

# **Biuletyn Informacji Publicznej Urząd Miejski w Lubinie**

Adres artykułu: <http://sbip16.lo.pl/artykul/alkohole-zasady-reklamowania-i-promowania-napojow-alkoholowych>

## **Alkohole - Zasady reklamowania i promowania napojów alkoholowych**

### **REKLAMA I PROMOCJA NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH**

Odnosząc się do wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 13 lipca 2017 r. (sygnatura sprawy II GSK 982/17) organ zezwalający przypomina, że dopuszczalność reklamowania i promowania napojów alkoholowych podlega szeregowi ograniczeń, wynikających z ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi /J.t.Dz. U. z 2019 r. poz. 2277 z późniejszymi zmianami/ (zwanej dalej „ustawą”).

Ustawowe definicje reklamy oraz promocji napojów alkoholowych są bardzo szerokie. Reklamowanie i promowanie piwa podlegają wielu ograniczeniom, natomiast reklamowanie i promowanie innych niż piwo napojów alkoholowych jest – co do zasady – zabronione na obszarze kraju. Zakazy te nie obejmują reklamy i promocji napojów alkoholowych prowadzonej wewnątrz pomieszczeń hurtowni, wydzielonych stoisk lub punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz na terenie punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży (punktów gastronomicznych). Reasumując ustawodawca jednoznacznie dopuszcza możliwość reklamy/promocji pod warunkiem prowadzenia jej wewnątrz wskazanych wyżej miejsc. Reklama skierowana – poprzez umieszczenie jej w witrynie punktu sprzedaży – do odbiorcy zewnętrznego, a więc nie znajdującego się w miejscu dozwolonej reklamy, stanowi naruszenie zasad określonych przepisami prawa. Następstwem naruszenia ustawowych zasad i warunków prowadzenia sprzedaży napojów alkoholowych jest cofnięcie zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych.

Ustawodawca w art. 2<sup>1</sup> pkt 2 i pkt 3 ustawy zawarł definicje promocji i reklamy napojów alkoholowych. Zgodnie z nimi:

- reklama napojów alkoholowych to: „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”.

- promocja napojów alkoholowych to: „publiczna degustacja napojów alkoholowych, rozdawanie rekwizytów związanych z napojami alkoholowymi, organizowanie premiowanej sprzedaży napojów alkoholowych, a także inne formy publicznego zachęcania do nabywania napojów alkoholowych”.

Zgodnie z art. 13<sup>1</sup> [Zasady reklamy i promocji napojów alkoholowych] ustawy:

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, uspakajającym 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 6<sup>00</sup> a 20<sup>00</sup>, 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.

5. Zabrania się informowania o sponsorowaniu imprez sportowych, koncertów muzycznych oraz innych imprez masowych przez producentów i dystrybutorów napojów, których zasadniczą działalność stanowi produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych zawierających od 8% do 18% alkoholu, w jakikolwiek inny sposób niż poprzez umieszczanie wewnątrz dzienników i czasopism, na zaproszeniu, bilecie, plakacie, produkcie lub tablicy informacyjnej związanej z określoną imprezą nazwy producenta lub dystrybutora oraz jego znaku towarowego, z zastrzeżeniem ust. 6.

6. Informowanie o sponsorowaniu może być prowadzone w radiu i telewizji pod warunkiem, iż będzie ograniczone wyłącznie do podania nazwy producenta lub dystrybutora napojów zawierających do 18% alkoholu lub jego znaku towarowego, a informacja ta nie będzie prezentowana w telewizji przez osobę fizyczną lub z wykorzystaniem wizerunku postaci ludzkiej.

7. Zabrania się informowania o, innym niż określone w ust. 5, sponsorowaniu przez producentów i dystrybutorów napojów alkoholowych, których zasadniczą działalność stanowi produkcja lub sprzedaż napojów alkoholowych zawierających od 8% do 18%

alkoholu oraz informowania o sponsorowaniu przez producentów i dystrybutorów napojów zawierających powyżej 18% alkoholu.

8. Zakaz określony w ust. 1 dotyczy również wydawnictw promocyjno-reklamowych przekazywanych przez producentów, dystrybutorów lub handlowców napojów alkoholowych klientom detalicznym.

9. Zakazy określone w ust. 1-8 nie obejmują reklamy i promocji napojów alkoholowych prowadzonej wewnątrz pomieszczeń hurtowni, wydzielonych stoisk lub punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz na terenie punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży.

10. Zakazy określone w ust. 1-8 dotyczą osób fizycznych, osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej, które uczestniczą w prowadzeniu reklamy w charakterze zleceniodawcy albo zleceniobiorcy niezależnie od sposobu i formy jej prezentacji.

11. Minister właściwy do spraw zdrowia określi, w drodze rozporządzenia, wielkość, treść, wzór i sposób umieszczania na reklamach, o których mowa w ust. 2 pkt 5, napisów informujących o szkodliwości spożycia alkoholu lub o zakazie sprzedaży alkoholu małoletniemu, mając na względzie ograniczenie spożycia alkoholu oraz przeciwdziałanie alkoholizmowi wśród młodzieży.

## Metryczka

<b>Opublikował w BIP:</b>	Tomasz Przyszlak
<b>Data opublikowania:</b>	27.10.2017 15:56
<b>Ostatnio zaktualizował:</b>	Tomasz Przyszlak
<b>Data ostatniej aktualizacji:</b>	06.05.2021 14:01
<b>Liczba wyświetleń:</b>	175