

ALCOHOLWETGEVING BELGIË

WAT ZEGT DE WET OVER ALCOHOLMARKETING EN ETIKETTERING VAN ALCOHOL?

PAG. 3 **WELKE BEPERKINGEN GELDEN ER VOOR ALCOHOLMARKETING?**

> Alcoholmarketing is toegelaten.
> Zowel inhoud als bereik van alcoholmarketing worden gereguleerd.
> Er zijn wettelijke beperkingen voor alcoholmarketing (Vlaamse gemeenschap).
> Er is een zelfregulerende code voor alcoholmarketing (federaal).

PAG. 4 **ZIJN ER SPECIFIEKE BEPERKINGEN VOOR ALCOHOLMARKETING OP SOCIALE MEDIA?**

> Adverteerders moeten leeftijdsgebonden filters gebruiken.
> Reclame is verboden op sociale media platformen die geen afdoende leeftijdscontrole toepassen (bv. TikTok, Snapchat).
> Influencers gesponsord door alcoholmerken moeten minimum 25 jaar zijn.

PAG. 4 **MAG DE OPENBARE TELEVISIE EN RADIO-OMROEP ALCOHOLRECLAME UITZENDEN?**

> Reclame voor dranken met een alcoholgehalte van meer dan 0,5 procent per volume.

PAG. 4 **WELKE VORMEN VAN ALCOHOLMARKETING WORDEN GEREGULEERD?**

> Reclame voor dranken met een alcoholgehalte van meer dan 0,5 procent per volume.
> Reclame op televisie en radio, Mgeprinte media, cinema, reclamepanelen, verkooppunten, internet en sociale media.

PAG. 5 **ZIJN ER BEPERKINGEN OP PRODUCTPLAATSING?**

> Productplaatsing wordt wettelijk gereguleerd via de mediadecreten.
> Productplaatsing is verboden in kinder-, consumenten-, nieuws- en religieuze programma's.

PAG. 5 **ZIJN ER BEPERKINGEN OP SPONSORING VAN SPORTMANIFESTATIES EN EVENEMENTEN VOOR JONGEREN?**

> Sportmanifestaties en evenementen voor jongeren kunnen gesponsord worden door alcoholproducenten of handelaars.



PAG. 5 ZIJN ER WETTELIJKE BEPERKINGEN OP VERKOOPSPROMOTIES VOOR PRODUCTEN, HANDELAARS OF HORECA?

> Volgens de zelfregulerende code voor alcoholmarketing is het verboden om op de openbare weg gratis of voor een symbolische prijs alcoholhouden- de dranken te verdelen of aan te bieden.

PAG. 5 HOE VERLOOPT DE CONTROLE OP DE REGULERING VAN ALCOHOLMARKETING?

> Toezicht op de zelfregulerende code verloopt via de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP).
> De JEP hanteert ook een procedure van voorafgaandelijk advies.
> Toezicht op het Vlaams mediadecreet verloopt via de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM).

PAG. 6 ZIJN ER SANCTIES VERBONDEN AAN HET OVERTREDEN VAN DE REGULERING VAN ALCOHOLMARKETING?

> Indien beslissingen niet worden nageleefd worden boetes of schorsingen opgelegd.

PAG. 6 ZIJN GEZONDHEIDSWAARSCHUWINGEN VERPLICHT OP RECLAME VOOR ALCOHOL?

> Reclame via kranten, magazines, tijdschriften, affiches, reclamedrukwerk, televisie, bioscoop, radio of internet, moeten een educatieve slogan vermelden.

PAG. 7 WELKE INFORMATIE MOET VERPLICHT OP HET ETIKET VAN EEN ALCOHOLISCHE DRANK STAAN?

> Het effectieve alcoholvolumegehalte

PAG. 7 WELKE INFORMATIE IS NIET VERPLICHT OP HET ETIKET VAN EEN ALCOHOLISCHE DRANK?

> Ingrediënten en de voedingswaarde
> Gezondheidsmededeling voor zwangere vrouwen
> Aantal standaardglazen

WELKE BEPERKINGEN GELDEN ER VOOR ALCOHOLMARKETING?

In België is alcoholmarketing toegelaten. De afspraken over alcoholmarketing zijn vastgelegd in gemeenschapsdecreten en een zelfregulerende code. Het systeem van zelfregulering bestaat erin dat de alcoholindustrie en de marketingsector zelf de regels bepalen en toezien op de controle ervan. De gemaakte afspraken gaan zowel over de inhoud als over het bereik van alcoholmarketing.
In België wordt alcoholmarketing grotendeels gereguleerd door de **ZELFREGULERENDE CODE** 'CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN'.[1] Dit convenant legt restricties op aan de *inhoud van alcoholreclame*.
Zo mag reclame voor alcohol:

> niet aanzetten tot een onverantwoordelijke, overmatige of onwettige consumptie;
> de consumptie van alcohol niet in verband brengen met sociaal of seksueel succes;
> geen verband leggen tussen de consumptie van alcoholhoudende dranken en de verbetering van de gezondheidstoestand;
> geen verband leggen tussen de consumptie van alcoholhoudende dranken en goede prestaties op het werk etc.

Heel wat inhoudelijke bepalingen in de convenant zijn erop gericht alcoholreclame naar minderjarigen te beperken. Alcoholreclame mag bijvoorbeeld:

> geen gebruik maken van tekeningen of marketingtechnieken die verwijzen naar personages die in het bijzonder populair of in de mode zijn bij minderjarigen zoals onder meer influencers, bekende figuren uit films en series, muziek en artiesten;

Daarnaast legt het convenant beperkingen op aan het *volume alcoholreclame*. Dit wil zeggen dat alcoholreclame niet gericht mag zijn op *bepaalde doelgroepen* zijnde minderjarigen en zwangere vrouwen.
Er worden specifieke volumebeperkingen opgelegd om zo min mogelijk minderjarigen te bereiken:

> zo is reclame voor alcoholhoudende dranken verboden in (digitale) media hoofdzakelijk gericht op een publiek dat bestaat uit minderjarigen[2] etc.
> het is verboden om OOH-reclame voor alcoholhoudende dranken te plaatsen in een perimeter van 150m rond de scholen.

Verder is reclame voor alcohol verboden op *bepaalde plaatsen*, nl. in sociale instellingen, gezondheidsinstellingen en arbeidslokalen. In horeca is alcoholreclame wel toegelaten. Verder is het verboden om op de openbare weg gratis of voor een symbolische prijs alcoholhoudende dranken te verdelen of aan te bieden.

Een poging om de afspraken in het convenant in een wettelijk kader te gieten via een artikel in de 'CONSUMENTENWET' **VAN 1977** mislukte waardoor er geen wettelijke regulering is voor alcoholmarketing op federaal niveau.[3]
Intussen is in het ACTIEPLAN 2023-2025 VAN DE INTERFEDERALE STRATEGIE INZAKE SCHADELIJK GEBRUIK VAN ALCHOL 2023-2028 opgenomen om de consumentenwet aan te passen in combinatie met uitvoeringsbesluiten met betrekking tot enkele punten uit het "CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN.[1]

De regulering van alcoholmarketing op televisie en radio is een gemeenschapsbevoegdheid hetgeen betekent dat elke gemeenschap hierover een eigen regelgeving heeft die is opgenomen in de **MEDIADECRETEN**. Het 'VLAAMS DECREET BETREFFENDE RADIO-OMROEP EN TELEVISIE' legt enkele inhoudelijke beperkingen op aan alcoholreclame, die vergelijkbaar zijn met deze in het convenant.[4] Zo mag alcoholreclame volgens het Vlaams decreet geen minderjarigen tonen die alcohol drin-

ken. Het decreet legt ook beperkingen op aan het volume alcoholreclame met het oog op het beschermen van kinderen.

KINDERPROGRAMMA'S:

> mogen niet worden onderbroken voor reclame;
> mogen geen productplaatsing bevatten;
> mogen geen logo van een sponsor vermelden of vertonen;
> mogen geen sponsorvermeldingen bevatten binnen een tijdsbestek van vijf minuten voor en na het kinderprogramma;
> mogen niet worden gesponsord door ondernemingen waarvan de voornaamste activiteit bestaat uit de vervaardiging of verkoop van alcoholhoudende dranken;
> mogen geen reclame voor alcohol uitzenden in het reclameblok net voor of net na het kinderprogramma;
> op Ketnet, de kinderzender van de openbare omroep, mag helemaal geen reclame worden uitgezonden[5].

ZIJN ER SPECIFIEKE BEPERKINGEN VOOR ALCOHOLMARKETING OP SOCIALE MEDIA?

Het CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN neemt sinds oktober 2024 extra maatregelen op voor reclame op sociale media en reclame door influencers. Om te voorkomen dat minderjarigen worden blootgesteld aan reclame voor alcoholhoudende dranken moeten adverteerders gebruik maken van de leeftijdsgebonden filters. Reclame voor alcoholhoudende dranken is verboden op sociale media platformen die geen afdoende leeftijdscontrole toepassen (zoals TikTok en Snapchat). Dezelfde regels gelden voor influencers. Daarnaast moeten influencers die gesponsord worden door alcoholmerken minimaal 25 jaar zijn en lijken.

MAG DE OPENBARE TELEVISIE EN RADIO-OMROEP ALCOHOLRECLAME UITZENDEN?

Volgens het 'VLAAMS DECREET BETREFFENDE RADIO-OMROEP EN TELEVISIE' mag de openbare omroep geen reclame uitzenden op televisie, dus ook geen alcoholreclame[6]. Wel toegelaten zijn promotiespots voor o.a. eigen producten en programma's, korte sponsorvermeldingen van programmasponsors rond programma's en de zogenaamde Boodschappen van Algemeen Nut. Op de openbare radio-omroep is alcoholreclame wel toegestaan.[7]

WELKE VORMEN VAN ALCOHOLMARKETING WORDEN GEREGULEERD?

De zelfregulerende code 'CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN' reguleert alle vormen van alcoholreclame die als doel hebben de verkoop van alcohol te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen. Concreet omvat dit reclame op televisie en radio, geprinte media, cinema, reclamepanelen, verkooppunten, internet en sociale media.
Het gaat om reclame voor dranken met een alcoholgehalte van meer dan 0,5 pro-

cent per volume.[8]
Het 'VLAAMS DECREET BETREFFENDE RADIO-OMROEP EN TELEVISIE' regelt alcoholreclame op de televisie en radio-omroepen van de VRT en op private omroepen die zijn goedgekeurd door de Vlaamse Gemeenschap.[9]

ZIJN ER BEPERKINGEN OP PRODUCTPLAATSING?

Productplaatsing is een vorm van commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van of het verwijzen naar een product, dienst of merk in het kader van een televisieprogramma.[10] Dit wordt wettelijk gereguleerd in het 'VLAAMS DECREET BETREFFENDE RADIO-OMROEP EN TELEVISIE'. Productplaatsing is verboden in kinder-, consumenten-, nieuws- en religieuze programma's. Productplaatsing voor alcohol mag wel in andere programma's. Omroeporganisaties moeten de kijkers wijzen op de aanwezigheid van productplaatsing in de programma's, door het tonen van het PP-logo.[11]

ZIJN ER BEPERKINGEN OP SPONSORING VAN SPORTMANIFESTATIES EN EVENEMENTEN VOOR JONGEREN?

Sportmanifestaties en evenementen voor jongeren kunnen gesponsord worden door alcoholproducenten of handelaars. Sponsoring door de alcoholindustrie is wel gebonden aan de regels van het 'CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN' en de Belgische alcoholwetgeving.

ZIJN ER WETTELIJKE BEPERKINGEN OP VERKOOPSPROMOTIES VOOR PRODUCTEN, HANDELAARS OF HORECA?

Het 'CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN' verbiedt om op de openbare weg gratis of voor een symbolische prijs alcoholhoudende dranken te verdelen of aan te bieden.[12]

HOE VERLOOPT DE CONTROLE OP DE REGULERING VAN ALCOHOL-MARKETING?

De controle op de naleving van het 'CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN' wordt uitgevoerd door de JURY VOOR ETHISCHE PRAKTIJKEN INZAKE RECLAME (JEP), het zelfdisciplinaire orgaan van de reclamesector in België. Iedereen die geen commercieel belang nastreeft kan bij de JEP klacht neerleggen wegens overtreding van bepalingen van het Convenant. De JEP onderzoekt deze klachten. Daarnaast geeft de JEP voorafgaandelijk advies aan adverteerders die dit vrijwillig vragen

vooraleer de reclame op de markt wordt gebracht. De Federatie van Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus leggen hun leden op om systematisch het voorafgaandelijk advies van de JEP te vragen voor alle nationale campagnes die bedoeld zijn om uitgezonden te worden op radio en/of tv en/of bioscoop.[13]

De controle op de mediadecreten van de gemeenschappen verloopt via de gemeenschappen. De VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA (VRM) houdt toezicht op de naleving van het 'Vlaams decreet betreffende radio-omroep en televisie'. De VRM doet uitspraken op basis van schriftelijke klachten, na vaststelling van overtredingen door de onderzoekscel van de VRM en op verzoek van de Vlaamse Regering.[14]

ZIJN ER SANCTIES VERBONDEN AAN HET OVERTREDEN VAN DE REGULERING VAN ALCOHOLMARKETING?

Als de JURY VOOR ETHISCHE PRAKTIJKEN INZAKE RECLAME (JEP) oordeelt dat de reclameboodschap redactionele en/of visuele elementen bevat die niet in overeenstemming zijn met de wetgeving of codes, zal zij een beslissing tot wijziging of stopzetting van de reclame formuleren. Als de adverteerder daaraan geen positief gevolg geeft zal de JEP een schorsingsaanbeveling aan de media richten. Indien de reclameboodschap slechts een voorbehoud oproept beperkt de JEP zich tot het formuleren van een advies van voorbehoud. Daarbij wordt aan de adverteerder, het reclamebureau en de media de verantwoordelijkheid gelaten wat betreft het gevolg dat eraan zal gegeven worden. Bij het niet naleven van de beslissing van de JEP moet een forfaitaire onkostenvergoeding betaald worden die kan oplopen tot 1.000 euro per dag dat de beslissing niet wordt nageleefd. Bij recidive van de adverteerder of bij het niet respecteren vanwege de adverteerder van een beslissing van de JEP, zal systematisch van die adverteerder geëist worden dat hij zijn volgende campagne(s) voor een voorafgaandelijk onderzoek voorlegt aan de JEP gedurende een periode van minimum 12 maanden.[15]

De twee meest voorkomende sancties die de algemene kamer van de VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA (VRM), het orgaan dat uitspraken doet over geschillen met betrekking tot reclame, telewinkelen, sponsoring en boodschappen van algemeen nut, kan opleggen zijn:

> het opleggen van een waarschuwing met het bevel om de overtreding stop te zetten;
> een administratieve geldboete tot en met 125.000 euro.

Daarnaast zijn andere sancties mogelijk zoals het schorsen of intrekken van de zendvergunning of verplichte publicatie van de beslissing.[16]

ZIJN GEZONDHEIDSWAARSCHUWINGEN VERPLICHT OP RECLAME VOOR ALCOHOL?

De zelfregulerende code 'CONVENANT INZAKE RECLAME VOOR EN MARKETING VAN ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN' stelt dat advertenties in kranten, magazines en tijdschriften, reclame via affiches, of elk ander reclamedrukwerk, en reclame op televisie, bioscoop, radio of internet, de educatieve slogan moeten vermelden: **"ALCOHOLMISBRUIK SCHAADT DE GEZONDHEID"**.
De slogan wordt onderaan de advertentieruimte geplaatst, over de volledige breedte

en op een achtergrondkleur die zich onderscheidt van de rest van de reclame. Bij geanimeerde advertenties blijft de slogan tijdens de hele spot in beeld. De slogan wordt aan het einde van radiospots ingesproken ongeacht de duur van de spot.[17]

WELKE INFORMATIE MOET VERPLICHT OP HET ETIKET VAN EEN ALCOHOLISCHE DRANK STAAN?

De informatie die op een etiket van een voorverpakt voedingsmiddel moet staan, wordt beschreven in een EUROPESE VERORDENING. De informatie op voedingsproducten mag de consument niet misleiden. Ze moet nauwkeurig, duidelijk en gemakkelijk te begrijpen zijn.
Het etiket van alcoholische dranken met een alcoholvolumegehalte van meer dan 1,2 % vol moet dan ook duidelijk het effectieve alcoholvolumegehalte vermelden.[18]

WELKE INFORMATIE IS NIET VERPLICHT OP HET ETIKET VAN EEN ALCOHOLISCHE DRANK?

Voor dranken met een alcoholvolumegehalte van meer dan 1,2 % vol is het niet verplicht om de ingrediënten en de voedingswaarde op het etiket te vermelden. Dit wordt bepaald in een EUROPESE VERORDENING.[19]

Het is in België niet verplicht om op alcoholhoudende dranken een gezondheidsmededeling voor zwangere vrouwen aan te brengen waarin erop aangedrongen wordt om geen alcohol te gebruiken.[20]

Het is geen verplichting om het aantal standaardglazen te vermelden op het etiket van alcoholische dranken.

In deze factsheet trachten we de Belgische wetgeving zo goed mogelijk samen te vatten en uit te leggen. VAD is echter niet verantwoordelijk voor eventuele misinterpretaties. De toepassing van de wetgeving hangt voor een groot stuk af van de concrete situatie. Voor de meest actuele versie van de wetgeving of meer details kan je terecht op HTTP://WWW.EJUSTICE.JUST.FGOV.BE/WET/WET.HTM

COLOFON

AUTEUR: Else De Donder
VORMGEVING: Pascal Van Hoorebeke (STUDIO-GESTAAG.BE) / **FOTO:** PEXELS.COM (Junjie Xu)
VERANTWOORDELIJKE UITGEVER: dr. H. Peuskens, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel © 2025

VAD, VLAAMS EXPERTISECENTRUM ALCOHOL EN ANDERE DRUGS
Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel
T 02 423 03 33 | vad@vad.be | www.vad.be
Ondernemingsnummer: 0424.327.587 / RPR Brussel

De informatie uit deze factsheet mag worden overgenomen mits vermelding van de referentie: VAD (2025). *Alcoholwetgeving België: Wat zegt de wet over alcoholmarketing en etikettering van alcohol?* Brussel: VAD.

VAD VLAAMS EXPERTISECENTRUM ALCOHOL EN ANDERE DRUGS

Vlaanderen is zorgzaam en gezond samenleven

de druglijn

EINDNOTEN

1 Deze code bestaat sinds 12 mei 2005 en werd op 25 januari 2013 aangepast en ondertekend door De Belgische Brouwers, de Belgische Federatie voor Wijn en Gedistilleerd, COMEOS, de horecafederaties, de Raad voor de Reclame, de consumentenorganisaties OIVO en Testaankoop samen met de toenmalige minister van volksgezondheid Onkelinx een nieuw 'convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken'. Deze nieuwe versie van het convenant is van toepassing vanaf 25 april 2013.
Op 9 oktober 2024 werd een geüpdate versie van het convenant ondertekend door de Raad voor Reclame, Vinum Et Spiritus, de Belgische Brouwers federatie, Comeos, Federatie Ho. Re.Ca Brussel – Wallonië en Horeca Vlaanderen.

2 Onder een publiek dat bestaat uit minderjarigen wordt volgens art. 12.2 verstaan een publiek dat voor minstens 30% uit minderjarigen bestaat. Indien de leeftijdsverdeling van het publiek moeilijk te bepalen is, dan kunnen andere factoren in overweging genomen worden, zoals de algemene indruk van de communicatie (aantrekkelijkheid naar minderjarigen toe), het taalgebruik, de vormgeving en animatie, games en speelse activiteiten activiteiten, enz.

3 België heeft een federale wet die de reclame en marketing voor alcoholische dranken regelt, namelijk de Wet betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten (de 'consumentenwet') van 24 januari 1977. Art. 7.§ 2. stelt "In het belang van de volksgezondheid kan de Koning regels stellen en verbodsmaatregelen voorschrijven (...) in verband met de reclame voor alcohol en alcoholhoudende dranken." In 2006 werd art. 7 bis toegevoegd dat de mogelijkheid moest bieden om een wettelijk kader te creëren voor de 'Convenant inzake Gedrag en Reclame met betrekking tot Alcoholhoudende Dranken'. De Raad van State verleende daarin echter een negatief advies (advies van 1 juli 2013 met referentie 53.459/1) en oordeelde dat de goedkeuring van het Convenant geen rechtsgrond kan vinden in huidig artikel 7bis (om diverse redenen). De Koning kan het bijgevolg niet goedkeuren. In dit opzicht is het Convenant dus nog steeds te beschouwen als een zelfregulerend instrument dat nog geen kracht van wet heeft.

4 Dit wordt bepaald in art. 68 van het decreet (Vlaamse Gemeenschap) van 27 maart 2009 betreffende radio omroep en televisie. Vlaamse Regulator voor de media (2020). Officieuze geconsolideerde tekst van het Mediadecreet van 27 maart 2009 – bijgewerkt tot 08.05.2020. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTPS://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/SITES/DEFAULT/FILES/MEDIADECREET_27_MAART_2009_18B.PDF

5 Vlaamse regulator voor de media (2020). *Veelgestelde vragen over reclame*. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTP://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/NL/COMMERCIELE-COMMUNICATIE/VEELGESTELDE-VRAGEN-OVER-RECLAME

6 Vlaamse regulator voor de media (2020). *Veelgestelde vragen over reclame*. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTP://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/NL/COMMERCIELE-COMMUNICATIE/VEELGESTELDE-VRAGEN-OVER-RECLAME

7 Vlaamse regulator voor de media (2020). *Veelgestelde vragen over reclame*. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTP://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/NL/COMMERCIELE-COMMUNICATIE/VEELGESTELDE-VRAGEN-OVER-RECLAME

8 Dit wordt bepaald in art. 1 van het convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken. HTTPS://WWW.JEP.BE/SITES/DEFAULT/FILES/RULE_RECCOMMENDATION/ALCOHOLCONVENANT_-_NL_-_2019.PDF

9 Dit wordt bepaald in het decreet (Vlaamse Gemeenschap) van 27 maart 2009 betreffende radio omroep en televisie. Vlaamse Regulator voor de media (2020). Officieuze geconsolideerde tekst van het Mediadecreet van 27 maart 2009 – bijgewerkt tot 08.05.2020. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTPS://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/SITES/DEFAULT/FILES/MEDIADECREET_27_MAART_2009_18B.PDF

10 Vlaamse regulator voor de media (2020). *Veelgestelde vragen over reclame*. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTPS://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/NL/COMMERCIELE-COMMUNICATIE/VEELGESTELDE-VRAGEN-OVER-PRODUCTPLAATSING

11 Dit wordt bepaald in art. 99 t.e.m. art. 101 van het decreet (Vlaamse Gemeenschap) van 27 maart 2009 betreffende radio omroep en televisie. Vlaamse Regulator voor de media (2020). Officieuze geconsolideerde tekst van het Mediadecreet van 27 maart 2009 – bijgewerkt tot 08.05.2020. Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTPS://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/SITES/DEFAULT/FILES/MEDIADECREET_27_MAART_2009_18B.PDF

12 Dit wordt bepaald in art 5.1 van het convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken. HTTPS://RAADVOORRECLAME.BE/APP/UPLOADS/2024/10/RVR-10.24-CONVENANT-INZAKE-RECLAME-VOOR-EN-MARKETING-VAN-ALCOHOLHOUDENDE-DRANKEN.PDF

13 Op 2 september 2019 werd een addendum toegevoegd aan het Convenant die de controleprocedure bij de JEP op drie punten wijzigde: 1/ voorafgaandelijke adviesaanvragen bij de JEP zijn verplicht voor bepaalde soorten campagnes, 2/ de boetes bij meerdere inbreuken door een adverteerder werden verhoogd en 3/ een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid wordt uitgenodigd op de JEP-vergaderingen voor de klachtendossiers over reclame voor alcoholhoudende dranken.
Deze nieuwe regels werden overeengekomen tussen minister van Volksgezondheid Maggie De Block (Open Vld), de Raad voor de Reclame, de Federatie van de Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus – de Belgische federatie van de sector wijn en gedistilleerde dranken. Ze zullen worden opgenomen in het 'Convenant inzake Gedrag en Reclame met betrekking tot Alcoholhoudende Dranken'.
Maggie De Block (2020). *Reclame voor alcoholische dranken: strengere regels en aangescherpte controles.* Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTPS://WWW.MAGGIEDEBLOCK.BE/RECLAME-VOOR-ALCOHOLISCHE-DRANKEN-STRENGERE-REGELS-EN-AANGESCHERPTE-CONTROLES/

14 Vlaamse regulator voor de media (2020). *Veelgestelde vragen over de VRM.* Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTP://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/NL/COMMERCIELE-COMMUNICATIE/VEELGESTELDE-VRAGEN-OVER-RECLAME

15 Dit wordt bepaald in hoofdstuk IV van het convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken. HTTPS://RAADVOORRECLAME.BE/APP/UPLOADS/2024/10/RVR-10.24-CONVENANT-INZAKE-RECLAME-VOOR-EN-MARKETING-VAN-ALCOHOLHOUDENDE-DRANKEN.PDF

16 Vlaamse regulator voor de media (2020). *Veelgestelde vragen over de VRM.* Brussel: VRM. Geraadpleegd op 16/09/2020 via HTTP://WWW.VLAAMSEREGULATORMEDIA.BE/NL/OVER-VRM/OVER-ONS/VEELGESTELDE--VRAGEN-OVER-DE-VRM

17 Dit wordt bepaald in art 12.1 en bijlage B van het convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken. HTTPS://WWW.JEP.BE/SITES/DEFAULT/FILES/RULE_RECCOMMENDATION/ALCOHOLCONVENANT_-_NL_-_2019.PDF

18 Dit wordt bepaald in art. 9 van de verordening (eu) nr. 1169/2011 van het Europees parlement en de raad van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten. HTTPS://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEGAL-CONTENT/NL/TXT/PDF/?URI=CELEX:32011R1169&FROM=NL
Voor voorverpakte voedingsmiddelen zijn volgende vermeldingen verplicht op het etiket:
> de benaming van het levensmiddel;
> de lijst van ingrediënten;
> bepaalde stoffen en producten die allergieën of intoleranties veroorzaken;
> de hoeveelheid van bepaalde ingrediënten of categorieën van ingrediënten;
> de datum van minimale houdbaarheid of, bij uit microbiologisch oogpunt zeer bederfelijke voedingsmiddelen, de uiterste consumptiedatum;
> de bijzondere bewaar- en gebruiksvoorwaarden;
> de naam of handelsnaam en het adres van de voor de voedselinformatie verantwoordelijke exploitant van een levensmiddelenbedrijf;
> een gebruiksaanwijzing, indien het voedingsmiddel zonder gebruiksaanwijzing niet behoorlijk kan worden gebruikt;
> de netto hoeveelheid;
> de plaats van oorsprong of de plaats van herkomst;
> de voedingswaardevermelding (met ingang van 13 december 2016).

Zie ook FOD economie (2020). Etikettering van voedingsmiddelen. Brussel: FOD economie. Geraadpleegd op 26/08/2020 via HTTPS://ECONOMIE.FGOV.BE/NL/THEMAS/VERKOOP/REGLEMENTERING/ETIKETTERING/VOEDINGSSECTOR/ETIKETTERING-VAN

19 Dit wordt bepaald in art. 16 van de verordening (eu) nr. 1169/2011 van het Europees parlement en de raad van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten. HTTPS://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEGAL-CONTENT/NL/TXT/PDF/?URI=CELEX:32011R1169&FROM=NL

20 FOD volksgezondheid (2017). *Vragen-antwoorden over sommige bepalingen inzake de etikettering van levensmiddelen.* Brussel: FOD volksgezondheid. Geraadpleegd op 26/08/2020 via HTTPS://WWW.HEALTH.BELGIUM.BE/SITES/DEFAULT/FILES/UPLOADS/FIELDS/FPSHEALTH_THEME_FILE/2017_09_FAQ_LABELLING_NL.PDF