vinetur

Polonia estudia prohibir la publicidad del alcohol para reforzar la salud pública

La presidencia también valora restringir la venta nocturna tras consultar a expertos y revisar medidas europeas

lunes 23 de noviembre de 2026



La Presidencia de Polonia estudia dos restricciones sobre el alcohol: la prohibición de la publicidad de bebidas alcohólicas y la limitación de su venta durante la noche. El objetivo, según trasladó el ministro Leskiewicz, es reducir los daños vinculados al

consumo excesivo y reforzar la protección de la salud pública.

Leskiewicz explicó este lunes, 23 de noviembre, en una entrevista en TOK FM, que la Presidencia está revisando cómo han funcionado medidas parecidas en otros países antes de adoptar una decisión sobre su aplicación en Polonia. Añadió que el análisis no se limita a copiar modelos externos, sino a valorar de qué forma podrían encajar en la realidad polaca.

La revisión incluye, además, una consulta con expertos y con la sociedad para fijar el alcance de las posibles prohibiciones. Esa fase será, en palabras del ministro, una parte básica del proceso, ya que de ella dependerán los detalles prácticos de la futura regulación, tanto en materia de publicidad como en la de horarios de venta.

La Presidencia vincula estas medidas con la reducción de problemas sociales y de seguridad asociados al alcohol. La idea de actuar sobre la venta nocturna parte de que la disponibilidad del producto es uno de los elementos que pueden influir en el consumo, mientras que la limitación de la publicidad busca rebajar la exposición comercial a estas bebidas.

Aunque el Gobierno no ha concretado todavía cómo quedaría redactada la norma, las dos vías que están sobre la mesa tendrían efectos directos sobre el mercado de bebidas alcohólicas. Si prosperan, fabricantes, distribuidores y comercios de vino, cerveza y destilados verían limitado el margen para promocionar sus marcas y para vender en ciertas franjas horarias. En un mercado nacional, un cambio de este tipo puede alterar la planificación comercial, la inversión publicitaria y la actividad del comercio minorista durante la noche.

La decisión también tiene una lectura política y sanitaria. En Polonia, como en otros países europeos, las medidas sobre alcohol suelen moverse entre dos objetivos: la libertad de empresa y la protección de la salud. La Presidencia ha situado el debate en ese punto y ha optado por apoyarse en comparaciones internacionales y en consultas previas antes de cerrar una posición definitiva.

Por ahora, el mensaje oficial es que el asunto sigue en estudio. Leskiewicz subrayó que la eficacia real de estas restricciones será uno de los criterios para resolver si Polonia da el paso de vetar la publicidad del alcohol, limitar su venta nocturna o aplicar ambas

medidas a la vez.