



**Parlamentarny Zespół
ds. Rozwiązywania
Problemów Uzależnień**

Sprawozdanie

XV Posiedzenia Parlamentarnego Zespołu ds. Rozwiązywania Problemów Uzależnień 20.04.2017 r

W posiedzeniu, którego przedmiotem były: wpływ reklamy na konsumpcję napojów alkoholowych: reklama a nieletni; wpływ reklamy na nasilanie się objawów głodu u osób uzależnionych oraz zakaz reklamy jako sposób na bezkosztowe ograniczenie spożycia alkoholu wzięli udział: poseł **Małgorzata Zwiercan** (WiS) – przewodnicząca Zespołu, poseł **Marek Jakubiak** (Kukiz'15), poseł **Stefan Romecki** (Kukiz'15) oraz zaproszeni goście: Dariusz Poznański – zastępca dyrektora Departamentu Zdrowia Publicznego Ministerstwa Zdrowia, **Tomasz Białas** – dyrektor Departamentu Nadzoru nad Środkami Zastępczymi Głównego Inspektoratu Sanitarnego, **Adela Teleon** – główny specjalista w Departamencie Polityki Lekowej i Farmacji Ministerstwa Zdrowia, **Łukasz Cieciorowski** – główny specjalista w Departamencie Polityki Lekowej i Farmacji Ministerstwa Zdrowia, **Krzysztof Brzózka** – dyrektor Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, **Anna Matyszkiewicz** – naczelnik Wydziału Profilaktyki Palenia Tytoniu w Departamencie Promocji Zdrowia Biostatystyki i Analiz Głównego Inspektoratu Sanitarnego, **Danuta Gut** – dyrektor Biura Zarządu Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie, **Leszek Wiwala** – prezes zarządu Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy, **Jerzy Minorczyk** – dyrektor generalny Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy, **Aleksandra Piotrowska** – starszy wykładowca w Zakładzie Biomedycznych i Psychologicznych Podstaw Edukacji Wydziału Pedagogicznego Uniwersytetu Warszawskiego, **Grażyna Zimak** – koordynator w Fundacji na Rzecz Zapobiegania Narkomanii „MARATON”, **Czesław Przystawa** – asystent posła Janusza Sanockiego, **Wojciech Trybocki** (N) – asy-

stent posła Kornelii Wróblewskiej, **Marlena Jaśki-Tupik** – asystentka przewodniczącej Zespołu.

W pierwszej części posiedzenia tematy: wpływ reklamy na konsumpcję napojów alkoholowych: reklama a nieletni; wpływ reklamy na nasilanie się objawów głodu u osób uzależnionych oraz zakaz reklamy jako sposób na bezkosztowe ograniczenie spożycia alkoholu omówili Zastępca dyrektora Departamentu Zdrowia Publicznego Ministerstwa Zdrowia Pan Dariusz Poznański oraz dyrektor Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych Pan Krzysztof Brzózka.

W kolejnej części posiedzenia odnosząc się do przedstawionych treści stanowiska zajęli: dyrektor Biura Zarządu Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie Pani Danuta Gut oraz prezes zarządu Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy Pan Leszek Wiwała.

W toku dyskusji do zaprezentowanych opinii odnieśli się: Krzysztof Brzózka, Danuta Gut, Jezy Minorczyk, Wojciech Trybocki, Małgorzata Zwiercan, Marlena Jaśki-Tupik, Aleksandra Piotrowska, Leszek Wiwała, Tomasz Białas oraz Dariusz Poznański.

W następstwie przedstawionych informacji i opinii, a także dyskusji podczas posiedzenia zespołu wyprowadzono następujące wnioski:

- istnieje potwierdzona badaniami zależność pomiędzy ryzykiem inicjacji alkoholowej przez młode osoby a ekspozycją reklam alkoholu kierowanych do nieletnich, które dostarczają określonych form spędzania czasu wolnego oraz obecnością alkoholu w teledyskach muzycznych, a także podczas wydarzeń sportowych i kulturalnych
- wyżej wymienione elementy mają również wpływ na zwiększenie konsumpcji alkoholu przez osoby nadużywające alkoholu
- uchylene zakazu reklamy piwa w Polsce przyczyniło się do wzrostu jego spożycia
- w Polsce istnieje wysoka akceptacja społeczna dla spożywania alkoholu, co może być spowodowane m.in. pozytywnym obrazem konsumpcji alkoholu, ukazywanego w reklamach w połączeniu z dobrą zabawą, relaksem i przyjemnymi emocjami
- wydaje się być właściwym kierunkiem ograniczanie form i kanałów dystrybucji reklamy alkoholu, a nawet całkowity jej zakaz w celu ograniczenia spożycia alkoholu
- należy wziąć pod uwagę, że na konsumpcję alkoholu wśród młodzieży mają wpływ takie czynniki, jak np. wpływ wzorców przekazywanych przez osoby dorosłe

- trzeba rozważyć wprowadzenie równych ograniczeń w kwestii reklam dla wszystkich rodzajów napojów alkoholowych
- nie ma twardych danych pokazujących wpływ reklamy alkoholu na powstawanie głodu alkoholowego u osób uzależnionych, jednak narażenie się na widok alkoholu przez takie osoby traktowane jest jako wyzwalacz chęci picia, przez co można domniemywać, że widok ten także w reklamach również może mieć wpływ, obok innych czynników, na powstawanie objawów głodu
- należy wprowadzić dodatkowe zmiany legislacyjne, które pozwolą na skuteczniejsze egzekwowanie prawa dotyczącego reklam napojów alkoholowych