

U S T A W A

z dnia 8 października 2026 r.

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

Art. 1. W ustawie z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 2151 oraz z 2026 r. poz. 875) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w art. 2^[1] w ust. 1:
 - a) pkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) promocja napojów alkoholowych – publiczna degustacja napojów alkoholowych, rozdawanie rekwizytów związanych z napojami alkoholowymi, organizowanie premiowanej sprzedaży napojów alkoholowych oraz inne formy publicznego zachęcania do nabywania napojów alkoholowych; za promocję nie uważa się przekazów informacyjno-kulturalnych ani wydarzeń enokulinarnych;”,
 - b) pkt 6 otrzymuje brzmienie:

„6) wydzielone stoisko – oddzielone od pozostałej powierzchni samoobsługowej placówki handlowej o powierzchni sprzedażowej powyżej 200 m², ciąg handlowy lub ladę;”,
 - c) w pkt 10 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 11 i 12 w brzmieniu:

„11) wydarzenie enokulinarne – publiczne wydarzenie edukacyjne, enoturystyczne lub o charakterze turystyki kulinarnej, w szczególności impreza, targ, festyn, pokaz, winobranie, konkurs, w ramach których rozpowszechniany jest przekaz informacyjno-kulturalny poprzez działania takie jak prezentacje, wykłady, pokazy łączenia potraw z winem oraz degustacje odpłatne lub nieodpłatne wyrobów winiarskich;

- 12) przekaz informacyjno-kulturalny – 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.”;
- 2) w art. 2^[1] dodaje się ust. 3 w brzmieniu:

„3. 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 (Dz. U. z 2026 r. poz. 844).”;
- 3) w art. 9^[2] w ust. 19, 20 i ust. 24 pkt 1 i 2 po wyrazach „Narodowego Funduszu Zdrowia” dodaje się wyrazy „, Funduszu Zająć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 13^[3].”;
- 4) w art. 9^[3]:
 - a) w ust. 3:
 - w pkt 1 wyrazy „50 % dochód” zastępuje się wyrazami „44 % dochód”,
 - po pkt 1 dodaje się pkt 1a w brzmieniu:

„1a) 6 % przychód Funduszu Zająć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 13^[3].”;
 - b) ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Gmina przeznacza środki, o których mowa w ust. 3 pkt 1, na działania mające na celu realizację lokalnej międzysektorowej polityki przeciwdziałania uzależnieniom.”;
- 5) w art. 9^[6] ust. 1 otrzymuje brzmienie:

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

 - 1) sklepy branżowe ze sprzedażą napojów alkoholowych;
 - 2) wydzielone stoiska;
 - 3) pozostałe placówki samoobsługowe oraz inne placówki handlowe, w których, z wyłączeniem napojów alkoholowych o zawartości do 4,5 % alkoholu oraz piwa, sprzedawca prowadzi bezpośrednią sprzedaż napojów alkoholowych.”;
- 6) po art. 9^[6] dodaje się art. 9^[7] w brzmieniu:

„Art. 9^[7]. 1. Podmioty posiadające zezwolenia, o których mowa w art. 18 ust. 1, mogą prowadzić sprzedaż napojów alkoholowych na odległość na zasadach określonych w ustawie z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2026 r. poz. 1244).

2. Sprzedaż napojów alkoholowych na odległość jest uznawana za sprzedaż realizowaną zgodnie z zezwoleniem, o którym mowa w art. 18 ust 1. Dostawa do miejsca wskazanego przez kupującego jest realizowana przez sprzedającego lub na jego zlecenie przez dostawcę.

3. Sprzedaż, o której mowa w ust. 1, może być prowadzona pod warunkiem spełnienia następujących warunków:

- 1) zakup produktów będących napojami alkoholowymi jest możliwy wyłącznie w przypadku wcześniejszego potwierdzenia przez kupującego swoich danych osobowych, w szczególności daty urodzenia z zastosowaniem krajowego schematu identyfikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy z dnia 5 września 2016 r. o usługach zaufania i identyfikacji elektronicznej (Dz. U. z 2024 r. poz. 1725 oraz z 2026 r. poz. 252);
 - 2) przesyłka została opatrzona trwałym i czytelnym oznakowaniem „napoje alkoholowe” umieszczonym na widocznej powierzchni przesyłki, w wymiarze niemniejszym niż 10 % tej powierzchni;
 - 3) dostawa produktów będących napojami alkoholowymi nie może być zrealizowana wcześniej niż po 24 godzinach od chwili złożenia zamówienia;
 - 4) zabrania się wydawania przesyłki w sposób inny niż jej bezpośrednie przekazanie odbiorcy;
 - 5) zabrania się wydania przesyłki osobom, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 1 i 2.”;
- 7) w art. 11^[1]:
- a) w ust. 2:
 - w pkt 1 i 2 wyrazy „525 zł” zastępuje się wyrazami „1050 zł”,
 - w pkt 3 wyrazy „2100 zł” zastępuje się wyrazami „4200 zł”,
 - b) w ust. 5:
 - w pkt 1 i 2 wyrazy „wysokości 1,4 %” zastępuje się wyrazami „wysokości 1,9 %”,

- w pkt 3 wyrazy „wysokości 2,7 %” zastępuje się wyrazami „wysokości 3,2 %;”;

8) w art. 12 ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Rada gminy może ustalić, w drodze uchwały, dla terenu gminy lub wskazanych jednostek pomocniczych gminy, ograniczenia w sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży prowadzonej między godzinami 21.00–22.00 lub godzinami 6.00–9.00.”;

9) w art. 13:

a) w ust. 1 wyraz „naczyniach” zastępuje się wyrazem „opakowaniach”;

b) po ust. 1 dodaje się ust. 1a–1d w brzmieniu:

„1a. Opakowania, o których mowa w ust. 1, o ilości nominalnej napoju alkoholowego nieprzekraczającej 300 ml są wykonane wyłącznie ze szkła lub metalu.

1b. Wygląd opakowań, o których mowa w ust. 1, oraz wygląd i treść umieszczanych na nich informacji nie mogą:

- 1) zachęcać do spożywania napojów alkoholowych przez osoby do lat 18;
- 2) łączyć spożywania alkoholu ze sprawnością fizyczną bądź kierowaniem pojazdami;
- 3) zawierać stwierdzeń, że alkohol posiada właściwości lecznicze, jest środkiem stymulującym, uspokajającym lub sposobem rozwiązywania konfliktów osobistych;
- 4) zachęcać do nadmiernego spożywania alkoholu;
- 5) przedstawiać abstynencji lub umiarkowanego spożywania alkoholu w negatywny sposób;
- 6) podkreślać zawartości alkoholu w napojach alkoholowych jako cechy wpływającej pozytywnie na jakość napoju alkoholowego;
- 7) wywoływać skojarzeń napoju alkoholowego z:
 - a) atrakcyjnością seksualną,
 - b) relaksem lub wypoczynkiem,
 - c) nauką lub pracą,
 - d) sukcesem zawodowym lub życiowym;
- 8) budzić wątpliwości ani wprowadzać w błąd w zakresie identyfikacji napojów alkoholowych;

- 9) uniemożliwiać odróżniania napojów alkoholowych od innych środków spożywczych, w szczególności od środków spożywczych przeznaczonych dla dzieci.

1c. Wprowadzane do obrotu hurtowego napoje alkoholowe w dozwolonych prawem opakowaniach zawierają oznaczenia graficzne informujące o:

- 1) szczególnej szkodliwości spożywania alkoholu przez kobiety w ciąży;
- 2) zakazie prowadzenia pojazdów w stanie nietrzeźwości lub w stanie po użyciu alkoholu;
- 3) szczególnej szkodliwości spożywania alkoholu przez osoby do lat 18.

1d. Minister właściwy do spraw zdrowia określi, w drodze rozporządzenia, treść i formę oznaczeń graficznych zawierających informacje, o których mowa w ust. 1c, mając na względzie ograniczenie spożycia alkoholu oraz przeciwdziałanie alkoholizmowi.”;

- 10) w art. 13^[1]:

- a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Zabrania się na obszarze kraju reklamy i promocji napojów alkoholowych.”,

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

„1a. Zakazy określone w ust. 1 nie obejmują przekazów informacyjno-kulturalnych oraz informacji o organizowanych wydarzeniach enokulinarnych spełniających warunki określone w art. 13^[1a].

1b. Zakazy określone w ust. 1 nie mają zastosowania do komunikacji producentów i dystrybutorów wyrobów winiarskich oraz innych organizacji branży winiarskiej skierowanej do osób pełnoletnich, jeżeli ta komunikacja:

- 1) ma charakter informacyjno-kulturalny i nie zawiera ofert sprzedażowych ani treści zachęcających do nadmiernego spożywania alkoholu;
- 2) zawiera wyraźny komunikat o szkodliwości spożycia alkoholu;
- 3) w kanałach cyfrowych stosuje mechanizmy ograniczające dostęp osób małoletnich przy wykorzystaniu dostępnych technologii.”,

- c) uchyla się ust. 2,

- d) ust. 9 otrzymuje brzmienie:
- „9. Zakazy określone w ust. 1 i 3–8 nie obejmują promocji napojów alkoholowych prowadzonej wewnątrz pomieszczeń hurtowni, punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz na terenie punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży.”,
- e) uchyla się ust. 11;
- 11) po art. 13^[1] dodaje się art. 13^[1a] i art. 13^[1b] w brzmieniu:
- „Art. 13^[1a]. 1. Dopuszcza się publiczne informowanie o wydarzeniach enokulinarnych pod warunkiem, że nie zawiera treści reklamowych ani ofert handlowych zachęcających do nabywania wyrobów winiarskich.
2. Dopuszcza się organizację odpłatnych lub nieodpłatnych degustacji podczas wydarzeń enokulinarnych pod warunkiem, że:
- 1) degustacje obejmują wyroby winiarskie;
 - 2) w miejscu degustacji jest umieszczona widoczna informacja o szkodliwości spożywania alkoholu.
- Art. 13^[1b]. 1. Producentom i dystrybutorom wyrobów winiarskich oraz innym organizacjom branży winiarskiej dopuszcza się prowadzenie komunikacji skierowanej do osób pełnoletnich zawierającej informacje o produkcie, metodzie produkcji, pochodzeniu, terminach wydarzeń enokulinarnych oraz zaproszenia na degustacje odpłatne lub nieodpłatne, jeżeli komunikacja ta spełnia warunki art. 13^[1] ust. 1b oraz art. 13^[1a] ust. 1.
2. Komunikacja, o której mowa w ust. 1, nie może zawierać ofert sprzedażowych ani elementów premiujących zakupy.”;
- 12) uchyla się art. 13^[2];
- 13) w art. 13^[3] ust. 3 otrzymuje brzmienie:
- „3. Przychodami Funduszu są wpływy, o których mowa w art. 9^[3] ust. 3 pkt 1a.”;
- 14) w art. 14:
- a) w ust. 1 po pkt 1 dodaje się pkt 1a w brzmieniu:
- „1a) na terenie zakładów leczniczych podmiotów leczniczych i w pomieszczeniach innych obiektów, w których są udzielane świadczenia zdrowotne”;

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

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

„Art. 14^[1]. Zabrania się sprzedaży detalicznej alkoholu etylowego w postaci innej niż płyn, przeznaczonego do spożycia przez ludzi.”;
- 16) w art. 15:
 - a) ust. 2 otrzymuje brzmienie:

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

„3. W przypadku nieokazania przez nabywcę dokumentu, o którym mowa w ust. 2, sprzedający lub podający napoje alkoholowe jest obowiązany odmówić sprzedaży lub podania napoju alkoholowego.”;
- 17) w art. 21 w ust. 1 po wyrazach „zwanych dalej” dodaje się wyrazy „w niniejszym rozdziale”;
- 18) w art. 45 wprowadzenie do wyliczenia otrzymuje brzmienie:

„Kto wbrew art. 13 ust. 1–2:”;
- 19) w art. 45^[2] ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Kto wbrew art. 13^[1]:

 - 1) prowadzi reklamę lub promocję napojów alkoholowych,
 - 2) prowadzi reklamę lub promocję produktów i usług, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego lub innym symbolem obiektywnie odnoszącym się do napoju alkoholowego,
 - 3) prowadzi reklamę lub promocję przedsiębiorców oraz innych podmiotów, które w swoim wizerunku reklamowym wykorzystują nazwę, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie związane z napojem alkoholowym, jego producentem lub dystrybutorem,
 - 4) informuje o sponsorowaniu imprezy masowej, z zastrzeżeniem art. 13^[1] ust. 5 i 6,

podlega grzywnie od 30 000 do 1 000 000 zł albo karze ograniczenia wolności, albo obu tym karom łącznie.”;

20) po art. 45^[3] dodaje się art. 45^[4] i art. 45^[5] w brzmieniu:

„Art. 45^[4]. 1. Kto wbrew zakazowi, o którym mowa w art. 14, sprzedaje detalicznie alkohol etylowy w postaci innej niż płyn, przeznaczony do spożycia przez ludzi,

podlega grzywnie.

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

Art. 45^[5]. 1. Kto wprowadza do obrotu hurtowego, sprzedaje lub podaje napoje alkoholowe w opakowaniach, które:

- 1) nie spełniają wymogu określonego w art. 13 ust. 1a lub 1b, lub
- 2) nie zawierają oznaczeń, o których mowa w art. 13 ust. 1c oraz w przepisach wykonawczych wydanych na podstawie art. 13 ust. 1d,

podlega grzywnie od 30 000 do 1 000 000 zł.

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

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

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

Art. 2. W ustawie z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (Dz. U. z 2025 r. poz. 1461, z póź. zm.¹⁾) w art. 97 w ust. 3 pkt 17 otrzymuje brzmienie:

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

Art. 3. Napoje alkoholowe w opakowaniach niespełniających wymagań określonych w art. 13 ust. 1a–1c oraz w przepisach wykonawczych wydanych na

¹⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2025 r. poz. 1537 i 1739 oraz z 2026 r. poz. 26, 203, 791, 972, 986 i 1007.

podstawie art. 13 ust. 1d ustawy zmienianej w art. 1 mogą być wprowadzane do obrotu hurtowego i sprzedawane do wyczerpania zapasów.

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

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

Art. 5. Do ustalania wysokości opłat za korzystanie z zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych, o których mowa w art. 18 ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1, w sprawach wszczętych i niezakończonych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, stosuje się art. 11^[1] ust. 2 i 5 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym.

Art. 6. 1. Reklama piwa, o której mowa w art. 13^[1] ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, jest dozwolona na dotychczasowych zasadach nie dłużej niż do dnia 31 grudnia 2027 r.

2. Reklama napojów alkoholowych, o której mowa w art. 13^[1] ust. 9 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu dotychczasowym, może być prowadzona nie dłużej niż do dnia 31 grudnia 2027 r.

3. Urządzenia chłodnicze oraz inne elementy wyposażenia punktów sprzedaży napojów alkoholowych zawierające znaki towarowe napojów alkoholowych lub symbole graficzne z nimi związane, a także nazwy lub symbole graficzne przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniące się od nazw lub symboli graficznych napojów alkoholowych, służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych, które były wykorzystywane w tych punktach przed dniem wejścia w życie ustawy, mogą być wykorzystywane na dotychczasowych zasadach nie dłużej niż do dnia 31 grudnia 2027 r.

Art. 7. 1. Zbiorczą deklarację miesięczną, o której mowa w art. 13^[2] ust. 2 ustawy zmienianej w art. 1, za grudzień 2027 r. podmioty świadczące usługę będącą reklamą napojów alkoholowych sporządzają na zasadach dotychczasowych i składają w terminie do dnia 20 stycznia 2028 r.

2. Opłatę, o której mowa w art. 13^[2] ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1, wnosi się do dnia 31 stycznia 2028 r. na zasadach dotychczasowych.

3. Naczelnik urzędu skarbowego, o którym mowa w art. 13^[2] ust. 5 ustawy zmienianej w art. 1, przekazuje kwotę opłaty, o której mowa w art. 13^[2] ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1, wniesionej w sposób, o którym mowa w ust. 2, na rachunek Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 13^[3] ustawy zmienianej w art. 1, w terminie 14 dni od dnia ich wpłaty.

4. Zwrot kwoty nadpłat z tytułu opłaty, o której mowa w art. 13^[2] ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1, wniesionej w sposób, o którym mowa w ust. 2, jest pokrywany na zasadach dotychczasowych.

5. Opłata, o której mowa w art. 13^[2] ust. 1 ustawy zmienianej w art. 1, wniesionej w sposób, o którym mowa w ust. 2, stanowi przychód Funduszu Zajęć Sportowych dla Uczniów, o którym mowa w art. 13^[3] ustawy zmienianej w art. 1.

Art. 8. 1. Zezwolenia na urządzenie gier losowych, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 8–11 ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz. U. z 2025 r. poz. 595 oraz z 2026 r. poz. 176, 1040 i 1206), wykorzystywanych do dozwolonej na podstawie przepisów dotychczasowych reklamy lub promocji napojów alkoholowych, udzielone przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, zachowują ważność na okres, na jaki zostały udzielone.

2. Postępowania w sprawie udzielenia zezwolenia na urządzenie gier losowych, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 8–11 ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych, wszczęte i niezakończone przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, umarza się, jeżeli z treści wniosku o udzielenie zezwolenia lub projektu regulaminu gry wynika, że te gry losowe mają być wykorzystywane do reklamy lub promocji napojów alkoholowych.

3. Loterie fantowe lub gry bingo fantowe, o których mowa w art. 7 ust. 1a i 1b ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych, wykorzystywane do dozwolonej na podstawie przepisów dotychczasowych reklamy lub promocji napojów alkoholowych, urządzone na podstawie zgłoszenia dokonanego przed dniem wejścia w

życie niniejszej ustawy, mogą być prowadzone do czasu zakończenia okresu ich trwania określonego w zgłoszeniu.

Art. 9. Ustawa wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2027 r., z wyjątkiem:

- 1) art. 1 pkt 9 w zakresie art. 13 ust. 1d, który wchodzi w życie po upływie 18 miesięcy od dnia ogłoszenia;
- 2) art. 1 pkt 9 w zakresie art. 13 ust. 1c oraz art. 1 pkt 20 w zakresie art. 45^[5] w zakresie pkt 2, które wchodzi w życie po upływie 24 miesięcy od dnia ogłoszenia.

MARSZAŁEK SEJMU

/ – / Włodzimierz Czarzasty