

Sprzeciw wobec rozwiązania w postaci tzw. sprzedaży bezwitrynowej bardziej restrykcyjnego dla rynku niż propozycje zawarte w projektach zmian ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

My, niżej podpisani, opowiadamy się za kształtowaniem polityki państwa w zakresie regulacji rynku napojów alkoholowych w oparciu o zasadę równego traktowania podmiotów oraz swobody działalności gospodarczej, przy jednoczesnym uwzględnieniu priorytetu, jakim jest ochrona zdrowia publicznego.

Z uwagą obserwujemy działania Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) oraz sprzeciw tej organizacji wobec wprowadzania zakazu sprzedaży napojów alkoholowych na stacjach paliw. Dostrzegamy podnoszone przez POPiHN argumenty dotyczące braku wykazania bezpośredniego związku pomiędzy bezpieczeństwem ruchu drogowego, a sprzedażą napojów alkoholowych na stacjach paliw, a także rozumiemy stanowisko odnoszące się do zasady równości wobec prawa oraz ochrony praw nabytych, w szczególności w zakresie obowiązujących zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych.

Z tym większym zdziwieniem przyjęliśmy jednak stanowisko POPiHN postulujące wprowadzenie tzw. sprzedaży bezwitrynowej, rozumianej jako sprzedaż napojów alkoholowych z całkowitym wyeliminowaniem ich widoczności dla konsumentów w całym kanale detalicznym. Organizacja ta proponuje rozwiązanie jednolite dla wszystkich formatów sprzedaży napojów alkoholowych, uzasadniając je względami zdrowia publicznego, a jednocześnie mające zagwarantować możliwość dalszej sprzedaży alkoholu na stacjach paliw. Widzimy w tym sposób na osiągnięcie celów swoich członków i metodę zachowania możliwości sprzedaży alkoholu na stacjach paliw, kosztem innych jednostek handlu

Należy podkreślić, że proponowane przez POPiHN rozwiązanie ma charakter bardziej restrykcyjny niż dotychczas prezentowane propozycje regulacyjne, gdyż nakłada dodatkowe obowiązki na cały rynek. POPiHN powołuje się przy tym na badania prowadzone w innych krajach oraz na przykład rozwiązań obowiązujących w Estonii. Tymczasem estoński model regulacyjny polega na wydzieleniu specjalnych stoisk sprzedaży napojów alkoholowych w większych sklepach oraz sprzedaży alkoholu zza lady w mniejszych placówkach, jednak bez całkowitego wyeliminowania widoczności produktów dla konsumentów. Odpowiada zatem rozwiązaniu aktualnie obowiązującemu na polskim rynku dla sprzedaży wyrobów spirytusowych i winiarskich, jedynie sprzedaż piwa prowadzona jest w mniej restrykcyjny sposób.

Proponowane przez POPiHN rozwiązanie bezwitrynowej sprzedaży wiąże się z następującymi konsekwencjami dla całego rynku:

- Sprzedaż bezwitrynowa w praktyce doprowadzi do zawężenia oferty sklepów w zakresie napojów alkoholowych ze względu na chęć minimalizacji przez sklepy powierzchni sklepu o ograniczonej możliwości aranżacji i zaostrzenia konkurencji pomiędzy producentami a zatem doprowadzi do wzrostu bariery wejścia na rynek. Odebranie możliwości ekspozycji produktów spowoduje, że decyzje zakupowe konsumentów będą podejmowane niemal wyłącznie w oparciu o marki już utrwalone w świadomości. W konsekwencji rozwiązanie to doprowadzi do drastycznej koncentracji rynku, ograniczenia konkurencji oraz systemowego osłabienia pozycji mniejszych producentów i dystrybutorów.
- Rozwiązanie to wiąże się z poważnymi inwestycjami na poziomie sklepu w postaci zmiany aranżacji powierzchni. Sfinansowanie wprowadzenia tego typu rozwiązania w wydzielonym stoisku z konsekwencjami znacznej zmiany aranżacji dla całego sklepu (półki zastąpione). Będzie to prowadzić do znacznego ograniczenia powierzchni sklepu mogącej służyć do działań marketingowych.
- Wydzielone stoisko jest jedynym miejscem, gdzie producenci napojów spirytusowych i win mogą budować świadomość marek produktów oraz przekazywać pełnoletnim konsumentom informacje o jakości i właściwościach produktów.
- Pełnoletni konsumenci powinni mieć możliwość nieskrępowanego zapoznania się z informacjami zamieszczonymi na etykietach produktów. To właśnie tam konsument znajduje dane dotyczące składu, zawartości alkoholu, a także ostrzeżenia zdrowotne oraz dobrowolne oznaczenia związane z odpowiedzialną konsumpcją (informacja dot. zagrożeń dla kobiet w ciąży by móc dokonać świadomego zakupu).
- Pełnoletni konsumenci mają prawo do pełnej informacji konsumenckiej obejmującej także możliwość komunikowania nowych trendów w sektorze alkoholowym z poszanowaniem obowiązujących regulacji.
- Polski rynek jest rynkiem nasyconym, gdzie nadal istotnym kanałem sprzedaży napojów alkoholowych są małe, często rodzinne sklepy osiedlowe. Dla tych sklepów legalna sprzedaż alkoholu stanowi znaczącą część ich obrotów. Bezwitrynowa sprzedaż alkoholu ograniczyłaby tę sprzedaż na korzyść szarej strefy. Te uwarunkowania powinny być brane pod uwagę przy ocenie ekonomicznych skutków ewentualnych ograniczeń dotyczących ekspozycji napojów alkoholowych.
- Obawiamy się, że dalsze ograniczanie możliwości swobodnego i świadomego wyboru legalnych produktów alkoholowych w punktach sprzedaży może prowadzić do niepożądanych skutków. Część konsumentów, pozbawiona możliwości wizualnej oceny produktów i dostępu do rzetelnej informacji, może być skłonna poszukiwać alkoholu pochodzącego z nielegalnych źródeł, z przemytu czy nielegalnej produkcji (w tzw. szarej strefie).

W związku z powyższym uważamy, że nie powinny być przedmiotem dyskusji publicznej rozwiązania tak restrykcyjne jak sprzedaż bezwitrynowa odbierająca znacznej części rynku ostatnią możliwość komunikacji z pełnoletnim konsumentem, ograniczająca

prawo do zarządzania powierzchnią sklepów, prowadząca do eliminacji legalnych produktów oraz grożąca upadłością znacznej części placówek sprzedaży, oraz małych producentów i dystrybutorów napojów alkoholowych.

Zatem apelujemy do POPIHN o rezygnację z propozycji rozwiązania w postaci sprzedaży bez witrynowej.



Karol Stec - Prezes Zarządu Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy



Renata Juskiewicz - Prezes Zarządu Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji



Magdalena Zielińska - Prezes Zarządu Związku Pracodawców Polska Rada Winiarstwa



Maciej Ptaszyński - Prezes Zarządu Polskiej Izby Handlu