

APEL Nr 13/25/P-IX
PREZYDIUM NACZELNEJ RADY LEKARSKIEJ
z dnia 29 września 2025 r.
do przedstawicieli świata kultury i sportu w sprawie udziału w reklamie
alkoholu

Prezydium Naczelnej Rady Lekarskiej w poczuciu odpowiedzialności za zdrowie społeczeństwa oraz dostrzegając trudne do zaakceptowania negatywne skutki zdrowotne i społeczne spożywania alkoholu, apeluje do przedstawicieli świata kultury i sportu, aby nie brali udziału w reklamie alkoholu.

Samorząd lekarski z oczywistych względów, za którymi stoją dowody na szkodliwość alkoholu, zachęca do podejmowania wszelkich działań, które mogą ograniczyć skalę występowania choroby alkoholowej w naszym kraju. Jako lekarze codziennie jesteśmy świadkami dramatów ludzkich i ogromnych kosztów zdrowotnych, społecznych, a także ekonomicznych choroby alkoholowej. Szacuje się, że w niektórych placówkach medycznych nawet 25% hospitalizowanych pacjentów trafia do szpitala ze względu na ostre lub przewlekłe nadużywanie alkoholu.

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) wskazuje, że alkohol może powodować ponad 200 chorób i urazów. Krótko- i długoterminowe skutki picia alkoholu to m.in. podejmowanie ryzykownych dla zdrowia i życia zachowań, często kończących się wypadkami czy utonieniami, stosowanie przemocy, problemy trawienne, otyłość, choroba wieńcowa, nadciśnienie tętnicze, zaburzenia rytmu serca, oraz zwiększone ryzyko nowotworów w tym jamy ustnej, gardła, przełyku, wątroby, jelita grubego, piersi. Należy przy tym pamiętać, że nawet spożywanie niewielkich ilości alkoholu może zwiększać ryzyko nowotworu. Alkohol jest substancją toksyczną i uzależniającą, dlatego tak jak środowisko lekarskie nie zgadza się na to, żeby mówić o „zdrowszych” papierosach, tak jeśli chodzi o spożywanie alkoholu, nie ma można mówić o bezpiecznej ilości alkoholu, która nie wpływa na zdrowie. Niezależnie od rodzaju napoju, alkohol w nim zawarty szkodzi - w każdym znajduje się ten sam związek, czyli alkohol etylowy.

Według opublikowanych w 2024 r. szacunków WHO (Global status report on alcohol and health and treatment of substance use disorders -

<https://www.who.int/publications/i/item/9789240096745>) w Polsce przeciętne spożycie czystego alkoholu na osobę w wieku powyżej 15 roku życia wynosiło 11,6 l czystego alkoholu, co jest jednym z najwyższych wskaźników na świecie. Należy także pamiętać, że chociaż prawo tego zabrania, alkohol piją również niepełnoletni.

Warto dodać, że ceny alkoholu w Polsce w odniesieniu do zarobków są jednymi z najniższych w Unii Europejskiej, a rosnące przeciętne wynagrodzenie w Polsce pozwala na zakup coraz większej ilości alkoholu.

Na wysoki poziom konsumpcji alkoholu w Polsce niewątpliwie bardzo duży wpływ ma jego reklama. Prezydium Naczelnej Rady Lekarskiej obserwuje z niepokojem, że znane postaci świata sportu i kultury, cieszące się zasłużoną popularnością i szacunkiem z powodu swoich osiągnięć zawodowych czy artystycznych, włączają się w akcje reklamowe koncernów wytwarzających i sprzedających alkohol. Reklamy wykorzystujące wizerunek osób powszechnie znanych i lubianych są jednym z głównych czynników przekładających się na wzrost sprzedaży i spożycia alkoholu.

Wiadomo, że aby ograniczyć negatywne skutki picia alkoholu należy podjąć wielokierunkowe działania zmierzające m.in. do ograniczenia dostępności cenowej, ograniczenia dostępności fizycznej i reklamy oraz prowadzić stałą edukację zdrowotną.

Zważywszy na praktyczny brak możliwości kierowania chorych na długoterminowe leczenie odwykowe, wyjątkową trudność w leczeniu tego rodzaju uzależnienia oraz brak wystarczająco skutecznych działań w tym zakresie ze strony organów państwowych, Prezydium naczelnej Rady Lekarskiej zwraca się do znanych postaci świata kultury i sportu, będących wzorcami dla wielu, zwłaszcza młodych ludzi, aby nie brali udziału w reklamie alkoholu i firm, które alkohol wytwarzają.

SEKRETARZ

Grzegorz Wrona

WICEPREZES

Klaudiusz Komor