



Warszawa

14/03/2018 - 12:12

Zakaz reklamy piwa to pozorowanie walki z nadużywaniem alkoholu

Komitet Stały Rady Ministrów przyjął projekt nowelizacji ustaw o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi przewidujący m. in. zakaz reklamy piwa w godzinach od 6 do 23. Wątpliwe, aby projekt ten ograniczył spożycie alkoholu. Pewne jest jednak, że rozwiązanie to mocno uderzy w branżę piwowarską.

Zgodnie z uzasadnieniem zaprezentowanym przez projektodawcę – Ministerstwo Zdrowia – projekt nowelizacji ma ograniczyć dostępność napojów alkoholowych. Zakaz reklamy piwa w godzinach od 6.00 do 23.00 ma zapobiegać zachęcaniu potencjalnego nabywcy do jego zakupu. Należy się jednak zastanowić, czy takie rozwiązanie ma jakiegokolwiek szanse zadziałać zgodnie z intencjami pomysłodawcy. Nowelizacja będzie za to na pewno mieć istotny – i negatywny – wpływ dla przemysłu piwowarskiego. A jest on bardzo ważnym elementem polskiej gospodarki.

W obecnym stanie prawnym emisja spotów reklamowych piwa jest dopuszczalna w godzinach 20.00 – 6.00. Proponowana zmiana pozwoli na ich emisję dopiero po godz. 23.00. Tak restrykcyjny zapis należy postrzegać de facto jako całkowity zakaz reklamy piwa. Czy zmniejszy on spożycie alkoholu? Nie. Dane pokazują, że zwiększone nakłady reklamowe browarów i wzrost czasu antenowego przeznaczonego na reklamę, jak również większa liczba kontaktów widzów z reklamą piwa, nie przekładają się na zwiększoną sprzedaż zarówno w ujęciu całego rynku, jak i na osobę. Między 2012r., a 2016 r. wydatki na reklamę piwa w TV wzrosły blisko o połowę (47 proc.), czas trwania reklam piwa w telewizji – niemal czterokrotnie, a liczba kontaktów przeciętnego telewidza z reklamą piwa – o 5 proc. Mimo to konsumpcja piwa per capita w latach 2012 – 2016 utrzymywała się na zbliżonym poziomie (97 l), podobnie jak całkowity rynek piwa wahający się w przedziale 37 – 38 mld hektolitrów rocznie.

Trzeba przypomnieć, że dopuszczenie reklamy piwa było związane z przyjętą w latach 90. polityką przesuwania konsumpcji z alkoholi mocnych do słabszych. Było to jedno z działań, które przyczyniło się do zmiany struktury konsumpcji alkoholu z napojów spirytusowych w kierunku napojów o niższej zawartości alkoholu. Dziś jednak polskie ustawodawstwo w zakresie reklamy piwa jest jednym z najbardziej restrykcyjnych w Europie, a wprowadzenie kolejnych restrykcji może przyczynić się do zwiększenia spożycia alkoholi wysokoprocentowych. Zniszczy więc pozytywny efekt działań prowadzonych przez wiele lat.

Należy oczywiście pozytywnie oceniać dbałość państwa o zdrowie publiczne i przeciwdziałanie nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Niemniej jednak wprowadzane rozwiązanie wydaje się

działaniem nieadekwatnym, a nawet pozornym. Ministerstwo Zdrowia nie przeprowadziło żadnych badań, które uzasadniałyby rozszerzenie zakazu reklamy piwa. Na poparcie swoich racji projektodawca powołuje się w uzasadnieniu projektu jedynie na zagraniczne badania, głównie z Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych, których część z została przeprowadzona nawet kilkanaście lat temu. Ich wyniki dotyczą jednak zupełnie innych realiów, regulacji prawnych oraz podejścia społeczeństwa do spożycia alkoholu. Co więcej, w projekcie zaproponowano bardziej restrykcyjne rozwiązania od tych, które były rekomendowane w raportach, na które powołuje się projektodawca.

Naszym zdaniem wprowadzany zakaz reklamy piwa w żaden sposób nie przyczyni się do ograniczenia nadużywania alkoholu. Jest to bez wątpienia ważny cel, dlatego powinien być realizowany w sposób skuteczny, a nie pozorny, tj. poprzez edukację i trwałą zmianę postaw. Zaproponowane rozwiązanie nie przyniesie efektu w postaci zmniejszenia konsumpcji alkoholu w Polsce, natomiast będzie miało niebagatelne skutki społeczne i ekonomiczne ze względu na rozmiary przemysłu piwowarskiego i jego udział w tworzeniu miejsc pracy (ok. 200 000 w skali kraju) oraz znaczenie dla krajowej gospodarki.

Arkadiusz P?czka, Dyrektor Centrum Monitoringu Legislacji Pracodawców RP.

Editorial Note:

Komitet Stały Rady Ministrów przyjął projekt nowelizacji ustaw o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi przewidujący m. in. zakaz reklamy piwa w godzinach od 6 do 23. Wątpliwe, aby projekt ten ograniczył spożycie alkoholu. Pewne jest jednak, że rozwiązanie to mocno uderzy w branżę piwowarską.

Kontakt:

Źródło: Pracodawcy RP

Website: <http://pracodawcyrp.pl/>

Kontakt: Mateusz Szymczycha

Telefon: [22 518 87 28](tel:225188728)

Email: m.szymczycha@pracodawcyrp.pl