

Nazwa projektu Projekt ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych Ministerstwo wiodące i ministerstwa współpracujące Ministerstwo Zdrowia Osoba odpowiedzialna za projekt w randze Ministra, Sekretarza Stanu lub Podsekretarza Stanu Pan Wojciech Konieczny, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Zdrowia Kontakt do opiekuna merytorycznego projektu Pani Dagmara Lebiecka, główna specjalistka w Departamencie Zdrowia Publicznego, d.lebiecka@mz.gov.pl	Data sporządzenia 10 marca 2025 r. Źródło: inicjatywa własna Nr w wykazie prac legislacyjnych i programowych Rady Ministrów: UD147
---	--

OCENA SKUTKÓW REGULACJI

1. Jaki problem jest rozwiązywany?

Projekt ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych, zwany dalej „projektem ustawy”, stanowi odpowiedź na zdiagnozowane problemy dotyczące dostępności napojów alkoholowych.

I. Działania na rzecz ochrony bezpieczeństwa konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem dzieci i młodzieży

Zdiagnozowanym problemem są niepożądane i niebezpieczne praktyki dotyczące wyglądu opakowań napojów alkoholowych oraz pojawiających się nowych postaci alkoholu. Na rynku pojawiają się napoje alkoholowe w opakowaniach w postaci tubek czy też saszetek, wizualnie podobnych do opakowań musów owocowych, czy przekąsek śniadaniowych m.in. dla dzieci i młodzieży. Powoduje to krytyczną reakcję opinii publicznej i zaniepokojenie Ministra Zdrowia, szczególnie przez wzgląd na kwestie zdrowia publicznego, profilaktyki przeciwalkoholowej oraz bezpieczeństwa i porządku publicznego.

Obecnie, w przypadku wątpliwości co do pełnoletności nabywcy napoju alkoholowego, sprzedający lub podający napoje alkoholowe jest uprawniony do żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy. Taka konstrukcja powoduje, że sprzedający napoje alkoholowe osobie niepełnoletniej unikali odpowiedzialności karnej przez wykazanie, iż nie mieli możliwości rozstrzygnąć wątpliwości co do wieku nabywcy.

II. Ograniczenie promocji napojów alkoholowych

Pojawiające się koncepcje dotyczące promocji napojów alkoholowych, które wpływając na cenę jednostkową tych napojów, a także wywołując poczucie niezwyklej okazji transakcji, mogą wpływać na proces zakupowy w sposób niekorzystny z punktu widzenia zdrowia publicznego, przyczyniając się do impulsywnych zakupów, w efekcie których ilość nabytego alkoholu znacznie przewyższa tę pierwotnie planowaną.

Powiązane z tym jest również problem nielegalnej reklamy i promocji napojów alkoholowych, a reakcją powinno być zaostrezenie sankcji karnej, którą zagrożone jest prowadzenie reklamy lub promocji napojów alkoholowych niezgodnie z przepisami ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2023 r. poz. 2151), zwanej dalej „ustawą”, oraz uszczegółowienie definicji promocji napojów alkoholowych. Przestępstwo to wydaje się być abstrakcyjnym czynem, w przypadku którego jest brak osób pokrzywdzonych, który nie generuje żadnych szkód.

III. Pozostałe zmiany

Zaproponowano zmiany zakładające rozszerzenie przeznaczenia środków finansowych pozostających odpowiednio w dyspozycji gminy oraz z Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych na realizację działań w zakresie przeciwdziałania problemom dotyczącym wszystkich uzależnień, nie jedynie od alkoholu, jak ma to miejsce obecnie. Powyższa propozycja uwzględnia wdrożenie na wielu polach zintegrowanego podejścia do rozwiązywania problemów uzależnień a także wnioski NIK z kontroli P/24/085 „Realizacja zadań związanych z poborem i wydatkowaniem opłat od środków spożywczych oraz od napojów alkoholowych”. Mając na uwadze powyższe, zasadnym wydaje się być rozszerzenie przeznaczenia tych środków na działania dotyczące również innych uzależnień.

2. Rekomendowane rozwiązanie, w tym planowane narzędzia interwencji, i oczekiwany efekt

I. Działania na rzecz ochrony bezpieczeństwa konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem dzieci i młodzieży

Proponowane rozwiązania odnoszą się zarówno do kwestii wyglądu opakowania napoju alkoholowego oraz wyglądu i treści zamieszczanych na nim informacji, jak i do materiału, z którego może być wykonane opakowanie – w przypadku opakowań o ilości nominalnej do 300 ml. Zaproponowano, aby opakowania te mogły być wykonane wyłącznie ze szkła lub metalu.

Mając na uwadze pojawienie się na rynku alkoholu m.in. w postaci proszku, kryształu, żelu lub pasty, proponuje się wprowadzenie art. 14¹ ustawy, który zabrania wprowadzania do obrotu alkoholu w postaci innej niż płynna, chyba że przepisy

odrębne stanowią inaczej.

Zmiana w art. 15 ustawy nałoży na sprzedawców lub podających napoje alkoholowe obowiązek odmowy sprzedaży lub podania napojów alkoholowych osobom, które nie okazały dokumentu potwierdzającego ich wiek. Przy czym konstrukcja proponowanego przepisu obliguje każdorazowo sprzedawcę lub podającego do żądania okazania powyższego dokumentu, w przypadku wątpliwości co do ukończenia przez nabywcę 18. roku życia.

II. Ograniczenie promocji napojów alkoholowych

W projekcie ustawy proponuje się nadać nowe brzmienie przepisowi ustawy definiującemu określenie promocji napojów alkoholowych, przez uzupełnienie go o: sprzedaż napojów alkoholowych z zastosowaniem upustów, rabatów, bonifikat, pakietów i programów lojalnościowych, darowizn, nagród, wycieczek, gier losowych, zakładów wzajemnych, wszelkich form użyczeń, transakcji wiązanych, wszelkiego rodzaju talonów i bonów oraz udzielania innych niewymienionych z nazwy korzyści majątkowych lub osobistych dla nabywcy napojów alkoholowych. Rozwiązanie to bazuje na katalogu zakazów dotyczących podmiotów wskazanych w art. 49 ust. 3 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. refundacji leków, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wyrobów medycznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 930). Uszczegółowienie definicji działalności będącej promocją napojów alkoholowych ma na celu wykluczenie wątpliwości interpretacyjnych w tym zakresie oraz wyeliminowanie negatywnych oddziaływań, w których konsekwencji spożycie alkoholu może się zwiększać.

Zmiany zaproponowane w przepisach art. 13¹ ustawy mają na celu ujednolicenie możliwości promocji wszystkich napojów alkoholowych przez uzupełnienie generalnej zasady zakazującej promocji napojów alkoholowych o promocję piwa. Kolejną propozycją mającą na celu wzmocnienie proponowanej interwencji jest zmiana obecnego brzmienia art. 13¹ ust. 9 ustawy, wprowadzającego wyjątek od generalnej zasady zakazu promocji napojów alkoholowych przez wykreślenie z niego wydzielonych stoisk.

W projekcie ustawy zaproponowano również zmianę przepisu mającą na celu m.in. zwrócenie uwagi na problem nielegalnej reklamy i promocji napojów alkoholowych przez zaostrenie sankcji karnej, którą zagrożone jest prowadzenie reklamy i promocji niezgodnie z przepisami ustawy. Obecnie przestępstwo to zagrożone jest grzywną w wysokości od 10 000 do 500 000 złotych. W projekcie ustawy zaproponowano podniesienie minimalnej oraz maksymalnej wysokości kary grzywny od 20 000 do 750 000 zł oraz uzupełnienie katalogu kar o ograniczenie wolności, z możliwością zastosowania obu kar łącznie.

Projekt ustawy zawiera niezbędne zmiany w zakresie przepisów karnych i przepisy intertemporalne, wynikające z zaproponowanych zmian przepisów ustawy.

III. Pozostałe zmiany

W projekcie ustawy zaproponowano odpowiednie zmiany w brzmieniu przepisów art. 9³ ust. 4 ustawy oraz art. 97 ust. 3 pkt 17 ustawy z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 146, z późn. zm.) mające na celu rozszerzenie przeznaczenia środków finansowych pozostających odpowiednio w dyspozycji gminy oraz z Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych na realizację działań w zakresie przeciwdziałania problemom dotyczącym wszystkich uzależnień, nie jedynie od alkoholu, jak ma to miejsce obecnie.

3. Jak problem został rozwiązany w innych krajach, w szczególności krajach członkowskich OECD/UE?

I. Działania na rzecz ochrony bezpieczeństwa konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem dzieci i młodzieży

Zgodnie z informacjami dotyczącymi napojów alkoholowych w prawodawstwie litewskim¹⁾, napoje alkoholowe w kategorii piwo, napoje fermentowane i koktajle alkoholowe o zawartości alkoholu powyżej 6% pakowane są w opakowania o pojemności większej niż 0,2 litra, z wyjątkiem napojów pakowanych w opakowania szklane, ceramiczne, drewniane lub metalowe. Naturalnie sfermentowane wina owocowe lub jagodowe oraz napoje owocowe lub jagodowe o zawartości alkoholu powyżej 6% można również pakować w pojemniki z tworzyw sztucznych lub opakowania złożone o pojemności do 3,5 litra.

II. Ograniczenie promocji napojów alkoholowych

Zgodnie z danymi opublikowanymi w Repozytorium danych Globalnego Obserwatorium Zdrowia (ang. *Global Health Observatory Data Repository*) dla regionu europejskiego w kategorii „Ograniczenia w promocji sprzedaży alkoholu” zakaz promocji w odniesieniu do wszystkich kategorii napojów alkoholowych wprowadzono m.in. w Belgii, na Cyprze, w Niemczech, w Norwegii, w Szwecji, w Turcji oraz w Wielkiej Brytanii²⁾.

W 2016 r. Litwa wprowadziła przepisy, zgodnie z którymi zakazano:

- organizowania zawodów/loterii w których możliwe jest zdobycie lub spożycie alkoholu,
- rozdawania napojów alkoholowych w ramach loterii, nagrody, upominku itp.,

¹⁾ Lithuania announces new regulations on alcoholic beverages. <https://www.echemi.com/cms/1127236.html>.

²⁾ <https://apps.who.int/gho/data/node.main-euro.A1172?lang=en&showonly=GISAH>.

- informowania o obniżce ceny alkoholu.

Dodatkowo, od 2018 r. wprowadzono m.in. zakaz wykorzystywania osób poniżej 20. roku życia w promocji alkoholu³.

Światowa Organizacja Zdrowia rekomenduje wprowadzanie zakazów lub kompleksowego ograniczenia dotyczących reklamy, sponsorowania i promocji alkoholu jako skutecznych i opłacalnych środków do osiągnięcia korzyści dla zdrowia publicznego i pomoże chronić dzieci, młodzież i abstynentów przed presją rozpoczęcia spożywania alkoholu⁴.

W publikacji *SAFER. A world free from alcohol related harms. The technical package* opracowanej w 2019 r. przez Światową Organizację Zdrowia wskazuje się, że w krajach, gdzie alkohol jest legalny, rządy mogą próbować wpływać na ostateczną cenę alkoholu przez m.in. wprowadzenie zakazu lub ograniczenie stosowania bezpośrednich i pośrednich promocji cenowych, sprzedaży dyskontowej, sprzedaży poniżej kosztów oraz stałych stawek za nieograniczone spożycie alkoholu lub inne rodzaje sprzedaży hurtowej⁵.

Poniżej znajduje się zestawienie spożycia alkoholu w populacji 15+ w poszczególnych państwach regionu europejskiego, z odniesieniem do średniego spożycia na świecie, w regionie europejskim Światowej Organizacji Zdrowia oraz w państwach członkowskich Unii Europejskiej.

Dane: [https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-\(recorded-unrecorded\)-alcohol-per-capita-\(15-\)-consumption](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-(recorded-unrecorded)-alcohol-per-capita-(15-)-consumption) (2019)

Opracowanie: Światowa Organizacja Zdrowia, Borges-Ferreira C.

4. Podmioty, na które oddziałuje projekt

Grupa	Wielkość	Źródło danych	Oddziaływanie
podmioty prowadzące promocję napojów alkoholowych	brak danych	nie dotyczy	– uniemożliwienie prowadzenia promocji wszystkich napojów alkoholowych wewnątrz wydzielonych stoisk – uniemożliwienie prowadzenia promocji piwa w formie i w warunkach, które były dotychczas dozwolone

³) Informacje pochodzą z prezentacji dostępnej na stronie Komisji Europejskiej https://health.ec.europa.eu/document/download/5d1f2102-5880-46fd-9825-520435092fee_en?filename=ev_20171107_co11b_en.pdf.

⁴) <https://www.who.int/initiatives/SAFER/alcohol-advertising>.

⁵) <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/330053/9789241516419-eng.pdf?sequence=1>.

podmioty prowadzące reklamę i promocję napojów alkoholowych wbrew przepisom ustawy	brak danych	nie dotyczy	– możliwość poniesienia surowszej kary w związku z podniesieniem dolnej i górnej granicy grzywny oraz uzupełnieniem katalogu kar o ograniczenie wolności
sprzedający lub podający napoje alkoholowe	brak danych	nie dotyczy	– zobowiązanie do zażądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy w przypadku wątpliwości co do ukończenia przez nabywcę 18. roku życia – zobowiązanie do odmowy sprzedaży lub podania napoju alkoholowego w przypadku nieokazania przez nabywcę dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy
producenci napojów alkoholowych	brak danych	nie dotyczy	konieczność stosowania przepisów ustawy dotyczących: 1) materiału, z którego mogą być wykonane opakowania w których ilość nominalna napoju alkoholowego nie przekracza 300 ml, 2) wyglądu opakowań oraz wyglądu i treści umieszczanych na nich informacji, 3) postaci alkoholu (wyłącznie płynna)
gminy	2479	Główny Urząd Statystyczny – stan na 1 stycznia 2025 r.	możliwość przeznaczania środków finansowych, o których mowa w art. 9 ³ ust. 3 pkt 1 ustawy, na działania mające na celu realizację lokalnej międzysektorowej polityki przeciwdziałania uzależnieniom (w tym negatywnym skutkom spożywania alkoholu)
Narodowy Fundusz Zdrowia	nie dotyczy	nie dotyczy	wspieranie zadań z zakresu zdrowia publicznego dotyczących profilaktyki i rozwiązywania problemów związanych z uzależnieniami (w tym alkoholowych) realizowanych ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych
Minister Zdrowia	nie dotyczy	nie dotyczy	możliwość ogłaszania konkursów dofinansowanych ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych dotyczących profilaktyki i rozwiązywania problemów związanych z uzależnieniami (w tym alkoholowych)

Dyrektor Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom	nie dotyczy	nie dotyczy	możliwość ogłaszania konkursów dofinansowanych ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych dotyczących profilaktyki i rozwiązywania problemów związanych z uzależnieniami (w tym alkoholowych)
---	-------------	-------------	--

5. Informacje na temat zakresu, czasu trwania i podsumowanie wyników konsultacji

Projekt ustawy nie był przedmiotem pre-konsultacji.

Projekt ustawy został przekazany do opiniowania i konsultacji publicznych z 30-dniowym terminem zgłaszania uwag następującym podmiotom:

- 1) Business Centre Club – Związkowi Pracodawców;
- 2) Federacji Przedsiębiorców Polskich;
- 3) Federacji Związków Pracodawców Ochrony Zdrowia Porozumienie Zielonogórskie;
- 4) Federacji Związków Zawodowych Pracowników Ochrony Zdrowia i Pomocy Społecznej;
- 5) Forum Związków Zawodowych;
- 6) Fundacji Instytut Spraw Publicznych;
- 7) Fundacji Świętokrzyskie Winnice;
- 8) Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka;
- 9) Instytutowi Psychiatrii i Neurologii w Warszawie;
- 10) Komisji Krajowej Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność-80”;
- 11) Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego;
- 12) Konfederacji Lewiatan;
- 13) Konsultantowi krajowemu w dziedzinie psychoterapii uzależnień;
- 14) Konsultantowi krajowemu w dziedzinie psychoterapii;
- 15) Konsultantowi krajowemu w dziedzinie psychiatrii;
- 16) Konsultantowi krajowemu w dziedzinie zdrowia publicznego;
- 17) Krajowej Radzie Diagnostów Laboratoryjnych;
- 18) Krajowej Radzie Fizjoterapeutów;
- 19) Krajowej Radzie Ratowników Medycznych;
- 20) Krajowej Radzie Związków i Stowarzyszeń Abstynenckich;
- 21) Krajowemu Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom;
- 22) Naczelnej Radzie Aptekarskiej;
- 23) Naczelnej Radzie Lekarskiej;
- 24) Naczelnej Radzie Pielęgniarek i Położnych;
- 25) Narodowemu Funduszowi Zdrowia;
- 26) Ogólnopolskiemu Porozumieniu Związków Zawodowych;
- 27) Polskiej Izbie Handlu;
- 28) Polskiej Izbie Handlu i Dystrybucji;
- 29) Polskiemu Towarzystwu Gospodarczemu;
- 30) Polskiemu Towarzystwu Prawa Medycznego;
- 31) Pracodawcom Rzeczypospolitej Polskiej;
- 32) Prokuraturii Generalnej Rzeczypospolitej Polskiej;
- 33) Radzie Dialogu Społecznego;
- 34) Radzie Krajowej Federacji Konsumentów;
- 35) Radzie Organizacji Pacjentów przy ministrze właściwym do spraw zdrowia;
- 36) Rzecznikowi Praw Konsumentów;
- 37) Rzecznikowi Małych i Średnich Przedsiębiorców;
- 38) Rzecznikowi Praw Obywatelskich;
- 39) Sekretariatowi Ochrony Zdrowia KK NSZZ „Solidarność”;
- 40) Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR;
- 41) Stowarzyszeniu MONAR;
- 42) Stowarzyszeniu Regionalnych Browarów Polskich;
- 43) Stowarzyszeniu Winiarzy i Miodosytników Polskich;
- 44) Stowarzyszeniu Zdrowych Miast Polskich;
- 45) Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów;
- 46) Związkowi Gorzelni Polskich;
- 47) Związkowi Polskich Pracodawców Handlu i Usług;
- 48) Związkowi Powiatów Polskich;
- 49) Związkowi Pracodawców Ochrony Zdrowia;

- 50) Związkowi Pracodawców Opieki Psychiatrycznej i Leczenia Uzależnień;
- 51) Związkowi Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy;
- 52) Związkowi Pracodawców Polskiej Rady Winiarstwa;
- 53) Związkowi Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie;
- 54) Związkowi Przedsiębiorców i Pracodawców;
- 55) Związkowi Rzemiosła Polskiego.

Projekt ustawy, z chwilą jego przekazania do uzgodnień, został zamieszczony w Biuletynie Informacji Publicznej na stronie podmiotowej Ministerstwa Zdrowia, zgodnie z ustawą z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa (Dz. U. z 2017 r. poz. 248, z późn. zm.) oraz na stronie Rządowego Centrum Legislacji, zgodnie z uchwałą nr 190 Rady Ministrów z dnia 29 października 2013 r. – Regulamin pracy Rady Ministrów (M.P. z 2024 r. poz. 806).
Wyniki konsultacji publicznych i opiniowania zostaną przedstawione w raporcie załączonym do oceny skutków regulacji.

6. Wpływ na sektor finansów publicznych

(ceny stałe z r.)	Skutki w okresie 10 lat od wejścia w życie zmian [mln zł]											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Łącznie (0-10)
Dochody ogółem												
budżet państwa												
JST												
pozostałe jednostki (oddzielnie)												
Wydatki ogółem												
budżet państwa												
JST												
pozostałe jednostki (oddzielnie)												
Saldo ogółem												
budżet państwa												
JST												
pozostałe jednostki (oddzielnie)												

Źródła finansowania	Nie dotyczy.
Dodatkowe informacje, w tym wskazanie źródeł danych i przyjętych do obliczeń założeń	Zmniejszenie spożycia napojów alkoholowych jest podstawowym celem projektowanej ustawy. Niemniej jednak nie jest możliwe oszacowanie w wartościach wymiennych spadku spożycia alkoholu i przez to również nie jest możliwe do oszacowania co do wielkości zmian w poziomie wpływów z podatku akcyzowego będących jednoznacznym skutkiem wprowadzonych przepisów. Jak wynika z informacji z Ministerstwa Finansów mimo corocznych podwyżek podatku akcyzowego, wpływy z tytułu podatku akcyzowego od 2022 r. znajdują się w trendzie malejącym (podwyżki akcyzy mają realny wpływ na wzrost cen detalicznych napojów alkoholowych, prowadząc do zmniejszenia ekonomicznej dostępności tych wyrobów, a w konsekwencji spadku ich konsumpcji). Zgodnie z informacją publikowaną na stronie Ministerstwa Finansów o udziałach jednostek samorządu terytorialnego w opłacie od napojów alkoholowych w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml w 2024 r., łączna wysokość dochodów gmin wyniosła 283,5 mln zł⁶⁾. Odnosząc się do środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych (FRPH) obecnie, biorąc pod uwagę wysokość wpływów do FRPH z Narodowego Funduszu Zdrowia oraz z pozostałych źródeł (wpływy z dopłat do gier objętych monopolem państwa) wydatki FRPH w ustawie budżetowej zaplanowano na poziomie 38,3 mln zł, przy czym podział środków pomiędzy poszczególne kategorie zadań to 10,3 mln zł na zadania z zakresu uzależnień behawioralnych, 8 mln zł na zadania z zakresu przeciwdziałania narkomanii i 20 mln zł na zadania z zakresu profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych. Wysokość odpisu z Narodowego Funduszu Zdrowia w 2025 r. wyniosła zgodnie z ww. podziałem 20 mln zł.

7. Wpływ na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym funkcjonowanie przedsiębiorców oraz na rodzinę, obywateli i gospodarstwa domowe

⁶⁾ <https://www.gov.pl/web/finanse/2024-r6>.

		Skutki						
Czas w latach od wejścia w życie zmian		0	1	2	3	5	10	Łącznie (0-10)
W ujęciu pieniężnym (w mln zł, ceny stałe z r.)	duże przedsiębiorstwa							
	sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw							
	rodzina, obywatele oraz gospodarstwa domowe							
	(dodaj/usuń)							
W ujęciu niepieniężnym	duże przedsiębiorstwa	Projekt ustawy będzie miał wpływ na działalność przedsiębiorców w zakresie, w jakim uniemożliwi prowadzenie promocji napojów alkoholowych w wydzielonych stoiskach oraz uniemożliwi prowadzenie promocji piwa w formie i w warunkach, które były dotychczas dozwolone. Ponadto przedsiębiorcy prowadzący sprzedaż detaliczną zobowiązani zostaną do zażądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy w przypadku wątpliwości co do ukończenia przez nabywcę 18. roku życia a także do odmowy sprzedaży lub podania napoju alkoholowego w przypadku nieokazania przez nabywcę dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy. Przedsiębiorcy produkujący napoje alkoholowe zobowiązani będą do stosowania przepisów ustawy dotyczących: 1) materiału, z którego mogą być wykonane opakowania w których ilość nominalna napoju alkoholowego nie przekracza 300 ml, 2) wyglądu opakowań oraz wyglądu i treści umieszczanych na nich informacji, 3) postaci alkoholu (wyłącznie płynna).						
	sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw							
	rodzina, obywatele oraz gospodarstwa domowe							
	osoby starsze oraz osoby niepełnosprawne							
	(dodaj/usuń)							
Niemierzalne	(dodaj/usuń)							
	(dodaj/usuń)							
Dodatkowe informacje, w tym wskazanie źródeł danych i przyjętych do obliczeń założeń	Mając na uwadze, że poziom spadku spożycia alkoholu nie jest możliwy do oszacowania co do wielkości, nie jest możliwe również przeprowadzenie analizy i oszacowanie wpływu finansowego na producentów napojów alkoholowych piwa (w zakresie ograniczeń w promocji) oraz producentów alkoholu ogółem (zmiany w zakresie opakowań).							
8. Zmiana obciążeń regulacyjnych (w tym obowiązków informacyjnych) wynikających z projektu								
☒ nie dotyczy								
Wprowadzane są obciążenia poza bezwzględnie wymaganymi przez UE (szczegóły w odwróconej tabeli zgodności).				☐ tak ☐ nie ☐ nie dotyczy				
☐ zmniejszenie liczby dokumentów ☐ zmniejszenie liczby procedur ☐ skrócenie czasu na załatwienie sprawy ☐ inne:				☐ zwiększenie liczby dokumentów ☐ zwiększenie liczby procedur ☐ wydłużenie czasu na załatwienie sprawy ☐ inne:				

Wprowadzane obciążenia są przystosowane do ich elektroniczacji.		☐ tak ☐ nie ☐ nie dotyczy
Komentarz:		
9. Wpływ na rynek pracy		
Brak.		
10. Wpływ na pozostałe obszary		
☐ środowisko naturalne ☐ sytuacja i rozwój regionalny ☐ sądy powszechne, administracyjne lub wojskowe	☐ demografia ☐ mienie państwowe ☐ inne:	☐ informatyzacja ☒ zdrowie
Omówienie wpływu	Projekt ustawy zakłada rozwiązanie mające na celu ograniczenie promocji napojów alkoholowych i zmniejszenie dostępności alkoholu, a w konsekwencji zmniejszenie jego wysokiego spożycia. Skuteczna polityka przeciwalkoholowa charakteryzuje się wykorzystaniem narzędzi w różnych zakresach oddziaływania. Według danych publikowanych przez Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2023 r. spożycie 100% alkoholu wyniosło 8,93 l <i>per capita</i> , wynik ten utrzymuje się na podobnym poziomie na przestrzeni kilkunastu ostatnich lat ⁷⁾ . W latach 2022–2023 odnotowano niewielki spadek spożycia alkoholu. Jedynie podejmowanie dalszych, konsekwentnych oddziaływań o potwierdzonej skuteczności może skutkować utrzymaniem trendu spadkowego w zakresie spożycia alkoholu, a tym samym poprawą sytuacji zdrowotnej w tym zakresie. Region europejski Światowej Organizacji Zdrowia ma najwyższy odsetek osób pijących i najwyższe spożycie alkoholu na świecie. Spożywanie alkoholu jest czynnikiem ryzyka, któremu można zapobiegać, i który może powodować przedwczesną śmierć i ponad 200 chorób, w tym nowotwory, zaburzenia neuropsychiatryczne, choroby układu krążenia i marskość wątroby ⁸⁾ .	
11. Planowane wykonanie przepisów aktu prawnego		
Przewiduje się, że projektowana regulacja wejdzie w życie z dniem 1 stycznia 2026 r.		
12. W jaki sposób i kiedy nastąpi ewaluacja efektów projektu oraz jakie mierniki zostaną zastosowane?		
Nie dotyczy.		
13. Załączniki (istotne dokumenty źródłowe, badania, analizy itp.)		
Brak.		

⁷⁾ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2024/09/Spozycie-napojow-alkoholowych-na-jednego-mieszkanca2023.pdf>

⁸⁾ https://www.who.int/europe/health-topics/alcohol#tab=tab_1