

Łomża, dnia 13 lutego 2009 roku

Komisja Rodziny Opieki Społecznej  
i Zdrowia Rady Miejskiej Łomży

BR.0063-42/09

Rada Miejska  
Łomży

Komisja Rodziny Opieki Społecznej i Zdrowia zaniepokojona stanem zagrożenia patologią społeczną tj. alkoholizmem, narkomanią wynikającym z materiału opracowanego przez Stanowisko ds. Zdrowia i Rozwiązywania Problemów Patologii Społecznej Urzędu Miasta Łomży we współpracy z firmą „Ekspertyzy Edukacja, Terapia „EKSTER,, z Opola Zdrój uznała za konieczne podjąć działania mające na celu poprawę sytuacji.

Zdaniem Komisji w związku z tym, iż samorząd posiada ograniczone działania w tym zakresie należy wystąpić do Parlamentarzystów Województwa Podlaskiego z apelem w formie stanowiska o podjęcie działań w celu zmiany ustawy o wychowaniu w trzeźwości w zakresie uznania piwa jako alkoholu, który podlegał będzie koncesjonowaniu podobnie jak alkohol. Z danych wynika, że ponad 40% ludzi młodych „napędza” koniunkturę browarów. Jest to dość mocny sygnał, by coś w tej materii zacząć robić, okazuje się bowiem, że wśród młodych ludzi utarło się przeświadczenie, że piwo nie jest alkoholem.

Zdaniem Komisji należy również podjąć działania w kierunku podniesienia wieku pełnoletniości z 18 do 21 lat. Pozwoli to na wyeliminowanie młodzieży szkolnej z możliwości dostępu do alkoholu.. W chwili obecnej wygląda to tak, że 2-3 dni po uzyskaniu pełnoletniości młody człowiek idzie, siada w lokalu, pije alkohol i nie można mu nic zrobić mimo tego, że jeszcze jest uczniem.

Kilka lat temu została przesunięta godzina, od której jest dopuszczona reklama napojów alkoholowych w TV publicznej. Została ona przesunięta z godz. 23.00 na 20.00. Godz. 20.00 jest to czas, gdy wszyscy przed odbiornikami czekają na pogodę, film, a więc największa częstotliwość oglądania. Wszystkie formy reklamy działają na wzrost popytu, zwłaszcza napojów alkoholowych w grupie młodzieży. Należy bowiem pamiętać o tym, że młodzież szczególnie jest podatna na reklamę. Dlatego też zdaniem Komisji reklama alkoholu powinna być zakazana całkowicie, albo chociaż ograniczyć reklamę, a w przypadku reklamy w TV publicznej powrócić do zapisów, gdzie reklama alkoholu była możliwa dopiero po godz. 23.00.

Biorąc powyższe pod uwagę Komisja Rodziny Opieki Społecznej i Zdrowia wnosi do Wysokiej Rady o przyjęcie stanowiska w zaproponowanej treści i przekazanie go Parlamentarzystom Województwa Podlaskiego.

Przewodnicząca  
Komisji Rodziny Opieki Społecznej i Zdrowia

Alicja Bandzul

Stanowisko  
Rady Miejskiej Łomży  
przyjęte podczas obrad XLI sesji w dniu .... lutego 2009 r.

w sprawie łatwej dostępności napojów alkoholowych o stężeniu do 4,5% /piwo/

Rada Miejska Łomży, zaniepokojona stanem zagrożenia patologią społeczną tj. alkoholizmem, narkomanią zwraca się do Posłów i Senatorów RP o podjęcie działań mających na celu zmianę ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi zezwalającej na sprzedaż alkoholu do 4,5% /piwo/ w sprzedaży detalicznej sklepów spożywczych oraz stacji benzynowych polegającą uznania ponownie piwa, jako napoju alkoholowego oraz wprowadzenie na niego koncesji podobnie, jak na alkohol.

Zdaniem Rady Miejskiej Łomży należy również podjąć działania w kierunku podniesienia wieku pełnoletniości z 18 do 21 lat. Pozwoli to na wyeliminowanie młodzieży szkolnej z możliwości dostępu do alkoholu.

Kilka lat temu została przesunięta godzina, od której jest dopuszczona reklama napojów alkoholowych w TV publicznej. Została ona przesunięta z godz. 23.00 na 20.00. Godz. 20.00 jest to czas, największej częstotliwości oglądania TV. Wszystkie formy reklamy działają na wzrost popytu na napoje alkoholowe, a szczególnie w grupie młodzieży, ponieważ to młodzież jest najbardziej podatna na reklamę.

Dlatego też zdaniem Rady Miejskiej Łomży reklama alkoholu powinna być zakazana całkowicie, albo chociaż ograniczona do minimum, a w przypadku reklamy w TV publicznej powrócić należy do zapisów, gdzie reklama alkoholu była możliwa dopiero po godz. 23.00.

Uzasadnienie:

Stanowisko ds. Zdrowia i Rozwiązywania Problemów Patologii Społecznej Urzędu Miasta Łomży wraz z firmą „Ekspertyzy Edukacja, Terapia „EKSTER,, z Opoła Zdrój przedstawiło problem uzależnień od alkoholu wśród mieszkańców naszego regionu.

Wyniki opracowanych danych są zatrważające:

- 44% mieszkańców Łomży uważa, że alkohol jest na drugim miejscu /po bezrobociu/ wśród hierarchii problemów społecznych naszego miasta.
- a 77% mieszkańców uważa, że alkohol jest towarem szczególnym i dostęp do niego musi być ograniczony i kontrolowany.
- aż 91% badanych oczekuje na poziomie lokalnym działań służących ograniczeniu skali problemów alkoholowych.

**Alkohol w piwie jest taki sam jak w winie i wódce.**

Spożycie alkoholu w ostatnich 10 latach wzrosło o 39% wśród dorosłych, a o 86% wśród młodzieży. Nastąpił wzrost spożycia alkoholi niskoprocentowych /piwo/.

**Problemy wynikające z nadużywania alkoholu dostrzegane są również przez młodzież, która plasuje je na pierwszym miejscu w hierarchii zagrożeń społecznych /58%/.**

Uczniowie szkół aż w 81% nie oczekują od dorosłych akceptacji dla spożywania alkoholu przez młodzież.

Statystyki ogólnokrajowe podają, że 70%-85% dzieci ze szkół podstawowych piło już alkohol. Najpopularniejszym napojem alkoholowym wśród uczniów szkół Łomży jest piwo /62%, które traktowane jest jako niegroźny napój orzeźwiający. Piwem upiło się co najmniej raz aż 60% uczniów szkół ponad gimnazjalnych. W szybkim tempie obniża się wiek inicjacji alkoholowej. Dzieci najczęściej po raz pierwszy piją alkohol z kolegami /66%. Uczniowie klas III gimnazjum w 46% odpowiadają, że kupują alkohol samodzielnie. Zakup alkoholu nie stwarza dla 15 - latków większych problemów. Piwo jako towar ogólnodostępny na stoiskach spożywczych, w stacjach benzynowych stanowi zachętę do jego nabycia. Zakup piwa na stoiskach spożywczych jest łatwiejszy niż na wydzielonych stoiskach monopolowych lub sklepach monopolowych, jak również uliczne reklamy piwa telewizyjne czy na billboardach są czynnikiem sprzyjającym alkoholizacji młodzieży.”

*Przewodniczący  
Rady Miejskiej Łomży*

*Wiesław Tadeusz Grzymała*