

La loi et l'alcool en Belgique

A row of alcohol bottles is displayed on a bar counter. From left to right, the bottles are: Smirnoff vodka, Bacardi rum, Campari, and another Bacardi bottle. The background is a blurred bar setting with a white wall and a dark bar counter.

*La Belgique vient d'apporter des modifications à la loi sur la vente d'alcool aux jeunes, modifications qui sont d'application depuis le mois de janvier 2010.*

# • A. Que dit la loi ?

Dans les débits de boissons	-16 ans	de 16 ans à 18 ans	18 ans et plus
bière	○	○	○
vins, cidre	○	○	○
boissons fermentées ( < 22°)	○	○	○
boissons spiritueuses*	○	○	○
Dans les magasins	-16 ans	de 16 ans à 18 ans	18 ans et plus
bière	○	○	○
vins, cidre	○	○	○
boissons fermentées ( < 22°)	○	○	○
boissons spiritueuses*	○	○	○

○ = interdit

○ = autorisé

\* boissons spiritueuses :  
 alcools éthyliques (Whisky, gin, vodka,..)  
 alcopops ( limonade+alcool)  
 vins, cidres, hydromels > 22°

## B Cette loi est-elle respectée ?

**Test Santé, le magazine santé de l'association de défense des consommateurs Tests-Achats, a publié les résultats d'une enquête sur ce sujet dans son numéro de février 2010.**

**Ce magazine a envoyé des « clients mystères » âgés de 14 et 16 ans dans 129 supermarchés et magasins de nuit avec pour mission d'acheter un alcopop, une boisson alcoolisée au goût de limonade, et une bouteille de vodka :**

**l'alcool à l'école**

**Ça n'a pas sa place!**



**Les clients de 14 ans ont réussi leur mission dans 85% des cas.**

**Ceux de 16 ans ont reçu leur bouteille de vodka dans 90% des magasins visités**

**Il faudrait donc que les pouvoirs publics mènent des campagnes d'information pour que cette loi soit mieux connue des vendeurs d'alcool, et fassent plus de contrôles.**

## • C Autres aspects de la loi

**La loi punit quiconque :**

- **consomme des boissons alcoolisées sur la voie publique en dehors des terrasses et autres lieux autorisés.**
- **est ivre sur la voie publique.**
- **sert de l'alcool à une personne manifestement ivre. La peine est doublée si la personne a moins de 18 ans.**
- **ne porte pas assistance à une personne en danger ( une personne atteinte d'un malaise est en danger)**
- **conduit un véhicule avec un taux d'alcool sanguin dépassant 0.5 grammes par litre. Les sanctions et amendes augmentent en fonction du taux d'alcool constaté .**

# • D La convention de 2005 en matière de publicité

Cette convention a été établie entre la fédération du secteur ( vins, spiritueux et bières = FEDIS), les représentants de l'horeca , les associations de consommateurs ( Tests- achat, CRIOC) et le ministre de la santé publique.

Principaux points :

- ✓ les stratégies marketing et publicitaires en faveur de l'alcool doivent être aussi limitées que possible sur le plan quantitatif. Elles ne peuvent s'adresser à des groupes-cibles, tels que les mineurs
- ✓ Elles peuvent uniquement fournir des informations sur le produit et diffuser des messages et des images renvoyant exclusivement à l'origine, à la composition, aux procédés de fabrication du produit.
- ✓ Elles ne peuvent suggérer que la consommation d'alcool mène à la réussite sociale ou sexuelle ou augmente les performances sportives.
- ✓ Elles ne peuvent établir de liens entre la consommation d' alcool et la conduite d'un véhicule.
- ✓ La vente ne peut s'effectuer à proximité des écoles
- ✓ Est interdite la mise à disposition gratuite d'alcool lors d'événements culturels ou sportifs

- Cette convention confie au jury d'éthique publicitaire ( JEP) le soin de contrôler le respect de son application

## E. La Convention Collective du Travail ( avril 2009)

Les entreprises ont désormais l'obligation de concevoir et mettre en œuvre des mesures de prévention luttant contre l'alcoolisme sur les lieux du travail.

Alcool à l'école

Ça n'a pas sa place!