

Królestwo Belgii

**FEDERALNA SŁUŻBA PUBLICZNA DS. ZDROWIA PUBLICZNEGO, BEZPIECZEŃSTWA ŁAŃCUCHA
ŻYWNOŚCIOWEGO I ŚRODOWISKA**

Dekret królewski w sprawie reklamy napojów zawierających alkohol

FILIP, Król Belgów,

do wszystkich obecnych i przyszłych obywateli, z pozdrowieniem.

Uwzględniając ustawę z dnia 24 stycznia 1977 r. o ochronie zdrowia konsumentów w odniesieniu do środków spożywczych i innych produktów, art. 7 § 2, zmienioną ustawą z dnia 22 marca 1989 r. i ustawą z dnia 10 grudnia 1997 r.,

uwzględniając komunikat z dnia (data) r. skierowany do Komisji Europejskiej zgodnie z art. 5 ust. 1 dyrektywy (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego,

uwzględniając opinię Inspektora Finansowego wydaną w dniu 19 czerwca 2025 r.,

uwzględniając zgodę Ministra ds. Budżetu z dnia 9 lipca 2025 r.,

uwzględniając opinię XX Rady Stanu wydaną w dniu XX r. na podstawie art. 84 § 1 akapit pierwszy pkt 2 ustaw o Radzie Stanu, ujednoczonych w dniu 12 stycznia 1973 r.,

po rozważeniu strategii międzyfederalnej w sprawie szkodliwego używania alkoholu na lata 2023-2025 z dnia 29 marca 2023 r.,

na wniosek Ministra Zdrowia Publicznego i zgodnie z opinią ministrów, którzy obradowali w Radzie,

POSTANOWIŁEM I NINIEJSZYM UCHWALAM:

Artykuł 1. Do celów niniejszego dekretu zastosowanie mają następujące definicje:

(1) Reklama to wszelka informacja lub wszelkie działanie, niezależnie od lokalizacji i zastosowanych środków lub technik, których bezpośrednim lub pośrednim celem jest promowanie sprzedaży napojów zawierających alkohol.

(2) Napoje zawierające alkohol to napoje o zawartości alkoholu przekraczającej 0,5% obj.

(3) Znak towarowy to znak słowny lub graficzny, niezależnie od tego, czy został zarejestrowany.

(4) Sporadyczne prezentowanie znaku towarowego to widoczność znaku towarowego lub logo na ekranie lub słyszalność znaku towarowego w nagraniu dźwiękowym, których głównym celem rozpowszechniania, publikacji lub przekazywania nie jest promocja tego znaku towarowego, ale

w przypadku gdy znak towarowy jest sporadycznie zauważalny w związku z normalnym wykonywaniem czynności przez osoby lub podczas normalnego użytkowania przedmiotów, na których znak ten jest umieszczony.

Artykuł 2. § 1. Wszelka reklama napojów zawierających alkohol jest zabroniona w okresie trwającym od 5 minut przed rozpoczęciem do 5 minut po zakończeniu emisji programu radiowego lub telewizyjnego skierowanego przede wszystkim do odbiorców niepełnoletnich.

§ 2. Sporadyczne prezentowanie znaku towarowego w programie informacyjnym lub programie poświęconym sprawom bieżącym nie jest objęte tym zakazem, pod warunkiem że używanie znaku towarowego jest zgodne z przepisami niniejszego dekretu królewskiego, w szczególności z przepisami artykułu 8.

Artykuł 3. § 1. Wszelka reklama napojów zawierających alkohol jest zabroniona w gazetach i czasopismach skierowanych przede wszystkim do odbiorców niepełnoletnich.

§ 2. Sporadyczne prezentowanie znaku towarowego w treściach redakcyjnych nie jest objęte tym zakazem, pod warunkiem że używanie znaku towarowego jest zgodne z przepisami niniejszego dekretu królewskiego, w szczególności z przepisami artykułu 8.

Artykuł 4. § 1. Wszelka reklama napojów zawierających alkohol jest zabroniona, gdy film skierowany przede wszystkim do odbiorców niepełnoletnich jest wyświetlany w kinie.

§ 2. Sporadyczne prezentowanie znaku towarowego w treści filmu nie jest objęte tym zakazem, pod warunkiem że używanie znaku towarowego jest zgodne z przepisami niniejszego dekretu królewskiego, w szczególności z przepisami artykułu 8.

Artykuł 5. § 1. Wszelka reklama napojów zawierających alkohol jest zabroniona w mediach cyfrowych, które są skierowane przede wszystkim do odbiorców niepełnoletnich.

§ 2. Sporadyczne prezentowanie znaku towarowego w treściach redakcyjnych lub tworzonych przez użytkowników nie jest objęte tym zakazem, pod warunkiem że używanie znaku towarowego jest zgodne z przepisami niniejszego dekretu królewskiego, w szczególności z przepisami artykułu 8.

Artykuł 6. § 1. Reklama napojów alkoholowych nie może być skierowana do osób niepełnoletnich, ani pod względem treści, ani sposobu jej przekazywania. Wyjątki dotyczące sporadycznego prezentowania znaku towarowego, przewidziane w art. 2 § 2, art. 3 § 2, art. 4 § 2 i art. 5 § 2, mają również zastosowanie do wykonania niniejszego artykułu.

§ 2. W reklamach nie mogą występować osoby poniżej 25. roku życia.

Artykuł 7. Zabronione jest oferowanie nieodpłatnie napojów zawierających alkohol w ramach kampanii promocyjnej, z wyjątkiem sytuacji, gdy konsument kupuje napój zawierający alkohol oraz w ramach degustacji.

Artykuł 8. § 1. Każda reklama napojów alkoholowych musi zawierać następującą informację zdrowotną: „Alkohol szkodzi zdrowiu”.

§ 2. Informacja zdrowotna nie jest wymagana w przypadku etykiet i opakowań napojów zawierających alkohol, przedmiotów użytkowych i dekoracyjnych oraz innych produktów bezalkoholowych związanych z danym znakiem towarowym, a także w przypadku ich reklamy.

§ 3. Informacja zdrowotna nie jest wymagana w przypadku samej wzmianki o znaku

towarowym, pod warunkiem że znak ten służy wyłącznie do określenia wydarzenia lub zawodów albo jest z nimi powiązany, lub w przypadku gdy znak towarowy jest wykorzystywany do celów sponsorowania organizacji wydarzenia lub zawodów.

Niniejszy paragraf nie ma zastosowania, jeżeli dane działanie lub wydarzenie jest skierowane przede wszystkim do osób niepełnoletnich.

Artykuł 9. Informacja zdrowotna, o której mowa w art. 8, musi być przedstawiona w tym samym języku lub tych samych językach co reklama. W przypadku gdy język reklamy nie jest językiem narodowym, informacja zdrowotna musi być podana w języku lub językach regionu językowego, w którym reklama jest emitowana.

Artykuł 10. W gazetach, magazynach, czasopiśmie, materiałach reklamowych i na plakatach informacja zdrowotna, o której mowa w art. 8, musi spełniać następujące wymagania:

- (1) jest umieszczona na dole każdej reklamy, poziomo i na tle w kolorze kontrastującym z pozostałą częścią reklamy;
- (2) zajmuje całą szerokość reklamy;
- (3) jest napisana czytelnie czcionką Open Sans;
- (4) zajmuje co najmniej 5% powierzchni reklamy;
- (5) jest koloru wyraźnie różniącego się od koloru tła.

Artykuł 11. W telewizji i kinie informacja zdrowotna, o której mowa w art. 8, musi spełniać następujące wymagania:

- (1) jest umieszczona na dole ekranu, poziomo i na tle w kolorze innym niż pozostała część reklamy;
- (2) zajmuje całą szerokość ekranu;
- (3) jest napisana czytelnie czcionką Open Sans;
- (4) zajmuje co najmniej 5% powierzchni reklamy;
- (5) jest koloru wyraźnie różniącego się od koloru tła;
- (6) jest widoczna przez cały czas trwania reklamy.

Artykuł 12. W radiu informacja zdrowotna, o której mowa w art. 8, jest emitowana na końcu reklamy i trwa co najmniej 2 sekundy.

Artykuł 13. W mediach cyfrowych informacja zdrowotna, o której mowa w art. 8, musi spełniać następujące wymagania:

- (1) jest umieszczona poziomo w dolnej części i na tle w kolorze innym niż reszta reklamy;
- (2) zajmuje całą szerokość ekranu;
- (3) jest napisana czytelnie czcionką Open Sans;
- (4) zajmuje co najmniej 5% powierzchni reklamy;
- (5) jest koloru wyraźnie różniącego się od koloru tła;
- (6) w przypadku formatów wideo jest widoczna przez cały czas trwania reklamy.

Artykuł 14. Naruszenia przepisów niniejszego dekretu podlegają dochodzeniu, rejestracji, ściąganiu i karze zgodnie z art. 11-19 ustawy z dnia 24 stycznia 1977 r. o ochronie zdrowia konsumentów w odniesieniu do środków spożywczych i innych produktów.

Artykuł 15. Niniejszy dekret królewski wchodzi w życie rok po jego opublikowaniu w Dzienniku Urzędowym Belgii.

Artykuł 16. Za wykonanie niniejszego dekretu odpowiada Minister Zdrowia Publicznego.