

Evaluatieverslag 2024:

Evaluatie van de toepassing door de JEP van het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken

Inleiding

Op 12 mei 2005, hebben de Raad voor de Reclame (nu Raad voor Reclame)/JEP, de federaties van producenten, van de verdelers van alcoholhoudende dranken en de consumentenorganisaties, in aanwezigheid van de Minister van Volksgezondheid, voor de eerste maal een Convenant ondertekend dat de reclame voor en marketing van alcohol reglementeert.

Dit Convenant verschaft aan de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame het officieel statuut van controleorgaan van de erin vervatte bepalingen. In het kader van dit Convenant is de JEP bevoegd om reclameboodschappen in de massamedia (“above the line”) en daarbuiten (“below the line”) en andere marketingpraktijken te onderzoeken.

In de loop van 2012 werd de tekst van het Convenant grondig herzien tijdens besprekingen met de verschillende betrokken partijen. De nieuwe, striktere tekst werd ondertekend op 25 januari 2013 en trad drie maanden later, op 25 april 2013, in werking.

Ook in 2019 werd de reclame voor alcoholhoudende dranken verder onderworpen aan strengere regels en meer preventie.

Sinds deze herziening in 2019 moeten de leden van de Federatie van Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus voortaan een advies aanvragen bij de JEP voorafgaandelijk aan de verspreiding van elke nationale audiovisuele campagne en zal de JEP, in het geval van herhaalde inbreuken boetes kunnen opleggen die kunnen oplopen tot 10.000 euro.

Sindsdien wordt ook een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid uitgenodigd, in de hoedanigheid van expert, op de vergaderingen van de JEP voor wat betreft de klachtendossiers met betrekking tot reclames voor alcoholhoudende dranken. De vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid is dus belast met het communiceren van zijn expertise aan de Juryleden waarna deze laatste beraadslagen en een finale beslissing nemen.

Deze maatregelen zijn opgenomen in een addendum bij het Convenant van 2005 en in werking getreden vanaf 2 september 2019.

In 2024 werd door de Raad voor Reclame, in samenwerking met de federaties van de Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus, Comeos, UBA, Horeca Vlaanderen, Horeca Wallonië en Horeca Brussel een nieuwe educatieve boodschap gelanceerd, te gebruiken in commerciële communicatie voor alcoholhoudende dranken. Met deze nieuwe educatieve boodschap - “Alcoholmisbruik schaadt de gezondheid”- die duidelijker, krachtiger en doeltreffender is dan de vorige, wil de sector consumenten beter informeren over de risico's van alcoholmisbruik.

Daarnaast heeft de Raad voor Reclame samen met de sectororganisaties in 2024 ook werk gemaakt van een bijkomende, belangrijke update van het Convenant. De aangepaste tekst werd op 9 oktober 2024 ondertekend. Behoudens enkele bepalingen waarvoor een langere overgangsperiode werd voorzien, zijn de nieuwe bepalingen vanaf 1 januari 2025 van kracht. Het nieuwe Alcoholconvenant legt striktere regels op, vooral waar adverteerders mogelijk minderjarigen bereiken. De nieuwe regels voorzien een verbod op reclameborden voor alcohol rond scholen, beperken de mogelijkheden voor alcoholreclame op sociale media en de slogan “alcoholmisbruik schaadt de gezondheid” moet altijd en overal duidelijk in beeld komen.

Dit zijn de belangrijkste maatregelen uit het nieuwe Alcoholconvenant:

- Verbod rond scholen: voortaan is alcoholreclame niet meer toegelaten binnen een perimeter van 150 meter rondom scholen.
- Beperkingen voor sociale media: alcoholreclame wordt uitgesloten van platforms die geen afdoende “age gating” toepassen (i.e. het ontzeggen van de toegang tot het platform aan minderjarigen), tenzij kan worden aangetoond dat minstens 70% van het publiek meerderjarig is.
- Beperkingen voor influencers en personen die in alcoholreclame optreden: voortaan mogen deze niet jonger zijn dan 25 jaar en niet jonger dan 25 jaar lijken.
- Educatieve slogan: nieuwe grafische richtlijnen moeten ervoor zorgen dat de educatieve slogan duidelijk zichtbaar (hoorbaar) is, ongeacht het gebruikte medium.

Op basis van het Convenant heeft de JEP huidig verslag opgesteld waarin haar activiteiten beschreven worden in het kader van het Convenant tijdens het kalenderjaar 2024. Voor haar activiteiten tijdens de voorgaande jaren 2006-2023, verwijst de JEP naar de respectievelijke evaluatieverslagen die online kunnen geraadpleegd worden op www.jep.be (rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”).

De tekst van het Convenant kan eveneens geraadpleegd worden op www.jep.be (rubriek “Codes/Regels”).

De JEP

De Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame werd opgericht in 1974 door de Raad voor Reclame vzw (toen “Raad voor de Reclame” en later ook nog “Communicatie Centrum” genoemd) en is het zelfregulerend orgaan van de reclamesector in België met als taak te waken over het correcte en eerlijke karakter van de reclameboodschappen ten aanzien van het publiek.

Inzake reclame voor alcoholhoudende dranken is de JEP bevoegd om de inhoud van de reclameboodschappen te onderzoeken die verspreid worden zowel via de massamedia (tv, radio, bioscoop, advertenties in kranten/magazines, affichage, reclame-inhoud via internet) en via e-mailing en direct mail, als buiten de massamedia (folders, flyers, POS materiaal, ...).

Zij steunt haar beslissingen op:

- enerzijds de wetgeving,
- anderzijds de convenanten en de zelfdisciplinaire codes en regels die de wetgeving aanvullen.

De Jury is paritair samengesteld (1/2 reclamesector + 1/2 burgermaatschappij) en dit zowel in eerste aanleg als in hoger beroep.

De leden van de burgermaatschappij zijn bijvoorbeeld afkomstig uit de volgende milieus / sectoren:

- Instituut voor de gelijkheid van vrouwen en mannen en Unia,
- Forum des Jeunes,
- Vias institute, Spes Forum, RE-EF en Stichting tegen Kanker
- consumenten / burgers gekozen in samenwerking met de Koning Boudewijnstichting,
- leden uit de onderzoeks- en/of academische wereld.

De Jury in eerste aanleg zetelt éénmaal per week en indien nodig worden spoedvergaderingen georganiseerd.

De Jury in hoger beroep zetelt in functie van de ingestelde beroepen.

Checklist en sensibilisering

De Raad voor Reclame heeft een checklist opgesteld die de belangrijkste te eerbiedigen regels uit het gewijzigde Convenant op samenvattende wijze weergeeft. Deze checklist werd overgemaakt aan de verschillende actoren binnen de reclamesector, in het bijzonder aan de adverteerders en reclamebureaus die reclamecampagnes ontwikkelen, dit teneinde hen te helpen om zo goed mogelijk de bepalingen van het Convenant na te leven.

De Jury en de Raad voor Reclame nemen bovendien geregeld initiatieven om de sector te informeren en te sensibiliseren rond deze thematiek, bijvoorbeeld in het raam van vormingsactiviteiten of naar aanleiding van de bewustmaking rond de draagwijdte van de geldende regels in publicaties gericht aan de leden van de beroepsverenigingen die partij zijn bij het Convenant. De aangescherpte regels ten gevolge van de recente herziening van het Convenant werden in oktober 2024 via een Webinar georganiseerd door de Raad voor Reclame aan de sector voorgesteld en toegelicht.

De cijfers voor 2024

1. De adviesaanvragen

Adverteerders, reclamebureaus en media kunnen zowel vóór als na de verspreiding van een reclameboodschap of het gebruik van een marketingpraktijk het advies van de JEP vragen.

Zij hebben hierbij de keuze tussen een advies van de Jury zelf, dat bindend is voor de Jury in geval van eventuele latere klachten, of een qua draagwijdte beperkter advies van het Secretariaat van de JEP. Daar waar de Jury immers een voorgelegde reclame-uiting kan afkeuren of (voorwaardelijk) goedkeuren, kan het Secretariaat slechts ten indicatieve titel verwijzen naar de toepasselijke bepalingen en de eerdere relevante Juryrechtspraak. De aanvrager blijft in beide gevallen vrij om het advies al dan niet na te leven.

Sinds 2 september 2019 hebben de Federatie van Belgische Brouwers en Vinum Et Spiritus zich bovendien geëngageerd om aan hun respectievelijke leden op te leggen om systematisch het voorafgaandelijk advies van de Jury te vragen voorafgaandelijk aan de verspreiding van alle campagnes die bedoeld zijn om, op nationaal vlak, uitgezonden te worden op radio en/of tv en/of bioscoop.

Wegens het vertrouwelijke karakter van de adviesaanvragen, zal het huidige verslag niet verwijzen naar de oorsprong van de betreffende reclameboodschappen of marketingpraktijken.

In 2024 werden ingevolge adviesaanvragen 5 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken door de JEP behandeld.

	Media	Advies van de JEP	Termijn (kalenderdagen)
ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	7
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	6
	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	6
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	6
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	1
TOTAAL	5	Goedkeuring (evt. onder voorwaarden): 5 Afkeuring: /	Gemiddeld: 5,2 kalender- dagen

2. De klachten

De tussenkomst van de Jury in eerste aanleg met betrekking tot een reclameboodschap kan worden ingeroepen door het indienen van een klacht op initiatief van de volgende natuurlijke of rechtspersonen voor zover deze handelen met het oog op de verdediging van de consumentenbelangen en/of het imago van reclame: consument, consumentenorganisatie, socioculturele vereniging, beroepsvereniging/-federatie, lid of vertegenwoordiger van een officiële instantie of openbare macht.

De JEP heeft in 2024 ingevolge klachten met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken 8 dossiers onderzocht. In 5 van deze gevallen was de klacht afkomstig van een overheidsinstantie. In de overige 3 dossiers waren de klachten afkomstig van consumenten.

Onderstaande tabel bevat een beknopt overzicht van de behandeling van elk klachtendossier.

De motivering van de beslissingen kan worden geraadpleegd op de website www.jep.be (rubriek “Beslissingen”) waar men een meer uitgebreid verslag van elk klachtendossier kan terugvinden (klacht(en) – standpunt adverteerder – motivering Jury). De elektronische versie van dit verslag bevat tevens hyperlinks naar de gepubliceerde beslissingen in kwestie.

Voor wat betreft de klachtendossiers behandeld vanaf 2 september 2019 wordt overeenkomstig het voormelde recente addendum bij het Convenant een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid uitgenodigd op de desbetreffende vergaderingen, in de hoedanigheid van expert, die belast is met het communiceren van zijn expertise aan de Juryleden waarna deze laatsten beraadslagen en een finale beslissing nemen. Hiervan wordt tevens melding gemaakt in onderstaande tabel. Deze expertise wordt schriftelijk gecommuniceerd.

ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN	Media	Grondslag(en) van de klacht(en)	Jurybeslissing (voor de motivering zie www.jep.be)	Termijn
BROUWERIJ DE BRABANDERE Kwaremont	TV	Klacht consument: Art. 9 Convenant	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2w
COLRUYT Koersbox	Andere (verkooppunt, folder)	Klacht overheid: Art. 9 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting Art. 9 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2w
BACARDI MARTINI Martini	Internet (Facebook)	Klacht consument: Art. 3.3 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
			Klacht ongegrond.	

CHIMAY Chimay	TV	Klacht consument: Art. 3.1 Convenant.	Geen opmerkingen. Expertise FOD: aanwezig.	<4w (vakantie- periode)
SUMMERLOVE - BROUWERIJ VANHONSEBROUCK Kasteelbier Rubus Framboise	Andere (festival)	Klacht overheid: Art. 2.1, 4.1, 4.2 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 2.1, 4.1, 4.2, 11.1 Convenant Expertise FOD: aanwezig.	<5,5w (vakantie- periode)
SWINKELS FAMILY BREWERS - JUNGLE WOOD Cornet bier	Affiche	Klacht overheid: Art. 2.1, 4.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 2.1, 4.1, 11.1 Convenant Expertise FOD: aanwezig.	<4w (vakantie- periode)
DUVEL MOORTGAT Duvel Tripel Hop	Internet (Sociale media)	Klacht overheid: Art. 3.2, 3.5 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.2, 3.5, 11.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2w
PRIK&TIK Flügel	Internet (website)	Klacht overheid: Art. 3.2, 3.3, 3.4, 3.5 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging / stopzetting: Art. 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3w (vakantie- periode)
TOTAAL	8		Geen opmerkingen: 3 Beslissing tot wijziging / stopzetting: 5	Gemiddeld in eerste aanleg: <3,5w

Samenvattende tabellen

In totaal werden in 2024 13 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken behandeld:

Verdeling:

Adviesaanvragen	Klachten	Totaal
5	8	13
38,5%	61,5%	100%

Adviezen in de dossiers o.b.v. adviesaanvragen:

Advies Jury: Goedkeuring (evt. onder voorwaarden)	Advies Jury: Afkeuring	Totaal
5	/	5
100%	0%	100%

Beslissingen in de dossiers o.b.v. klachten:

Geen opmerkingen	Advies van voorbehoud	Beslissing tot wijziging / stopzetting	Totaal
3	/	5	8
37,5%	0%	62,5%	100%

Gemiddelde duurtijd voor behandeling:

Adviesaanvragen	Klachten
5,2 kalenderdagen	< 3,5 weken

Besluit

In absolute termen is het totaal aantal onderzochte dossiers inzake reclame en marketing voor alcoholhoudende dranken – d.w.z. zowel de adviesaanvragen als de reclameboodschappen onderzocht ingevolge klachten – gedaald: 13 dossiers in 2024 tegenover 25 dossiers in 2023, 24 dossiers in 2022, en 26 dossiers in 2021.

Het aantal klachtendossiers is verhoudingsgewijs afgenomen ten opzichte van het onmiddellijk voorgaande jaar en stabiel tegenover de eerdere periode 2022-2021 (8 dossiers in 2024 tegenover 12 dossiers in 2023, 6 dossiers in 2022, en 8 dossiers in 2021).

Alle beslissingen tot wijziging of stopzetting werden overigens vrijwillig nageleefd door de betrokken adverteerders.

Het dient hierbij te worden opgemerkt dat, in tegenstelling tot het voorgaande jaar (2023), de beslissing tot wijziging of stopzetting van de reclame genomen door de Jury in de meeste gevallen gebaseerd was op de overtreding van andere bepalingen van het Alcoholconvenant dan de vermelding van de educatieve slogan.

De Jury houdt er tevens aan om de vertegenwoordigers van de FOD Volksgezondheid die ook in 2024 optraden in de hoedanigheid van expert bij de behandeling van klachtendossiers met betrekking tot het Convenant, te bedanken voor hun constructieve en vakkundige interventies, die haar toelaten om nog meer dan voorheen al het geval was het aspect volksgezondheid in rekening te brengen in haar beraadslagingen en beslissingen.

Het aantal adviesaanvragen (5) inzake alcoholreclame is afgenomen ten opzichte van de onmiddellijk voorgaande jaren (ter herinnering: in 2023 waren er 13 adviesaanvragen, in 2022 waren er 18 adviesdossiers en in 2021 eveneens 18). De alcoholsector blijft hiermee een derde van het totaal aantal adviesaanvragen over alle sectoren samen voor zijn rekening nemen.

Positief hierbij is dat de Jury ook in 2024 in geen enkel geval de voor advies voorgelegde reclame diende af te keuren, wat mogelijk duidt op een betere kennis van de toe te passen regels binnen de sector.

(Voor verslagen van voorgaande jaren: zie www.jep.be, rubriek “Extra info – Evaluatieverslagen voeding en alcohol”.)