**Szkolenia sprzedawców napojów alkoholowych wraz   
ze sprawdzeniem potencjalnej dostępności alkoholu dla osób**

**niepełnoletnich na terenie Gminy Miejskiej Kłodzko– Pakiet „2S”**

Gmina Miejska Kłodzko 2020

Obraz zawierający znak, rysunek

Opis wygenerowany automatycznie

Firma „Centrum Działań Profilaktycznych” z Wieliczki przeprowadziła na terenie Gminy Miejskiej Kłodzko autorskie szkolenie dla sprzedawców napojów alkoholowych – Pakiet ,,2S” (Sprawdzone Skuteczne Szkolenie Sprzedawców), sprawdzenie potencjalnej dostępności alkoholu dla osób niepełnoletnich oraz szkolenie terenowe.

W dniach 03.06.2020 – 04.06.2020 w **I etapie audytu** specjalnie przeszkolona 19-letnia dziewczyna, wyglądająca nawet młodziej (na około 17 lat), udała się wraz z trenerem CDP – Panem Michałem Tyrałą, do punktów sprzedaży i podjęła próbę zakupu alkoholu (najczęściej piwa). Celem badania było sprawdzenie, czy sprzedający/sprzedająca poprosi ,,Tajemniczego Klienta” o dokument tożsamości potwierdzający jego pełnoletność.

W znacznej większości sprawdzonych punktów sprzedających alkohol (**43 na 60 pkt**), podczas próby zakupu alkoholu przez Tajemniczego Klienta, sprzedawcy nie wymagali dokumentu potwierdzającego wiek nabywcy. Mniej więcej **1/3** sprzedawców bo z **17 pkt** poprosiło o okazanie dokumentu, który potwierdza jego pełnoletniość a kilku którzy poprosili i tak sprzedali alkohol po zapewnieniu przez Tajemniczego Klienta iż zostawił go w domu.

Bezpośrednio po próbie zakupu, trener CDP **przeprowadził w punktach sprzedaży szkolenie** dotyczące konsekwencji sprzedaży alkoholu osobom nieletnim które podyktowane m.in. jest tym, że nawet za jednorazową sprzedaż niepełnoletnim **grożą im wysokie kary** - z utratą zezwolenia włącznie. **Nikt nie ma wieku wypisanego na twarzy** (spójrz na obrazek Rys.1). Chcemy, więc w taki sposób uchronić sprzedawców przed nieświadomym popełnieniem przestępstwa. Po szkoleniu trener CDP rozdał certyfikaty i materiały.

Rys.1

**Podsumowanie liczbowe badania:**

**AUDYT:**

1. Liczba punktów poddanych badaniu: **60**

2. Liczba punktów, w których sprzedano alkohol bez

sprawdzenia dokumentu potwierdzającego wiek nabywcy: **43**

3. Liczba punktów, w których poproszono o okazanie dokumentu: **17**

4.Liczba punktów zamkniętych podczas przeprowadzania audytu: **0**

**Opis skuteczności szkolenia:**

Pomijając te punkty sprzedaży, które w czasie audytu były zamknięte, ilość punktów sprzedaży alkoholu w których zapytano o dowód w stosunku do tych, w których tego nie zrobiono przedstawia się następująco:

Z powyższego wykresu wynika, iż liczba sprzedawców, którzy pytają o dowód osobisty w przypadku wątpliwości co do wieku osoby chcącej kupić jest aż o **44% niższa** niż ci którzy sprzedają alkohol bez zapytania w co potwierdza jak ważne są cykliczne kontrole i szkolenia.

Przepisy określają jednoznacznie, że każda osoba sprzedająca alkohol w Polsce ma obowiązek w przypadku wątpliwości co do pełnoletności nabywcy zażądać dowodu tożsamości, potwierdzającego jego wiek. W krajach europejskich zachodniej demokracji (państwa tzw. Starej Unii Europejskiej) przyjmuje się bufor ochronny wynoszący 25 lat. Zgodnie z nim, sprzedawcy żądają okazania dowodu tożsamości od każdej osoby wyglądającej na 25 lat lub mniej.

W Polsce – w tym, jak jasno wynika z opisu audytu, także w Gminie Miejskiej Kłodzko – sprzedawcy często tłumaczą, że ocenili wiek klienta „na oko”, ale bez bufora ochronnego.

Dowodzi to potrzeby cyklicznych kontroli i szkoleń sprzedawców alkoholu.

**Sprawdzenie wymogu prawidłowego oznaczenia punktów**

**sprzedaży alkoholu podczas audytu**

W trakcie przeprowadzania audytu Tajemniczego Klienta i szkolenia, trener CDP zwracał również uwagę na prawidłowość oznakowania punktów sprzedaży alkoholu w tabliczki dotyczące zakazu sprzedaży osobom nieletnim i nietrzeźwym w punktach sprzedaży i punktach gastronomicznych w Gminie Miejskiej Kłodzko.

Dodatkowo trener CDP zwracał uwagę na reklamy alkoholu które są często umieszczane w sklepach, na witrynach czy tzw. „potykaczach”. Reklamy są oczywiście dozwolone ale w myśl obowiązujących przepisów muszą na nich być umieszczane odpowiednie informacje dotyczące zakazu sprzedaży nieletnim i szkodliwości alkoholu oraz zajmować ustawowo określoną powierzchnię na danym plakacie czyli nie mniej niż 20%.

Ogólnie prawie wszystkie ze sprawdzonych sklepów posiadały odpowiednie reklamy natomiast w 10 punktach ze wszystkich sprawdzonych brakowało widocznych oznaczeń.

Obrazuje to poniższy wykres:

**Załączniki**:

1. Opis audytu od Tajemniczego Klienta i Trenera CDP
2. Kopia listy sklepów, z których sprzedawcy wzięli udział w szkoleniu w punktach sprzedaży, z potwierdzeniem w postaci pieczątek z punktów (z wyjątkiem lokali zamkniętych i tych, w których obecny sprzedawca nią nie dysponował)
3. Wykazy punktów sprzedaży z podpiętymi dowodami zakupu (paragonami –   
   z wyjątkiem lokali zamkniętych i tych, w których odmówiono wydania paragonu).