vinetur

Câmara baixa da Polónia envia ao Presidente lei do álcool que proíbe publicidade à cerveja sem álcool

Se for promulgada, a lei proibirá a venda de bebidas alcoólicas para consumo fora do estabelecimento entre as 22h00 e as 6h00 e alargará as restrições a descontos e marcas a partir de 2027

sexta-feira, 20 de novembro de 2026



A câmara baixa da Polónia, o Sejm, aprovou na quinta-feira, 19 de novembro, a maioria das alterações do Senado a uma importante proposta de lei de controlo do álcool, mantendo a proibição proposta de publicidade à cerveja sem álcool sob marcas de bebidas alcoólicas e enviando o diploma ao Presidente para assinatura.

A votação incidiu sobre alterações à lei polaca relativa à sobriedade e ao combate ao alcoolismo, bem como sobre disposições relacionadas com os cuidados de saúde. Os deputados aceitaram a maioria das 21 alterações do Senado. Rejeitaram, porém, uma alteração do Senado que permitiria a publicidade à cerveja sem álcool, mantendo uma versão mais restritiva da proposta, anteriormente apoiada pela comissão de saúde do Sejm.

Se for assinada, a medida introduzirá uma proibição nacional da venda a retalho de bebidas alcoólicas para consumo fora do estabelecimento entre as 22h00 e as 6h00. A restrição não se aplicará a bares, restaurantes ou outros estabelecimentos de restauração, e os aeroportos ficarão isentos. As autoridades municipais terão também poderes para alargar localmente a proibição, fazendo-a começar às 21h00 ou prolongando-a até às 9h00.

A legislação reforçará também as regras relativas à publicidade e às promoções de bebidas alcoólicas. Nos termos da proposta, será proibida a publicidade a bebidas alcoólicas, incluindo cerveja, e as infrações serão puníveis com multas entre 30 000 zlótis e 1 milhão de zlótis ou com uma pena de restrição da liberdade ao abrigo da lei polaca. Ao mesmo tempo, a proposta mantém várias exceções limitadas.

Uma das alterações mais importantes para os retalhistas e produtores é o alargamento da definição de promoção de bebidas alcoólicas. As revisões do Senado aceites pelo Sejm especificam que as promoções incluem descontos, embalagens multiproduto e programas de fidelização. A medida abrangerá ofertas comuns nas lojas, como as promoções «6+6» ou «12+12». Continuará a ser permitida a publicidade a bebidas alcoólicas em estabelecimentos grossistas, espaços de restauração e lojas exclusivamente dedicadas à venda de bebidas alcoólicas. Até ao final de 2030, os pontos de venda poderão também continuar a utilizar frigoríficos e outros equipamentos com marcas de bebidas alcoólicas.

A proposta prevê exceções específicas para alguns setores do vinho e da cerveja artesanal. Define «eventos eno-culinários», nos quais serão permitidas mensagens informativas e culturais relacionadas com produtos vínicos. As exceções foram também alargadas para abranger eventos educativos e turismo gastronómico ligado a cervejeiras artesanais, bem como comunicações informativas e culturais associadas à cerveja artesanal.

Estes pormenores têm relevância que vai muito além da política de saúde pública. Se a proposta se tornar lei, poderá transformar os horários das lojas, as estratégias de descontos e a promoção de marcas num dos maiores mercados de bebidas da Europa, afetando cervejeiras, produtores de vinho, destilarias, importadores e retalhistas com atividade na Polónia. As regras propostas serão particularmente importantes para empresas que dependem de promoções em conjunto, de equipamentos com marcas nas lojas ou da extensão de marcas de bebidas alcoólicas a bebidas sem álcool.

O setor cervejeiro já se manifestou contra a proposta. Em declarações ao Forsal.pl, Bartłomiej Morzycki, diretor-geral da Associação dos Cervejeiros Polacos, afirmou que a lei suscita sérias dúvidas constitucionais e poderá também levantar questões quanto ao cumprimento dos procedimentos de notificação exigidos pela União Europeia. Segundo Morzycki, o processo legislativo centrou-se excessivamente na cerveja e na sua publicidade, sem abordar o que descreveu como os principais fatores do consumo nocivo de álcool, incluindo as bebidas espirituosas vendidas em embalagens pequenas. Criticou também a decisão de sujeitar a cerveja sem álcool a regras de publicidade tão restritivas como as aplicadas à vodka, afirmando que essa opção ignorava uma categoria de produtos que cada vez mais consumidores escolhem como alternativa ao álcool.

A legislação ainda não está em vigor. Terá de ser assinada pelo Presidente e, em seguida, publicada no jornal oficial antes de as novas regras poderem entrar em vigor. Nos termos da versão aprovada após as alterações do Senado, a lei entrará em vigor a 1 de junho de 2027.