

14 oct 2005 -17:00

Appartient à [Conseil des Ministres du 14 octobre 2005](#)

## Publicité pour les boissons contenant de l'alcool

Cadre légal pour la convention conclue en matière de publicité pour les boissons alcoolisées

Cadre légal pour la convention conclue en matière de publicité pour les boissons alcoolisées

Sur proposition de Monsieur Rudy Demotte, Ministre de la Santé publique, le Conseil des Ministres a approuvé l'avant-projet de loi donnant force obligatoire et une valeur réglementaire à la convention conclue en matière de publicité sur les boissons contenant de l'alcool. En Belgique, la publicité pour l'alcool n'est, à ce jour, pas réglementée. Certaines fédérations de producteurs se sont néanmoins dotées de codes de déontologie. L'avant-projet de loi fait en sorte que ces règles puissent s'appliquer à tous. Concrètement, les codes concernent : -l'ensemble des produits contenant plus de 1,2% d'alcool par volume, -la publicité qui est définie conformément à la loi sur les pratiques du commerce et toutes les formes de communication visant à promouvoir la vente du produit sont visées, -le fait que la publicité pour l'alcool ne peut ni associer la consommation à la réussite sociale, sexuelle ou professionnelle, ni dénigrer l'abstinence ou la consommation modérée, -la publicité ne peut inciter à une consommation irréfléchie ou exagérée, -elle ne peut jamais ni viser les mineurs ni utiliser des moyens qui visent spécifiquement les mineurs, -la mise sur le marché de produits contenant de l'alcool doit être effectuée de façon à éviter toute confusion entre ces produits et ceux qui ne contiennent pas d'alcool, -la publicité ne peut faire référence aux recommandations d'un professionnel de la santé ni s'adresser spécifiquement aux femmes enceintes, -elle ne peut établir de lien entre la consommation du produit et la conduite d'un véhicule ou la performance sportive, -la mention de la teneur en alcool doit être effectuée de façon claire et ne peut être faite qu'à titre informatif, -des dispositions spécifiques aux médias sont prévues. Plus particulièrement, il y a, pour la télévision, interdiction de publicité pour ces produits cinq minutes avant, pendant et cinq minutes après les émissions destinées aux enfants.

Publié par SPF Chancellerie du Premier Ministre - Direction générale Communication externe