

Evaluatieverslag 2025:

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”)/Jury voor Ethische Praktijken inzake 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 een eerste maal 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 laatsten 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 deze nieuwe bepalingen sinds 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 2025. Voor haar activiteiten tijdens de voorgaande jaren 2006-2024, 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 2025

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 2025 werden ingevolge adviesaanvragen 14 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken door de JEP behandeld.

	Media	Advies van de JEP	Termijn ¹ (kalenderdagen)
ALCOHOL- HOUDENDE DRANKEN	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	11
	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	8
	TV, Internet	Advies Jury: Afkeuring.	0 (dag zelf)
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	5
	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	4
	TV, Internet	Advies Jury: Goedkeuring.	1
	TV	Advies Jury: Afkeuring.	9

¹ De kolom “termijn” verwijst naar de doorlooptermijn nodig voor verwerking van het dossier door de JEP, vanaf opening dossier tot bekendmaking beslissing. (NB. Vakantieperiodes of het instellen van hoger beroep tegen een beslissing kunnen ertoe leiden dat de termijn langer is dan gemiddeld).

	TV	Advies Jury: Goedkeuring.	1
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	3
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	5
	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	5
	TV, Internet, Affiche	Advies Jury: Goedkeuring.	7
	TV	Advies Jury: Goedkeuring onder voorwaarden (Convenant).	1
	TV, Bioscoop	Advies Jury: Goedkeuring.	8
TOTAAL	14	Goedkeuring (evt. onder voorwaarden): 12 Afkeuring: 2	Gemiddeld: 4,9 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 2025 ingevolge klachten met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken 32 dossiers onderzocht. Het merendeel van de klachten was afkomstig van consumenten (17 dossiers). In 14 dossiers was de klacht afkomstig van een overheidsinstantie.

In 11 van de klachten afkomstig van overheidsinstanties had de klacht betrekking op de verplichtingen met betrekking tot de educatieve slogan (vermelding van de educatieve slogan en/of naleving van de grafische richtlijnen terzake).

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)	Termijn²
KARIBU DRINKS Karibu Drinks	Internet	Klacht consument: Art. 3.1, 4.2, 13, Bijlage B Convenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting Art. 3.1, 4.2, 12.1 + Bijlage B, 13 Convenant Expertise FOD: aanwezig.	<2w
MAGNUS WIJNEN Wijn	Internet	Klacht consument:	Klacht gegrond.	<2,5w

² De kolom “termijn” verwijst naar de doorlooptermijn nodig voor verwerking van het dossier door de JEP, vanaf opening dossier tot bekendmaking advies/beslissing. (NB. Vakantieperiodes of het instellen van hoger beroep tegen een beslissing kunnen ertoe leiden dat de termijn langer is dan gemiddeld).

		Art. 6, 12.1 + Bijlage B Convenant.	Beslissing tot wijziging/ stopzetting Art. 6.2, 6.4, 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	
CAMPARI Picon	Affiche	Klacht consument: Art. 2.1, 3 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2w
BRUSSELS BEER PROJECT Brussels Beer Project	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3w
KARIBU DRINKS Karibu Drinks	Internet	Klacht overheid: Art. 3.1, 3.5, 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 3.1, 3.5, 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
DE GIJZELSE MICROBROUWERIJ De Gijzelse Microbrouwerij	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<4w
IZICO BELGIUM – Bicky – TOUT BIEN Tout Bien	Internet	Klacht vereniging: Art. 2.1, 3.1, 4.1, 4.5, 12.1, 12.4 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<3w
COLRUYT Roséwijn	Affiche	Klacht consument: Art. 12.1, 12.3 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1, 12.3 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2w
BROUWERIJ DE POES Brouwerij De Poes	Internet	Klacht overheid: Art. 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting:	<1w

			Art. 4.2, 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	
BROUWERIJ VBDCK Kereel	Internet	Klacht consument: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1w
BROUWERIJ DE GLAZEN TOREN Prosecco	Internet	Klacht consument: Art. 12.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
AB INBEV Jupiler	TV	Klacht consument: Art. 3.5, 12.1 + Bijlage B, 12.2 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
ROULARTA – LIBELLE LEKKER Roséwijn	Magazine	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
BROUWERIJ VAN STEENBERGE Gulden Draak Cuvée Prestige	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
TUNGRI BEER & SPIRITS Tungri Beer & Spirits	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
PRIK&TIK Bier	Internet	Klacht overheid:	Klacht gegrond.	<1,5w

		Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	
BROUWERIJ VANDER GHINSTE Omer bier	Affiche	Klacht overheid: Art. 2.1, 4.1, 12.1 Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 2.1, 4.1, 12.1 Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<1w
VIVEN Bier. Whisky	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w
BIERE A LA FERME Bières	Internet	Klacht overheid: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant.	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 + Bijlage B Convenant. Expertise FOD: aanwezig.	<2w
AB INBEV Corona	Affiche	Klacht consument: Art. 3.3, 3.5, 4.2, 4.3, 4.4, 4.8 Convenant.	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w (eerste aanleg) <13,5w (hoger beroep + vakantieperi ode)
AB INBEV Jupiler	Magazine	Klacht consument: Alcoholconvenant art. 3.1, 3.5, Bijlage B	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<7w (vakantieperi ode)
CAMPARI Aperol Spritz	Internet	Klacht consument: Alcoholconvenant art. 4.2	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<2,5w (vakantieperi ode)
CHIMAY Bière de Chimay	Affiche	Klacht consument: Convention Alcool art. 12.3	Klacht gegrond.	<1,5w

			Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Convention Alcool art. 12.3 Expertise FOD: aanwezig.	
BROUWERIJ VBDCK Kerel Kaishaku	Andere	Klacht overheid: Alcoholconvenant artikel 3.1	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<4,5w (vakantieperi ode)
DUVEL MOORTGAT Liefmans on the rocks	Internet	Klacht overheid: Alcoholconvenant artikel 3.2 en artikel 6.2, EU Verordening artikel 4.3	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant artikel 3.2 en artikel 6.2, EU Verordening artikel 4.3 Expertise FOD: aanwezig.	<4,5w (vakantieperi ode)
ALKEN MAES Cristal	Affiche	Klacht consument: Art. 12.3 Alcoholconvenant	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w (eerste aanleg) <11w (hoger beroep)
CAMPARI Aperol	Affiche	Klacht consument: Art. 12.3 Alcoholconvenant	Klacht ongegrond. Geen opmerkingen Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w (eerste aanleg) <11w (hoger beroep)
COLRUYT Stella Artois	Affiche	Klacht consument: Art. 12.1 Alcoholconvenant	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Art. 12.1 Alcoholconvenant Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
PROXY DELHAIZE HELCHTEREN Wijn	Internet	Klacht consument: Alcoholconvenant art. 3.1, 12.1, 12.4	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant art. 3.1, 12.1, 12.4 Expertise FOD: aanwezig.	<1,5w
KSK STEENBRUGGE - GK WORLDWINES GK Worldwines	Internet	Klacht consument: Alcoholconvenant 12.1, 12.2, 12.4, 12.5 + Bijlage B	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant 12.1, 12.2, 12.4, 12.5 + Bijlage B	<2w

			Expertise FOD: aanwezig.	
BARRY Sodas alcoolisées	Internet	Klacht overheid: Alcoholconvenant 4.2, 12.1, annexe B	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant 4.2, 12.1, annexe B Expertise FOD: aanwezig.	<6w (vakantieperi ode)
DELHAIZE Champagne	Affiche	Klacht consument: Alcoholconvenant art. 12.3	Klacht gegrond. Beslissing tot wijziging/ stopzetting: Alcoholconvenant art. 12.3 Expertise FOD: aanwezig.	<1w
TOTAAL	32		Geen opmerkingen: 7 Beslissing tot wijziging/ stopzetting: 25	Gemiddeld in eerste aanleg: <2,5w

Samenvattende tabellen

In 2025 werden in totaal 46 dossiers met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken behandeld:

Verdeling:

Adviesaanvragen	Klachten	Totaal
14	32	46
30%	70%	100%

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

Advies Jury: Goedkeuring (evt. onder voorwaarden)	Advies Jury: Afkeuring	Totaal
12	2	14
86%	14%	100%

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

Geen opmerkingen	Advies van voorbehoud	Beslissing tot wijziging / stopzetting	Totaal
7	/	25	32
22%	0%	88%	100%

Gemiddelde duurtijd voor behandeling:

Adviesaanvragen	Klachten
4,9 kalenderdagen	< 2,5 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 – in 2025 opmerkelijk gestegen : 46 dossiers tegenover 13 dossiers in 2024, 25 dossiers in 2023 en 24 dossiers in 2022.

Het aantal klachtendossiers is verhoudingsgewijs gestegen zowel ten opzichte van het onmiddellijk voorgaande jaar als tegenover de eerdere periode (32 dossiers in 2025, tegenover 8 dossiers in 2024, 12 dossiers in 2023, en 6 dossiers in 2022).

Het dient hierbij te worden opgemerkt dat, in tegenstelling tot het voorgaande jaar (2024), de beslissing tot wijziging of stopzetting van de reclame genomen door de Jury in de meeste gevallen gebaseerd was op de overtreding van de bepalingen van het Alcoholconvenant inzake de vermelding van de educatieve slogan (vermelding van de educatieve slogan en/of naleving van de grafische richtlijnen terzake).

De Jury houdt er tevens aan om de vertegenwoordigers van de FOD Volksgezondheid die ook in 2025 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.

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

Het aantal adviesaanvragen (14) inzake alcoholreclame is eveneens gestegen ten opzichte van het onmiddellijk voorgaande jaar: 14 dossiers tegenover 5 in 2024. Het aantal blijft echter relatief stabiel tegenover de eerdere periode (ter herinnering: in 2023 waren er 13 adviesaanvragen en in 2022 waren er 18 adviesdossiers). De alcoholsector neemt hiermee meer dan de helft van het totaal aantal adviesaanvragen over alle sectoren samen voor zijn rekening.

De stijging van het aantal adviesaanvragen, waarvan slechts 2 tot een afkeuring door de Jury leidden, kan wijzen op een toegenomen sensibilisering binnen een deel van de sector. Verdere sensibilisering, met name bij kleinere spelers waar de interne expertise over de correcte toepassing van de regels van het Alcoholconvenant vaak beperkter is, blijft evenwel aangewezen.

Het aanzienlijke aantal negatieve beslissingen dat door de Jury in 2025 werd genomen ingevolge klachten met betrekking tot reclameboodschappen of marketingpraktijken inzake alcoholhoudende dranken (25 van de 32 beslissingen) kan wellicht mede verklaard worden door de nieuwe regels die de sector in 2024 heeft ingevoerd rond de vermelding van de educatieve slogan, waaraan de adverteerders zich dienden aan te passen.

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