

BELGISCHE SENAAAT

ZITTING 2007-2008

28 FEBRUARI 2008

Wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van voedingsmiddelen en andere producten, met het oog op de reglementering van de verpakking, de etikettering en het in de handel brengen van alcopops.

(Ingediend door de heer Philippe Mahoux)

TOELICHTING

Volgens de WHO (op de Europese ministeriële Conferentie over jongeren en alcohol, Stockholm, februari 2001), is de houding van jongeren ten opzichte van alcohol aan het veranderen. Bovendien worden de reclame- en marketingpraktijken die dit doelpubliek viseren steeds gericht en maken ze steeds meer gebruik van de gewoonten en « waarden » van jongeren.

Het succes van de alcopops bewijst dit.

De fabrikanten van deze producten willen de consumptie van alcohol banaliseren en meer vrouwen en jongeren bereiken. Men stelt duidelijk vast dat alcoholproducenten de sedert een aantal jaren dalende verkoop van de « klassieke » alcoholhoudende producten zoals wijn, bier en sterke drank trachten te compenseren met producten die beter aan jongeren zijn aangepast. Wat reclame betreft, zijn de nieuwe marketingtechnieken agressiever en veel gericht: zelfs de jongste gebruikers (12-18-jarigen) hebben nu hun eigen alcoholhoudende drankjes!

Hoewel de vertegenwoordigers van de alcoholindustrie blijven beweren dat alcopops bedoeld zijn voor een publiek dat de wettelijke leeftijd heeft om alcohol te mogen drinken en dat deze dranken slechts een

SÉNAT DE BELGIQUE

SESSION DE 2007-2008

28 FÉVRIER 2008

Proposition de loi modifiant 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, en vue de réglementer l'emballage, l'étiquetage et la commercialisation des alcopops

(Déposée par M. Philippe Mahoux)

DÉVELOPPEMENTS

D'après l'OMS (Conférence ministérielle européenne sur les jeunes et l'alcool, Stockholm, 21 février 2001), le comportement des jeunes face à l'alcool se modifie. En outre, les pratiques publicitaires et commerciales visant à conquérir ce public cible sont de plus en plus « en phase » avec leurs usages et leurs « valeurs ».

Il suffit, pour s'en rendre compte de s'intéresser au succès rencontré par les alcopops.

« Les producteurs de ces produits ont à cœur de banaliser, de féminiser et de rajeunir la consommation d'alcool. En effet, on constate une volonté claire des producteurs d'alcools de compenser par des produits mieux adaptés pour les jeunes les diminutions des ventes d'alcools dits plus « classiques » tels que le vin, la bière ou les spiritueux, recul observé depuis quelques années. En matière de publicité, on assiste à de nouvelles pratiques commerciales plus agressives et très ciblées: les plus jeunes (12/18 ans) ont maintenant leurs propres boissons alcoolisées !

Alors que les représentants de l'industrie de l'alcool continuent d'affirmer solennellement que les alcopops s'adressent à un public légalement autorisé à boire de l'alcool et ne sont rien d'autre qu'une alternative au vin

alternatief zijn voor wijn en bier, zijn de specialisten inzake preventie en gezondheid het erover eens dat de steile stijging van de verkoop van alcopops niet gepaard ging met een daling van de bierverkoop. Zowel de zoete smaak als de hippe presentatie van deze drankjes geven duidelijk aan dat ze voor jongeren bedoeld zijn en dat ze een nieuw marktsegment aansnijden, zonder een ander segment te benaderen (1).

Om de invloed van alcoholconsumptie op de gezondheid van jongeren te begrijpen, alsook de context waarin een bepaald gedrag ontstaat en evolueert, is het nuttig de studie « Santé et bien-être des jeunes » te lezen, uitgevoerd door de « Unité de Promotion Éducation Santé » (ULB-PROMES) van de École de Santé publique van de Université libre de Bruxelles.

Tussen 1986 en 2002 zijn er al zeven onderzoeken gevoerd en door herhaaldelijk en op gestandaardiseerde wijze gegevens te verzamelen kan de evolutie van het gedrag worden gemeten en kunnen de langetermijneffecten worden vastgesteld en verklaard.

Er is een brochure beschikbaar die de essentiële gegevens van de problematiek aankaart en die bij dit voorstel kan worden gevoegd met het oog op de bespreking in de Senaatscommissie.

Dit dossier belangt in feite een breed publiek aan: onderwijzend personeel, ouders, beroepsmensen, bijvoorbeeld uit de centra voor leerlingenbegeleiding en de teams die gezondheid op school promoten, plaatselijke actoren, politieke besluitvormers en uiteraard ook de jongeren zelf.

Het CRIOC van zijn kant heeft ontluiserende cijfers onthuld: 10% van de 10-12-jarigen zeggen alcohol te gebruiken en 68% van die groep jongeren zegt er al van geproefd te hebben. Bij de 17-18-jarigen ligt het consumptiecijfer rond de 70%.

Op Europees niveau verkiest men een ruimer beleid te voeren. Er is bevestigd dat alcohol in het algemeen een grote plaats inneemt in het gezondheidsbeleid van de Europese gemeenschap en in het Europees programma inzake volksgezondheid voor de periode 2003-2008.

Dit programma heeft meer bepaald de mogelijkheid geschapen om projecten op te starten die meegefinancierd worden door de Commissie en de lidstaten, om een Europese preventiestrategie inzake alcoholgebruik uit te bouwen.

Deze initiatieven kunnen als dusdanig natuurlijk niet het specifieke probleem van de alcopops regelen. Maar op lange termijn zullen zij bijdragen tot het

et à la bière, les spécialistes de la prévention et de la santé s'accordent à dire que l'augmentation vertigineuse de la vente d'alcopops n'a pas été suivie d'une diminution de celle de la bière. Tant le goût sucré et la présentation branchée de ces boissons indiquent clairement qu'elles visent les jeunes et ouvrent un nouveau marché sans nuire aux autres (1)».

Pour appréhender les facteurs relatifs à la santé des jeunes confrontés à la consommation d'alcool et bien observer le contexte dans lequel certains comportements sont développés et évoluent, il convient de prendre connaissance de l'étude « Santé et bien-être des jeunes » réalisée par l'Unité de Promotion Éducation Santé (ULB-PROMES) de l'École de Santé publique de l'Université libre de Bruxelles.

En fait sept enquêtes ont déjà été menées entre 1986 et 2002 et la collecte des données répétées de manière standardisée permet de mesurer l'évolution dans le temps des comportements afin d'identifier et de comprendre les effets à long terme.

Une brochure reprenant les données essentielles de la problématique est disponible et pourrait être jointe à la présente proposition lors de son examen en commission du Sénat.

Ce dossier touche en fait un large public: les enseignants, les parents, les acteurs de terrain tels que les centres psycho-médicaux-sociaux et les équipes de promotion de la santé à l'école, les acteurs locaux, les décideurs politiques et finalement les jeunes eux-mêmes.

Pour sa part, le CRIOC a révélé des chiffres édifiants: 10% des jeunes de 11-12 ans affirment consommer de l'alcool, et 68% d'entre eux y ont déjà goûté. Vers 17-18 ans, le chiffre de la consommation atteint 70%.

À l'échelon européen, on a préféré suivre une politique plus globale. Il a ainsi été confirmé que l'alcool, de manière générale, occupait une place importante dans la stratégie de la Communauté européenne en matière de santé et dans le programme communautaire en matière de santé publique pour 2003-2008.

Ce programme a notamment permis de mettre en place des projets, cofinancés par la Commission et par les États membres pour préparer une stratégie communautaire relative à la prévention en matière de consommation d'alcool.

Il est entendu que ces initiatives, en tant que telles, ne pourront régler spécifiquement le problème des alcopops. Mais, à long terme, elles permettront la mise

(1) Revue *Éducation — Santé*, août 2005.

(1) Revue *Éducation — Santé*, août 2005.

opbouwen van een Europees kader dat alle burgers en vooral de jongeren kan informeren over de gevaren van overmatig alcoholgebruik.

In de Franstalige Gemeenschap is er de groep « *Les jeunes et l'alcool* », die is samengesteld uit negen verenigingen: de *fédération des centres de jeunes en milieu populaire*, de *fédération des étudiants francophones*, de groep RAPID, *Infor-drogues, jeunesse et santé*, de gezinsbond, het socialistische ziekenfonds, *prospective jeunesse en univers santé*. Deze groep heeft in mei 2004 een groot colloquium georganiseerd.

Van deze studiedag kan men enkele grote lijnen onthouden, waarover zich een brede consensus heeft gevormd:

- de preventieve acties in het bredere kader plaatsen van de promotie van de gezondheid met het welzijn en de algemene gezondheid als doelstellingen;
- een verantwoord gebruik bij jongeren promoten;
- het product niet diaboliseren, niet streven naar volledige onthouding, niet in een verbodsoptiek werken maar de producten ook niet banaliseren;
- onder andere trachten de aan het gebruik verbonden risico's te verminderen;
- niet op het product focussen, maar de jongeren bij de acties betrekken en op hun manier te werk gaan;
- preventief en niet curatief te werk gaan.

Op federaal niveau kunnen wij niet ongevoelig blijven voor dit probleem, dat onze jeugd zeer duidelijk raakt.

Tijdens de vorige zittingsperiode heeft de regering besloten de consumptie van en de reclame voor alcohol aan banden te leggen om de gezondheid van de jongeren te beschermen.

Er is een overeenkomst bereikt tussen de beroepsverenigingen, de distributiesector, de horecasector, de gebruikers en de jury voor ethische praktijken inzake reclame.

Als men zich verdiept in de juridische kwesties die met alcohol te maken hebben, stelt men trouwens al snel vast dat het hier om een zeer versnipperde materie gaat en dat er — behalve wat het besturen van voertuigen betreft — nauwelijks jurisprudentie of rechtsleer bestaat.

Wat de verkoop en de consumptie van alcohol betreft, vindt men in de Belgische wetgeving drie teksten: de besluitwet van 14 november 1939 betreffende de beteugeling van de dronkenschap, de wet

en place d'un cadre communautaire visant à mieux informer tous les citoyens, les jeunes surtout, des dangers que représente la consommation abusive d'alcool.

En Communauté française, le groupe porteur « *Les jeunes et l'alcool* », constitué de neuf associations: la fédération des centres de jeunes en milieu populaire, la fédération des étudiants francophones, le groupe RAPID, *Infor-drogues, jeunesse et santé*, la ligue des familles, la mutualité socialiste, prospective jeunesse et univers santé, a organisé un important colloque en mai 2004.

On retiendra notamment de cette journée de travail quelques grandes lignes autour desquelles un large consensus a pu être dégagé:

- inscrire les actions de prévention dans le cadre large de la promotion de la santé visant le bien-être et la santé globale;
- promouvoir une consommation responsable de la consommation par le jeune;
- ne pas diaboliser le produit, ne pas avoir l'abstinence pour objectif principal, ne pas entrer dans une approche de prohibition tout en ne banalisant pas les produits;
- s'inscrire, entre autres, dans une perspective de réduction des risques liés à l'usage;
- ne pas se focaliser sur le produit mais associer le jeune aux actions, à leur définition;
- s'inscrire dans une vision préventive et non curative.

Au niveau fédéral, nous ne pouvons rester insensibles à ce problème qui touche de plein fouet notre jeunesse.

Durant la précédente législature, le gouvernement a décidé une manière de réglementer la question de la consommation et publicité pour l'alcool pour protéger la santé des jeunes.

Une convention a été conclue entre les fédérations, le secteur de la distribution, le secteur horeca, les consommateurs et le jury d'éthique publicitaire.

En fait, si on s'intéresse à la question des aspects juridiques liés à l'alcool, force est de constater l'éparpillement de la matière et la quasi absence, hormis sur la question du roulage, de jurisprudence et de littérature juridique.

Quant à la vente et la consommation d'alcool, on peut relever trois textes dans la législation belge. Il s'agit de l'arrêté-loi du 14 novembre 1939 relatif à la répression de l'ivresse, de la loi du 15 juillet 1960 sur

van 15 juli 1960 tot zedelijke bescherming van de jeugd en de wet van 28 december 1983 betreffende de vergunning voor het verstrekken van sterke drank.

Mijns inziens moet er nu een parlementair initiatief over alcopops worden genomen om in te gaan tegen de zuiver commerciële strategie die er in bestaat de markt steeds verder op te delen en zo nieuwe doelgroepen aan te spreken.

Deze werkwijze is niet alleen laakbaar op ethisch vlak, maar bovendien gevaarlijk voor de gezondheid van de jongeren.

Overeenkomsten en gedragsregels zijn weer eens ontoereikend gebleken: zij worden niet altijd in acht genomen door degenen die zich ertoe hebben verbonden en niet-ondertekenende producenten zijn er uiteraard ook niet door gebonden.

Zo worden er duidelijke en concrete maatregelen voorgesteld wat de verpakking en de etikettering betreft, alsook voor de verkoop van deze producten in de rekken van de supermarkt of in drankautomaten.

*
* *

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Art. 2

Artikel *7bis* van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, wordt vervangen als volgt:

«Art. *7bis*. — § 1. Dranken die een alcoholgehalte hoger dan 1,2 % hebben, worden in alle verkooppunten apart van de limonade- en andere frisdrankafdelingen verkocht.

De verpakking en de etiketten vermelden duidelijk het alcoholgehalte en geven geen enkele aanleiding tot verwarring met niet-alcoholhoudende dranken.

la préservation morale de la jeunesse ainsi que de la loi du 28 décembre 1983 sur la patente pour le débit de boissons spiritueuses.

Pour l'heure, la question particulière des «alco-pops» doit, à mon avis, faire l'objet d'une initiative parlementaire, afin de contrer une stratégie commerciale élémentaire qui consiste à dégager de nouvelles cibles en segmentant le marché.

Cette démarche est à tout le moins critiquable au plan éthique mais aussi dangereuse pour la santé des jeunes.

Les conventions et codes de conduite ont montré plus d'une fois leurs limites: s'ils ne sont pas toujours respectés par ceux qui y adhèrent, ils ne s'adressent pas non plus aux producteurs non signataires.

Des mesures précises et concrètes sont ainsi proposées au niveau de l'emballage et de l'étiquetage d'une part, et de la mise en vente de ces produits dans les rayons des surfaces de vente ou via les distributeurs automatiques, d'autre part.

Philippe MAHOUX.

*
* *

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

La présente loi règle une matière visée à l'article 78 de la Constitution.

Art. 2

L'article *7bis* de 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, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. *7bis*. — § 1^{er}. Les boissons contenant un volume d'alcool supérieur à 1,2 % sont vendues séparément au rayons des limonades et autres sodas dans tous les points de vente.

Leur emballage et étiquetage mentionnent clairement le degré d'alcool et n'entretiennent en aucun cas de confusion avec les boissons non alcoolisées.

§ 2. Drankautomaten in scholen of in de nabijheid van plaatsen waar geregeld jongeren samenkomen, mogen geen alcoholhoudende dranken bevatten.

Art. 3

In artikel 15, § 3, eerste lid, van dezelfde wet, worden tussen de woorden «artikel 7, § 2bis» en de woorden «van deze wet», de woorden «of artikel 7bis» ingevoegd.

Art. 4

Deze wet treedt in werking de dag waarop ze in het *Belgisch Staatsblad* wordt bekendgemaakt.

24 januari 2008.

§ 2. Les distributeurs automatiques de boissons ne peuvent contenir des boissons alcoolisées s'ils se trouvent dans des établissements scolaires ou à proximité des lieux où les jeunes se réunissent régulièrement.

Art. 3

Dans l'article 15, § 3, alinéa 1^{er}, de la même loi, les mots «et de l'article 7bis» sont insérés entre les mots «de l'article 7, § 2bis,» et les mots «de la présente loi».

Art. 4

La présente loi entre en vigueur le jour de sa publication au *Moniteur belge*.

24 janvier 2008.

Philippe MAHOUX.