

Warszawa, 20 marca 2026 r.

KL/203/54/IJ/2026

Pan

Dariusz Salamończyk

Zastępca Szefa Kancelarii Sejmu

Szanowny Panie Ministrze,

w imieniu członków Konfederacji Lewiatan w załączeniu przekazuję stanowisko naszej organizacji dotyczące przekazanego do zaopiniowania poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (dalej jako: „Projekt”).

Z poważaniem



Marek Górski

Prezydent Konfederacji Lewiatan

Załącznik: Stanowisko Konfederacji Lewiatan do poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (druk nr 2358).

**Stanowisko Konfederacji Lewiatan do poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy
o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (druk nr 2358)**

1. Uwagi ogólne

Konfederacja Lewiatan pozytywnie ocenie rozwiązania w ramach, których zachowane pozostają restrykcje przeciwdziałające nadmiernemu spożywaniu napojów alkoholowych, ale jednocześnie możliwe stałoby się formułowanie przekazu o charakterze informacyjno-kulturalnym oraz nawiązującym do wydarzeń o charakterze turystyki kulinarnej.

Doceniamy również uwzględnienie postępujących zmian w modelach konsumenckich, w tym wzrostu znaczenia sprzedaży na odległość, w ramach której nabywanie napojów alkoholowych stanowi element szerszego koszyka zakupowego. Ponadto umożliwia ona efektywne konkutowanie szczególnie mniejszym producentom, oferującym produkty regionalne oparte na lokalnych surowcach rolnych, których niewielka skala działalności utrudnia dotarcie na ogólnokrajowy rynek poprzez tradycyjne kanały sprzedaży.

Niezależnie od powyższego podkreślenia wymaga, że Projekt dotyczy materii, która jest regulowana również przez obecnie procedowane projekty poselskie: (i) o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (druk nr 2007) oraz (ii) o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o radiofonii i telewizji (druk nr 2010), a także projekt rządowy – o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (UD147), będący na etapie prac legislacyjnych. Z związku z tym, że zawierają one rozwiązania konkurencyjne, zasadne wydaje się ich łączne i kompleksowe rozpatrzenie.

2. Uwagi szczegółowe

2.1. Art. 1 pkt 1 Projektu – zmiana definicji promocji

Konfederacja Lewiatan popiera wyłączenie spod zakresu pojęciowego „promocji napojów alkoholowych” przekazów informacyjno-kulturalnych, w tym związanych z wydarzeniami kulinarnymi. Przepisy prawa nie powinny ograniczać działań mających na celu kultywowanie tradycji kulinarnych czy edukowanie w zakresie produktów regionalnych. Przekazywanie rzetelnej i obiektywnej wiedzy w tym obszarze przyczynia się nie tylko do

member of



BUSINESS at OECD

member of

BUSINESSEUROPE

Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 5
00-727 Warszawa
tel. +48 22 55 99 900
lewiatan@lewiatan.org
www.lewiatan.org

Polish Confederation
Lewiatan
Brussels Office
Avenue de Cortenbergh 168
tel. +32 2 732 12 10

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m. st. Warszawy w Warszawie XIII
Wydział Gospodarczy

popularyzowania tradycji kulinarnej, ale także do upowszechniania wysokiej kultury spożywania napojów alkoholowych.

Projekt przewiduje jednak, że wskazane rozwiązanie miałyby dotyczyć wyłącznie wyrobów winiarskich, co może prowadzić do naruszenia konstytucyjnej zasady równości. Zgodnie z tą zasadą, w świetle orzecznictwa Trybunału Konstytucyjnego, adresatów posiadających tę samą cechę relewantną traktuje się w sposób jednakowy, bez zróżnicowań zarówno dyskryminujących, jak i faworyzujących (zob. wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 16 listopada 2010 r., sygn. akt K 2/10). Na tym tle przepisy ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (dalej jako: „**Ustawa**”) traktują wyroby winiarskie na równi z alkoholami innymi niż piwo – ze względu na zawartość procentową alkoholu. W uzasadnieniu do Projektu nie wskazano powodu, dlaczego wyroby winiarskie miałyby być traktowane w sposób odmienny niż inne rodzaje napojów alkoholowych. Zgodnie z orzecznictwem Trybunału Konstytucyjnego odstępstwa od zasady równości muszą być odpowiednio uzasadnione, tj. wskazać:

- jaka jest cecha relewantna, która uzasadnia odrębne potraktowanie wyrobów winiarskich (w relacji do napojów alkoholowych o zbliżonych parametrach i funkcjach społecznych, np. nalewek czy innych alkoholi owocowych);
- dlaczego wyjątek w tym zakresie jest konieczny i proporcjonalny w świetle celu Ustawy;
- dlaczego nie da się osiągnąć celu za pomocą rozwiązań nieróżnicujących (np. kryterium opartego na sposobie dystrybucji lub formie przekazu).

W braku takiej argumentacji pojawia się ryzyko, że Projekt tworzy preferencję (lub restrykcję) bez dostatecznego konstytucyjnego uzasadnienia.

W związku z powyższym, mając na uwadze, że proponowane wyłączenie może być zbyt wąskie w świetle zasad konstytucyjnych, **postulujemy, aby zawarte w art. 1 pkt 2 Projektu wyłączenie odnosiło się do wszystkich napojów alkoholowych**. Jednocześnie proponujemy, aby „przekazy informacyjno-kulturalne oraz wydarzenia kulinarne” zostały wyłączone także z zakresu definicji reklamy napojów alkoholowych.

2.2. Art. 1 pkt 4 Projektu – przepisy regulujące sprzedaż napojów alkoholowych na odległość

Konfederacja Lewiatan pozytywnie ocenia próbę systemowego podejścia do uregulowania sprzedaży napojów alkoholowych na odległość. Jest ona istotna szczególnie z perspektywy

member of



member of



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 5
00-727 Warszawa
tel. +48 22 55 99 900
lewiatan@lewiatan.org
www.lewiatan.org

Polish Confederation
Lewiatan
Brussels Office
Avenue de Cortenbergh 168
tel. +32 2 732 12 10

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m. st. Warszawy w Warszawie XIII
Wydział Gospodarczy

najmniejszych podmiotów, które dzięki temu będą w stanie efektywnie docierać ze swoimi produktami do konsumenta. Polska jest jedynym krajem w Unii Europejskiej, w którym ta kwestia pozostaje nieuregulowana, co zwiększa ryzyko dla przedsiębiorców i poczucie nieprzewidywalności prawa, zważywszy na niejednolite podejście do kwestii legalności sprzedaży na odległość. Współczesne technologie pozwalają skutecznie chronić przed dostępem do alkoholu przez osoby małoletnie, a ryzyko nie jest istotnie większe niż w przypadku sprzedaży stacjonarnej.

Wskazujemy jednak, że Projekt wymaga uspoźnienia z procedowanym obecnie projektem ustawy o zmianie ustawy o usługach zaufania oraz identyfikacji elektronicznej oraz niektórych innych ustaw (UC122), który rozwija instrumenty weryfikacji tożsamości/atrybutów w kanałach elektronicznych, w tym mechanizmy elektronicznej weryfikacji atrybutów oraz rozwiązania związane z europejskim portfelem tożsamości cyfrowej. W szczególności należy zapewnić, aby pojęcia i odwołania dotyczące krajowego schematu identyfikacji elektronicznej oraz narzędzia weryfikacji atrybutów były po wdrożeniu w ww. ustawie europejskiego portfela tożsamości spójne i umożliwiały efektywną weryfikację wieku przy sprzedaży napojów alkoholowych na odległość.

Ponadto, niezależnie od powyższego, poniżej przedstawiamy szczegółowe uwagi odnoszące się do konkretnych rozwiązań w zakresie sprzedaży napojów alkoholowych na odległość.

a) Opatrzenie przesyłki trwałym i czytelnym oznakowaniem „napoje alkoholowe”

Obowiązek opatrzenia przesyłki „trwałym i czytelnym oznakowaniem „napoje alkoholowe” umieszczonym na widocznej powierzchni przesyłki, w wymiarze nie mniejszym niż 10 % tej powierzchni” może naruszać prawo do prywatności konsumenta, prowadzić do stygmatyzacji odbiorcy, zwiększać ryzyko kradzieży przesyłki oraz potencjalnego ataku na kuriera, a ponadto nie znajduje odpowiednika w handlu stacjonarnym, prowadząc do nierównego traktowania kanałów sprzedaży.

W związku z powyższym **postulujemy rezygnację z obowiązku widocznego, zewnętrznego oznaczania przesyłek lub zastąpienie go neutralnym rozwiązaniem logistycznym, niewidocznym dla osób trzecich.**

b) Opóźniona dostawa

Przepis przewidujący, że dostawa ma nastąpić „nie wcześniej niż po 24 godzinach od chwili złożenia zamówienia”, jest nieprecyzyjny, a jego przestrzeganie i kontrola w praktyce mogą się okazać nie tylko trudne, ale wręcz niemożliwe do osiągnięcia. Ponadto prowadzi do

member of



BUSINESS at OECD

member of

BUSINESSEUROPE

Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 5
00-727 Warszawa
tel. +48 22 55 99 900
lewiatan@lewiatan.org
www.lewiatan.org

Polish Confederation
Lewiatan
Brussels Office
Avenue de Cortenbergh 168
tel. +32 2 732 12 10

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m. st. Warszawy w Warszawie XIII
Wydział Gospodarczy

dyskryminacji modelu e-commerce, ponieważ takie ograniczenie nie występuje w handlu stacjonarnym.

W związku z powyższym **postulujemy odstąpienia od wprowadzenia opóźnionej dostawy.**

2.3. Brak sankcji za przewidziane w Projekcie naruszenia

Projekt wprowadza liczne obowiązki po stronie sprzedawcy oraz – w praktyce – dostawcy, nie zapewniając jednocześnie adekwatnych mechanizmów sankcjonowania naruszeń tych obowiązków (w szczególności w zakresie weryfikacji wieku, bezpośredniego przekazania odbiorcy, oznaczenia przesyłki czy opóźnionej dostawy). W konsekwencji regulacja może mieć charakter deklaracyjny, a przestrzeganie nałożonych obowiązków może okazać się trudne do wyegzekwowania, zwłaszcza w modelu outsourcingu logistyki.

Regulacja nie adresuje tym samym również problemu nieuczciwej konkurencji, który może powstać po wejściu w życie tych przepisów, w szczególności w związku z działalnością podmiotów funkcjonujących poza reżimem regulacyjnym (np. „taksówkarzy” dowożących alkohol czy usług typu „concierge”).

W związku z powyższym **postulujemy uzupełnienie Projektu o jasne i proporcjonalne sankcje za przewidziane w nim naruszenia.**

2.4. Art. 2 Projektu – brak przepisów przejściowych i *vacatio legis*

Projekt wprowadza nowe obowiązki po stronie przedsiębiorców, w szczególności w zakresie sprzedaży napojów alkoholowych na odległość. Obowiązki te będą w praktyce wymagały istotnych zmian organizacyjnych, kontraktowych i technologicznych, w tym dostosowania regulaminów sprzedaży, umów z operatorami logistycznymi, procedur obsługi zwrotów i odmów doręczenia, integracji systemów IT oraz przeszkolenia personelu.

Na tym tle Projekt wymaga **uzupełnienia o przepisy przejściowe zapewniające przedsiębiorcom odpowiedni okres ochronny i dostosowawczy**. Brak takich regulacji rodzi ryzyko niezgodności z Konstytucją. Jednocześnie należy wskazać, że przewidziane w Projekcie *vacatio legis* jest niewystarczające w świetle zakresu i ciężaru wdrożeniowego nowych obowiązków.

Zgodnie z orzecznictwem Trybunału Konstytucyjnego termin wejścia w życie ustawy jest oceniany z punktu widzenia jego odpowiedniości *a casu ad casum*, a więc ustawodawca nie może zawsze polegać na domyślnym 14-dniowym terminie wejścia w życie (zob. wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 4 stycznia 2000 r., sygn. akt K 18/99). Ustalając termin

member of



member of



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 5
00-727 Warszawa
tel. +48 22 55 99 900
lewiatan@lewiatan.org
www.lewiatan.org

Polish Confederation
Lewiatan
Brussels Office
Avenue de Cortenbergh 168
tel. +32 2 732 12 10

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m. st. Warszawy w Warszawie XIII
Wydział Gospodarczy

wejścia w życie oraz regulacje przejściowe ustawodawca musi wziąć pod uwagę fakt, że w szczególności w zakresie działalności gospodarczej termin ten powinien być odpowiednio długi, by móc dokończyć rozpoczęte przed wejściem w życie nowych przepisów przedsięwzięcia. Co istotne, ustawodawca zmienił domyślny, 14-dniowy termin wejścia w życie ustawy określony w ustawie o ogłaszaniu aktów normatywnych, w odniesieniu do przepisów regulujących podejmowanie, prowadzenie i zakończenie działalności gospodarczej na 6 miesięcy od dnia publikacji przepisów w Dzienniku Ustaw RP (art. 68b ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców).

W związku z powyższym **postulujemy określenie terminu wejścia w życie na poziomie co najmniej 6 miesięcy od dnia jego ogłoszenia, a w odniesieniu do regulacji dotyczących e-commerce – z uwzględnieniem odpowiednich przepisów przejściowych – co najmniej 18 miesięcy.**

KL/203/54/IJ/2026