

STANOWISKO ZWIĄZKU PRZEDSIĘBIORCÓW I PRACODAWCÓW WS. PROJEKTU USTAWY O ZMIANIE USTAWY O WYCHOWANIU W TRZEŹWOŚCI I PRZECIWDZIAŁANIU ALKOHOLOWI (DRUK SENACKI NR 65)

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców krytycznie ocenia zawarte w przedmiotowym projekcie propozycje. Pragniemy podkreślić, że prace nad nimi, rozpoczęte w następstwie skierowania do Senatu petycji, toczą się już od ponad dwóch lat, a w ich trakcie zgłoszono do projektu szereg uwag krytycznych, które pozostają aktualne.

Przede wszystkim trzeba stwierdzić, że branża producentów piwa już od lat prowadzi aktywne działania ukierunkowane na promowanie całkowitej abstynencji w czasie ciąży. Temu celowi służyło m.in. wypracowanie wspólnego standardu komunikatu graficznego, który umieszczany jest zarówno na opakowaniach piwa (puszki, etykiety butelek, opakowania zbiorcze), jak i akcesoriach (takich jak podkładki pod piwo czy tacki), czy w końcu w reklamach telewizyjnych. Komunikat ten zawiera napis o treści „W ciąży nie piję alkoholu” oraz symbol graficzny przedstawiający przekreśloną sylwetkę ciężarnej kobiety z kieliszkiem. Jego wykorzystywanie nie jest jednorazową inicjatywą branży producentów piwa, lecz stosowaną już od długiego czasu praktyką wypracowaną w ramach samoregulacji. Oznakowanie tym piktogramem okazuje się skuteczne, ponieważ jak wynika z badań, rozpoznawalność tego oznaczenia wynosi aż 83%. Aktywność branży w zakresie promowania świadomości o szkodliwości spożywania alkoholu w ciąży nie ogranicza się jedynie do umieszczania oznaczeń na swoich produktach. Producenci podjęli współpracę z podmiotami dystrybuującymi materiały i informacje do kobiet ciężarnych, w rezultacie której wypracowane przez nich oznaczenie znalazło się na ponad 200 tysiącach materiałów kierowanych do kobiet w ciąży. Przy wsparciu branży powstało ponadto stanowisko lekarzy należących do Polskiego Towarzystwa Ginekologicznego, w którym opisane zostały zagrożenia związane ze spożyciem alkoholu przez kobiety w ciąży.

Podejmowane przez branżę działania przyczyniają się do budowania społecznej świadomości dot. szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży. Statystyki pokazują, że jest ona w Polsce na wysokim poziomie – Polki, obok Szwedek i Norweżek, należą do kobiet najrzadziej sięgających po alkohol w ciąży.

Tym samym, wydaje się że stosowane już w tej chwili modele samoregulacji, a także szersza polityka promująca świadomość dot. szkodliwości spożywania alkoholu w ciąży, to skuteczne działania. Tym samym, wprowadzanie ustawowego obowiązku oznaczania opakowań napojów alkoholowych piktogramami o odgórnie ustalonych parametrach, wydaje się być przykładem niepotrzebnej nadregulacji.

Wziąwszy pod uwagę fakt, że znaczna część producentów już w tej chwili realizuje działania objęte zakresem proponowanej nowelizacji, ewentualna interwencja legislacyjna powinna dotyczyć tych producentów i importerów, którzy do określonej w ustawie daty nie zastosowaliby odpowiedniego oznaczenia. Tym samym, dotychczas stosowane piktogramy (jak wskazano – powszechnie rozpoznawane przez Polaków) powinny móc pozostać w dalszym użyciu.

Dodatkowo, na niekorzyść przedstawionego projektu działa brak aktu wykonawczego określającego precyzyjnie szczegółowe wymagania dotyczące oznakowania opakowań i etykiet. Trzeba bowiem pamiętać o tym, że każdy z producentów przeznaczając na rynek produkty w rozmaitych opakowaniach, opatrzone różnymi etykietami. Dopasowanie wszystkich z nich do ewentualnych nowych wymogów, będzie wiązało się z określonymi kosztami, dlatego należałoby na możliwie najwcześniejszym etapie określić podstawowe parametry oznaczeń. Podkreślamy również, że przyznanie ministrowi zdrowia prawa do w zasadzie swobodnego określania tychże parametrów, budzi ryzyko znacznego wykroczenia poza intencje przedstawionego projektu.

Ostatecznie, wydaje się że proponowany okres 6 miesięcy vacatio legis i 24 miesięcy okresu przejściowego, nie są wystarczające i nie odzwierciedlają czasu trwania procesów technologicznych związanych z modyfikacją etykiet i ich wymianą. Wziąwszy to pod uwagę, rozważne byłoby zaproponowanie 36-miesięcznego okresu dostosowawczego, w trakcie którego możliwy byłby obrót towarami wprowadzonymi na rynek przed datą wejścia w życie nowych wymagań. Tytułem dodatkowej uwagi, należy podkreślić że projekt w przedstawionym brzmieniu obejmuje swoim zakresem również opakowania, z którymi konsument nie ma bezpośredniej styczności, czyli beczki na piwo. Z uwagi na cel projektu, zasadne byłoby ich wyłączenie z nowych obowiązków i sformułowanie przepisów tak, by jednoznacznie dotyczyły one wyłącznie opakowań jednostkowych w sprzedaży detalicznej.

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców

Zarząd: Cezary Kaźmierczak – Prezes, Marcin Nowacki - Wiceprezes

Wszystkie z powyższych argumentów przedstawialiśmy już wcześniej w toku prac nad nowelizacją, jednak w tej chwili nabierają one tym większego znaczenia. W okresie pandemii koronawirusa znaczna część przedsiębiorców zmuszona jest funkcjonować w wyjątkowo trudnych warunkach. Wziąwszy to pod uwagę, ZPP niejednokrotnie postulował powstrzymanie się od wprowadzania jakichkolwiek dodatkowych restrykcji i obciążeń dotyczących przedsiębiorców, co najmniej do końca 2020 roku. Uwaga ta dotyczy również przedmiotowego projektu, który niewątpliwie nakłada nowe obowiązki na producentów w branży napojów alkoholowych.

Reasumując, przedstawiony projekt uważamy za przykład niepotrzebnej nadregulacji, której ustawodawca winien unikać szczególnie w tak trudnym czasie, jak czas pandemii. Dodatkowo, pozbawiony jest on istotnych elementów określających techniczne parametry oznaczeń. Tym samym, oceniamy go negatywnie.



Cezary Kaźmierczak

Prezes



Marcin Nowacki

Wiceprezes