

545/17



Browary Polskie

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce

Warszawa, 18 grudnia 2017 r.

Proszę włączyć do prac Komisji
mod. petycji
21.12.2017r.

Pan

Robert Mamątow

Senator Rzeczypospolitej Polskiej

Przewodniczący

Komisji Praw Człowieka, Praworządności i Petycji

Senatu RP

Szanowny Panie Przewodniczący,

W odpowiedzi na pismo z dnia 5 grudnia 2017 r. (sygn. BPS/KPCPP-0330-186/17) zawierające prośbę o stanowisko do petycji skierowanej do Senatu RP (P9-36/17), z upoważnienia Prezesa Zarządu Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie przedkładam niniejszą odpowiedź w przedmiocie wymienionej petycji.

Podjęte w petycji zagadnienie dotyczące szkodliwego wpływu alkoholu na zdrowie dziecka w tonie matki jest bardzo ważną kwestią społeczną. Lekarze ginekolodzy podkreślają, że nie istnieje „bezpieczna” ilość alkoholu, którą kobieta w ciąży może wypić bez narażania swojego dziecka na ryzyko wad wrodzonych określanych Zespołem FAS (Fetal Alcohol Syndrome; alkoholowy zespół płodowy), w związku z tym kobiety spodziewające się dziecka winny zachować bezwzględną abstynencję przez cały okres ciąży.

Ten sam komunikat, w formie różnych działań, powtarza polska branża piwowarska. Już w 2013 roku zainicjowaliśmy szereg długofalowych akcji edukacyjnych, w tym kampanię informacyjną na rzecz edukacji całego społeczeństwa, w szczególności zaś kobiet w ciąży oraz starających się o dziecko, na temat zagrożeń związanych z konsumpcją alkoholu w czasie ciąży.

Jednym z podjętych wówczas działań branży było **wprowadzenie na opakowania piw produkowanych przez browary zrzeszone w Związku Browary Polskie kolejnego dobrowolnego znaku odpowiedzialnościowego – „W ciąży nie piję alkoholu”**. Znak wprowadzony został na opakowania jednostkowe i zbiorcze piwa oraz materiały promocyjne, w tym reklamy telewizyjne. Związek Browary Polskie zrzesza trzech największych producentów piwa, którzy łącznie produkują 80% piwa sprzedawanego w Polsce. Oznaczenie „W ciąży nie piję alkoholu” jest jednym z trzech oznaczeń odpowiedzialnościowych wprowadzonych dobrowolnie na butelki, puszki, folie opakowań zbiorczych, kartonowe tacki i kartony – a zatem wszystkie rodzaje opakowań, trafiające do konsumentów. Poza oznaczeniem „ciążowym” na opakowaniach piwa stosowane są również znaki informujące o wymogu pełnoletności osoby spożywającej alkohol (**„Alkohol tylko dla pełnoletnich”**) oraz przestrzegające przez prowadzeniem pojazdu po spożyciu alkoholu (**„Nigdy nie jeżdżę po alkoholu”**). Te oznaczenia zaczęliśmy stosować na opakowaniach piwa już w roku 2008 (a zatem

blisko 10 lat temu), a w reklamach telewizyjnych rok później. Wraz z decyzją o stosowaniu dobrowolnych oznaczeń odpowiedzialnościowych przyjęliśmy również ściśle określone „Zasady stosowania znaków odpowiedzialnościowych”. Bardzo cieszy nas fakt, że z przygotowanych przez nas oznaczeń odpowiedzialnościowych korzystają także inne browary nie będące członkami Związku Browary Polskie.

Uważamy, że stosowanie znaków odpowiedzialnościowych na piwie doskonale wpisuje się w działania edukacyjne na rzecz trwałej zmiany zachowań związanych ze spożywaniem alkoholu. Przykładem skuteczności tego rodzaju działań może być zmniejszenie liczby pijanych kierowców (liczba ofiar śmiertelnych wypadków drogowych spowodowanych przez alkohol spadła o ok. 60% w ciągu ostatnich 10 lat).

Regularnie monitorujemy rozpoznawalność naszych oznaczeń odpowiedzialnościowych oraz innych przekazów o podobnej treści w Polsce. Jak wynika z badań przeprowadzonych w maju i czerwcu tego roku (Kantar Millward Brown, metoda CAWI, N=1013) wspomagana rozpoznawalność oznaczenia „W ciąży nie piję alkoholu” wynosi 83%, co oznacza, że 83% ankietowanych Polaków wskazało z listy różnych propozycji oznaczenie „ciążowe”, jako to, o którym słyszeli lub które zauważyli na opakowaniach piwa. W przypadku rozpoznawalności spontanicznej, czyli pytania w którym należało wymienić dowolny przekaz odpowiedzialnościowy, bez podpowiedzi z listy, wskazania na „W ciąży nie piję alkoholu” wyniosły aż 17%. To świetne wyniki, bowiem oznaczenie „W ciąży nie piję alkoholu” jest rozpoznawalne przez Polaków na takim samym poziomie, jak obowiązkowa informacja umieszczana w Polsce na reklamach zewnętrznych piwa (20% powierzchni billboardów, plakatów, itp.), o treści „1/2 litra piwa zawiera 25 gramów czystego alkoholu etylowego. Nawet taka ilość szkodzi zdrowiu kobiet w ciąży i jest niebezpieczna dla kierowców”. Jesteśmy przekonani, że rozpoznawalność oznaczenia buduje społeczną świadomość problemu i w efekcie wpływa na zmianę zachowań kobiet w ciąży. Powyższe pokazuje również, że inicjatywy samoregulacyjne mogą być równie skuteczne lub niekiedy nawet skuteczniejsze od wymogów ustawowych.

Jak wspomnieliśmy wcześniej oznaczenie „W ciąży nie piję alkoholu” to tylko jedna z inicjatyw na rzecz zaprzestania spożywania alkoholu przez ciężarne, podjęta przez związek Browary Polskie.

Przy wsparciu naszej organizacji lekarze należący do Polskiego Towarzystwa Ginekologicznego **opracowali stanowisko dotyczące zagrożeń związanych z konsumpcją alkoholu przez kobiety ciężarne**. Stanowisko to opublikowane zostało na portalu edukacyjnym dla lekarzy, a jego skrót i odniesienie do całej publikacji wysłane zostało do całego środowiska ginekologicznego w formie newslettera (ponad 4 000 lekarzy ginekologów).

Ponadto podjęliśmy współpracę z największymi w Polsce podmiotami odpowiadającymi za dystrybucję materiałów i informacji do kobiet w ciąży – w jej ramach znak „**W ciąży nie piję alkoholu**” został umieszczony na **ponad 200 000 materiałów kierowanych do ciężarnych** (Kartach Ciąży, pierwszych wyprawkach dla niemowląt). Materiały trafiły do kobiet poprzez lekarzy ginekologów i położne pracujące odpowiednio w **około 1 900 gabinetach lekarskich i 1 600 szkołach rodzenia zlokalizowanych na terenie całego kraju**.

Dzięki przywołanym powyżej działaniom naszej branży, a także stałej ekspozycji komunikatu „W ciąży nie piję alkoholu” na opakowaniach piwa można z całą pewnością stwierdzić, że świadomość kobiet dotycząca szkodliwego wpływu alkoholu na zdrowie nienarodzonych dzieci stale się zwiększa.

Jako branża odpowiedzialna jesteśmy całkowicie przeciwni spożywaniu jakichkolwiek, nawet najmniejszych, ilości alkoholu przez kobiety w ciąży i podzielamy opinię autora lub autorki petycji rozpatrzonej przez Komisję Praw Człowieka, Praworządności i Petycji Senatu RP, że: „Działania zapobiegawcze i edukacja społeczeństwa na temat FAS (Fetal Alcohol Syndrome; poalkoholowe uszkodzenie płodu) jest lepsza, niż borykanie się ze skutkami”.

Jesteśmy jednak sceptyczni co do zawartej w petycji propozycji ustawowego zobowiązania producentów do informowania na etykietach produktów o ich szkodliwości dla poczętego dziecka. Od wielu już lat umieszczamy oznaczenia odpowiedzialnościowe na wszystkich rodzajach opakowań, jakie trafiają do konsumentów piwa w Polsce, przy czym wykorzystujemy je do przestrzegania przed całym spektrum najważniejszych problemów związanych z nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu, tj. dostępem alkoholu dla nieletnich, prowadzeniem pojazdów pod wpływem alkoholu i spożywaniem alkoholu w ciąży. Prawny wymóg umieszczania na etykietach informacji o szkodliwości alkoholu dla poczętego dziecka istotnie ograniczyłby zatem zakres problemów odalkoholowych przed jakimi przestrzegają obecnie opakowania piwa oraz przerwałby wieloletnie działania prewencyjne branży piwowarskiej, których fundamentem jest konsekwentne powtarzanie wyraźnych, jednoznacznych komunikatów i czytelnych znaków graficznych.

W naszej ocenie dużą skuteczność względem profilaktyki FAS można osiągnąć szeregiem działań informacyjnych i edukacyjnych. **Postulujemy, aby Senat RP stał się inicjatorem dialogu z całą branżą alkoholową na temat możliwych form przeciwdziałania spożywaniu alkoholu przez kobiety z ciąży.** Umieszczanie komunikatów postulowanych w petycji, a stosowanych już od kilku lat przez przemysł piwowarski, mogłoby stać się jednym z takich działań, przy czym niekoniecznie musi to oznaczać tworzenie kolejnych wymogów prawnych. Wielokrotnie lepsze skutki przynosi działanie dobrowolne, motywowane autentyczną troską o zdrowie konsumentów, aniżeli tylko wypełnianie wymogów ustawowych.

Do niniejszej opinii dołączam krótką prezentację zawierającą m.in. wizualizacje stosowanych oznaczeń na opakowaniach oraz same znaki, o których mowa w tekście powyżej.

W imieniu firm zrzeszonych w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie deklaruję gotowość daleko idącej współpracy w tym zakresie.

Z poważaniem,



Bartłomiej Morzycki
Dyrektor Generalny
ZPPP – Browary Polskie

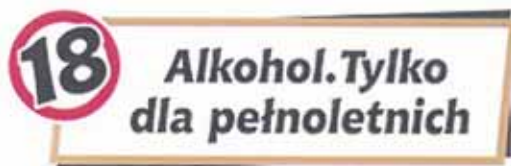
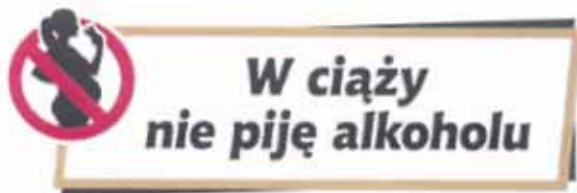


**Browary
Polskie**

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce

Zał.

Przykłady wymienionych w tekście komunikatów stosowanych na opakowaniach piw.



Załącznik do opinii Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie
nt. petycji do Senatu RP (P9-36/17)

Oznaczenia odpowiedzialnościowe Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie



materiał poglądowy
grudzień 2017

Browary zrzeszone w Związku Browary Polskie dobrowolnie przeznaczają część powierzchni każdego opakowania piwa oraz spotu reklamowego na edukację konsumentów w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji piwa poprzez eksponowanie znaków odpowiedzialnościowych.



W ciąży nie piję alkoholu

Oznaczenie
wprowadzone od
2013 r. na
opakowania piwa i
do reklamy
telewizyjnej



Alkohol. Tylko dla pełnoletnich

Oznaczenia
wprowadzone od
2008 r. na
opakowania piwa i od
2009 r. do reklamy
telewizyjnej



Nigdy nie jeżdżę po alkoholu

Oznaczenia odpowiedzialnościowe umieszczone są na opakowaniach rotacyjnie

Oznaczenia odpowiedzialnościowe Browary Polskie muszą spełniać odpowiednie, ściśle określone warunki przyjęte w porozumieniu branżowym

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego
Browary Polska

Zasady stosowania
znaków odpowiedzialnościowych

Opisane w niniejszej Załącznik zobowiązują od 9 września 2015 r.

Wszystkie etykiety ZBIORZE (NOTACJA) muszą być odpowiednio oznaczone i zawierać następujące informacje:

III. Nie zawiera alkoholu

IV. Niska zawartość alkoholu

V. Średnia zawartość alkoholu

VI. Wysoka zawartość alkoholu

VII. Bardzo wysoka zawartość alkoholu

Wszystkie etykiety muszą być odpowiednio oznaczone i zawierać następujące informacje:

1. Nie zawiera alkoholu

2. Niska zawartość alkoholu

3. Średnia zawartość alkoholu

4. Wysoka zawartość alkoholu

5. Bardzo wysoka zawartość alkoholu

Wszystkie etykiety muszą być odpowiednio oznaczone i zawierać następujące informacje:

1. Nie zawiera alkoholu

2. Niska zawartość alkoholu

3. Średnia zawartość alkoholu

4. Wysoka zawartość alkoholu

5. Bardzo wysoka zawartość alkoholu

Wszystkie etykiety ZBIORZE (NOTACJA) muszą być odpowiednio oznaczone i zawierać następujące informacje:

III. Nie zawiera alkoholu

IV. Niska zawartość alkoholu

V. Średnia zawartość alkoholu

VI. Wysoka zawartość alkoholu

VII. Bardzo wysoka zawartość alkoholu

Wszystkie etykiety muszą być odpowiednio oznaczone i zawierać następujące informacje:

1. Nie zawiera alkoholu

2. Niska zawartość alkoholu

3. Średnia zawartość alkoholu

4. Wysoka zawartość alkoholu

5. Bardzo wysoka zawartość alkoholu



Komunikaty branży piwowarskiej o szkodliwości picia w ciąży, prowadzenia pojazdów po alkoholu oraz o tym, że alkohol przeznaczony jest tylko dla pełnoletnich znajdują się na 4 mln puszek i butelek piwa, które codziennie kupują Polacy.



Poza butelkami i puszkami oznaczenia odpowiedzialnościowe znajdują się na każdym rodzaju zbiorczego opakowania piwa trafiającego bezpośrednio do klientów



tacka



folia wielopaków



Oznaczenia odpowiedzialnościowe znajdują się także na kartonach do piwa w butelkach bezwrotnych



Z oznaczeń chętnie korzystają też browary regionalne, które nie są członkami Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”



Poza opakowaniami piwa oznaczenia odpowiedzialnościowe umieszczane są również od 2009 r. we wszystkich reklamach telewizyjnych członków Związku Browary Polskie.

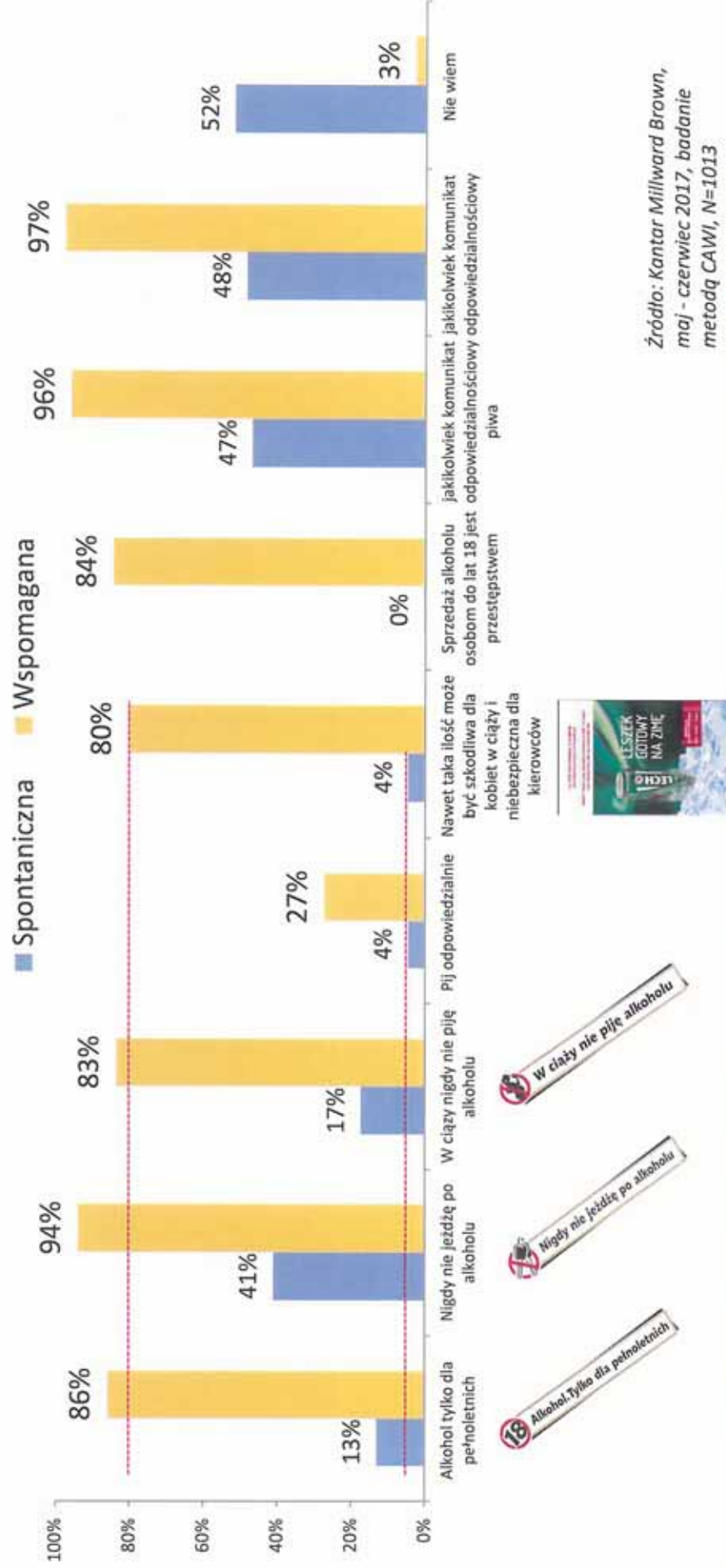


Dobrowolne oznaczenia odpowiedzialnościowe piwa są zauważane przez polskich konsumentów bardziej niż obligatoryjne informacje o zawartości alkoholu i szkodliwości jego spożywania przez kobiety w ciąży i kierowców, które zajmują 20% powierzchni reklamy zewnętrznej piwa - skutki dobrowolnej inicjatywy branży piwarskiej wyższe niż efekty wymogów ustawowych.

Całkowita spontaniczna i wspomagana rozpoznawalność wszystkich komunikatów odpowiedzialnościowych:

Q1. Na opakowaniach i w działaniach komunikacyjnych producenci piwa umieszczają komunikaty zachęcające do odpowiedzialnych zachowań. Które z tych komunikatów widziałeś lub o nich słyszałeś? Odpowiedź spontaniczna.

Q2. Który z tych komunikatów widziałeś lub o nim słyszałeś? Odpowiedź wspomagana (włącznie z odpowiedziami spontanicznymi).



Źródło: Kantar Millward Brown, maj - czerwiec 2017, badanie metodą CAWI, N=1013