vinetur

# La Camera bassa polacca invia al presidente il disegno di legge sull’alcol, che vieta la pubblicità della birra analcolica

Se approvata, la legge vieterebbe la vendita di alcolici da asporto dalle 22 alle 6 e inasprirebbe i limiti a sconti e marchi dal 2027

venerdì 20 novembre 2026



Giovedì 19 novembre la Camera bassa polacca, il Sejm, ha approvato la maggior parte delle modifiche apportate dal Senato a un importante disegno di legge sul controllo degli alcolici, mantenendo il divieto proposto di pubblicizzare birra analcolica con marchi di bevande alcoliche e trasmettendo il testo al presidente per la firma.

Il voto riguardava emendamenti alla legge polacca sulla sobrietà e la lotta all'alcolismo, oltre a disposizioni correlate in materia di assistenza sanitaria. I parlamentari hanno accolto la maggior parte dei 21 emendamenti del Senato, ma hanno respinto una modifica che avrebbe consentito la pubblicità della birra analcolica, mantenendo la versione più restrittiva del disegno di legge già sostenuta dalla commissione Sanità del Sejm.

Se firmato, il provvedimento introdurrebbe un divieto nazionale di vendita al dettaglio di alcolici da asporto dalle 22 alle 6. La restrizione non si applicherebbe a bar, ristoranti o altre attività di ristorazione, mentre gli aeroporti ne sarebbero esentati. I comuni avrebbero inoltre la facoltà di ampliare localmente il divieto, anticipandone l'inizio alle 21 o prolungandolo fino alle 9.

La legge inasprirebbe anche le norme sulla pubblicità e sulle promozioni degli alcolici. Il disegno di legge vieterebbe la pubblicità degli alcolici, compresa quella della birra, prevedendo per le violazioni multe da 30.000 a 1 milione di złoty oppure una limitazione della libertà ai sensi della legge polacca. Il testo mantiene tuttavia diverse eccezioni circoscritte.

Una delle modifiche più rilevanti per rivenditori e produttori riguarda l'ampliamento della definizione di promozione degli alcolici. Le revisioni del Senato accolte dal Sejm specificano che le promozioni comprenderebbero sconti, confezioni con più prodotti e programmi fedeltà. Rientrerebbero quindi nella norma offerte diffuse nei negozi, come le formule «6+6» o «12+12». Il provvedimento continuerebbe a consentire la pubblicità degli alcolici nei punti vendita all'ingrosso, nei locali di ristorazione e nei negozi dedicati esclusivamente alla vendita di alcolici. Fino alla fine del 2030, i punti vendita potrebbero inoltre continuare a utilizzare frigoriferi e altre attrezzature che espongono marchi di alcolici.

Il disegno di legge prevede deroghe specifiche per alcuni segmenti del settore vinicolo e della birra artigianale. Definisce gli «eventi enogastronomici», nei quali sarebbero consentiti messaggi informativi e culturali relativi ai prodotti vinicoli. Le eccezioni sono state ampliate anche per includere eventi formativi e attività di turismo gastronomico legati ai birrifici artigianali, nonché comunicazioni informative e culturali sulla birra artigianale.

Questi dettagli hanno implicazioni che vanno ben oltre le politiche di salute pubblica. Se il disegno di legge diventasse legge, potrebbe modificare orari di apertura dei negozi, strategie di sconto e marketing dei marchi in uno dei maggiori mercati europei delle bevande, con ripercussioni su birrifici, cantine, distillerie, importatori e rivenditori attivi in Polonia. Le norme proposte sarebbero particolarmente significative per le aziende che puntano su promozioni abbinate, attrezzature di marca nei negozi o estensioni dei marchi dai prodotti alcolici a quelli analcolici.

Il settore della birra ha già espresso la propria opposizione. In dichiarazioni rilasciate a Forsal.pl, Bartłomiej Morzycki, direttore generale dell'Associazione polacca dei birrifici, ha affermato che la legge solleva seri dubbi di costituzionalità e potrebbe anche essere contestata per il mancato rispetto delle procedure di notifica previste dall'Unione europea. A suo avviso, il processo legislativo si è concentrato eccessivamente sulla birra e sulla sua pubblicità, senza affrontare quelli che ha definito i principali fattori alla base del consumo dannoso di alcol, tra cui i superalcolici venduti in confezioni di piccolo formato. Ha inoltre criticato la decisione di sottoporre la birra analcolica alle stesse rigide norme pubblicitarie della vodka, sostenendo che tale scelta ignora una categoria di prodotti sempre più utilizzata dai consumatori come alternativa all'alcol.

La legge non è ancora in vigore. Deve essere firmata dal presidente e successivamente pubblicata nella Gazzetta ufficiale prima che le nuove norme possano diventare operative. Nella versione approvata dopo le modifiche del Senato, la legge entrerebbe in vigore il 1° giugno 2027.