uprzejmie proszę o przyjęcie uwag w przedmiocie poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi[2], którego celem ma być m.in. doprecyzowanie zakresu zakazów reklamowych i promocyjnych napojów alkoholowych[3]. Stanowisko niniejsze stanowi wynik prac Zespołu Roboczego ds. Branży Alkoholowej działającego w ramach Rady Przedsiębiorców przy Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców, który przeprowadził analizę przepisów Projektu w kontekście jego potencjalnych skutków oraz wpływu na działalność mikroprzedsiębiorców, małych i średnich przedsiębiorców[4].

Odnosząc się do treści proponowanych regulacji, wskazać należy, iż dotyczyć one mogą kwestii istotnych pod względem bezpieczeństwa obrotu, jak i realizacji celów związanych z przeciwdziałaniem nadużywaniu alkoholu i ograniczaniem dostępu do niego osobom nieletnim. Projekt w art. 1 pkt 4 przewiduje bowiem wprowadzenie do ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi[5] przepisów regulujących dopuszczalność sprzedaży napojów alkoholowych na odległość przez podmioty

[1] T.j. Dz. U. z 2026 r. poz. 461.
[2] Druk sejmowy: 2358, dalej jako: „Projekt".
[3] Uzasadnienie do Projektu, str. 1.
[4] Dalej jako: „sektor MŚP".
[5] T.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 2151 z późn. zm., dalej jako: „ustawa o wychowaniu w trzeźwości".

posiadające odpowiednie zezwolenia, określając zarazem warunki i wymogi prowadzenia tego rodzaju sprzedaży. W projektowanych regulacjach przewidziano m.in. obowiązek wcześniejszej weryfikacji pełnoletniości nabywcy, szczególne wymagania dotyczące oznakowania przesyłek zawierających napoje alkoholowe, minimalny okres pomiędzy złożeniem zamówienia a jego realizacją, a także zasady dostarczania produktów i ich wydawania odbiorcom. Kierunek proponowanych Projektem zmian może stanowić istotny merytoryczny wkład, który pozwoli uregulować ważną część obrotu tego rodzaju produktami.

W Projekcie[6] określono także zasady umożliwiające prowadzenie działań o charakterze informacyjno-kulturalnym oraz enokulinarnym[7], choć wyłącznie w odniesieniu do wyrobów winiarskich[8]. Proponowane przepisy zmierzać zatem mogą do doprecyzowania zakresu dopuszczalnych działań w dziedzinie, która budzi liczne wątpliwości interpretacyjne w zakresie rozróżnienia pomiędzy zakazaną reklamą i promocją napojów alkoholowych a działaniami o charakterze informacyjnym, czy kulturowym. Doprecyzowanie tych kwestii może zatem mieć istotne znaczenie z punktu widzenia drobnych, lokalnych przedsiębiorców, w szczególności podmiotów sektora MŚP, rzemieślniczo i tradycyjnie wytwarzających napoje alkoholowe w niewielkich ilościach, dla których działalność związana z promocją dziedzictwa kulinarnego oraz uczestnictwem w wydarzeniach o charakterze lokalnym i turystycznym stanowi ważny element prowadzenia działalności gospodarczej i wkład w lokalne dziedzictwo.

[6] Art. 1 pkt 1 – 3, 5 i 6 Projektu.

[7] Zgodnie z art. 1 pkt 1 Projektu, proponowanym brzmieniem art. 2^1 ust. 1 pkt 2 zd. 2. ustawy o wychowaniu w trzeźwości: za promocję nie uważa się przekazów informacyjno-kulturalnych ani wydarzeń enokulinarnych. Zgodnie z art. 1 pkt 2 Projektu, w art. 2^1 w ust. 1 po pkt 10 dodawanych pkt 11–12 w ustawie o wychowaniu w trzeźwości: wydarzenie enokulinarne to publiczne wydarzenie edukacyjne, enoturystyczne lub o charakterze turystyki kulinarnej, w szczególności impreza, targ, festyn, pokaz, winobranie, konkurs, w ramach których rozpowszechniane są treści o charakterze przekazu informacyjno-kulturalnego poprzez działania takie jak prezentacje, wykłady, pokazy łączenia potraw z winem oraz degustacje odpłatne lub nieodpłatne wyrobów winiarskich; przekaz informacyjno-kulturalny to rozpowszechnianie treści o charakterze historycznym, kulinarnym, edukacyjnym, kulturalnym lub turystycznym odnoszących się do wyrobów winiarskich, ich tradycji i dziedzictwa, które nie zawierają elementów zachęcających do nabywania lub nadmiernego spożywania napojów alkoholowych.

[8] Zgodnie z art. 1 pkt 3 Projektu, proponowanym art. 2^1 ust. 3 ustawy o wychowaniu w trzeźwości: pojęcie „wyroby winiarskie" użyte w niniejszej ustawie należy rozumieć zgodnie z zapisami art. 3 ust.1 ustawy z dnia 2 grudnia 2021 r. o wyrobach winiarskich.

Dostrzec jednocześnie należy, iż Projektowane rozwiązania odnoszą się wyłącznie do wyrobów winiarskich, co może prowadzić do nieuzasadnionego zróżnicowania sytuacji prawnej przedsiębiorców sektora MŚP prowadzących działalność wytwórczą napojów alkoholowych, zależnie od kategorii takich napojów, podczas gdy brak jest wystarczających podstaw do przyjęcia tak wąskiego zakresu regulacji. Mając na uwadze powyższe, zasadne wydaje się rozważenie co najmniej rozszerzenia projektowanych przepisów o inne kategorie napojów alkoholowych. Przyjęcie rozwiązania o charakterze horyzontalnym powinno pozwolić na zapewnienie spójności systemowej regulacji oraz uniknięcie nieuzasadnionego uprzywilejowania lub wykluczenia części wytwórców i wyrobów. W tym kontekście należy podkreślić, iż szczególnego uwzględnienia wymagają produkty o charakterze regionalnym oraz tradycyjnym, wytwarzane zgodnie z lokalnymi recepturami i tradycyjnymi, wieloletnimi praktykami produkcyjnymi. Wyroby te w przeważającej mierze wytwarzane są przez mniejsze podmioty, dla których możliwość prowadzenia działań informacyjno-kulturalnych oraz uczestnictwa w lokalnych wydarzeniach o charakterze turystyki kulinarnej stanowi istotny element obecności na rynku oraz utrzymania konkurencyjności. Uwzględnienie szerszej kategorii napojów alkoholowych, w tym w szczególności wyrobów lokalnych i tradycyjnych, pozwoli nie tylko na zachowanie równości i proporcjonalności regulacyjnej, lecz również przyczyni się do wspierania rozwoju lokalnej przedsiębiorczości oraz ochrony dziedzictwa kulturowego związanego z produkcją tradycyjnych napojów alkoholowych.

Mając na względzie uwagi i postulaty wynikające z analizy przedmiotowego Projektu, jako Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców zwracam się z uprzejmą prośbą o ich rozważenie w toku dalszych prac legislacyjnych.

Agnieszka Maria Majewska
Elektronicznie podpisany przez Agnieszka Maria Majewska
Data: 2026.09.23 10:07:18 +02'00'

Z wyrazami szacunku

Agnieszka Majewska
Rzecznik
Małych i Średnich Przedsiębiorców

Tłoczono z polecenia Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej
SEJM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Biuro Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców, ul. Wilcza 46, 00-679 Warszawa, NIP: 7010832846, REGON: 380779546,
tel. +48 22 1237070, fax: +48 22 1237071, epuap: /RzecznikMSP/kancelaria, e-mail: biuro@rzecznikmsp.gov.pl, AE: PL-44508-86347-ETCHU-23.
Administratorem danych osobowych jest Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców z siedzibą w Warszawie. Dane przetwarzane są w celu prowadzenia korespondencji, wypełnienia obowiązków prawnych (art. 6 ust. 1 lit. c RODO), realizacji zadań publicznych (art. 6 ust. 1 lit. e RODO) oraz archiwizacji i celów dowodowych (art. 6 ust. 1 lit. f RODO). Odbiorcami mogą być podmioty uprawnione na podstawie przepisów prawa. Dane będą przechowywane zgodnie z przepisami o archiwizacji. Przysługuje prawo dostępu do danych, ich sprostowania, ograniczenia przetwarzania, wniesienia skargi do Prezesa UODO.
Więcej informacji: https://rzecznikmsp.gov.pl/kontakt/#rodo.
https://rzecznikmsp.gov.pl/ https://rzecznikmsp.gov.pl/kontakt/newsletter/ https://naukaibiznes.rzecznikmsp.gov.pl/
https://www.facebook.com/BiuroRzecznikaMSP/ https://x.com/RzecznikMSP/ https://www.youtube.com/rzecznikmsp/