



IZBA WYDAWCÓW PRASY

ul. FOKSAL 3/5
00-366 WARSZAWA
tel.: (0-48-22) 828 59 30 - 32,
fax: (0-48-22) 827 87 18
e-mail: info@izbaprasy.pl
NIP 525-15-72-357

Warszawa, 7 lutego 2011 r.

Pan
Piotr Zientarski
Przewodniczący Komisji Ustawodawczej
Senat Rzeczypospolitej Polskiej

W miejscu

Szanowny Panie Przewodniczący,

Problemy związane z wychowaniem w trzeźwości i przeciwdziałanie alkoholizmowi znajdowały i znajdują swoje miejsce na łamach prasy. Prasa była niejednokrotnie inicjatorem działań wspierających wychowanie w trzeźwości, ale też sygnalizowała negatywne zjawiska wynikające z nadużywania alkoholu i skutków społecznych jakie ono za sobą niesie zarówno dla społeczeństwa, rodziny ale też wychowania dzieci i młodzieży. Burdy stadionowe, ustawki, meliny, rozprzestrzenianie się sklepów 24-godzinnych ze sprzedażą alkoholu non-stop czy też ujawnianie braku przestrzegania przepisów o zakazie sprzedaży alkoholu młodzieży poniżej 18 roku życia były podnoszone przez prasę w celu wywołania reakcji odpowiedzialnych za porządek i przestrzeganie przepisów.

Propozycja ograniczenia reklamy wysokoprocentowego alkoholu jest nadzwyczaj słuszna, ale w wielu przypadkach może budzić zastrzeżenia merytoryczne jak i prawne. Występuje też brak racjonalnych przesłanek do utrzymania niektórych istniejących zapisów. Poniżej przedstawiamy zagadnienia, które naszym zdaniem wymagają korekty w projekcie nowelizacji ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (druk nr 1074).

1. Dotyczy reklamy i promocji piwa.

Nie możemy się zgodzić na utrzymanie ograniczenia dla prasy opisanego w ust.2 pkt 4 par.13¹. Jak rozumiemy, celem tego zapisu jest zapobieganie sytuacji, w której wyłożona w kiosku gazeta lub czasopismo swoją pierwszą tytułową stroną (okładką) nie powinna przedstawiać reklamy lub promocji piwa ze względu na możliwość dostępu wzrokowego dla dzieci i młodzieży. Powstaje pytanie dlaczego na wewnętrznych stronach okładki (2-giej lub 3-ciej) nie można reklamować lub

promować piwa, ale za to już na 1-szej stronie tekstowej wzajemnie się widzących stronach (2-ga okładki i 1-a tekstowa) to piwo w dowolnej formie może być reklamowane lub promowane (dotyczy to także ostatniej strony tekstowej i 3-ej okładkowej). Dziwne jest też, że ten zakaz obejmuje 4-ą stronę okładki, która nie jest eksponowana przy sprzedaży w kiosku.

Dotychczasowa praktyka pokazuje, że 1-a strona okładki zawsze niesie ze sobą teksty lub ilustracje newsowe, służące promocji tytułu i jego zawartości, ale też jest wyrazem twórczości artystycznej. Co najwyżej na 1-ej stronie okładkowej w dzienniku może być zaprezentowany baner na podwalę kolumny lub moduł promocyjny w dowolnym miejscu posiadający informacje tekstową o sponsorze imprezy sportowej, kulturalnej lub innej w postaci nazwy producenta piwa. Istniejący zapis wskazuje na jego absurdalność również w kontekście zmiany wysokości grzywny, która może wynieść 1 mln zł.

Biorąc powyższe pod uwagę wnosimy o wykreślenie pkt.4 w ust.2 par. 13¹.

Wniosek

Skreślić pkt.4 w ust.2 par. 13¹.

2. Zakaz reklamy piwa w godzinach 6.00 do 23.00

Zmiana zaproponowana w art. 13¹ ust.2 pkt 1 wprowadza dopuszczalność emisji reklamy i promocji piwa w TV, radiu, kinie, teatrze w godzinach między 23.00 a 6.00. Jest to propozycja powrotu do regulacji sprzed 2003 roku.

Pragniemy zwrócić uwagę, że w ustawie z dnia 28 marca 2003 roku o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. nr 80 z 2003 r., poz. 719) rozszerzono możliwość reklamy i promocji piwa przez zmianę zapisu w ust. 2 pkt.1 par. 13¹. Zakaz reklamy i promocji piwa ograniczono do godzin pomiędzy 6.00 a 20.00. Jednocześnie wprowadzono zadośćuczynienie za rozszerzenie reklamy i promocji piwa przez wprowadzanie 10% opłaty od wynagrodzenia za reklamę lub promocję piwa, określając tę opłatę w art.13² pkt. 1a „...*Podmioty świadczące usługi, których przedmiotem jest reklama prowadzona zgodnie z przepisami niniejszej ustawy wnoszą na rachunek utworzony w tym celu przez ministra właściwego do spraw kultury fizycznej i sportu opłatę 10% ustalonego umownie wynagrodzenia netto za usługę polegającą na reklamowaniu napoju alkoholowego*”.

W ostateczności, dalsze nowelizacje uściśliły powyższy zapis, ale również cały art. 13² budzący zastrzeżenia z punktu widzenia podatkowego jak też określono rolę funduszu w art.13³.

Uczestnicząc w latach 2003 i 2004 na prawach gościa w pracach Komisji Kultury Fizycznej i Sportu pod przewodnictwem Posła Mirosława Drzewieckiego i w pracach podkomisji ds. nowelizacji ustawy, którą prowadził pan Poseł Tadeusz Tomaszewski, byłem świadkiem argumentacji zmia-

ny art. 13¹ na rzecz poszerzenia reklamy i promocji piwa w zamian za wprowadzenie opłaty określonej w art.13² (tzw. popiwku) i przeznaczonej na rozwój sportu szkolnego.

Dlatego też obecny projekt ustawy zakładający rozszerzenie ograniczenia reklamy piwa od godz. 6.00 do 23.00 powinien również bezwzględnie zakładać zniesienie opłaty określonej w par.13².

Jak wynika z uzasadnienia do projektu ustawy z 2009 roku o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, który był przedmiotem obrad Parlamentu, cytuję „...ograniczenie godzin emisji reklamy napojów alkoholowych spowoduje spadek rzędu 5 mln zł rocznie wpłat dokonywanych przez podmioty świadczące usługę będącą reklamą napojów alkoholowych na podstawie art. 13² ustawy...” i ze względu na powyższe nie wprowadzono ograniczenia reklamy i promocji piwa.

Wniosek

Skreślić art. 13² i art. 13³.

Naszym zdaniem istnieje literalna sprzeczność w zapisach pkt. 5 i 6 ust. 2 par. 13¹. Z jednej strony w pkt.5 zabrania się informowania o sponsorowaniu wszelakich imprez przez producentów i dystrybutorów napojów alkoholowych do 18% wewnątrz dzienników i czasopism i na innych drukach, natomiast w pkt 6 zezwala się na informowanie o sponsorowaniu w radiu i TV wyłącznie przez podanie nazwy producenta lub dystrybutora lub jego znaku towarowego.

Wobec tego, skoro już radio, TV, internet podało informacje o imprezie i sponsorze, to dlaczego ta sama informacja jest ograniczona do wewnętrznych stron gazet i czasopism. Należy tę sprzeczność usunąć

Wniosek

Skreślić w punkcie 5 ust.2 art. 13¹ część zdania „...wewnątrz dzienników i czasopism...”

Przedstawiając powyższe propozycje liczymy, że w trakcie prac nad nowelizacją ustawy zostaną one uwzględnione.

Z wyrazami szacunku,

Dyrektor Generalny

Maciej Hoffman

Prezes

Wiesław Połkański