

PETYCJA

UWAGI OGÓLNE

Będąc czynnym uczestnikiem ubiegłorocznego Narodowego Kongresu Trzeźwości oraz wieloletnim nauczycielem akademickim z zakresu m.in. promocji zdrowia, chciałem przedłożyć moje propozycje w zakresie niezbędnych i koniecznych zmian w ustawie o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

Na wstępie formułuję reminiscencje natury historycznej. Do dziś, mimo upływu 37 lat, nie został wcielony w życie postulat zawarty w ust. 36 porozumień rzeszowsko-ustrzyckich z lutego 1981 r. o ograniczeniu liczby punktów sprzedaży napojów alkoholowych w małych miastach i wsiach. Natomiast pierwotny i rygorystyczny tekst ustawy o wychowaniu w trzeźwości uchwalony został pod osłoną stanu wojennego – i choćby z tego względu należy go zastąpić zupełnie nową ustawą. Po 1989 r., z wyjątkiem nielicznych i krótkotrwałych epizodów, obserwujemy zjawisko notorycznego psucia ustawy, poprzez doraźne, chaotyczne, nieprzemyślane i koniunkturalne nowelizacje, przez co ustawa jest mało czytelna, nadając się do rozmaitych interpretacji. Odnoszę wrażenie, że w ciągu ostatnich blisko 30 lat ani władz państwowe, ani władze samorządowe nie miały woli, poza krótki epizodami, do prowadzenia jednolitej i co ważniejsze, skutecznej polityki, w zakresie przeciwdziałania alkoholizmowi.

Poza znanymi uwarunkowaniami natury historycznej, dobrej legislacji w tym zakresie nie sprzyjają dwie okoliczności: brak, jak dotąd, unijnej dyrektywy antyalkoholowej, w przeciwieństwie do dyrektywy tytoniowej (zwoleńniczką takiego rozwiązania, Wielka Brytania opuszcza UE), a ponadto istnienie w Polsce potężnych i bardzo wpływowych grup nacisku, związanych z kompleksem alkoholowym (piwowarskim), przeciwdziałających zmianom ustawodawczym na niekorzyść interesów tych grup.

Należałoby zatem, w dwóch horyzontach czasowych: bliższym (do końca obecnej kadencji parlamentu) i dalszym (w kolejnej kadencji), podjąć następujące kroki. W pierwszej kolejności przeprowadzić dogłębną nowelizację obowiązującej ustawy, ze szczególnym uwzględnieniem przepisów art. 13 i 14, a następnie uchwalić nową ustawę, wzorowaną na najlepszych wzorcach europejskich, w tym brytyjskich, skandynawskich, a także krajów nadbałtyckich (w tym Republiki Litewskiej).

Nowe rozwiązania prawne winny oznaczać się precyzją i jednoznacznością, eliminując, gdzie tylko jest możliwe, tzw. pojęcia nieostre oraz swobodne uznanie organów administracji publicznej. Obecnie bardzo często bywa tak, że w podobnych przypadkach sądy administracyjne, stosując klauzulę *in dubio pro libertatione*, orzekają na korzyść

przedsiębiorców branży alkoholowej, podczas gdy np. stosując wykładnię celowościową tej ustawy, rozstrzygnięcia byłyby zupełnie odmienne.

Docelowo nowe rozwiązania prawne powinny sprzyjać pożądanemu spadkowi spożycia napojów alkoholowych w Polsce do norm uznanych przez WHO za bezpieczne, tj. do 6 litrów czystego spirytusu na osobę oraz do 70 litrów piwa na osobę w skali rocznej.

W tym miejscu należy stwierdzić, iż nawet w krajach o najwyższej i ugruntowanej swobodzie prowadzenia działalności gospodarczej, obrót napojami alkoholowymi podlega mniejszym lub większym ograniczeniom, ze względu na dwie ważne klauzule: ochrony zdrowia publicznego oraz porządku publicznego, mające swe przełożenie na normy konwencyjne (EKPC) oraz konstytucyjne (art. 68 ust. 4 Konstytucji RP), ponieważ alkoholizm w Polsce ze względu na bardzo szeroki zasięg ma charakter epidemiczny.

UWAGI SZCZEGÓŁOWE

Właściwość organów do wydawania zezwoleń

Organami I instancji w rozumieniu przepisów KPA do wydawania indywidualnych zezwoleń na obrót napojami alkoholowymi powinny być, jak dotychczas, organy wykonawcze gmin (burmistrzowie, wójtowie albo prezydenci miast). Natomiast organami odwoławczymi II instancji, zamiast samorządowych kolegiów odwoławczych winni zostać wojewodowie, a sprawy dotyczące napojów alkoholowych winny zostać uznane za sprawy zlecone gminom przez administrację rządową, a nie jak obecnie, za sprawy własne samorządu. Przemawia za tym kilka ważnych przesłanek racjonalności i jednolitości działania. Z mocy prawa do kompetencji wojewodów należy troska o porządek i bezpieczeństwo publiczne tudzież zdrowotne w województwie. Takie rozwiązanie przyczyniłoby się do ujednolicenia orzecznictwa administracyjnego w tych sprawach, a ostateczne decyzje wojewodów podlegałyby weryfikacji w trybie administracyjnosądowym.

Ustalanie liczby punktów sprzedaży napojów alkoholowych

Według ustaleń WHO granicą bezpieczeństwa zdrowotnego (i fizycznego) ludności jest proporcja: nie więcej niż jeden punkt sprzedaży napojów alkoholowych na tysiąc statystycznych mieszkańców. W Polsce występuje natomiast zagęszczenie tychże punktów, jedno z najwyższych w Europie (poza państwami b. republikami ZSRR). W sąsiednich krajach zwykle jeden punkt przypada na 1,5-2,5 tys. mieszkańców (czasem na 5 tys. mieszkańców), nie licząc krajów skandynawskich, w których te normy są znacznie surowsze.

W skali kraju jest to w przybliżeniu jeden punkt na około 250 mieszkańców (a w pewnej znanej miejscowości turystyczno-wczasowej ostatnio nawet jeden punkt przypada na 40 mieszkańców!). W praktyce oznacza to konieczność co najmniej czterokrotnego zmniejszenia liczby tych punktów (jest ich około 150 tys. w skali kraju).

W ustawie należałoby przyjąć, jako generalne, następujące rozwiązanie: W danej gminie (dzielnicy, sołectwie) nie może być więcej niż jeden punkt sprzedaży napojów alkoholowych przypadający na tysiąc statystycznych mieszkańców danej jednostki podziału terytorialnego. Ten wskaźnik byłby obliczanych według danych GUS za poprzedni rok kalendarzowy. Równocześnie należałoby upoważnić rady gmin do podejmowania uchwał w kierunku wprowadzenia bardziej rygorystycznych lokalnych rozwiązań (np. przyjęcia, że danej gminie jeden punkt na 1200 mieszkańców itp.).

Aby nie narazić się na zarzut zbyt inżynieringu ustawodawcy w wykonywanie działalności gospodarczej i własności prywatnej, należałoby równolegle wprowadzić rozsądne *vacatio legis*, polegające na tym, że po wygaśnięciu dotychczasowych zezwoleń na sprzedaż nie wydaje się nowych aż do osiągnięcia proporcji przewidzianych w ustawie.

Nadto należałoby przewidzieć możliwość uruchomienia stosownych rekompensat i innych form pomocy, umożliwiających przedsiębiorcom podjęcie innych form działalności gospodarczej.

Ograniczenia czasowe i miejscowe

Ograniczenia czasowe

Dotychczasowe rozwiązanie prawne, polegające na delegacji ustawowej dla rad gmin w sprawie możliwości wprowadzenia ograniczeń czasowych w porze nocnej na sprzedaż napojów alkoholowych na wynos, powinno mieć charakter generalny, w formie normy prawnej powszechnie obowiązującej na obszarze całego kraju. Przy czym należałoby utrzymać delegację ustawową, pozwalającą na możliwość rozszerzenia ram czasowych zakazu sprzedaży w drodze uchwały rady gminy, ze względu na szczególne sytuacje występujące w danej gminie. Aktualnie, przynajmniej w niektórych województwach, zaledwie kilka procent gmin skorzystało z delegacji ustawowej do wprowadzenia ograniczeń sprzedaży.

Jak informowała ostatnio jedna z gazet codziennych, nadal w Polsce w porze nocnej łatwiej jest kupić napoje alkoholowe niż podstawowe produkty spożywcę oraz leki, niekiedy ratujące zdrowie i życie.

Ograniczenia miejscowe

Ostatnio w Polsce notuje się wysoce niepokojące przypadki sprzedaży (i to całodobowej) napojów alkoholowych na czynnych dworcach kolejowych oraz w budynkach zajmowanych przez szkoły (!) Z tych względów ustawa powinna w skali ogólnopolskiej w sposób precyzyjny i jednoznaczny ustalić: a) katalog obiektów chronionych (szkoły i inne placówki oświatowo-wychowawcze, zakłady opieki zdrowotnej, obiekty kultu religijnego, obiekty o szczególnym znaczeniu dla kultury narodowej, jednostki wojskowe) wraz z podaniem minimalnej odległości od tych obiektów, w której zasięgu obrót napojami alkoholowymi jest zabroniony; b) upoważnić rady gmin, aby w trybie uchwały mogły uzupełnić ten katalog oraz zwiększyć odległość od tych obiektów, w obrębie której obrót jest zakazany.

Dotychczasowy przepis art. 14 ustawy winien być uzupełniony o:

1) Zakaz sprzedaży napojów alkoholowych na stacjach benzynowych (miejscach obsługi podróżnych usytuowanych przy drogach publicznych (podobny zakaz obowiązuje obecnie w prawie połowie krajów UE); skutecznie przyczyniając się ograniczenia liczby wypadków drogowych na tle alkoholowym. Jako alternatywne rozwiązanie można zaproponować: dopuszczenie do sprzedaży w określonych godzinach w porze dziennej tzw. lekkich alkoholi (do określonej granicy procentowej), z całkowitym ich zakazem sprzedaży w porze nocnej.

2) Całkowicie wyeliminować możliwość sprzedaży napojów alkoholowych, łącznie z piwem na terenie obiektów komunikacji publicznej oraz szkół (placówek oświatowych), ponieważ obecnie notuje się takie przypadki, poprzez niezwykle liberalne orzecznictwo sądów administracyjnych, niekiedy na pograniczu *contra legem* (odrębne wyjścia i podobne argumenty). Należy wyeliminować praktykę udzielenia jednorazowych zezwoleń na sprzedaż choćby piwa na terenach administrowanych przez szkoły, z okazji różnych festynów i podobnych imprez.

3) W ustawie po określeniu „szkoły” należy dodać „szkoły wyższe”, skoro ustawa zabrania sprzedaży na terenie domów studenckich. W praktyce często na terenie szkół wyższych (publicznych i niepublicznych) zdarzają się przypadki wyszynków, w tym np. sprzedaży piwa w bufetach przylegających do uczelnianych basenów (!)

4) Należy powrócić do pierwotnej koncepcji i przywrócić obowiązującą do 2016 r. zasadę, że w obrębie wagonów barowych i restauracyjnych dozwolone jest podawanie i sprzedaż tylko napojów alkoholowych do zawartości 4,5% alkoholu etylowego, bez wyjątków

dla piwa, które obecnie jest tam serwowane bez żadnych ograniczeń mocy, kosztem bezpieczeństwa ruchu kolejowego i pasażerów.

5) Należy rozważyć przywrócenie całkowitego zakazu sprzedaży napojów alkoholowych, nawet niskoprocentowych na obiektach sportowych podczas imprez (zakaz taki obowiązywał już w latach 2009-2011) i został cofnięty pod naciskiem UEFA i jej sponsorów przed Euro 12'.

Ograniczenie ekonomicznej (cenowej) dostępności do napojów alkoholowych

W chwili obecnej cena jednostkowa napojów alkoholowych jest relatywnie zbyt niska w stosunku do siły nabywczej pieniądza oraz przeciętnej płacy. Opakowanie piwa kosztuje niekiedy nawet 1,35 zł, a mała butelka, zawierająca 100-250 ml mocniejszych napojów alkoholowych 7-9 zł. Taka sytuacja sprzyja rozpijaniu się osób mniej zarabiających, a głównie osób młodych, w tym nieletnich. W celu zmniejszenia opłacalności nabywania napojów alkoholowych, wspólnie z resortem finansów winny zostać podniesione stawki akcyzy na napoje alkoholowe oraz VAT, tak aby np. opakowanie piwa (puszka, butelka) kosztowały nie mniej niż 4 zł opakowania zawierające 100-250 ml mocniejszych napojów alkoholowych nie mniej niż 20-30 zł, a opakowania zawierające 500-750 ml nawet 80-90 zł.

Taki standard jest powszechnie stosowany w wysoko rozwiniętych krajach europejskich. Winna tu obowiązywać zasada: Im mocniejszy napój alkoholowy i większa jego ilość, w tym relatywnie wyższa cena.

Zasady sprzedaży napojów alkoholowych

1) Należy do ustawy wprowadzić, ustalony już w orzecznictwie NSA, zakaz sprzedaży: a) obwoźnej, b) obnośnej, a ponadto zakaz sprzedaży napojów alkoholowych za pośrednictwem Internetu.

2) Wzorując się na zasadach sprzedaży wyrobów tytoniowych, do ustawy należy wprowadzić zasadę, że napoje alkoholowe, łącznie z lekkimi alkoholami (piwem, cydrem, winem czy nalewkami) nie są dostępne w sprzedaży samoobsługowej, a podawane jedynie przez sprzedawcę (owa zasada mogłaby nie dotyczyć jedynie tzw. sklepów wolnocłowych). Ta zasada mogłaby niewątpliwie przyczynić się do ograniczania nabywania napojów alkoholowych przez nieletnich.

3) Na każdym jednostkowym opakowaniu napoju alkoholowego (na butelce, kartonie czy puszcze) winno być umieszczone odpowiednich rozmiarów ostrzeżenie o szkodliwości ich

spożywania, podane w kilku wersjach czcionką ustalonego kroju, w wersji zawieszanej w drodze rozporządzenia przez ministra właściwego do spraw zdrowia.

Sprzedaż i podawanie napojów alkoholowych osobom nieletnim

Ponieważ zjawisko sprzedaży i podawania napojów alkoholowych osobom nieletnim występuje w Polsce na dużą skalę, toteż należy rozważyć następujące środki prawne:

1) Rozważyć możliwość podniesienia dolnej granicy wieku, uprawniającego do nabycia napojów alkoholowych do 21 r. życia, w przypadku mocniejszych alkoholi (np. o zawartości powyżej 4,5% alkoholu etylowego), utrzymując dotychczasową granicę 18 r. życia jedynie w stosunku słabszych alkoholi (do określonej granicy zawartości alkoholu etylowego). Taki system funkcjonuje np. w krajach skandynawskich.

2) W przypadku udowodnionej sprzedaży (podawania) cofać zezwolenia z ustawowym rygorem natychmiastowej wykonalności, przewidzianym w KPA, bez względu na wyniki postępowania odwoławczego bądź administracyjnosądowego;

3) Rozważyć możliwość wprowadzenia przepisu karnego, będącego odpowiednikiem art. 178¹ kk, przewidującego dla winnych takiego działania możliwość wymierzenia kary ograniczenia albo pozbawienia wolności do lat 2 (analogicznie, jak w przypadku osób kierujących pojazdami mechanicznymi w stanie nietrzeźwości);

4) Rozważyć możliwość wprowadzenia dodatkowych środków karnych dla osób sprzedających (podających) napoje alkoholowe nieletnim w postaci zakazu uzyskania zezwolenia na obrót napojami alkoholowymi na okres od 1 roku do lat 10, a przypadku dopuszczenia się takiego czynu co najmniej dwukrotnie – dożywotniego zakazu;

5) Wprowadzić obligatoryjne wyposażenie punktów sprzedaży napojów alkoholowych w monitoring wizyjny, rejestrujący osobę sprzedawcy i kupującego (dane te winny być chronione przed skasowaniem przez odpowiedni okres);

6) Docelowo – wprowadzenie w Polsce zasady, że sprzedaż napojów alkoholowych (i wyrobów tytoniowych) odbywa się wyłącznie w wydzielonych punktach sprzedaży, do których wstęp mają wyłącznie osoby pełnoletnie, po włożeniu dokumentu tożsamości określającego wiek klienta do czytnika, który uruchamia wejście do takiego punktu. Taka praktyka stosowana jest z powodzeniem w wielu krajach.

Dotychczasowy system cofania zezwoleń w przypadku stwierdzenia sprzedaży (podania) napojów alkoholowych osobom nieletnim jest zbyt długotrwały, biorąc pod uwagę dwie instancje administracyjne i dwie instancje sądowe i w praktyce mało skuteczny

Reklama i promocja

Należy przerehabilitować gruntownie przepis art. 13 ustawy, wprowadzając dwuetapowe ograniczenia w zakresie reklamy i promocji napojów alkoholowych (piwa). W pierwszym pilnym i doraźnym etapie należy bezwzględnie zakazać uprawiania tej reklamy w obiektach szkół (także szkół wyższych) i innych placówek oświatowo-wychowawczych, w miejscach służących rekreacji i wypoczynkowi dzieci i młodzieży (na przyszkolnych boiskach, w tym „orlikach”), na ruchomych nośnikach reklamy (na powierzchniach pojazdów mechanicznych, lawetach), w obiektach i środkach komunikacji publicznej (na dworcach i przystankach oraz w tramwajach, autobusach, trolejbusach, w metrze, w kolejowych jednostkach elektrycznych, wagonach i lokomotywach), a także w monitorach ulicznych bankomatów.

W drugim etapie, na zasadzie klauzuli generalnej, z niewielkimi enumeratywnymi i racjonalnymi wyjątkami należy takiej reklamy zakazać w pozostałych miejscach publicznych (na wielkoformatowych billboardach). Reklama piwa i innych niskoprocentowych napojów alkoholowych (tzw. cydru lubelskiego i wina) mogłaby być jedynie dopuszczalna w Internecie oraz w mediach elektronicznych tylko w godz. 23.00 – 6.00, wewnątrz prasy przeznaczonej dla osób dorosłych (nie na okładkach) oraz w formie małoformatowych reklam umieszczanych wyłącznie w punktach sprzedaży i podawania napojów alkoholowych. Oczywiście te dopuszczalne ustawowo wyjątki nie mogłyby być interpretowane w sposób rozszerzający, z obowiązkiem umieszczania na nich stosownych napisów ostrzegawczych, określonych w rozporządzeniu ministra właściwego do spraw zdrowia. Byłby to w zasadzie powrót do stanu prawnego już obowiązującego w Polsce w latach 2001-2002.

Jest rzeczą kompromitującą, że przepis art. 13 ustawy nie zawiera zakazu reklamy napojów alkoholowych w obiektach szkolnych (i podobnych). Coraz częściej zdarzają się przypadki umieszczania tych reklam na elewacjach i ogrodzeniach budynków szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych. Tymczasem np. w Republice Irlandii, uchodzącej za kolebkę przemysłu piwowarskiego, takie reklamy nie mogą być umieszczone w odległości mniejszej niż 200 m od wspomnianych placówek. Z ubolewaniem należy stwierdzić, że odchodzący Rzecznik Praw Dziecka nie chciał czy też nie potrafił zabrać głosu w tej sprawie, nie dostrzegając wagi problemu.

W przypadku pojawiających się reklam piwa na powierzchniach pojazdów bez wymaganych napisów ostrzegawczych, w poprzedniej kadencji Sejmu RP (2011-2015) pojawiły się dwie interpelacje. W odpowiedzi na nie zapewniono, iż Policja i inne uprawnione

organy kontrolne zajmą się tą kwestią. Okazało się jednak, że reklamowanie piwa na pojazdach bez napisów ostrzegawczych nadal nie powoduje żadnych konsekwencji prawnych, przewidzianych w przepisie art. 45² ust. 1 ustawy.

W tym miejscu należy przypomnieć, że poprzedni minister zdrowia wypowiedział się za zakazem reklamy i promocji napojów alkoholowych, ale, jak dotychczas, skończyło się jedynie na słownych zapowiedziach. Reklama ta oddziaływająca, choćby podprogowo, na świadomość i psychikę, zwłaszcza dzieci i młodzieży, winna być poza prawem, choćby z uwagi na przepis art. 72 ust. 1 Konstytucji RP, szeroko chroniący dobra osób nieletnich.

Sponsoring

Jak wiadomo, w Polsce już od 2000 r. obowiązuje zakaz sponsorowania ze strony producentów wyrobów tytoniowych. Jak dotychczas, nie zdobyto się na choćby częściowe wprowadzenie ograniczeń w tym zakresie ze strony producentów napojów alkoholowych, a zwłaszcza browarów (proponowano jedynie wprowadzenie takich ograniczeń przy noweli do ustawy w 2001 r.). Aby producenci ci, głównie browary nie rozszerzali swoich destrukcyjnych wpływów, zwłaszcza w środowisku dzieci i młodzieży, proponuję, aby w ustawie o wychowaniu w trzeźwości znalazł się przepis wprowadzający zakaz sponsorowania (pod karą wysokiej grzywny 200-500 tys. zł) imprez przeznaczonych dla dzieci i młodzieży lub/i odbywających się z ich udziałem (chodzi o imprezy sportowo-rekreacyjne, turystyczne, kulturalne czy edukacyjne). Brak takiego zakazu powoduje, iż często np. lokalne dni szkół odbywają się z udziałem browarów, które nie tylko ustawiają swoje logotypy i banery, ale nawet serwują piwo dla osób nieletnich. Pozytywny przykład miasta Łomży (województwo podlaskie), które dotychczas nie dopuszczało do takich sytuacji na swoim terenie, powinien uzyskać rangę ustawową.

Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów

W 2002 r. wprowadzono do ustawy Fundusz Zajęć Sportowych dla Uczniów (FZS) finansowany przez reklamodawców piwa, którego dysponentem jest minister właściwy do spraw sportu. Uważam, że reklamy piwa w żaden sposób nie mogą kojarzyć się (nawet pośrednio) z uprawianiem sportu przez młodych ludzi, a szczególnie z zachowaniem przez nich zdrowego stylu życia, tym bardziej, że dzieci i młodzież coraz częściej sięgają po piwo pod wpływem reklam. Dlatego proponuję: a) uchylene w całości przepisów art. 13² i 13³ ustawy, przenosząc zagadnienie pozabudżetowego wspomaganie sportu szkolnego z ustawy o wychowaniu w trzeźwości do ustawy o sporcie; b) utrzymanie FZS pod warunkiem jego

wspomagania z innych alternatywnych źródeł. W przypadku wprowadzenia zakazu bądź daleko idących ograniczeń reklamowania piwa, obecna konstrukcja prawna FZS stanie się bezprzedmiotowa.

Inne kwestie

Poza już wskazanymi mechanizmami prawnymi, przemawiającymi na rzecz zmniejszenia liczby punktów sprzedaży napojów alkoholowych, ustawa winna zawierać przepis wskazujący, że dochody z tytułu opłat za udzielane zezwolenia na sprzedaż i podawanie napojów alkoholowych są przez gminy przekazywane do centralnego funduszu celowego i następnie dzielone na wszystkie jednostki samorządu terytorialnego (województwa, powiaty i gminy) z przeznaczeniem na edukację, profilaktykę i leczenie uzależnienia od alkoholu.

Należy uchylić przepis art. 18¹ ust.1, dopuszczający wydawanie jednorazowych zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych (w trybie uproszczonym) na rzecz OSP. Ten przepis, zwłaszcza w środowisku wiejskim, jest permanentnie nadużywany, służąc do rozpijania miejscowych społeczności, co sprzeczne jest z podstawowymi zasadami i celami działalności strażaków-ochotników. Należy ustawowo (w ustawie o ochronie przeciwpożarowej) zagwarantować tej formacji inne stałe i bardziej godziwe źródła dochodu. Ponadto uprzywilejowanie OSP w tej formie prowadzenia działalności gospodarczej budzi poważne wątpliwości natury prawnokonstytucyjnej. Już raz TK orzekał w tej sprawie, oddalając wniosek, ale wątpliwości nadal pozostały. Niewykluczone, że TK w innym składzie wydałby w tej materii odmienne orzeczenie.

Wnioski końcowe

Proponowane w petycji rozwiązania prawne mieszczą się w kategorii dobrych praktyk stosowanych w zakresie zwalczania alkoholizmu przez liczne kraje UE, w tym kraje bezpośrednio sąsiadujące z Polską. Ujednolicając standardy postępowania, nie ograniczają zbyt mocno samodzielności podstawowych jednostek samorządu terytorialnego (gmin). W zakresie ograniczenia zasady swobody działalności gospodarczej związanej z obrotem napojami alkoholowymi, te ograniczenia są wyartykułowane w stopniu proporcjonalnym i adekwatnym do aktualnego stanu zagrożenia alkoholizmem w Polsce (art. 22 Konstytucji RP).