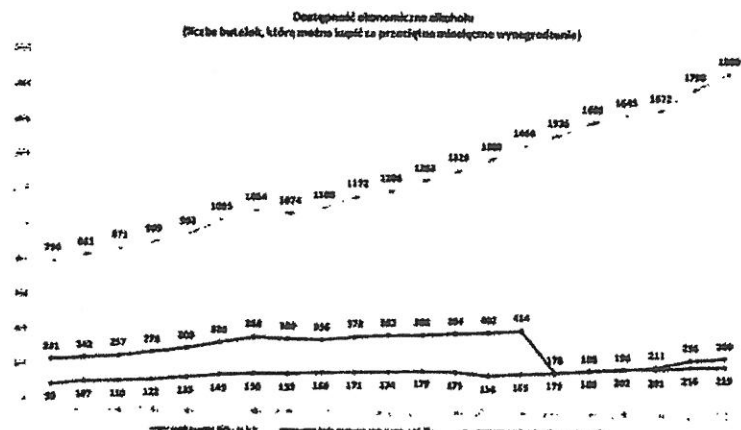




DANE PODMIOTU WNOŚĄCEGO PETYCJĘ	
Imię i nazwisko/nazwa	Mazowiecki Związek Stowarzyszeń Abstynenckich Repr. przez: Bogdan Urban, prezes MZSA Krzysztof Brzózka, ekspert MZSA
Miejsce zamieszkania/siedziba	Ul. Kraszewskiego 18, 05-800 Pruszków zarzad@mzsa.pl;
Adres do korespondencji	j.w.
Adres e-mail (w przypadku petycji składanych drogą elektroniczną)	
<i>Jeżeli podmiotem składającym petycję jest grupa podmiotów (np. organizacji, osób fizycznych) należy wskazać osobę je reprezentującą oraz podać imię i nazwisko/nazwę oraz miejsce zamieszkania/siedzibę każdego z nich</i>	
DANE PODMIOTU TRZECIEGO, W KTÓREGO INTERESIE SKŁADANA JEST PETYCJA	
Imię i nazwisko/nazwa	-----
Miejsce zamieszkania/siedziba	-----
Adres do korespondencji/adres poczty elektronicznej	-----
<i>Uwaga! Wymagane jest dołączenie do petycji zgody podmiotu trzeciego na jej złożenie. Podmiot, w którego interesie składana jest petycja, może wyrazić też zgodę na ujawnienie jego imienia i nazwiska/nazwy na stronie internetowej podmiotu rozpatrującego petycję</i>	
INFORMACJE DOTYCZĄCE PETYCJI	
Adresat petycji	Senat Rzeczypospolitej Polskiej
Tytuł petycji	Wprowadzenie ceny minimalnej za standardową porcję alkoholu .
Akt prawa, w którym postulowana jest zmiana	Ustawa z dn. 26 października 1982 r. o Wychowaniu w Trzeźwości i przeciwdziałaniu Alkoholizmowi (Dz.U. 2023 poz 165)
Treść petycji	Do UoWT należy wprowadzić: <ol style="list-style-type: none"> 1. zapis o minimalnej cenie za 10 gramów 100% alkoholu zawartego w napojach alkoholowych, 2. ustalić wysokość tej ceny minimalnej 3. mechanizm indeksowania tej ceny proporcjonalnie do wzrostu płac w Polsce.

Wg WHO i naukowców zajmujących się rozwiązywaniem problemów alkoholowych regulacja dostępności ekonomicznej alkoholu jest jednym z trzech najważniejszych, a najmniej kosztownych dla budżetu sposobów regulowania wielkości spożycia alkoholu, obok likwidacji reklam i ograniczenia gęstości sieci czy godzin sprzedaży. (Dan Crisholm, Jurgen Rehm, Ulrich Frick, Peter Anderson, 2009; T. Babor et al. „Alcohol no ordinary commodity”)

W Polsce, mimo wdrożonego w 2019 roku systematycznego wzrostu podatku akcyzowego od napojów alkoholowych dostępność ekonomiczna napojów alkoholowych gwałtownie rośnie. Obrazuje to zjawisko poniższy wykres (Za KCPU). Związane to jest z postępującym szybkim wzrostem płac w Polsce.



Zalamanie trendu w dostępności wina w 2017 r. wynika ze zmiany przez GUS reprezentanta tego rodzaju alkoholu

Uzasadnienie

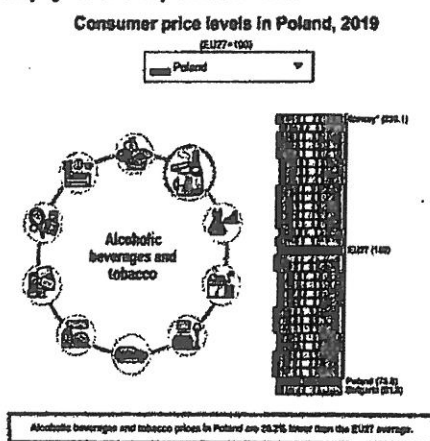
W ciągu ostatnich dwudziestu lat dostępność ekonomiczna wódki wzrosła o 243% a piwa o 237%. Tylko w latach 2019 – 2022 (już po wprowadzeniu kroczącego podatku akcyzowego) ten wzrost wyniósł odpowiednio 8,5% i 14,8%.

Dodatkowym aspektem mającym wpływ na rzeczywistą cenę alkoholu mają promocje organizowane przez sieci handlowe, które są w stanie sprzedawać takie napoje detalicznie nawet w cenie niższej niż kwota zapłaconego przez producentów podatku akcyzowego. Krytyczne znaczenie mają również promocje typu „kup cztery (sześć, dwanaście) piw – następnie taką samą ilość dostaniesz za darmo”. Warto dodać, że takie promocje raczej nie są dostępne dla sklepów małoformatowych.

Warto podkreślić, iż wprowadzenie proponowanego systemu ograniczy również konkurencję cenową pomiędzy koncernami produkującymi piwo a producentami - rzemieślnikami, którzy mają wyższe koszty jednostkowe produkcji.

Istotną rolę polityka cenowa odgrywa w stosunku do młodzieży i osób pijących nadmiernie i szkodliwie niemających dużych zasobów finansowych.

Sumarycznie poziom cen alkoholu i tytoniu w Polsce plasowały nas na przedostatniej pozycji wśród państw UE:



Za: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/WDN-20200619-1>

Wyrażam zgodę/~~nie wyrażam zgody~~ na ujawnienie na stronie internetowej podmiotu rozpatrującego petycję mojego imienia i nazwiska/nazwy, imienia i nazwiska/nazwy reprezentowanego podmiotu/podmiotów*

**niewłaściwe skreślić*