vinetur

La présidence polonaise examine l’interdiction de la publicité pour l’alcool et la limitation des ventes nocturnes

Les responsables étudient des modèles étrangers et consultent des experts avant de déterminer si un durcissement de la réglementation serait adapté aux conditions polonaises

lundi 23 novembre 2026



La chancellerie du président polonais examine des propositions visant à interdire la publicité pour l'alcool et à limiter les ventes nocturnes, une mesure qui pourrait durcir les règles encadrant la vente et la promotion de la bière, du vin et des spiritueux dans le pays si elle était adoptée.

Lundi 23 novembre, le ministre Leśkiewicz a déclaré lors d'un entretien dans l'émission matinale de TOK FM que la présidence analysait les mesures envisagées avant de prendre une décision. Selon des informations publiées par la chancellerie du président, l'examen porte sur l'efficacité de restrictions similaires dans d'autres pays et sur la manière de les adapter aux conditions polonaises.

Les propositions visent à réduire les dommages liés à une consommation excessive d'alcool. La présidence a indiqué que ces restrictions étaient envisagées dans le cadre d'un effort plus large visant à protéger la santé publique et à réduire les problèmes sociaux et de sécurité publique associés à l'abus d'alcool, en particulier tard dans la nuit.

Leśkiewicz a déclaré que la consultation d'experts et du public serait un élément important pour déterminer la portée et les modalités d'une éventuelle interdiction ou restriction des ventes. Cela laisse entendre que la présidence ne considère pas ces mesures comme acquises, mais qu'elle en évalue les effets probables avant de décider d'aller de l'avant.

Les déclarations officielles montrent que deux domaines font l'objet d'une attention particulière. Le premier est la publicité : une interdiction plus large modifierait la manière dont les producteurs et les détaillants d'alcool s'adressent aux consommateurs. Le second concerne l'accès aux commerces la nuit : une limitation des horaires de vente pourrait avoir des conséquences pour les supérettes, les supermarchés, les stations-service et les autres points de vente qui commercialisent des boissons alcoolisées après la tombée de la nuit.

Pour le secteur des boissons, les enjeux sont importants. Toute restriction nationale de la publicité pour l'alcool pourrait modifier les stratégies marketing des brasseurs, des producteurs de vin et des entreprises de spiritueux, tandis qu'une limitation des ventes nocturnes pourrait changer les habitudes d'achat sur un vaste marché de

consommation. L’impact dépendrait de la portée de l’interdiction, des produits concernés et des éventuelles exceptions.

La présidence a présenté cette discussion comme un examen des politiques publiques, et non comme une décision définitive. Dans ses déclarations publiques, elle insiste sur les données provenant de l’étranger et sur la nécessité d’adapter toute réglementation aux réalités locales en Pologne. Cela montre que les responsables cherchent à évaluer non seulement les arguments de santé publique, mais aussi la mise en œuvre concrète des règles.

Le sujet est politiquement sensible, car la réglementation de l’alcool touche simultanément plusieurs intérêts divergents, notamment la politique de santé, l’activité économique, l’accès des consommateurs et l’ordre public. En mettant l’accent sur la consultation d’experts et l’analyse comparative, la présidence signale qu’elle souhaite fonder la prochaine décision sur des éléments solides.

Les propos de Leśkiewicz montrent également que le débat en Pologne ne porte pas uniquement sur la consommation elle-même, mais aussi sur les facteurs susceptibles d’encourager une consommation excessive, notamment la disponibilité de l’alcool à des heures tardives et sa promotion commerciale. Cet examen s’inscrit dans une tendance européenne plus large, dans le cadre de laquelle des gouvernements ont étudié des restrictions du marketing et de l’accès à l’alcool pour lutter contre les addictions, la violence et d’autres dommages liés à l’alcool.

Aucune décision définitive n’a été annoncée dans les déclarations publiées après l’intervention sur TOK FM, mais la présidence a clairement indiqué que les propositions étaient toujours à l’étude et seraient examinées avant toute décision de signature. Dans l’attente de cette décision, les producteurs d’alcool, les détaillants et les annonceurs en Pologne devraient suivre de près les indications sur la portée que pourraient prendre les restrictions.