

## Regatul Belgiei

---

### SERVICIUL PUBLIC FEDERAL (SPF) SĂNĂTATE PUBLICĂ, SIGURANȚA LANȚULUI ALIMENTAR ȘI MEDIU

---

#### Decretul regal privind publicitatea pentru băuturile care conțin alcool

**PHILIPPE, Regele Belgiei,**

Salutări tuturor celor prezenți și celor ce vor veni.

având în vedere Legea din 24 ianuarie 1977 privind protecția sănătății consumatorilor în ceea ce privește produsele alimentare și alte produse, articolul 7 alineatul (2), modificată prin Legea din 22 martie 1989 și prin Legea din 10 decembrie 1997,

având în vedere comunicarea adresată Comisiei Europene la (data), în conformitate cu articolul 5 alineatul (1) din Directiva 2015/1535/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 9 septembrie 2015 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale,

având în vedere avizul inspectorului financiar, emis la 19 iunie 2025,

având în vedere aprobarea ministrului bugetului, emisă la 9 iulie 2025,

având în vedere avizul XX al Consiliului de Stat, emis la XX, în temeiul articolului 84 alineatul (1) primul paragraf subpunctul 2 din Legile privind Consiliul de Stat, consolidate la 12 ianuarie 1973,

având în vedere Strategia federală privind combaterea efectelor consumului dăunător de alcool 2023-2025 din 29 martie 2023,

la propunerea ministrului sănătății publice și pe baza avizului miniștrilor care au deliberat în cadrul Consiliului,

AM DISPUS ȘI PRIN PREZENTA DISPUNEM:

**Articolul 1.** În sensul prezentului decret, se aplică următoarele definiții:

1. „publicitate” înseamnă orice comunicare, indiferent de locația, mijloacele sau tehnicile utilizate, cu scopul direct sau indirect de a promova vânzarea de băuturi care conțin alcool;
2. „băutură (băuturi) care conține (conțin) alcool” înseamnă băuturi cu un procent de alcool care depășește 0,5 % (%) pe volum;
3. „marcă comercială” înseamnă o marcă verbală sau figurativă, indiferent dacă este înregistrată sau nu;
4. „afișarea ocazională a unei mărci” înseamnă vizibilitatea unei mărci sau a unui logo pe ecran sau auzirea unei mărci în sunet, în cazul în care scopul principal al difuzării, publicării sau

comunicării respective nu este promovarea mărcii respective, dar marca este perceptibilă ocazional ca urmare a desfășurării normale a activităților de către persoane sau în timpul utilizării normale a obiectelor pe care este aplicată marca.

**Articolul 2.** Alineatul (1) Publicitatea pentru băuturi care conțin alcool este interzisă pe durata unei perioade între cinci minute înainte și cinci minute după un program radio sau de televiziune care se adresează în principal minorilor.

Alineatul (2) Afișarea ocazională a unei mărci comerciale într-o emisiune de știri sau de actualități nu intră sub incidența acestei interdicții, cu condiția ca utilizarea mărcii comerciale să respecte dispozițiile prezentului decret regal, în special cele ale articolului 8.

**Articolul 3.** Alineatul (1) Publicitatea pentru băuturi care conțin alcool în ziare și reviste, în principal periodice care se adresează în principal minorilor este interzisă.

Alineatul (2) Afișarea ocazională a unei mărci comerciale în cadrul conținutului editorial nu intră sub incidența acestei interdicții, cu condiția ca utilizarea mărcii comerciale să respecte dispozițiile prezentului decret regal, în special cele prevăzute la articolul 8.

**Articolul 4.** Alineatul (1) Publicitatea pentru băuturile care conțin alcool este interzisă atunci când un film destinat în primul rând minorilor este difuzat într-un cinematograful.

Alineatul (2) Afișarea ocazională a unei mărci comerciale în conținutul filmului nu este acoperită de această interdicție, cu condiția ca utilizarea mărcii comerciale să respecte dispozițiile prezentului decret regal, în special cele ale articolului 8.

**Articolul 5.** Alineatul (1) Publicitatea pentru băuturile care conțin alcool este interzisă pe mediile digitale care sunt destinate în primul rând minorilor.

Alineatul (2) Afișarea ocazională a unei mărci comerciale în conținutul editorial sau generat de utilizatori nu intră sub incidența acestei interdicții, cu condiția ca utilizarea mărcii comerciale să respecte dispozițiile prezentului decret regal, în special cele ale articolului 8.

**Articolul 6.** Alineatul (1) Publicitatea pentru băuturile alcoolice nu trebuie să vizeze minorii, nici prin conținutul său, nici prin modul în care este difuzată. Excepțiile referitoare la afișarea ocazională a unei mărci, astfel cum se prevede la articolul 2 alineatul (2), la articolul 3 alineatul (2), la articolul 4 alineatul (2) și la articolul 5 alineatul (2), se aplică, de asemenea, punerii în aplicare a prezentului articol.

Alineatul (2) Publicitatea nu poate implica persoane cu vârsta sub 25 de ani.

**Articolul 7.** Este interzisă oferirea de băuturi care conțin alcool gratuit în cadrul unei campanii promoționale, cu excepția cazului în care consumatorul cumpără o băutură care conține alcool și ca parte a degustărilor.

**Articolul 8.** Alineatul (1) Publicitatea pentru băuturi alcoolice trebuie să includă următorul mesaj de informare privind sănătatea: „Alcoolul dăunează sănătății.”.

Alineatul (2) Mesajul de informare privind sănătatea nu este necesar pentru etichetarea și ambalarea băuturilor care conțin alcool, obiecte de uz curent și decorative și alte produse nealcoolice legate de marcă, precum și pentru publicitatea pentru acestea.

Articolul 3. Nu este necesar un mesaj de informare privind sănătatea în cazul în care o marcă este pur și simplu menționată, cu condiția ca marca să fie utilizată exclusiv pentru a desemna un

eveniment sau o competiție sau să fie asociată cu acestea sau în cazul în care o marcă este utilizată în scopul sponsorizării organizării unui eveniment sau a unei competiții. Acest paragraf nu se aplică în cazul în care activitatea sau evenimentul este destinat în principal minorilor.

**Articolul 9.** Mesajul de informare privind sănătatea menționat la articolul 8 trebuie să fie inclus în limba sau limbile în care este publicat anunțul publicitar. În cazul în care limba anunțului publicitar nu este o limbă națională, mesajul de informare privind sănătatea trebuie furnizat în limba sau limbile regiunii lingvistice în care este difuzat anunțul publicitar.

**Articolul 10.** În ziare, reviste, publicații periodice, materiale publicitare și afișe, mesajul de informare privind sănătatea menționat la articolul 8 trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

1. să fie plasat în partea de jos a fiecărui anunț publicitar, orizontal și pe o culoare de fundal care contrastează cu restul anunțului publicitar;
2. să ocupe întreaga lățime a materialului publicitar;
3. să fie scris lizibil cu fontul Open Sans;
4. să ocupe cel puțin 5 % din suprafața publicitară;
5. să aibă o culoare care se distinge clar de culoarea de fond.

**Articolul 11.** Fie că este difuzat la televizor sau în cinematografe, mesajul de informare privind sănătatea publică menționat la articolul 8 trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

1. să fie plasat în partea de jos a ecranului, orizontal, pe un fundal de culoare diferită de restul materialului publicitar;
2. să ocupe întreaga lățime a ecranului;
3. să fie scris lizibil cu fontul Open Sans;
4. să ocupe cel puțin 5 % din suprafața publicitară;
5. să aibă o culoare care se distinge clar de culoarea de fond;
6. să continue pe tot parcursul publicității.

**Articolul 12.** La radio, mesajul de informare privind sănătatea menționat la articolul 8 este difuzat la sfârșitul reclamei radio și trebuie să dureze cel puțin două secunde.

**Articolul 13.** În mass-media digitală, mesajul de informare privind sănătatea menționat la articolul 8 trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

1. să fie aplicat orizontal în partea inferioară pe o porțiune și pe un fond de culoare diferită de restul reclamei;
2. să ocupe întreaga lățime a ecranului;
3. să fie scris lizibil cu fontul Open Sans;
4. să ocupe cel puțin 5 % din suprafața publicitară;
5. să aibă o culoare care se distinge clar de culoarea de fond;
6. să fie prezent pe tot parcursul reclamei, în cazul formatelor video.

**Articolul 14.** Infrafracțiunile în temeiul prezentului decret sunt cercetate, constatate, urmărite penal și sancționate în conformitate cu articolele 11-19 din Legea din 24 ianuarie 1977 privind protecția sănătății consumatorilor în ceea ce privește produsele alimentare și alte produse.

**Articolul 15.** Prezentul decret intră în vigoare la un an de la publicarea sa în Moniteur Belge.

**Articolul 16.** Ministrul sănătății publice este responsabil cu punerea în aplicare a prezentului decret.