

Royaume de Belgique

SERVICE PUBLIC FEDERAL SANTE PUBLIQUE, SECURITE DE LA CHAINE ALIMENTAIRE ET ENVIRONNEMENT

Arrêté royal relatif à la publicité concernant les boissons contenant de l'alcool

PHILIPPE, Roi des Belges,

A tous, présents et à venir, Salut.

Vu la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits, l'article 7, § 2, modifié par les lois du 22 mars 1989 et 10 décembre 1997 ;

Vu la communication à la Commission européenne, le XX, en application de l'article 5, paragraphe 1er, de la directive 2015/1535/UE du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information ;

Vu l'avis de l'Inspecteur des Finances, donné le 19 juin 2025;

Vu l'accord du Ministre du Budget, donné le 9 juillet 2025;

Vu l'avis XX du Conseil d'État, donné le XX, en application de l'article 84, § 1er, alinéa 1er, 2°, des lois sur le Conseil d'État, coordonnées le 12 janvier 1973 ;

Considérant la stratégie interfédérale en matière d'usage nocif d'alcool 2023-2025 du 29 mars 2023 ;

Sur la proposition du Ministre de la Santé publique et de l'avis de nos Ministres qui en ont délibéré en Conseil;

NOUS AVONS ARRETE ET ARRETONS:

Article 1er. Pour l'application du présent arrêté, on entend par :

1° publicité : toute communication ou action, quels que soient l'endroit, le support ou les techniques utilisés, ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente des boissons contenant de l'alcool.

2° boisson(s) contenant de l'alcool : les boissons ayant un pourcentage d'alcool au-delà de 0,5 pourcent (%) par volume.

3° marque : une marque verbale ou figurative, enregistré ou non enregistrée.

4° Affichage occasionnel d'une marque: la visibilité d'une marque ou d'un logo à

l'écran ou l'audibilité d'une marque dans le son, dont l'objectif principal de la diffusion, publication ou communication ne concerne pas la promotion de cette marque, mais où la marque est perceptible de manière occasionnelle en raison de l'exercice normal d'activités par des personnes ou lors de l'utilisation normale d'objets sur lesquels la marque est apposée.

Art. 2. §1^{er} Toute publicité pour une boisson contenant de l'alcool est interdite durant une période qui court à partir de 5 minutes avant jusqu'à 5 minutes après une émission radio ou télévisée, qui vise principalement un public mineur d'âge.

§ 2. L'affichage occasionnel d'une marque dans une émission d'information ou d'actualité n'est pas visé par cette interdiction, pour autant que l'utilisation de la marque satisfasse aux dispositions du présent arrêté royal, notamment celles de l'article 8.

Art. 3. § 1^{er} Toute publicité pour une boisson contenant de l'alcool est interdite dans les journaux et périodiques qui visent principalement un public mineur d'âge.

§ 2. L'affichage occasionnel d'une marque dans un contenu rédactionnel n'est pas visé par cette interdiction, pour autant que l'utilisation de la marque satisfasse aux dispositions du présent arrêté royal, notamment celles de l'article 8.

Art. 4. § 1^{er} Toute publicité pour une boisson contenant de l'alcool est interdite lors de la diffusion dans une salle de cinéma d'un film qui vise principalement un public mineur d'âge.

§ 2. L'affichage occasionnel d'une marque dans le contenu du film n'est pas visé par cette interdiction, pour autant que l'utilisation de la marque satisfasse aux dispositions du présent arrêté royal, notamment celles de l'article 8.

Art. 5. § 1^{er} Toute publicité pour une boisson contenant de l'alcool est interdite via des supports digitaux qui visent principalement un public mineur d'âge.

§ 2. L'affichage occasionnel d'une marque dans le contenu rédactionnel ou utilisateur n'est pas visé par cette interdiction, pour autant que l'utilisation de la marque satisfasse aux dispositions du présent arrêté royal, notamment celles de l'article 8.

Art. 6. §1^{er} La publicité pour les boissons contenant de l'alcool ne peut pas cibler les mineurs d'âge ni par son contenu ni par son mode de communication. Les exceptions relatives à l'affichage occasionnel d'une marque telles que prévues aux articles 2, § 2, 3, § 2, 4, § 2 et 5, § 2 s'appliquent également à la mise en œuvre du présent article.

§ 2. La publicité ne peut pas mettre en scène des personnes âgées de moins de 25 ans ;

Art. 7. Il est interdit d'offrir gratuitement des boissons contenant de l'alcool dans le cadre d'une campagne promotionnelle sauf lorsque le consommateur achète une boisson contenant de l'alcool et dans le cadre de dégustations.

Art. 8. § 1^{er}. Toute publicité pour une boisson contenant de l'alcool mentionne le message

d'information sanitaire suivant : « L'alcool nuit à la santé ».

§ 2. Le message d'information sanitaire n'est pas requis pour l'étiquetage et l'emballage des boissons contenant de l'alcool, sur les objets usuels et de décoration et sur les autres produits non-alcoolisés liés à la marque ainsi que la publicité pour ceux-ci.

§3. Le message d'information sanitaire n'est pas requis pour la simple mention d'une marque si cette marque est utilisée comme simple désignation d'un événement ou d'une compétition ou est associée à ceux-ci, ou si une marque est utilisée à des fins de parrainage de l'organisation d'un événement ou d'une compétition.

Le présent paragraphe ne s'applique pas lorsqu'il s'agit d'une activité ou d'un événement destiné principalement aux mineurs.

Art. 9. Le message d'information sanitaire visé à l'article 8 est mentionné dans la langue ou les langues de la publicité. Dans les cas où la langue de la publicité n'est pas une langue nationale, le message d'information sanitaire est mentionné dans la ou les langues de la région linguistique où la publicité est diffusée.

Art. 10. Dans les journaux, les magazines, les périodiques, les imprimés publicitaires et les affiches, le message d'information sanitaire visé à l'article 8 répond aux exigences suivantes:

1° il est placé au bas de chaque publicité, horizontalement et sur une couleur de fond qui se distingue du reste de la publicité;

2° il occupe toute la largeur de la publicité ;

3° il est écrit lisiblement en caractère Open Sans ;

4° il occupe au moins 5% de la surface de la publicité ;

5° il est de couleur clairement distinguable de la couleur de fond.

Art. 11. A la télévision ou dans les salles de cinéma, le message d'information sanitaire visé à l'article 8 répond aux exigences suivantes:

1° il est placé au bas de l'écran, horizontalement sur une couleur de fond qui se distingue du reste de la publicité;

2° il occupe toute la largeur de l'écran ;

3° il est écrit lisiblement en caractère Open Sans ;

4° il occupe au moins 5% de la surface de la publicité ;

5° il est de couleur clairement distinguable de la couleur de fond ;

6° il dure tout au long du spot.

Art. 12. A la radio, le message d'information sanitaire visé à l'article 8 est lancé à la fin du spot radiophonique et dure au moins 2 secondes.

Art. 13. Sur les supports digitaux, le message d'information sanitaire visé à l'article 8 répond aux exigences suivantes:

1° il est apposé horizontalement dans la partie

Inférieure et sur une couleur de fond qui se distingue du reste de la publicité;

2° il occupe toute la largeur de l'écran ;

3° il est écrit lisiblement en caractère Open Sans ;

4° il occupe au moins 5% de la surface de la publicité ;

5° il est de couleur clairement distinguable de la couleur de fond ;

6° il dure tout au long du spot, pour les formats vidéo.

Art. 14. Les infractions au présent arrêté sont recherchées, constatées, poursuivies et sanctionnées conformément aux articles 11 à 19 de la loi du 24 janvier 1977 relative à la

protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits.

Art. 15. Le présent arrêté royal entre en vigueur un an après publication au Moniteur Belge.

Art. 16. Le ministre qui a la Santé publique dans ses attributions est chargé de l'exécution du présent arrêté.