

RADA PROGRAMOWA: **PROF. WOJCIECH BIEŃKOWSKI** (UCZELNIA ŁAZARSKIEGO), **DR. PRZEMYSŁAW GRAJEWSKI** VEL **ŻURAWSKI** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **DR. HAB. JAN KŁOS** (KATOLICKI UNIwersYTET LUBELSKI), **PROF. DOMINIKA MAISON** (UNIwersYTET WARSZAWSKI), **PROF. WITOLD KWAŚNICKI** (UNIwersYTET WROCLAWSKI), **MARCIN PIASECKI** (GREMI MEDIA), **PROF. ZBIGNIEW RAU** (UNIwersYTET ŁÓDZKI), **PROF. BOGDAN SZLACHTA** (UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI),

RADA FUNDACJI: **ROBERT GWIAZDOWSKI**, PREZES, CZŁONKOWIE: **TOMASZ PRUSZCZYŃSKI**, **MARIUSZ PAWLAK**

ZARZĄD: **TOMASZ WRÓBLEWSKI**, PREZES, **CZĘZARY KAŻMIERCZAK**, CZŁONEK ZARZĄDU

Warszawa, 16.02.2018

Stanowisko WEI ws. zakazu eksponowania alkoholu Witryny sklepów z alkoholem: Bareja by tego nie wymyślił

Przedsiębiorcy prowadzący handel alkoholem, chcąc działać w sposób zgodny z zapisami ustawy o wychowaniu w trzeźwości, dziś są ograniczani przez samorządy, które niezgodnie z prawem narzucają przepisy zakazujące eksponowania produktów alkoholowych w witrynach sklepów specjalistycznych. Od kilku miesięcy przedsiębiorcy w całej Polsce dostosowują witryny swoich sklepów z alkoholem do nowych wytycznych urzędów miast. Z wystaw sklepowych zniknęły butelki z alkoholem, większość sklepów zasłania witryny tak, by towar nie był widoczny z ulicy. Punkty sprzedaży alkoholu można już poznać tylko po szyldach. Wszystkiemu jest winna interpretacja przez samorządy Ustawy o wychowaniu w trzeźwości, szczególnie przepisów dotyczących reklamy alkoholu i definicją witryny sklepowej. Według urzędników ekspozycja znaków handlowych (również zawartych na butelkach) stanowi reklamę alkoholu i jako taka jest niedozwolona. Co więcej, organy administracyjne informują przedsiębiorców w oficjalnych pismach, że łamanie zakazu reklamy alkoholu będzie skutkowało odbieraniem zezwoleń na jego sprzedaż.

Pojawiają się jednak bardzo poważne wątpliwości. Czy z przepisu art. 13[1] ust. 9 Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi wynika, że reklamy umieszczone wewnątrz sklepów (prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych) nie mogą być widoczne na zewnątrz tych sklepów? Czy naruszenie przepisów Ustawy dotyczących reklamy napojów alkoholowych może stanowić podstawę do cofnięcia zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych?

Odpowiedź wbrew pozorom jest bardzo prosta i wprost wynika z zapisów Ustawy. Stanowi ona jednoznacznie, że zawarte zakazy i ograniczenia dotyczące reklamy i promocji napojów alkoholowych „nie obejmują reklamy i promocji napojów alkoholowych prowadzonej wewnątrz pomieszczeń hurtowni, wydzielonych stoisk lub punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych”. Ustawa nie wskazuje przy tym, że reklama umieszczona wewnątrz sklepów, stoisk czy pomieszczeń nie może być widoczna na zewnątrz sklepu. Wynika to również z faktu, że zakaz reklamy nie może obejmować wprowadzania towaru do obrotu, prezentowania opakowań napojów alkoholowych oraz informowania o warunkach ich nabycia. Uznanie znaku handlowego producenta na opakowaniu za reklamę napoju alkoholowego w istocie oznaczałoby zakaz sprzedaży napojów alkoholowych innych niż piwo.

W przypadku złamania zakazu reklamy napojów alkoholowych ustawodawca nakłada na przedsiębiorcę jedynie karę grzywny – w Ustawie nie ma żadnego zapisu mówiącego o cofnięciu w takim przypadku zezwolenia na sprzedaż alkoholu.

W obliczu groźby utraty zezwoleń, przedsiębiorcy w popłochu dostosowują witryny sklepowe do rekomendacji samorządów, które nie mają jednak ugruntowania w aktualnym stanie prawnym, który w odniesieniu do reklamy alkoholu nie zmienił się od kilkunastu lat. Bezmyślnie wysyłane przez samorządy pisma uderzają w przedsiębiorców, uniemożliwiając swobodne prowadzenie działalności gospodarczej. Czy urzędy zdają sobie sprawę, że ograniczone zasady prowadzenia działalności gospodarczej mogą doprowadzić do zamykania specjalistycznych sklepów z alkoholem, co będzie miało bezpośredni wpływ na budżety miast?