vinetur

Presidência polaca analisa restrições à publicidade ao álcool e às vendas noturnas

As autoridades estudam modelos estrangeiros e consultam especialistas antes de decidirem se regras mais rigorosas se adequam às condições polacas

segunda-feira, 23 de novembro de 2026



A Presidência da Polónia está a analisar propostas para proibir a publicidade ao álcool e limitar as vendas noturnas de bebidas alcoólicas, uma medida que poderá tornar mais rigorosas as regras de venda e promoção de cerveja, vinho e bebidas espirituosas em todo o país, caso seja aprovada.

Na segunda-feira, 23 de novembro, o ministro Leśkiewicz afirmou, numa entrevista no programa matinal da TOK FM, que a Presidência está a analisar as possíveis medidas antes de tomar uma decisão. De acordo com informações divulgadas pela Chancelaria do Presidente, a análise centra-se em saber se estas restrições têm sido eficazes noutros países e de que forma poderiam ser adaptadas às condições polacas.

As propostas visam reduzir os danos associados ao consumo excessivo de álcool. A Presidência afirmou que as restrições estão a ser ponderadas no âmbito de um esforço mais amplo para proteger a saúde pública e reduzir os problemas sociais e de segurança pública associados ao consumo abusivo de álcool, sobretudo durante a noite.

Leśkiewicz afirmou que a consulta de especialistas e do público seria uma parte importante da decisão sobre o âmbito e os pormenores de qualquer proibição ou restrição às vendas. Isso sugere que a Presidência não considera as medidas automáticas, mas está a ponderar os seus prováveis efeitos antes de decidir se avança.

As declarações oficiais indicam que há duas áreas sob especial análise. Uma é a publicidade, onde uma proibição mais abrangente alteraria a forma como os produtores e retalhistas de bebidas alcoólicas chegam aos consumidores. A outra é o acesso ao comércio a determinadas horas da noite, onde limites aos horários de venda poderiam afetar lojas de conveniência, supermercados, postos de abastecimento e outros estabelecimentos que vendem bebidas alcoólicas depois de escurecer.

Para o setor das bebidas, estão em causa interesses significativos. Qualquer restrição à publicidade ao álcool a nível nacional poderia alterar as estratégias de marketing de cervejeiras, produtores de vinho e empresas de bebidas espirituosas, enquanto uma limitação das vendas noturnas poderia modificar os padrões de venda num grande mercado de consumo. O impacto dependeria da abrangência de qualquer proibição, dos produtos abrangidos e da existência de exceções.

A Presidência apresentou a discussão como uma análise de políticas, e não como uma decisão definitiva. Nas suas declarações públicas, salientou as provas recolhidas no estrangeiro e a necessidade de adaptar qualquer regulamentação à realidade local na Polónia, sinalizando que as autoridades procuram avaliar não só os argumentos de saúde pública, mas também a aplicação prática das regras.

A questão é politicamente sensível, uma vez que a regulamentação do álcool envolve vários interesses concorrentes, incluindo a política de saúde, a atividade empresarial, o acesso dos consumidores e a ordem pública. Ao enquadrar o tema na consulta de especialistas e na análise comparativa, a Presidência sinaliza que pretende fundamentar solidamente a próxima decisão, qualquer que seja.

As declarações de Leśkiewicz mostram também que o debate na Polónia não se centra apenas no consumo em si, mas também nas condições que podem incentivar o consumo excessivo, incluindo a disponibilidade de bebidas a horas tardias e a promoção comercial. A análise em curso insere-se, assim, numa tendência europeia mais ampla, em que os governos têm ponderado limites à comercialização e ao acesso ao álcool como instrumentos para combater a dependência, a violência e outros danos relacionados com o consumo de álcool.

Não foi anunciada qualquer decisão definitiva nas declarações divulgadas após a entrevista na TOK FM, mas a Presidência deixou claro que as propostas continuam em análise e estão a ser examinadas antes de qualquer decisão sobre a assinatura. Até essa decisão ser tomada, é provável que os produtores de bebidas alcoólicas, os retalhistas e os anunciantes na Polónia acompanhem atentamente os sinais sobre o alcance das possíveis restrições.