

Warszawa, 25 października 2024 r.

Polskie organizacje producentów
wina i fermentowanych napojów winiarskich

Szanowny Pan Donald Tusk

Prezes Rady Ministrów

Działając jako grupa organizacji reprezentujących producentów wina oraz fermentowanych napojów winiarskich, reprezentując ponad 20 stowarzyszeń i fundacji branżowych, w tym Polski Klaster Enoturystyczny, Związek Pracodawców Polska Rada Winiarstwa oraz Polski Instytut Winorośli i Wina, wyrażamy poważne zaniepokojenie propozycjami zmian w ustawie ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi w brzemieniu zaproponowanym przez Ministerstwo Zdrowia.

Doskonale rozumiemy jak ważnym problemem społecznym jest nadmierne spożywanie alkoholu, zwłaszcza przez osoby małoletnie. Całkowicie popieramy też konieczność ścisłych regulacji w zakresie sprzedaży, reklamy i promocji napojów alkoholowych. Należy stanowczo potępić wszelkie praktyki, które zachęcają do nadmiernego spożycia lub kierowane są do młodego konsumenta. Uznajemy za całkowicie zasadne wprowadzenie zmian w ustawie. Sprzeciwiamy się jednak stanowczo bezrefleksyjnemu zaostrzeniu jej zapisów bez uwzględnienia wszelkich skutków takich zmian. Większość problemów jakie pojawiły się w ostatnich czasach ma charakter społecznie doniosły. Obecne działania rynkowe, które budzą sprzeciw nie wynikają jednak ze zbyt liberalnych zapisów prawa, lecz głównie z ich niedostosowania do wyzwań współczesności. Obowiązujące przepisy ustawy o wychowaniu w trzeźwości uchwalone zostały przeszło 40 lat temu, w zupełnie odmiennej sytuacji ustrojowej, gospodarczej i technologicznej. Od wielu lat sami postulowaliśmy o zmiany jej zapisów, które pozwalałyby na uregulowanie tej materii zgodnie z aktualnymi potrzebami i stanowczo pozwalały odróżnić główne czynniki ryzyka od elementów rynku alkoholowego, które pozytywnie wpływają na zmianę kultury spożywczej w naszym kraju. Zmiany w ustawie są niewątpliwie konieczne. Powinny być jednak dokładnie przemyślane i służyć wyłącznie

realizacji założonych przez tę regulację celów. W żadnym wypadku działania o kluczowym znaczeniu dla branży alkoholowej, wpływające bezpośrednio na życie wielu ludzi, nie powinny być motywowane politycznie i wprowadzane jedynie dla wygaszenia tymczasowych nastrojów opinii publicznej.

Wino stanowi w większości państw członkowskich Unii Europejskiej nieodłączny element kultury kulinarnej, opartej na tradycji, smaku i rozsądnej, ograniczonej konsumpcji. Rynek wina w Polsce rozwija się niezwykle dynamicznie. Elementem istotnym staje się w nim polskie wino, wytwarzane obecnie w 502 winnicach (dane KOWR, stan na 22 października 2024). Są to w znakomitej większości małe, rodzinne gospodarstwa. Od wielu lat, konsekwentne działania Unii Europejskiej jak i polskiego rządu, ukierunkowane były na wspieranie produkcji jakościowych produktów, wytwarzanych przez rolników z lokalnego surowca. Liberalizacja przepisów w zakresie produkcji wyrobów winiarskich, wprowadzona ustawą z dnia 2 grudnia 2021 r. o wyrobach winiarskich, znacząco ułatwiła rzemieślniczą produkcję wina, cydrów oraz win owocowych i miodów pitnych. Jakościowe produkty polskiej ziemi oraz ciężka praca lokalnych plantatorów i pszczelarzy, potrzebują jednak przestrzeni komunikacyjnej oraz skutecznych sposobów dystrybucji.

Ograniczenia w zakresie reklamy i promocji w mediach oraz całkowite wykluczenie sprzedaży napojów alkoholowych z dostawą są zatem niezwykle szkodliwe. Nasze produkty pozostają przedmiotem handlu, którego podstawą jest możliwość komunikacji z klientem. Proponowane w tym zakresie obostrzenia są niepojęte w skali europejskiej. Kwestią decydującą o przetrwaniu małych producentów jest możliwość rozsądnego wykorzystania Internetu, w tym mediów społecznościowych do przedstawienia oferty naszych produktów i usług. Mali producenci wytwarzają relatywnie niewielkie ilości swoich produktów. Z uwagi na skalę oraz wysokie standardy jakości, są one drogie w produkcji i nie pozostawiają wielkiego marginesu na marżę pośredników. Drobnii producenci nie dysponują przez to najczęściej możliwością wprowadzania produktów poprzez duże sieci dystrybucji. Produkcja wina to także atrakcja turystyczna, promująca region oraz lokalne produkty. W działania związane z popularyzacją enoturystyki angażują się także lokalne władze organizując festiwale winiarskie czy oznaczając drogę do winnic. Jest normą w całej Europie otwarta popularyzacja winiarstwa jako zjawiska kulturowego i ważnej części rolnictwa, publiczne przedstawianie osiągnięć i życia winiarskich rodzin.

Kolejnym problemem, który ma współcześnie wymiar niezwykle praktyczny a do którego nie odnosi się ustawa z czasów stanu wojennego, jest sprzedaż napojów alkoholowych z dostawą

do klienta. Jednoznacznie sprzeciwiamy się całkowitej swobodzie w tym zakresie. Uważamy wręcz za konieczne, wprowadzenie jasnych zasad regulujących tę materię. Niesłuszne są obawy Ministerstwa Zdrowia, twierdzącego, że sprzedaż realizowana na odległość zwiększy dostępności alkoholu. Ta forma jest kosztowna, wymaga oczekiwania na przesyłkę oraz pozostawienia dokładnych danych osobowych. Jest zatem złożona, mniej opłacalna i niedyskretna a przez to stanowczo mniej atrakcyjna niż zakup taniego alkoholu, dostępnego w lokalnym sklepie, którego dokonać można zupełnie anonimowo. Zgoda na sprzedaż z dostawą nie przyczyni się zatem w najmniejszym stopniu do wzrostu spożycia, pozwoli natomiast drobnym, lokalnym producentom na dotarcie do szerszego grona klientów a konsumentom na świadomy wybór. Istnieją efektywne mechanizmy pozwalające na stwierdzenie wieku konsumenta, nieróżniące się w praktyce od tych znanych z tradycyjnego handlu. Metody te, stosowane z mocy ustawy obligatoryjnie będą wręcz skuteczniejsze niż w przypadku klasycznych sklepów z alkoholem. Wprowadzenie zakazu sprzedaży wina w polskich sklepach internetowych spowoduje jedynie, że klienci zaczną kupować je w sklepach zagranicznych, które dostarczą zamówienie do Polski. w takiej sytuacji klient zrezygnuje z produktów dostępnych wyłącznie na polskim rynku. Będziemy jedynym krajem w Europie z takim zakazem co stanowczo oddali nas od standardów państw cywilizowanych. Wzywamy do wprowadzenia przemyślanych regulacji, które pozwolą na zastosowanie współczesnych form sprzedaży, takich jak popularna od dziesięcioleci sprzedaż w sklepach internetowych. E-commerce ułatwia konsumentom dostęp do produktów niszowych, lokalnych, koneserskich, niedostępnych w sieciach sprzedaży czy sklepach ogólnospożywczych. Na uregulowaniu sprzedaży wyrobów winiarskich przez Internet skorzystają głównie zatem mali producenci wina, miodu pitnego, czy cydru mający poza Internetem bardzo ograniczone możliwości dotarcia do klienta.

Należy też podnieść, iż wiele polskich winnic otrzymało dofinansowanie z Unii Europejskiej jednocześnie zobowiązując się do spełnienia wymaganych wskaźników wzrostowych. Prognozy te oparte były na wskaźnikach, które realne są wyłącznie przy zachowaniu obecnej sytuacji prawnej. Stabilność regulacji jest fundamentem państwa prawa. Proponowane zmiany w ustawodawstwie polskim wpływające bezpośrednio na polskie winiarstwo, ograniczają możliwość spełnienia parametrów sprzedażowych, co może wiązać się z koniecznością zwrotu otrzymanych środków.

Wobec powyższego, apelujemy o podjęcie działań zmierzających do dawno wyczekiwanej nowelizacji ustawy o wychowaniu w trzeźwości w sposób rozsądny, przemyślany i służący możliwie efektywnie interesowi społecznemu.

W szczególności postulujemy o:

1. Precyzyjne i jednoznaczne określenie zasad występowania napojów alkoholowych oraz ich producentów w Internecie, którego istnienia, ustawa dotąd nie zauważała. Zasady reklamy i promocji nie powinny budzić wątpliwości i narażać przedsiębiorców na niepotrzebne ryzyko. Strony internetowe, media społecznościowe, portale informacyjne, to formy przekazu o znaczeniu nieskończenie ważniejszym niż klasyczne media.
2. Określenie ustawowego wzorca sprzedaży i dostawy napojów alkoholowych zakupionych w sklepach internetowych. Państwo nie powinno zamykać się na formy sprzedaży na odległość, które stanowią dziś nieodłączny element codziennego życia. W przypadku alkoholu, powinny jednak zostać wprowadzone stosowne ograniczenia i zabezpieczenia procesu, które są wykonalne a nawet już praktycznie stosowane, takie jak potwierdzanie pełnoletności przy zamówieniu, dodatkowa weryfikacja pełnoletności przez kuriera i dostawa nie szybciej niż 24h od momentu złożenia zamówienia.

Nade wszystko wzywamy do uwzględnienia głosu małych i średnich producentów, którzy odpowiadając za wprowadzenie niewielkiej tylko części produktów, najboleśniej odczuwają skutki proponowanych regulacji. Służymy radą i zaangażowaniem w proces legislacyjny i raz jeszcze prosimy o uwzględnienie naszego stanowiska.

Podpisy:

Jerzy Zdrzałka – prezes Zarządu Stowarzyszenia Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły

Andrzej Ligęzka – prezes Zarządu Stowarzyszenia Winiarzy Podkarpacia

Tomasz Sobecki – zastępca przewodniczącego Stowarzyszenie Winnice Pomorza Zachodniego

Maciej Krystowski – prezes zarządu Wielkopolskiego Stowarzyszenie Winiarzy

Nestor Kościański – członek zarządu Fundacji „To Jest To”

Mateusz Paciura – prezes Sandomierskiego Stowarzyszenia Winiarzy

Marcin Niemiec – prezes zarządu Stowarzyszenia Winiarzy Jury Krakowskiej

Jarosław Bogumił – prezes zarządu Małopolskiego Stowarzyszenie Winiarzy

Leszek Szczęch – prezes, Mariusz Wójtowicz – skarbnik Jasielskiego Stowarzyszenia Winiarzy
„Vinum Pro Cultura”

Paweł Kurtyka – prezes Stowarzyszenia Santockie Winnice

Krzysztof Niesłończyk – prezes Śląskiego Stowarzyszenia Winiarzy

Jan Smolis – prezes Stowarzyszenia Winiarzy Ziemi Łódzkiej

Marek Dymkowski – prezes Stowarzyszenia Winnice Dolnośląskie

Bartłomiej Gruszka – prezes zarządu Fundacja Tłocznia

Marcin Moszkowicz – prezes Zielonogórskiego Stowarzyszenia Winiarskiego

Andrzej Prusiński – skarbnik Stowarzyszenia Promocji Winnic i Produktów Regionalnych

Jarosław Lewandowski –wiceprezes zarządu Stowarzyszenia Smaki i Szlaki Lubuskie

Przemysław Karwowski – prezes zarządu Fundacji Na Rzecz Lubuskiego Dziedzictwa
GLORIA MONTE VERDE

Mariusz Nawrocki – prezes Stowarzyszenia Winiarzy Dolnej Wisły

Marcin Lipski – prezes Stowarzyszenia Cieszyński Szlak Wina

Jakub Wilk Prezes Zarządu Trójniak –Stowarzyszenie Miodosytników Polskich (w organizacji)

Marek Jarosz – prezes Polskiego Instytutu Winorośli i Wina

Roman Myśliwiec – prezes Fundacji Na Rzecz Rozwoju i Promocji Winiarstwa GALICJA
VITIS

Magdalena Zielińska - prezes zarządu Związek Pracodawców Polska Rada Winiarstwa

Katarzyna Korzeń - prezes zarządu Polski Klaster Enoturystyczny

Maciej Nowicki - niezależny dziennikarz

Tomasz Kwinta Przewodniczący Rady Nadzorczej Winnice Charbielin – Spółdzielnia

Radosław Froń – prezes zarządu BEVLEGAL Sp. z o. o.

Do wiadomości:

Ministerstwo Zdrowia

Ministerstwo Rozwoju i Technologii

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi