



Er bestaan verschillende wetten voor het regelen van de productie, het schenken en de verkoop van alcohol. De productie van alcoholhoudende dranken is gereguleerd, vooral met het oog op kwaliteitsnormen en om economisch-fiscale redenen (taksen). In deze factsheet lichten we de belangrijkste wetten toe. Er is een aparte [factsheet over alcohol en drugs in het verkeer](#).

Wie de wetgeving wil raadplegen, kan dit op verschillende manieren.

De [VAD-bibliotheek](#) stelde een online databank samen met onder meer referenties van de belangrijkste Belgische wetteksten vanaf 1851.

Wetteksten die werden gepubliceerd vanaf 1997 kunnen full text worden geraadpleegd via de [Wetgevingsindex](#) van het Ministerie van Justitie.

De [European Legal Database on Drugs](#) (ELDD) bevat overzichten van de wetgeving in Europese landen.

De wet op de beteugeling van de dronkenschap van

14 november 1939

Openbare dronkenschap is strafbaar volgens de besluitwet van 14 november 1939 betreffende de beteugeling van dronkenschap. Dezelfde wet verbiedt onder andere ook het opdienen van 'dronkenmakende' dranken aan iemand die kennelijk dronken is, iemand doen drinken tot hij dronken wordt, iemand opzettelijk tot dronkenschap brengen met ziekte, werkonbekwaamheid of de dood tot gevolg, uitdagingen tot drinken voorstellen of aanvaarden.

Wetswijziging 31 december 2009

Op 31 december 2009 werd in het Belgisch Staatsblad de wetswijziging over de leeftijdsgrenzen voor het verkopen en schenken van alcohol aan jongeren gepubliceerd. Het gaat om een wijziging van de wet van 24 januari 1977 "betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van voedingsmiddelen en andere producten". Deze wetswijziging werd van kracht op 10 januari 2010.

In essentie zegt de wetswijziging het volgende:

Het is verboden om alcohol te verkopen, te schenken of aan te bieden aan -16-jarigen. Met alcohol bedoelt men alle alcoholhoudende dranken van meer dan 0.5% vol. o.a. bier, wijn, Sterkedrank (zoals bepaald in artikel 16 van de wet van 7 januari 1998 betreffende de structuur en de accijnstarieven op alcohol en alcoholhoudende dranken) mag men niet verkopen, schenken of aanbieden aan -18-jarigen. Van elke persoon die alcohol/sterkedrank wil kopen mag gevraagd worden zijn leeftijd aan te tonen.

Afdeling 6. - Wijziging van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, van de wet van 28 december 1983 betreffende de vergunning voor het verstrekken van sterke dranken en van de besluitwet van 14 november 1939 betreffende de beteugeling van de dronkenschap Art. 14. Artikel 6 van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, gewijzigd bij de wetten van 22 maart 1989, 19 juli 2004, 27 december 2004 en 1 maart 2007, wordt aangevuld met een paragraaf 6, luidende : « § 6. Het is verboden om elke drank of product waarvan het effectief alcoholvolumegehalte hoger is dan 0,5 % vol, te verkopen, te schenken of aan te bieden aan min-zestienjarigen. Van elke persoon, die dranken of andere producten op basis van alcohol wil kopen, mag worden gevraagd aan te tonen dat hij of zij ouder is dan zestien. Het is verboden om sterke drank, zoals bepaald in artikel 16 van de wet van 7 januari 1998 betreffende de structuur en de accijnstarieven op alcohol en alcoholhoudende dranken, te verkopen, te schenken of aan te bieden aan min-achtienjarigen. Van elke persoon, die sterke drank wil kopen, mag worden gevraagd aan te tonen dat hij of zij ouder is dan achttien. » Art. 15. § 1. In artikel 13 van de wet van 28 december 1983 betreffende de vergunning voor het verstrekken van sterke drank worden lid 1 en lid 2 opgeheven. § 2. Artikel 5 van de besluitwet van 14 november 1939 betreffende de beteugeling van de dronkenschap wordt opgeheven. In artikel 7 van dezelfde besluitwet, worden de woorden « , 5 » opgeheven.

Met deze wetswijziging wordt een duidelijke gezondheidsboodschap gegeven die gericht is op het uitstellen van de beginleeftijd waarop alcohol mag worden gedronken in publieke plaatsen. De communicatie over de leeftijdsgrenzen wordt hiermee eenvoudiger: geen alcohol onder de 16 jaar, niet op café, maar ook niet langer in de supermarkt of nachtwinkel. Deze regelgeving ondersteunt de verschillende wetenschappelijke argumenten om alcoholgebruik bij jongeren uit te stellen. Deze wetswijziging heeft ook als gevolg dat in drankautomaten (waarbij geen „menselijk” toezicht mogelijk is) geen alcohol meer mag worden verkocht, tenzij ze uitgerust zijn met een identiteitskaartlezer om de leeftijd te controleren.

Regulering alcoholreclame

Sinds 12 mei 2005 heeft België een zelfregulerende code nl. het ‘Convenant inzake Gedrag en Reclame met betrekking tot Alcoholhoudende Dranken’. Op 25 januari 2013 ondertekenden De Belgische Brouwers, de Belgische Federatie voor Wijn en Gedistilleerd, COMEOS, de horecafederaties, de Raad voor de Reclame, de consumentenorganisaties OIVO en Testaankoop samen met de toenmalige minister van volksgezondheid Onkelinx een nieuw ‘convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken’. Het convenant is van toepassing vanaf 25 april 2013 en omvat afspraken over de reclame van alcoholhoudende dranken. Zo staat bijvoorbeeld duidelijk in deze convenant dat alcoholreclame niet gericht mag zijn op minderjarigen of zwangere vrouwen, er geen verband mag gelegd worden tussen de consumptie van alcoholhoudende dranken en de verbetering van de gezondheidsstatus of sportprestaties en dat reclame van alcoholhoudende dranken verboden is tijdens de vertoning in een bioscoop van een film die voor- namelijk gericht is op minderjarigen.

België heeft een federale wet die de reclame en marketing voor alcoholische dranken regelt, namelijk de Wet betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten (de ‘consumentenwet’) van 24 januari 1977. Art. 7.§ 2. stelt “In het belang van de volksgezondheid kan de Koning regels stellen en verbodsmaatregelen voorschrijven (...) in verband met de reclame voor alcohol en alcoholhoudende dranken.” In 2006 werd art. 7 bis toegevoegd dat de mogelijkheid moest bieden om een wettelijk kader te creëren voor de ‘Convenant inzake Gedrag en Reclame met betrekking tot Alcoholhoudende Dranken’. De Raad van State verleende daarin echter een negatief advies (advies van 1 juli 2013 met referentie 53.459/1) en oordeelde dat de goed-keuring van het Convenant geen rechtsgrond kan vinden in huidig artikel 7bis (om diverse redenen). De Koning kan het bijgevolg niet goedkeuren. In dit opzicht is het Convenant dus nog steeds te beschouwen als een autoregulerend instrument dat nog geen kracht van wet heeft.

Verder is de regulering van reclamevoering op televisie en radio een gemeenschapsbevoegdheid hetgeen betekent dat elke gemeenschap hierover haar eigen regelgeving heeft die is opgenomen in de mediadecreten. De bepalingen in de verschillende regelgevingen zijn echter zeer gelijkaardig. De controle op deze wettelijke regels is eveneens verdeeld over de gemeenschappen. Voor Vlaanderen gebeurt dat door de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM).

De Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP) is het zelfdisciplinaire orgaan van de reclamesector in België. Zij werd opgericht in 1974 door de Raad voor de Reclame. De Jury onderzoekt of de reclameboodschappen die verspreid worden via de media in overeenstemming zijn met de regels inzake reclame-ethiek, waarvoor zij zich baseert op de wetten en de zelfdisciplinaire codes.

De zelfdisciplinaire werking van de JEP steunt op de vrijwillige medewerking van de adverteerders, reclamebureaus en media. Haar taak is tweezijdig. Enerzijds onderzoekt zij de klachten die zij ontvangt van het publiek, in het bijzonder van de consumenten (met uitsluiting van ondernemingen en organisaties met commerciële doeleinden). Anderzijds behandelt zij voorafgaandelijk aan de verspreiding van reclame vragen om onderzoek die haar op vrijwillige basis worden voorgelegd door adverteerders, reclamebureaus en media.

Vanaf 2 september 2019 wijzigt de controleprocedure bij de JEP op drie punten:

1. Leden van de Federatie van Belgische Brouwers en de Federatie Vinum et Spiritus moeten op voorhand advies inwinnen bij de JEP over nationale reclamecampagnes voor radio, televisie of bioscoop. De JEP zal dan nagaan of er geen inbreuken gepleegd worden op het alcoholconvenant.
2. Als er ondanks dat advies toch een klacht komt bij de JEP, zal er voortaan een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid aanwezig zijn op de vergadering waarin die klacht wordt behandeld.
3. Bij herhaalde inbreuken op de reclameregels legt de JEP boetes op die kunnen oplopen tot 10.000 euro.

Deze nieuwe regels werden overeengekomen tussen minister van Volksgezondheid Maggie De Block (Open Vld), de Raad voor de Reclame, de Federatie van de Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus - de Belgische federatie van de sector wijn en gedistilleerde dranken. Ze zullen worden opgenomen in het 'Convenant inzake Gedrag en Reclame met betrekking tot Alcoholhoudende Dranken'.

Colofon

Redactie: VAD

Lay-out: Greet Van Holsbeeck, VAD

V.U.: P. Van Deun Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel

© 2019

VAD, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel

T 02 423 03 33 | F 02 423 03 34 | vad@vad.be | www.vad.be

