

Warszawa, 29 grudnia 2025 r.

L. dz. 198/2025/LW

Szanowna Pani
Jolanta Sobierańska-Grenda
Minister Zdrowia

Petycja
o wprowadzenie standardu sprzedaży bezwitrynowej alkoholu w całym handlu detalicznym

Szanowna Pani Minister,

Działając na podstawie art. 63 Konstytucji RP oraz ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o petycjach, w imieniu Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) **wnoszę o wprowadzenie rozwiązań prawnych ustanawiających jednolity, horyzontalny standard sprzedaży bezwitrynowej napojów alkoholowych we wszystkich punktach sprzedaży detalicznej.** Sprzedaż bezwitrynowa rozumiana jest jako utrzymanie pełnej legalnej dostępności asortymentu przy jednoczesnym ograniczeniu bodźców wizualnych w przestrzeni zakupowej: **produkty alkoholowe pozostają w ofercie, lecz nie są eksponowane w sposób bezpośredni** – znajdują się za nieprzezroczystą przesłoną lub w wydzielonej strefie niewidocznej z ogólnych ciągów komunikacyjnych sklepu. Klient będzie otrzymywał jasną informację o dostępności i cenach, a sam proces sprzedaży będzie przebiegał standardowo, bez dodatkowych formalności.

Uzasadnienie

Postulowane rozwiązanie odpowiada na rzeczywisty cel zdrowia publicznego, jakim jest ograniczenie nadmiernej konsumpcji i ekspozycji nieletnich oraz osób dokonujących zakupów impulsywnych (w tym kierowców) na wpływ marketingu w punkcie sprzedaży, a zarazem zachowuje proporcjonalność i przewidywalność regulacyjną. W świetle danych empirycznych to sposób zaprojektowania środowiska zakupowego w największym stopniu decyduje o skali zakupów impulsowych. Badania z rynku brytyjskiego¹ wskazują, że umieszczenie alkoholu w tzw. lokalizacjach „wysokiej widoczności” – na końcach alejek, w strefach kasowych czy w centralnych ekspozycjach – istotnie zwiększa sprzedaż (piwo o 23%, wino o 34%, mocne alkohole nawet o 46%), i to niezależnie od ceny czy promocji. Oznacza to, że nadmiar bodźców wizualnych generuje popyt przede wszystkim poprzez decyzje nieplanowane. **Zmiana standardu ekspozycji – bez zakazu sprzedaży – skutkuje zatem ograniczeniem zakupów impulsywnych.**

¹ [Sales impact of displaying alcoholic and non-alcoholic beverages in end-of-aisle locations: An observational study - ScienceDirect](#)

Niezwykle istotna jest także ochrona rozwojowa dzieci i młodzieży. Badania nowozelandzkie² i obserwacje zachowań konsumenckich z wykorzystaniem kamer noszonych przez dzieci pokazują, że ekspozycja alkoholu jest dla nich elementem codziennego krajobrazu zakupowego – podczas zdecydowanej większości wizyt w sklepach napotyka ją na bezpośredni kontakt wzrokowy z półkami alkoholowymi. Tak częsta, mimowolna styczność normalizuje w ich oczach obecność napojów alkoholowych i utrwala skojarzenia marki. Ograniczenie widoczności nie zastępuje edukacji ani egzekwowania prawa, lecz realnie zmniejsza „szum” bodźców, na który dzieci nie mają wpływu.

W pełni zasadne jest odwołanie się do doświadczeń innych polityk zdrowotnych, przede wszystkim antytytoniowej. W wielu państwach europejskich standardem stał się zakaz ekspozycji wyrobów tytoniowych w punktach sprzedaży: papierosy są dostępne, ale niewidoczne dla klienta, a informacja o ofercie ma charakter neutralny. Ten model – sprawdzony, egzekwowalny, poparty badaniami behawioralnymi – można w sposób naturalny przenieść na grunt polityki alkoholowej, pamiętając o różnicach między rynkami i potrzebie rozsądnego okresu przejściowego na dostosowanie przestrzeni handlowej.

Za wdrożeniem sprzedaży bezwitrynowej przemawiają także konkretne przykłady krajowe i zagraniczne. Estonia kilka lat temu wprowadziła szereg rozwiązań porządkujących ekspozycję alkoholu, m.in. wymóg lokalizowania asortymentu w sposób niewidoczny z zewnątrz i z ogólnych ciągów komunikacyjnych dużych sklepów³. W ślad za tym odnotowano zmniejszenie zauważalności półek alkoholowych, spadek deklarowanych zakupów „na bodziec” oraz krótszy czas poświęcany oglądaniu ekspozycji. To przykład, że ograniczenie widoczności przynosi mierzalny, natychmiastowy efekt bez zamykania segmentów rynku. Z kolei analiza niemieckiego przypadku ograniczeń nocnej sprzedaży alkoholu we wszystkich punktach sprzedaży detalicznej w Badenii-Wirtembergii⁴ pokazała brak istotnego wpływu na wypadkowość drogową, choć zarejestrowano spadek hospitalizacji z powodu zatrucia alkoholowych u młodych dorosłych. Wnioski z tych doświadczeń są spójne: **selektywne prohibicje nie gwarantują osiągnięcia celów poprawy poziomu bezpieczeństwa, podczas gdy działania porządkujące ekspozycję i ograniczające bodźce działają tam, gdzie powstaje decyzja zakupowa.**

Proponowany standard jest narzędziem horyzontalnym – obejmuje wszystkie kanały sprzedaży detalicznej: sklepy typu *convenience*, dyskonty i supermarkety, a także stacje paliw. Tylko podejście obejmujące cały handel unika wypychania sprzedaży z jednej kategorii sklepów do innych. Dane z badań opinii i rynkowych analiz jasno wskazują, że dominującymi miejscami zakupu alkoholu w Polsce są dyskonty i supermarkety oraz sklepy osiedlowe, podczas gdy stacje paliw odpowiadają za niewielki ułamek obrotu. Skoncentrowanie się wyłącznie na jednym kanale dystrybucji nie przyniesie więc efektu zdrowotnego adekwatnego do kosztów społecznych i gospodarczych takiej selektywnej ingerencji. Sprzedaż bezwitrynowa adresuje ten problem systemowo: wyrównuje standard ekspozycji niezależnie od szyldu i metrażu.

Z perspektywy przedsiębiorców rozwiązanie jest wykonalne i proporcjonalne. Dotyczy przede wszystkim aranżacji sklepu – przysłon, neutralnych witryn i uporządkowania strefy alkoholu – bez ingerencji w liczbę zezwoleń, ceny czy godziny sprzedaży. Wymaga jednorazowego dostosowania przestrzeni, ale w zamian zapewnia przewidywalność i równe reguły dla całego rynku. W interesie państwa i konsumentów leży to, by ingerencja w wolność działalności

² [Children's exposure to alcohol marketing within supermarkets: An objective analysis using GPS technology and wearable cameras - ScienceDirect](#)

³ [Summary study on partial alcohol POS display ban in Estonia 2019.pdf](#)

⁴ [Health effects of a ban on late-night alcohol sales - Bäuml - 2023 - Health Economics - Wiley Online Library](#)

gospodarczej była możliwie najmniejsza, a zarazem skuteczna: ograniczamy bodźce, nie wolność wyboru. Tak ujęta regulacja jest też łatwa do egzekwowania – widoczność to parametr obiektywny, który można kontrolować w sposób nieskomplikowany i niedrogi.

Ważnym walorem proponowanego standardu jest jego zbieżność z rekomendacjami organizacji międzynarodowych, w tym Światowej Organizacji Zdrowia, które wskazują na ograniczenie marketingu i ekspozycji w punktach sprzedaży jako „rozwiązania najlepsze w relacji koszt–efekt”. Obok polityki cenowej i ograniczeń promocyjnych, właśnie porządkowanie ekspozycji w miejscu zakupu należy do interwencji, które dają szybkie, mierzalne skutki, a jednocześnie wywołują najmniej napięć społecznych. Niezależnie od różnic w ocenach szczegółowych propozycji regulacyjnych, co do zasady łączy nas troska o ograniczenie szkód zdrowotnych – i w tym sensie sprzedaż bezwitrynowa jest rozwiązaniem „unikającym konfrontacji”, możliwym do przyjęcia przez szerokie grono interesariuszy.

Deklarujemy pełną gotowość do współpracy przy dopracowaniu technicznych wytycznych wdrożenia, w tym przygotowaniu katalogu neutralnych rozwiązań ekspozycyjnych dla różnych formatów handlu oraz harmonogramu dostosowawczego. Wraz z partnerami branżowymi jesteśmy również gotowi koordynować pilotaże – już dziś kilka wiodących firm wyraziło chęć praktycznego przetestowania rozwiązań bezwitrynowych na wybranych obiektach, tak aby przed wejściem w życie przepisów zebrać doświadczenia operacyjne i rekomendacje dla całego rynku. Pilotaże można połączyć z działaniami edukacyjnymi i informacją dla konsumentów, co dodatkowo powinno zwiększyć akceptację społeczną proponowanej zmiany.

Zwracam się z prośbą o możliwość spotkania z Panią Minister w celu omówienia proponowanego standardu sprzedaży alkoholu i możliwego harmonogramu wdrożenia. Jesteśmy przekonani, że proponowane rozwiązanie w sposób wyważony i zgodny z wiedzą naukową łączy interes zdrowia publicznego z poszanowaniem warunków prowadzenia legalnej działalności gospodarczej, a jego horyzontalny charakter zapewnia spójność regulacyjną i realny efekt zdrowotny.

Z poważaniem

Leszek Wiwała

Prezes-Dyrektor Generalny

[podpisane cyfrowo]

Załącznik:

Prezentacja „Sprzedaż bezwitrynowa – alkohol mniej widoczny w handlu”

Do wiadomości:

Pan Andrzej Domański, Minister Finansów i Gospodarki

Pan Maciej Berek, Minister do spraw Nadzoru nad Wdrażaniem Polityki Rządu

Dr n. med. Bogusława Bukowska, Dyrektor Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom