



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0003.1177.2015

Kraków, 23 GRU. 2015

Pan
Bolesław Kosior
Radny Miasta Krakowa

W odpowiedzi na Pana interpelację w sprawie reklamy napojów alkoholowych, zgłoszoną na sesji Rady Miasta Krakowa w dniu 2 grudnia 2015 r., uprzejmie informuję:

Jedną z zasad sprzedaży napojów alkoholowych jest wyrażony w art. 13¹ ust. 1 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (tekst jednolity z 2015 r. Dz. U. poz. 1286) zakaz reklamy i promocji napojów alkoholowych na obszarze kraju. Zgodnie z art. 2¹ ww. ustawy, reklamą napojów alkoholowych jest:

1. publiczne rozpowszechnianie:
 - a) znaków towarowych napojów alkoholowych,
 - b) symboli graficznych z nimi związanych,
 - c) nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniących się od nazw i symboli graficznych napojów alkoholowych;
2. służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych;
3. za reklamę nie uważa się informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi.

Zgodnie z art. 13¹ ustawy, dopuszczalna jest, po spełnieniu szeregu dodatkowych warunków, reklama i promocja piwa.

Zakaz nie obejmuje reklamy i promocji napojów alkoholowych prowadzonej m.in. wewnątrz:

- pomieszczeń hurtowni,
- wydzielonych stoisk,
- punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych.

Oznacza to, że reklama i promocja napojów alkoholowych może być prowadzona jedynie wewnątrz punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych (sklepy monopolowe).

Zdaniem Urzędu Miasta Krakowa w świetle obowiązujących przepisów należy za nielegalną uznać również sytuację, gdy znaki towarowe napojów alkoholowych (oprócz piwa)

są widoczne z zewnątrz sklepu, np. przez witrynę sklepową. Przepisy w tym zakresie nie są wprowadzone jednoznacznie, jednak taki pogląd znajduje potwierdzenie w komentarzach do ustawy. Stanowisko takie prezentuje również Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w Warszawie.

Na niejednoznaczność przepisów prawa w tym zakresie wskazuje również wystosowanie przez Radę Miasta Krakowa w dniu 8 lipca 2015 r. rezolucji nr 18/XXI/15 w sprawie dokonania zmiany ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, skierowaną do Rady Ministrów oraz Posłów i Senatorów Rzeczypospolitej Polskiej. Rada Miasta Krakowa wzywa Radę Ministrów oraz Posłów i Senatorów do „*podjęcia stosownych działań legislacyjnych i wprowadzenia takich zmian Ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, aby eksponowanie na wystawach sklepowych sprzedawanych napojów alkoholowych było niedozwolone.*”

Od II kwartału 2015 r. w Urzędzie Miasta Krakowa podjęto działania mające na celu wypracowanie trybu postępowania zapewniającego skuteczną egzekucję przytoczonych regulacji. Należy zauważyć, iż ujawnianie okoliczności naruszenia prawa w tym zakresie musi nastąpić w trybie i na zasadach określonych w Kodeksie postępowania administracyjnego, jak również z uwzględnieniem przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej w zakresie zasad przeprowadzenia kontroli przedsiębiorcy.

W związku z ujawnionymi podczas kontroli przypadkami eksponowania alkoholu na witrynach sklepowych, aktualnie w Wydziale Spraw Administracyjnych UMK prowadzonych jest 5 postępowań o cofnięcie zezwoleń. W 2 przypadkach przedsiębiorcy w pisemnych wyjaśnieniach zobowiązali się do dostosowania ekspozycji do obowiązujących wymogów, w kolejnych 2 przypadkach nie ustosunkowali się do wszczętego postępowania. W ostatnim przypadku przedsiębiorca stoi na stanowisku, iż taka ekspozycja jest zgodna z prawem. W każdej z tych sytuacji zostały wyznaczone wizje lokalne, w celu sprawdzenia aktualnego wyglądu ekspozycji. Po przeprowadzeniu wizji lokalnych przedsiębiorcy zostaną wezwani do zapoznania się z aktami sprawy, a następnie zostaną wydane decyzje merytoryczne – w zależności od wyników wizji. Należy podkreślić, iż prawidłowość interpretacji przepisów, przyjętej przez organ I instancji, będzie podlegać weryfikacji przez organ II instancji (Samorządowe Kolegium Odwoławcze w Krakowie) oraz sąd administracyjny.

Wydział Spraw Administracyjnych Urzędu Miasta Krakowa przygotował informacje dla przedsiębiorców w zakresie ekspozycji alkoholu na witrynach sklepowych. Informacja ta jest wręczana przedsiębiorcom odbierającym zezwolenia na detaliczną sprzedaż napojów alkoholowych, natomiast w styczniu 2016 r., będzie wręczana każdemu przedsiębiorcy prowadzącemu tego typu działalność – w związku z przypadającą na ten miesiąc akcją naliczania opłat za zezwolenia.

Prowadzenie nielegalnej reklamy lub promocji napojów alkoholowych stanowi czyn zabroniony jako przestępstwo. Organem uprawnionym do wykrywania przestępstw oraz ścigania ich sprawców, w tym do prowadzenia czynności dochodzeniowo-śledczych, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji, jest Policja. Drugim organem posiadającym uprawnienia w tym zakresie, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 20 czerwca 1985 r. o Prokuraturze, jest Prokuratura. Uprawnienia w zakresie podejmowania interwencji, a także do występowania przed sądem w charakterze oskarżyciela publicznego, w związku

z naruszeniem przepisów zabraniających reklamy lub promocji napojów alkoholowych, zgodnie z przepisami ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, posiada również Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.

PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

Jacek Majchrowski

Otrzymują:

1. Adresat
2. Wydział Spraw Administracyjnych
3. Komenda Miejska Policji
4. Straż Miejska Miasta Krakowa
5. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
6. Biuletyn Informacji Publicznej
7. Aa