

**Prezydent
m.st. Warszawy**

RG-WZA.7340..

)

**DECYZJA Nr RG-WZA-7340-....
z dnia r.
w sprawie interpretacji indywidualnej**

Na podstawie art. 34 ust. 5 i 16 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292) w związku z art. 18 ust. 1 i art. 11¹ ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2018 r. poz. 2137, z późn. zm.)

po rozpatrzeniu wniosku

Sp. z o.o. z siedzibą w

o wydanie interpretacji indywidualnej co do zakresu i sposobu stosowania przepisów, z których wynika obowiązek wnoszenia opłat za zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych, w oparciu o opis zdarzenia przyszłego, przedstawionego przez wnioskodawcę:

„Przedstawienie oferty napojów alkoholowych w sklepie internetowym (zamieszczenie na stronie internetowej nazw, opisów, cen i zdjęć produktów alkoholowych)”

Spółka przedstawiła własne stanowisko w sprawie, zgodnie z którym :

będzie prowadził sprzedaż internetową pełnego asortymentu, łącznie z napojami alkoholowymi z odbiorem w sklepie – decyzja nr RG-WZA-7340- z
w sprawie interpretacji indywidualnej.

W ocenie wnioskodawcy zgodnie z prawem będzie zamieszczanie w sklepie internetowym oferty napojów alkoholowych z uwidocznieniem ich nazwy, opisu, zdjęć i ceny, bowiem oferta ta będzie dostępna tylko i wyłącznie dla zalogowanych użytkowników, którzy oświadczyli, że ukończyli 18 rok życia. Ponadto klient zamówiony alkohol będzie musiał odebrać w sklepie stacjonarnym, który posiada zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych. W tym przypadku sprzedawca będzie miał obowiązek weryfikacji czy klient odbierający zamówione napoje alkoholowe jest pełnoletni.”

Udzielam interpretacji w indywidualnej sprawie

W art. 2¹ ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2018 r. poz. 2137, z późn. zm.) ustawodawca określił, co oznacza reklama napojów alkoholowych - jest to publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub symboli graficznych z nimi związanych, a także nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniących się od nazw i symboli graficznych napojów alkoholowych, służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych; za reklamę nie uważa się informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi.

Natomiast w art. 13¹ ust. 1 niniejszej ustawy wskazał, że zabroniona jest na obszarze kraju reklama i promocja napojów alkoholowych, z wyjątkiem piwa, którego reklama i promocja jest dozwolona, pod warunkami wymienionymi w tym ustępie.

Ponadto zgodnie z ust. 3 tego artykułu zabrania się reklamy, promocji produktów i usług, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego lub innym symbolem obiektywnie odnoszącym się do napoju alkoholowego.

Ustawodawca określił wyjątki od zakazu reklama napojów alkoholowych i wskazał miejsca, w których reklama i promocja napojów alkoholowych jest dozwolona: wewnątrz pomieszczeń hurtowni, wydzielonych stoisk lub punktów prowadzących wyłącznie sprzedaż napojów alkoholowych oraz na terenie punktów prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży (art. 13¹ ust. 9 ustawy).

Wobec powyższego każde publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub symboli graficznych z nimi związanych, a także nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, o których mowa w art. 2¹ ust. 1 pkt 3 ustawy stanowiło będzie reklamę, która jest zabroniona (poza wyżej wymienionymi wyjątkami).

Takie samo stanowisko zajął Wojewódzki Sąd Administracyjny w Krakowie w wyroku z dnia 21 października 2016 r. (sygn. akt III SA/KR 798/16). Sąd u uzasadnieniu wyroku stwierdził, że „Z ustawowej definicji zamieszczonej w słowniczku pojęć omawianej ustawy wynika wprost, że reklamą jest każda rozpowszechniana publicznie informacja, za wyjątkiem informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi. Z tak sformułowanej definicji można wywnioskować, że każde działanie zmierzające do publicznego rozpowszechnienia znaków towarowych napojów alkoholowych uznaje się za reklamę napojów alkoholowych (por. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 13 stycznia 2013 r. sygn. akt II FSK 988/11, z dnia 31 marca 2015 r. sygn. akt II FSK 707/13).”

Reklamą napojów alkoholowych nie będzie ekspozycja towaru wewnątrz lokalu, w celu zaprezentowania asortymentu napojów alkoholowych możliwych do nabycia w tym punkcie sprzedaży. Natomiast reklamą napojów alkoholowych będzie przedstawienie oferty napojów alkoholowych w sklepie internetowym poprzez zmieszczenia na stronie internetowej nazw, opisów i zdjęć produktów alkoholowych, które zawierają znaki towarowe napojów alkoholowych lub symbole graficzne z nimi związane, a także nazwy i symbole graficzne przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, o których mowa w art. 2¹ ust. 1 pkt 3 ustawy. Zamieszczone na stronie internetowej informacje niewątpliwie są informacjami publicznymi. Zgodnie z wnioskiem Spółki dostęp do strony internetowej będzie miał każdy użytkownik, który tylko oświadczy, że ukończył 18 lat. Pomimo dostępu tylko dla zalogowanych użytkowników informacja zamieszczona na takiej stronie nadal będzie informacją publiczną, do której będzie miał dostęp każdy zalogowany użytkownik.

Spółka w przedstawionym własnym stanowisku w sprawie wskazała, że „... będzie prowadził sprzedaż internetową pełnego asortymentu, łącznie z napojami alkoholowymi z odbiorem w sklepie ... – decyzja nr RG-WZA-7340- ... z dnia ... w sprawie interpretacji indywidualnej.

W ocenie wnioskodawcy zgodne z prawem będzie zamieszczanie w sklepie internetowym (...).”

Pragnę podkreślić, że przepisy prawa nie regulują internetowej sprzedaży napojów alkoholowych - nie ma takiego rodzaju zezwolenia, które pozwalałoby na sprzedaż napojów alkoholowych w sklepie internetowym.

Tak jak napisano w decyzji nr RG-WZA-7340- z dnia sprzedaż detaliczna napojów alkoholowych może być prowadzona wyłącznie we wskazanych stacjonarnych punktach sprzedaży. Realizacja umowy sprzedaży musi nastąpić w punkcie sprzedaży, który posiada stosowne zezwolenia, a nie poza nim.

Posiadane przez sp. z o.o. zezwolenia pozwalają na sprzedaż napojów alkoholowych tylko w konkretnych punktach sprzedaży, dla których zostały wydane. Biorąc pod uwagę powyższe założenia dotyczące przedstawiania oferty napojów alkoholowych w sklepie internetowym (zamieszczenie na stronie internetowej nazw, opisów, cen i zdjęć produktów alkoholowych) należy stwierdzić, iż na podstawie tych zezwoleń nie można prowadzić sprzedaży napojów alkoholowych w sklepie internetowym.

Uzasadnienie

. wpłynął do Biura Rozwoju Gospodarczego Urzędu m.st. Warszawy wniosek sp. z o.o. o z siedzibą w o wydanie w trybie art. 34 ustawy z Prawo przedsiębiorców (w oparciu o przedstawiony wyżej opis zdarzenia przyszłego) interpretacji indywidualnej co do zakresu i sposobu zastosowania przepisów, z których wynika obowiązek wnoszenia opłat za zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych.

Zgodnie z art. 34 ust. 1 wskazanej wyżej ustawy „Przedsiębiorca może złożyć do właściwego organu lub właściwej państwowej jednostki organizacyjnej wniosek o wydanie wyjaśnienia co do zakresu i sposobu stosowania przepisów, z których wynika obowiązek świadczenia przez przedsiębiorcę daniny publicznej lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, w jego indywidualnej sprawie (interpretacja indywidualna)”.

Natomiast art. 34 ust. 5 ustawy stanowi, że „Udzielenie interpretacji indywidualnej następuje w drodze decyzji, od której przysługuje odwołanie. Interpretacja indywidualna zawiera wyczerpujący opis przedstawionego we wniosku zaistniałego stanu faktycznego lub zdarzenia przyszłego oraz wskazanie prawidłowego stanowiska wraz z uzasadnieniem prawnym oraz pouczeniem o prawie wniesienia środka zaskarżenia”. Zgodnie z ust. 16 w art. 34 tej ustawy do postępowania o wydanie interpretacji indywidualnej stosuje się przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego, chyba że odrębne przepisy stanowią inaczej.

Za daninę publiczną należy uznać opłaty za korzystanie z zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych, pobierane przez gminy zgodnie z art. 11¹ ust. 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, w celu pozyskania dodatkowych środków na finansowanie zadań związanych z profilaktyką i rozwiązywaniem problemów alkoholowych, które to należą do zadań własnych gmin.

Zdaniem organu, zapytanie przedsiębiorcy wypełnia hipotezę art. 34 ustawy Prawo przedsiębiorców, co stanowi warunek udzielenia przez organ interpretacji indywidualnej wnioskowanego zagadnienia. Ze stanu stan faktycznego i prawnego przedstawionego przez wnioskodawcę wynika, że przedmiotem interpretacji jest sprawa, która odnosi się do zakresu i zastosowania przepisów, z których wynika obowiązek świadczenia przez przedsiębiorcę daniny publicznej.

Orzekając w niniejszej sprawie organ odniósł się do konkretnej sytuacji indywidualnej, wskazanej przez wnioskodawcę.

Zakres i przedmiot niniejszej sprawy administracyjnej wyznacza wyłącznie treść wniosku przedsiębiorcy wszczynającego postępowanie. Organ administracji publicznej nie może

wykraczać poza jego treść. Od przedsiębiorcy zależy zakres zapytania, które jednak musi się wiązać z interpretacją przepisów, określających daniny publiczne.

Mając powyższe na uwadze orzekam jak na wstępie.

Interpretacja indywidualna nie jest wiążąca dla przedsiębiorcy, z tym że przedsiębiorca nie może być obciążony sankcjami administracyjnymi, finansowymi lub karami w zakresie, w jakim zastosował się do uzyskanej interpretacji indywidualnej ani daninami w wysokości wyższej niż wynikające z uzyskanej interpretacji indywidualnej (art. 35 ust. 1 ustawy Prawo przedsiębiorców).

Interpretacja indywidualna jest wiążąca dla organów lub państwowych jednostek organizacyjnych właściwych dla przedsiębiorcy i może zostać zmieniona wyłącznie w drodze wznowienia postępowania. Nie zmienia się interpretacji, w wyniku której nastąpiły nieodwracalne skutki prawne (art. 35 ust. 2 ustawy Prawo przedsiębiorców).

P o u c z e n i e

1. Od niniejszej decyzji służy stronie odwołanie do Samorządowego Kolegium Odwoławczego w Warszawie, ul. Kielecka 44 (za pośrednictwem Prezydenta m.st. Warszawy, adres: Biuro Rozwoju Gospodarczego m.st. Warszawy, ul. Canaletta 2) w terminie 14 dni od dnia doręczenia decyzji.

2. W trakcie biegu terminu do wniesienia odwołania stronie przysługuje prawo do zrzeczenia się odwołania. Z dniem doręczenia Prezydentowi m.st. Warszawy (adres jak wyżej) oświadczenia o zrzeczeniu się odwołania, decyzja stanie się ostateczna i prawomocna.

Otrzymuje:

;



z up. PREZIDENTA M. ST. WARSZAWY
Barbara Kowalczyk
Barbara Kowalczyk
Naczelnik
Wydziału Zezwoleń Alkoholowych
w Biurze Rozwoju Gospodarczego