

Sz. P. Jarosław Wenderlich
Rada Miasta Bydgoszcz
ul. Wełniany Rynek 11/7
05-036 Bydgoszcz

Wasze pismo z dnia: 05.05.2023 r.
Wasz znak:
Nasz znak: DP.GWK.44.186.2023
Numer pisma: KW/483/A
Data: 08.06.2023 r.

Szanowny Panie Radny,

W nawiązaniu do pisma, przesłanego do Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom (dalej: KCPU) w dniu 5 maja 2023 r., dotyczącego promocji napojów alkoholowych na stronie internetowej – biuletynie miasta Bydgoszczy, uprzejmie informujemy, co następuje:

Zgodnie z art. 2¹ ust. 1 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 165, z późn. zm.) użyte w ustawie określenia oznaczają:

2) **promocja napojów alkoholowych** - publiczną degustacją napojów alkoholowych, rozdawanie rekwizytów związanych z napojami alkoholowymi, organizowanie premiowanej sprzedaży napojów alkoholowych, a także inne formy publicznego zachęcania do nabywania napojów alkoholowych;

3) **reklama napojów alkoholowych** - publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub symboli graficznych z nimi związanych, a także nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniących się od nazw i symboli graficznych napojów alkoholowych, służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych; za reklamę nie uważa się informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi;

W myśl art. 13¹.

1. Zabrania się na obszarze kraju reklamy i promocji napojów alkoholowych, z wyjątkiem piwa, którego reklama i promocja jest dozwolona, pod warunkiem że:

1) nie jest kierowana do małoletnich;



- 2) nie przedstawia osób małoletnich;
- 3) nie łączy spożywania alkoholu ze sprawnością fizyczną bądź kierowaniem pojazdami;
- 4) nie zawiera stwierdzeń, że alkohol posiada właściwości lecznicze, jest środkiem stymulującym, uspokajającym lub sposobem rozwiązywania konfliktów osobistych;
- 5) nie zachęca do nadmiernego spożycia alkoholu;
- 6) nie przedstawia abstynencji lub umiarkowanego spożycia alkoholu w negatywny sposób;
- 7) nie podkreśla wysokiej zawartości alkoholu w napojach alkoholowych jako cechy wpływającej pozytywnie na jakość napoju alkoholowego;
- 8) nie wywołuje skojarzeń z:
 - a) atrakcyjnością seksualną,
 - b) relaksem lub wypoczynkiem,
 - c) nauką lub pracą,
 - d) sukcesem zawodowym lub życiowym.

2. Reklama i promocja piwa, o której mowa w ust. 1, nie może być prowadzona:

- 1) w telewizji, radiu, kinie i teatrze między godziną 6⁰⁰ a 20⁰⁰, z wyjątkiem reklamy prowadzonej przez organizatora imprezy sportu wyczynowego lub profesjonalnego w trakcie trwania tej imprezy;
- 2) na kasetach wideo i innych nośnikach;
- 3) w prasie młodzieżowej i dziecięcej;
- 4) na okładkach dzienników i czasopism;
- 5) na słupach i tablicach reklamowych i innych stałych i ruchomych powierzchniach wykorzystywanych do reklamy, chyba że 20% powierzchni reklamy zajmować będą widoczne i czytelne napisy informujące o szkodliwości spożycia alkoholu lub o zakazie sprzedaży alkoholu małoletnim;
- 6) przy udziale małoletnich.

3. Zabrania się reklamy, promocji 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.

4. Zabrania się reklamy i promocji 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.



Siedziba główna i adres do korespondencji:

ul. Dereniowa 52/54
02-776 Warszawa
tel.: +48 22 641 15 01, +48 22 649 66 59
kcpu@kcpu.gov.pl www.kcpu.gov.pl



Al. Jerozolimskie 155
02-326 Warszawa
tel.: +48 22 250 63 25; +48 22 250 63 20
kcpu@kcpu.gov.pl www.kcpu.gov.pl

Na podstawie w.w. przepisów należy stwierdzić, że w przedmiotowym stanie faktycznym możemy mieć do czynienia z **nielegalną reklamą napojów alkoholowych**.

Stronę internetową należy uznać za powierzchnię reklamową, zatem reklama w Internecie będzie możliwa na takich samych zasadach jak np. na billboardach czy plakatach w przestrzeni publicznej. Powyższe stwierdzenie potwierdzone zostało w orzecznictwie: m.in. w wyroku NSA z dnia 11 marca 2015 r., sygn. akt II GSK 162/14, w którym sąd ten uznał, że „(...) Sąd I instancji trafnie wskazał, iż art. 13¹ ust. 1 ustawy zawiera bezwzględny zakaz promocji napojów alkoholowych, który dotyczy automatycznie także i publicznie dostępnych stron internetowych”.

Jedyną legalną formą reklamy w Internecie będzie zatem reklama piwa i to pod warunkiem, że 20% powierzchni reklamy zajmować będą widoczne i czytelne napisy informujące o szkodliwości spożycia alkoholu lub o zakazie sprzedaży alkoholu małoletnim oraz że nie będzie ona naruszała ograniczeń wskazanych w art. 13¹ ust. 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

Warto wskazać, że od zakazu reklamy napojów alkoholowych obowiązują pewne odstępstwa. Wynikają one z art. 13¹ ust. 9 cytowanej wyżej ustawy. Z ich uwzględnieniem piwo bez ograniczeń można byłoby reklamować: wewnątrz pomieszczeń hurtowni, wydzielonych stoisk (w sklepach detalicznych) lub punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz na terenie punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży (punkty gastronomiczne, jak np. bary czy restauracje). Katalog ten jest zamknięty. **Strona internetowa nie należy do żadnej z wymienionych kategorii, co za tym idzie, reklama umieszczona na takiej stronie powinna zostać uznana za prowadzoną w sposób niedozwolony.**

W ocenie KCPU jednak treści popularyzujące znaki towarowe napojów alkoholowych innych niż piwo (z jakimi mamy do czynienia w niniejszej sprawie) uważane są za reklamę na publicznie dostępnej stronie internetowej, a zatem, w zgodzie z powyższym wyrokiem NSA, należy je uznać za niedozwoloną z punktu widzenia ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

Sankcją za naruszenie zakazu reklamy jest nie tylko grzywna, wymierzana na podstawie przepisów o postępowaniu karnym po zgłoszeniu reklamy do organów ścigania (art. 45² ust. 1 powyższej ustawy), ale również cofnięcie zezwolenia (art. 18 ust. 10 pkt 2 w zw. z art. 18 ust. 7 pkt 9 tej ustawy). Warto również wskazać, że „każdy, dowiedziawszy się o popełnieniu przestępstwa ściganego z urzędu, ma społeczny obowiązek zawiadomić o tym prokuratora lub Policję” zgodnie z art. 304 § 1 zd. 1 Kodeksu postępowania karnego (Dz. U z 2022 r. poz. 1375, z późn. zm.). Oznacza to, że na każdym obywatelu ciąży obowiązek zgłaszania do organów ścigania możliwości





Krajowe Centrum
Przeciwdziałania Uzależnieniom

popelniania przestępstwa, również takiego wywodzącego się z ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Ponadto, zgodnie zaś z art. 4¹ ust. 1 pkt 6 wskazanej ustawy **gminy są zobowiązane do podejmowania interwencji w związku z naruszeniem przepisów określonych w art. 13¹ i 15 ustawy oraz występowanie przed sądem w charakterze oskarżyciela publicznego.**

Warto mieć na uwadze, że zgodnie z art. 1 ww. ustawy „**Organy administracji rządowej i jednostek samorządu terytorialnego są obowiązane do podejmowania działań zmierzających do ograniczania spożycia napojów alkoholowych** oraz zmiany struktury ich spożywania, inicjowania i wspierania przedsięwzięć mających na celu zmianę obyczajów w zakresie sposobu spożywania tych napojów, działania na rzecz trzeźwości w miejscu pracy, przeciwdziałania powstawaniu i usuwania następstw nadużywania alkoholu, a także wspierania działalności w tym zakresie organizacji społecznych i zakładów pracy”. Natomiast zgodnie z art. 2 ust.1 ww. ustawy:

Zadania w zakresie przeciwdziałania alkoholizmowi wykonuje się przez odpowiednie kształtowanie polityki społecznej, w szczególności:

- 1) tworzenie warunków sprzyjających realizacji potrzeb, których zaspokajanie motywuje powstrzymanie się od spożywania alkoholu;
- 2) działalność wychowawczą i informacyjną;
- 3) ustalanie odpowiedniego poziomu i właściwej struktury produkcji napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w kraju;
- 4) ograniczanie dostępności alkoholu;
- 5) leczenie, rehabilitację i reintegrację osób uzależnionych od alkoholu;
- 6) zapobieganie negatywnym następstwom nadużywania alkoholu i ich usuwanie;
- 7) przeciwdziałanie przemocy w rodzinie;
- 8) wspieranie zatrudnienia socjalnego poprzez finansowanie centrów integracji społecznej.

W związku z powyższym publikowanie w biuletynie prowadzonym przez władze miasta treści mogących może zostać uznane za noszące cechy reklamy lub promocji napojów alkoholowych stoi w sprzeczności z przepisami oraz celem ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

Z wyrazami szacunku,

Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom
Zastępca Dyrektora ds. Zarządzania

U. Doga

r.pr. Kama Dąbrowska



Siedziba główna i adres do korespondencji:

ul. Dereniowa 52/54
02-776 Warszawa
tel.: +48 22 641 15 01, +48 22 649 66 59
kcpu@kcpu.gov.pl www.kcpu.gov.pl



Al. Jerozolimskie 155
02-326 Warszawa
tel.: +48 22 250 63 25; +48 22 250 63 26
kcpu@kcpu.gov.pl www.kcpu.gov.pl