

Konungariket Belgien

**FEDERALA OFFENTLIGA AVDELNINGEN (FPS) FÖR FOLKHÄLSA, LIVSMEDELSKEDJANS SÄKERHET
OCH MILJÖ**

Kungligt dekret om reklam för alkoholhaltiga drycker

PHILIPPE, belgarnas konung,

utfärdar detta dekret, riktat till alla nu och i framtiden berörda parter,

med beaktande av lagen av den 24 januari 1977 om skydd av konsumenternas hälsa med avseende på livsmedel och andra produkter, artikel 7.2, ändrad genom lagen av den 22 mars 1989 och lagen av den 10 december 1997,

med beaktande av meddelandet till Europeiska kommissionen av den (datum) enligt artikel 5.1 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/1535 av den 9 september 2015 om ett informationsförfarande beträffande tekniska föreskrifter och beträffande föreskrifter för informations-samhällets tjänster,

med beaktande av finansinspektörens yttrande, utfärdat den 19 juni 2025,

med beaktande av godkännandet från budgetministern, utfärdat den 9 juli 2025,

med beaktande av statsrådets yttrande XX, utfärdat den XX, i enlighet med artikel 84.1.1.2 i lagarna om statsrådet, konsoliderade den 12 januari 1973,

efter att ha beaktat den interfederala strategin för skadlig alkoholanvändning 2023–2025 av den 29 mars 2023, och

på förslag av folkhälsoministern och efter yttrandet från de ministrar som har överlagt i rådet,

FASTSTÄLLER JAG HÄRMED FÖLJANDE DEKRET:

Artikel 1. Vid tillämpningen av detta dekret gäller följande definitioner:

1) reklam: all kommunikation eller verksamhet, oavsett plats, medium eller teknik, med det direkta eller indirekta syftet att främja försäljningen av alkoholhaltiga drycker.

2) alkoholhaltiga drycker: drycker med en alkoholhalt som överstiger 0,5 volymprocent.

3) varumärke: ett ord- eller figurmärke, oavsett om det är registrerat eller inte.

4) tillfällig visning av ett varumärke: visning av ett varumärke eller en logotyp på en skärm eller som ett ljudmeddelande, där det huvudsakliga syftet med spridningen, publiceringen eller meddelandet inte är att marknadsföra det aktuella varumärket, men där varumärket uppfattas tillfälligt i samband med utövande av normal verksamhet eller vid normal användning av föremål på vilka varumärket är anbringat.

Artikel 2. 1 §. All reklam för alkoholhaltiga drycker är förbjuden under perioden från 5 minuter före fram till 5 minuter efter ett radio- eller tv-program som främst riktar sig till minderåriga.

2 §. En tillfällig visning av ett varumärke i ett nyhets- eller aktualitetsprogram omfattas inte av detta förbud, förutsatt att användningen av varumärket stämmer överens med bestämmelserna i detta kungliga dekret, särskilt bestämmelserna i artikel 8.

Artikel 3. 1 §. All reklam för alkoholhaltiga drycker är förbjuden i tidningar och tidskrifter som främst riktar sig till minderåriga.

2 §. En tillfällig visning av ett varumärke i det redaktionella innehållet omfattas inte av detta förbud, förutsatt att användningen av varumärket stämmer överens med bestämmelserna i detta kungliga dekret, särskilt bestämmelserna i artikel 8.

Artikel 4. 1 §. All reklam för alkoholhaltiga drycker är förbjuden när en film som främst riktar sig till minderåriga visas på bio.

2 §. En tillfällig visning av ett varumärke i filmens innehåll omfattas inte av detta förbud, förutsatt att användningen av varumärket stämmer överens med bestämmelserna i detta kungliga dekret, särskilt bestämmelserna i artikel 8.

Artikel 5. 1 §. All reklam för alkoholhaltiga drycker är förbjuden i digitala medier som främst riktar sig till minderåriga.

2 §. En tillfällig visning av ett varumärke i redaktionellt eller användargenererat innehåll omfattas inte av detta förbud, förutsatt att användningen av varumärket stämmer överens med bestämmelserna i detta kungliga dekret, särskilt bestämmelserna i artikel 8.

Artikel 6. 1 §. Reklam för alkoholhaltiga drycker får inte rikta sig till minderåriga, vare sig genom sitt innehåll eller genom det sätt på vilket den visas. De undantag avseende tillfällig visning av ett varumärke som föreskrivs i artikel 2.2, artikel 3.2, artikel 4.2 och artikel 5.2 ska även tillämpas vid genomförandet av denna artikel.

2 §. Reklam får inte innehålla framställningar av personer under 25 år.

Artikel 7. Det är förbjudet att erbjuda alkoholhaltiga drycker utan kostnad som en del av en reklamkampanj, utom när konsumenten köper en alkoholhaltig dryck eller deltar i en provsmakning.

Artikel 8. 1 §. All reklam för alkoholhaltiga drycker ska innehålla följande hälsoinformation: "Alkohol kan skada din hälsa".

2 §. Hälsoinformationen krävs inte vid märkning och förpackning av alkoholhaltiga drycker, bruks- och prydnadsföremål eller andra alkoholfria produkter som är kopplade till varumärket, och inte heller i reklam för dessa.

3 §. Hälsoinformationen krävs inte i situationer där ett varumärke endast nämns, förutsatt att varumärket endast betecknar eller är förknippat med ett evenemang eller en tävling, eller om varumärket används i syfte att sponsra ett evenemang eller en tävling.

Denna punkt ska inte tillämpas om verksamheten eller evenemanget i första hand riktar sig till minderåriga.

Artikel 9. Den hälsoinformation som avses i artikel 8 ska anges på det eller de språk som

reklamen är avfattad på. Om språket i reklamen inte är ett nationellt språk ska hälsoinformationen tillhandahållas på det eller de språk som talas i det språkområde där reklamen visas.

Artikel 10. I tidningar, veckotidningar, tidskrifter, reklammaterial och affischer ska den hälsoinformation som avses i artikel 8 uppfylla följande krav:

- 1) Den ska vara placerad längst ner i varje annons, horisontellt och mot en bakgrundsfärg som kontrasterar mot resten av annonsen.
- 2) Den ska uppta annonsens hela bredd.
- 3) Den ska vara läsligt skriven i teckensnittet Open Sans.
- 4) Den ska uppta minst 5 % av annonsens yta.
- 5) Den ska ha en färg som tydligt kan särskiljas från bakgrundsfärgen.

Artikel 11. Om reklamen sänds i tv eller visas på bio ska den hälsoinformation som avses i artikel 8 uppfylla följande krav:

- 1) Den ska vara placerad längst ner på skärmen, horisontellt och mot en bakgrundsfärg som skiljer sig från resten av annonsen.
- 2) Den ska uppta skärmens hela bredd.
- 3) Den ska vara läsligt skriven i teckensnittet Open Sans.
- 4) Den ska uppta minst 5 % av annonsens yta.
- 5) Den ska ha en färg som tydligt kan särskiljas från bakgrundsfärgen.
- 6) Den ska visas under hela reklamen.

Artikel 12. I radio ska den hälsoinformation som avses i artikel 8 sändas i slutet av radioreklamen under minst två sekunder.

Artikel 13. I digitala medier ska den hälsoinformation som avses i artikel 8 uppfylla följande krav:

- 1) Den ska vara placerad i den nedre delen och mot en bakgrundsfärg som skiljer sig från resten av annonsen.
- 2) Den ska uppta skärmens hela bredd.
- 3) Den ska vara läsligt skriven i teckensnittet Open Sans.
- 4) Den ska uppta minst 5 % av annonsens yta.
- 5) Den ska ha en färg som tydligt kan särskiljas från bakgrundsfärgen.
- 6) Den ska visas under hela reklamen när det gäller videoformat.

Artikel 14. Överträdelse av detta dekret ska utredas, registreras, lagföras och bestraffas i enlighet med artiklarna 11–19 i lagen av den 24 januari 1977 om skydd för konsumenternas hälsa med avseende på livsmedel och andra produkter.

Artikel 15. Detta kungliga dekret träder i kraft dagen efter det att det har offentliggjorts i Belgiens officiella tidning.

Artikel 16. Folkhälsoministern ska ansvara för genomförandet av detta dekret.