



# Dossier LES JEUNES ET L'ALCOOL

## 1. La réglementation en vigueur

Analyse CODE

Mai 2011

La consommation de boissons alcoolisées, en comparaison avec celle de toute substance addictive comme la cigarette, le cannabis ou d'autres drogues, occupe une place particulière dans notre société. En effet, l'alcool est synonyme de détente, d'échanges, d'amusement, de plaisir, d'intégration sociale. Son commerce et sa consommation sont légalisés et fortement répandus. De ce fait, son accès est très aisé et la tolérance de l'entourage importante, faisant parfois même partie du quotidien. En effet, rien ne se célèbre, rien ne se fête sans un verre d'alcool : naissance, repas familial, mariage, promotion, visite de courtoisie,...

Cependant, la consommation d'alcool peut s'avérer problématique lorsqu'elle se pratique abusivement et de façon répétée, pouvant mener à la dépendance (ou l'addiction). On parlera alors d'alcoolisme. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) définit les comportements alcooliques comme tel : « *Les alcooliques sont des buveurs excessifs dont la dépendance à l'égard de l'alcool est telle qu'ils présentent, soit un trouble mental décelable, soit des manifestations affectant leur santé physique ou mentale, leurs relations avec autrui et leur bon comportement social et économique, soit des [symptômes] (...) de troubles de ce genre. Ils doivent être soumis à un traitement* »<sup>1</sup>. Une telle consommation problématique d'alcool concerne entre 5 et 10% de la population<sup>2</sup>. Si consommer de l'alcool ne conduit pas nécessairement à l'alcoolisme, il faut cependant être conscient des dangers sociaux et médicaux liés à sa consommation excessive. Il est en tous les cas important d'en informer correctement le public, et en particulier les jeunes –qui constituent un groupe d'âge particulièrement vulnérable–, comme le font certaines campagnes.

---

<sup>1</sup> ADOSEN- Prévention santé, *Dossiers : Alcool*, URL : <http://www.adosensante.com/interieur.php?page=dossier&id=14&quest=113>

<sup>2</sup> Voyez notamment le rapport du Conseil supérieur d'hygiène, "Les jeunes et l'alcool", 6 décembre 2006, p. 4.

Dans la législation internationale, la Convention internationale relative aux droits de l'enfant<sup>3</sup> consacre, en son article 24, le droit à la santé pour les enfants<sup>4</sup>. En outre, en son article 17, elle consacre un droit à l'information, précisant que les Etats doivent notamment « *favoriser l'élaboration de principes directeurs appropriés destinés à protéger l'enfant contre l'information et les matériels qui nuisent à son bien-être* ». Dès lors, s'agissant de la consommation d'alcool, l'Etat belge a l'obligation de faire en sorte que l'information diffusée à travers divers supports et médias ne conduise pas à encourager un comportement qui serait nuisible pour l'enfant lui-même<sup>5</sup>.

Notons que lorsque l'on parle de consommation d'alcool chez les jeunes, on parle le plus souvent de la population adolescente, comprise entre 15 et 20 ans, même si certaines études tiennent compte des jeunes à partir de 11 ans, et aussi que des pratiques familiales concernant des pré-adolescents<sup>6</sup>.

En Europe, un décès sur quatre parmi les 15-24 ans est imputable à l'alcool<sup>7</sup>. Mais bien avant ces situations extrêmes, des problèmes médicaux, psychologiques et/ou sociaux peuvent résulter d'une consommation excessive d'alcool. Responsabiliser la consommation d'alcool chez les jeunes relève donc bien d'un souci de santé publique.

En sa qualité d'association d'éducation permanente, la Coordination des ONG pour les droits de l'enfant (CODE) a souhaité se pencher sur la question de la consommation d'alcool par les jeunes, dans ses différentes dimensions. Trois analyses y sont consacrées. La présente décrit la réglementation belge en vigueur relative à la vente et la consommation d'alcool ainsi qu'à la publicité concernant les boissons alcoolisées. Une deuxième analyse s'attarde sur la réalité de la consommation d'alcool chez les jeunes, ainsi que sur les stratégies mises en œuvre par les publicitaires dans l'objectif de cibler plus particulièrement cette catégorie d'âge

---

<sup>3</sup> Cette convention émane des Nations Unies et date du 20 novembre 1989. Le texte est disponible dans son intégralité notamment sur <http://www.droitsenfant.com/cide.htm>.

<sup>4</sup> Son article 33 vise l'usage de stupéfiants et de substances psychotropes mais l'alcool ne peut pas y être compris car celui-ci ne vise que l'usage illicite de ces substances.

<sup>5</sup> Rappelons que la Convention internationale relative aux droits de l'enfant définit l'enfant comme toute personne entre 0 et 18 ans.

<sup>6</sup> Voyez notre deuxième analyse « La consommation en pratique », op. cit.

<sup>7</sup> P. ANDERSON, B. BAUMBERG, « Alcohol in Europe – a public health perspective, A report for the European Commission », UK, Institute of Alcohol Studies, 2006.

(adolescents et jeunes adultes)<sup>8</sup>. La troisième analyse se penche sur différentes actions de prévention existant en Belgique ; elle propose également les recommandations de la CODE dans le domaine<sup>9</sup>.

Avant de poursuivre plus avant notre analyse, nous souhaitons rappeler l'importance, lorsque l'on parle du problème de l'abus d'alcool, de ne pas stigmatiser l'ensemble des jeunes.

## **1. Législation nationale sur la vente et la consommation de boissons alcoolisées**

En Belgique, on peut se procurer librement de l'alcool. Cependant, un certain nombre de réglementations conditionne tant sa vente que sa consommation. S'agissant des mineurs d'âge, et plus particulièrement de leur consommation d'alcool, il faut savoir que rien ne punit le fait de consommer de l'alcool en tant que tel, si ce n'est l'arrêté-loi relatif à la répression de l'ivresse du 14 novembre 1939<sup>10</sup>, qui prévoit des sanctions en cas d'état d'ivresse sur la voie publique. Par contre, s'agissant de la vente de boissons alcoolisées, il existe une réglementation de la situation pour les mineurs d'âge. Cette législation était, jusqu'au mois de janvier 2010, peu claire et incomplète, créant la confusion chez certains vendeurs. C'est pourquoi il est intéressant d'analyser l'avant et l'après janvier 2010, date d'entrée en vigueur d'une nouvelle législation en la matière<sup>11</sup>.

### **a) Législation applicable avant 2010**

Sous l'ancienne législation relative à la vente d'alcool aux mineurs, il fallait distinguer différents lieux de vente, soumis à des régimes propres.

La législation concernant les débits de boissons (secteur Horeca) comportait d'une part l'arrêté-loi du 14 novembre 1939 relatif à la répression de l'ivresse et d'autre part, la loi du 28 décembre 1983 sur le débit de boissons spiritueuses et sur la taxe de patente. L'arrêté-loi de 1939 prévoyait qu'il était illégal de servir des boissons enivrantes de quelque type que ce soit

---

<sup>8</sup> Cette analyse, intitulée « Les jeunes face à l'alcool : 2. La consommation en pratique » (avril 2011), est également téléchargeable via le site de la CODE : [www.lacode.be](http://www.lacode.be).

<sup>9</sup> La troisième analyse de notre dossier « Les jeunes et l'alcool », qui porte le sous-titre « 3. Campagnes de prévention et recommandations » (avril 2011).

<sup>10</sup> Arrêté-loi du 14 novembre 1939 relatif à la répression de l'ivresse, *M.B.* du 14 novembre 1939, p.7726.

<sup>11</sup> Plus d'informations et analyse de la nouvelle législation sont disponibles sur le site [www.jeunesetalcool.be](http://www.jeunesetalcool.be).

à des jeunes de moins de 16 ans dans des cafés, hôtels ou restaurants, sous peine de sanctions<sup>12</sup>. La loi de 1983, quant à elle, interdisait le fait de servir à des mineurs d'âge, même à titre gratuit, des boissons spiritueuses à consommer sur place ou à emporter.<sup>13</sup>

La vente de boissons enivrantes<sup>14</sup> était donc interdite pour les mineurs de moins de 16 ans dans les débits de boissons. Aussi pouvait-on servir des boissons enivrantes aux mineurs entre 16 et 18 ans, mais pas des boissons spiritueuses<sup>15</sup>. L'obligation de se référer à d'autres lois afin de comprendre ce qu'il fallait entendre par boisson « enivrante » ou « spiritueuse » rendait cette législation peu claire et peu transparente.

La législation relative aux commerces de détail n'était réglementée, quant à elle, que par l'article 13 de la loi du 28 décembre 1983 précitée, qui visait « *la vente en quelque endroit que ce soit (débit, magasin, etc.) de boissons spiritueuses à emporter* ». Elle concernait donc seulement la vente de boissons spiritueuses et restait muette quant à la vente d'autres boissons alcoolisées ne rentrant pas dans cette catégorie. Ces dernières étaient dès lors délivrées sans restriction.

**Si l'on résume, avant janvier 2010, la vente d'alcool « fort » était interdite à tous les mineurs, ce quel que soit l'endroit. Par contre, les vins et bières ne pouvaient pas être servis à des mineurs de moins de 16 ans dans les débits de boissons mais pouvaient être mis en vente libre dans les commerces.**

Cette législation a créé une confusion dans le chef de certains commerçants. Le législateur a estimé nécessaire d'harmoniser la réglementation et d'interdire de manière identique toutes sortes de vente de tous types de boisson alcoolisée, y compris les bières et vins.

---

<sup>12</sup> Article 5 de l'arrêté-loi du 14 novembre 1939 op.cit, abrogé par la loi du 29 décembre 2009.

<sup>13</sup> Article 13 de la loi du 28 décembre 1983 sur le débit de boissons spiritueuses et la taxe de patente, *M.B.* du 30 décembre 1983, p. 16462.

<sup>14</sup> Une boisson enivrante est celle dont la teneur en alcool est suffisante pour parvenir à provoquer l'ivresse. On vise en fait les vins et les bières. En ce sens : Civ. Liège, 25 novembre 1960, Jur. Liège, 1960-61, p. 125 ; NOTTET A., « Alcool et protection des mineurs : un cadre normatif perfectible », in *Journal du droit des jeunes*, n° 297, septembre 2010, p. 30.

<sup>15</sup> L'article 1<sup>er</sup>, 5° de la loi du 28 décembre 1983 les définit par référence à la législation fiscale. On vise les alcools éthyliques (définition de l'article 16 de la loi du 7 janvier 1998 concernant la structure et les taux des droits d'accise sur l'alcool et les boissons alcoolisées), c'est-à-dire principalement les eaux de vie, whiskies, rhums, gins, genièvres, vodkas qui dépassent les 1.2% vol. et les vins, cidres, poirés, hydromels et autres boissons fermentées qui dépassent les 22% vol. Les alcopops (voir définition *infra*) en font donc partie.

Par ailleurs, cette législation n'était pas respectée. En effet, le CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) a effectué une étude en 2006<sup>16</sup> pour évaluer le respect de la législation en matière de vente d'alcool au moins de 18 ans et la possibilité de vendre de la bière aux mineurs. Pour ce faire, il a été demandé à des jeunes entre 12 et 14 ans d'essayer d'acheter de la bière et des alco pops<sup>17</sup> dans 153 points de vente. En cas de refus, ils devaient tester l'argument de l'achat pour le compte des parents.

Cette enquête a démontré que n'importe quel jeune de 12 ans ou presque pouvait se procurer des boissons alcoolisées. De plus, lorsqu'un point de vente refusait de vendre un alco pop, il refusait également de vendre de la bière et réciproquement. Pourtant, ces deux substances n'ont pas le même régime légal. Cela a mis en évidence une méconnaissance de la loi, et donc un non-respect de celle-ci.

Consciente du problème, la Conférence interministérielle du 13 juin 2005<sup>18</sup> a chargé la Cellule politique de santé en matière de drogue (CPSD) d'élaborer un « Plan d'action national contre l'alcool » (PANA) afin de poursuivre un triple objectif :

- Prévenir les dommages liés à l'alcool ;
- Combattre la consommation inadaptée, excessive et problématique d'alcool ;
- Élaborer une politique orientée vers les groupes et les situations à risques.

En 2007, suite à un état des lieux des pratiques en matière de consommation d'alcool, la CPSD a émis une série de recommandations avec l'aide d'experts. Malgré cela, il n'a pas été

---

<sup>16</sup> Etude du Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs (ci-après CRIOC) "La vente d'alcool aux moins de 18 ans", janvier 2006, disponible sur <http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/1623.pdf>.

<sup>17</sup> Il s'agit de « *boissons distillées sucrées dont la teneur en alcool est inférieure à 15% du volume, qui contiennent au moins 50 grammes de sucre par litre exprimé en sucre inverti ou une édulcoration équivalente, et qui sont mises dans le commerce sous forme de mélanges prêts à la consommation, en bouteilles ou dans d'autres récipients* », c'est-à-dire des limonades qui sont mélangées à un alcool fort. Cette définition provient du dossier « Alco pops. Sucrées et branchées, ces boissons alcooliques préconditionnées ne sont pas sans danger. Informations pour les parents et le corps enseignant », disponible sur [www.prevention.ch/alcopopsf.pdf](http://www.prevention.ch/alcopopsf.pdf).

<sup>18</sup> En Belgique, la politique en matière de santé publique repose sur un Accord de coopération entre l'Etat fédéral, les Communautés et les Régions. C'est dans ce cadre que, le 2 septembre 2002, un accord a été conclu visant à mettre en place un organe de concertation, qui se réunit au moins une fois par an au sein d'une conférence interministérielle, afin de concrétiser et harmoniser la politique en la matière. On veut par là éviter des réponses politiques multiples (7 ministres ont la santé publique dans leurs attributions) et se concentrer sur une politique intégrée, efficace et, surtout, coordonnée, globale.

possible d'aboutir à un véritable plan d'action. C'est pourquoi, lors de la Conférence interministérielle du 17 juin 2008, une « déclaration conjointe sur la politique future en matière d'alcool » a été déposée<sup>19</sup>, se basant toujours sur le triple objectif énoncé ci-dessus. L'idée majeure était de généraliser l'interdiction de la vente de bières et de vins aux mineurs de moins de 16 ans quel que soit le lieu de la vente.

Cette déclaration conjointe de 2008 a permis de mettre en évidence les problèmes existants au sein de la législation en vigueur (manques de clarté et de complétude) mais surtout de proposer des solutions. C'est en partie grâce à cela que la loi du 10 décembre 2009<sup>20</sup> portant des dispositions en matière de santé a pu être adoptée.

### **b) Législation applicable depuis le 1er janvier 2010**

L'incohérence de la législation en vigueur avait donc été relevée dans cette déclaration interministérielle de 2008 préconisant d'interdire la vente de vins et de bières aux mineurs de moins de 16 ans dans les commerces<sup>21</sup>. La loi du 10 décembre 2009 a effectivement permis de rendre cette législation plus complète et plus transparente.

Sur la forme, cette nouvelle loi permet de clarifier la situation puisqu'on se retrouve avec une seule et unique disposition réglementant la vente d'alcool aux mineurs. Les anciens articles<sup>22</sup> ont été abrogés et remplacés par une nouvelle disposition insérée à l'article 6 §6 de 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<sup>23</sup>.

Sur le fond, elle ne change pas l'ancien système, mais vient plutôt le compléter. En effet, le nouvel article 6 §6, alinéa 1<sup>er</sup> interdit de « *vendre, de servir ou d'offrir toute boisson ou produit ayant un titre alcoométrique acquis supérieur à 0.5% vol. aux jeunes de moins de seize ans* ». Cette règle va assez loin car elle ne limite plus l'interdiction aux commerces et à

---

<sup>19</sup> Déclaration conjointe des Ministres, qui ont la santé publique dans leurs attributions, sur la politique future en matière d'alcool du 17 juin 2008, *M.B.*, 17 juillet 2008, p. 37884.

<sup>20</sup> Loi du 10 décembre 2009 portant des dispositions en matière de santé, *M.B.* 31 décembre 2009 (entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2010).

<sup>21</sup> Le projet de loi fait expressément référence à la déclaration interministérielle du 17 juin 2008.

<sup>22</sup> L'article 13, alinéas 1 et 2 de la loi du 28 décembre 1983 et l'article 5 de l'arrêté-loi du 14 novembre 1939, *op. cit.*

<sup>23</sup> 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, *M.B.*, 08 avril 1977.

l'Horeca : elle s'applique à tout le monde et vise donc également les parents, la famille, les amis... Autrement dit, depuis son entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2010, **il est interdit à tout individu de servir un verre de boisson alcoolisée, quelle qu'elle soit, à une personne qui n'aurait pas atteint l'âge de 16 ans.**

La nouvelle législation précise qu'il est **interdit de vendre des alcools forts (obtenus par distillation, comme la vodka, le rhum, le porto, etc.) aux moins de 18 ans.**

Récemment, deux propositions de loi ont été déposées au Sénat. La première, datant du 19 mars 2010, vise à interdire la vente de spiritueux dans les magasins de nuit, les stations-services et le long des autoroutes<sup>24</sup>. Elle tend aussi à interdire la vente de tout alcool quel qu'il soit durant une certaine tranche horaire le long des autoroutes (de 0h à 7h). La seconde proposition de loi, du 4 octobre 2010, vise à interdire la présence de toute boisson alcoolisée dans les distributeurs automatiques de boissons<sup>25</sup>. En effet, un autre flou réside dans le fait que certaines boissons alcoolisées sont en vente dans des distributeurs automatiques. Il est dès lors peu aisé de contrôler les moins de 18 ans cherchant à obtenir des boissons spiritueuses par ce moyen-là. C'est pourquoi, début 2010, les contrôleurs du SPF Santé publique ont mené une action à grande échelle afin de faire retirer de ces distributeurs toutes les boissons alcoolisées ou, à défaut, d'installer un système d'identification pour contrôler l'âge de l'acheteur (lecteurs de carte d'identité ou de carte SIS, par exemple).<sup>26</sup>

Enfin, la Ministre fédérale des Affaires sociales et de la Santé publique avait le projet de déposer un projet de loi concernant les sanctions en cas de violation de cet article 6, §6<sup>27</sup>. En effet, la volonté du législateur est de prévoir des amendes administratives similaires à celles prévues en matière de vente de tabac aux mineurs de moins de 16 ans.

---

<sup>24</sup> Document législatif n°4, 1713/1 : <http://www.senate.be/www/?MIval=/publications/viewPubDoc&TID=67116411&LANG=fr>.

<sup>25</sup> Document législatif n°5, 212/1 : <http://www.senate.be/www/?MIval=/publications/viewPub&COLL=S&LEG=5&NR=212&PUID=83886242&LANG=fr>.

<sup>26</sup> « Contrôle sur la vente d'alcool aux jeunes : quels résultats? », CRIOC, 24 décembre 2010.

<sup>27</sup> Question orale de Mme Sabine de Bethune à la vice-première Ministre et Ministre des Affaires sociales et de la Santé publique sur « l'exécution de la loi du 10 décembre 2009 portant des dispositions relatives en diverses matières de santé » portant sur le problème que posent ces distributeurs automatiques et le problème des sanctions à cet égard (Annales parlementaires, *Sénat*, 2009-2010, 28 janvier 2010, n°4.-110).

## 2. *Soft law*<sup>28</sup> sur la régulation de la publicité concernant les boissons alcoolisées

Il est indéniable que la publicité a un impact sur les pratiques en matière d'alcool<sup>29</sup>. Or, la Belgique ne dispose pas d'une réglementation encadrant la publicité pour les boissons alcoolisées. Celle-ci reste dès lors soumise au droit commun de la publicité<sup>30</sup> et à des législations plus ciblées, mais ces instruments ne contiennent pas de dispositions spécifiques sur la publicité des boissons alcoolisées. Pourtant, il existe une directive européenne datant de 2007<sup>31</sup> qui comporte certains critères, en tous cas en ce qui concerne la publicité pour les boissons alcoolisées<sup>32</sup>. Les Etats membres avaient un délai de deux ans pour la transposer, soit jusqu'à décembre 2009.

En Belgique, ce sont les Communautés qui sont compétentes en matière de radiodiffusion et de télévision. La directive « *Services de médias audiovisuels* » est en partie mise en œuvre via 3 décrets communautaires. Cependant, seul le législateur fédéral peut transposer les dispositions de cette directive relative aux communications commerciales pour l'alcool<sup>33</sup>. A cet égard, une disposition légale permet d'adopter un arrêté royal pour réglementer cette matière<sup>34</sup>. Cela n'a cependant jamais été réalisé. Notre pays manque dès lors en partie à son obligation de transposition puisqu'à ce jour, aucune réglementation générale n'existe contre la publicité en faveur de l'alcool.

---

<sup>28</sup> Ce terme désigne « des règles dont la valeur normative serait limitée soit parce que les instruments qui les contiennent ne seraient pas juridiquement obligatoires, soit parce que les dispositions en cause, bien que figurant dans un instrument contraignant, ne créeraient pas d'obligation de droit positif, ou ne créeraient que des obligations peu contraignantes » (J.CAZALA, *Le rôle du soft law dans l'interprétation du droit international*, URL : [http://anale drept.utm.ro/Lucrari/2009/2009\\_articol\\_04.pdf](http://anale drept.utm.ro/Lucrari/2009/2009_articol_04.pdf), p.42).

<sup>29</sup> Voyez notamment le rapport du Conseil supérieur d'hygiène "Les jeunes et l'alcool", 6 décembre 2006.

<sup>30</sup> Arrêté royal du 17 avril 1980 concernant la publicité pour les denrées alimentaires, *M.B.*, 06 mai 1980.

<sup>31</sup> Directive (CE) n°89/552 « Télévision sans frontières », du 3 octobre 1989. Elle a été révisée par la directive (CE) n°2007/65 « Services des médias audiovisuels », du 11 décembre 2007 (J.O.U.E., n°L.95, 15 avril 2010), afin de prendre en compte les développements techniques qui sont intervenus depuis.

<sup>32</sup> Principalement les articles 9 et 22 : l'article 9 §1<sup>er</sup>, e) dispose que « *les communications commerciales audiovisuelles relatives à des boissons alcooliques ne doivent pas s'adresser expressément aux mineurs* » et l'article 22, a) dispose que la communication commerciale « *ne peut pas être spécifiquement adressée aux mineurs et, en particulier, présenter des mineurs consommant ces boissons* ».

<sup>33</sup> Voir les arrêts de la Cour d'Arbitrage n°102/99 du 30 septembre 1999 et n°109/2000 du 31 octobre 2000 qui vont dans ce sens.

<sup>34</sup> L'article 7 §2 de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires dispose que « *Le Roi peut, dans l'intérêt de la santé publique, réglementer et interdire la publicité concernant l'alcool et les boissons alcoolisées* ».



Le Ministre de la Santé publique de l'époque a tenté de remédier à cette situation<sup>35</sup>, en étant à l'origine d'une convention de *soft law*, d'autorégulation, signée par l'ensemble du secteur, c'est-à-dire tant les producteurs de boissons alcoolisées, que le secteur Horeca, les organisations de consommateurs et le Jury d'éthique publicitaire. Il s'agit de la convention, dite « *Convention Arnoldus* », du 12 mai 2005 en matière de conduite et de publicité des boissons contenant de l'alcool<sup>36</sup>. Elle précise qu'une boisson est « alcoolisée » lorsqu'elle comporte 1.2% vol. d'alcool. On peut d'ores et déjà s'étonner du manque de cohérence avec la terminologie de la loi du 10 décembre 2009 qui vise quant à elle toute boisson qui comporte minimum 0.5% vol.

Cette « *Convention Arnoldus* » précise également des règles claires et précises destinées à être appliquées et respectées directement par les annonceurs publicitaires, mais aussi un système de contrôle *a posteriori* pour vérifier son respect. Ce contrôle revient au Jury d'éthique publicitaire (JEP), mais les sanctions ne sont pas contraignantes. De plus, on peut se demander si le fait de confier ce contrôle au secteur publicitaire lui-même rend réellement efficace ce système. En effet, le JEP est lui-même composé de publicitaires...

Enfin, le champ d'application de cette convention est extrêmement large puisqu'elle vise toute publicité relative aux boissons alcoolisées, quel que soit le support (Internet, cinéma, presse écrite, radio, télévision,...). Alors que certaines règles ont pour but de protéger tous les consommateurs des méfaits de l'alcool, d'autres s'attachent spécifiquement à la protection des mineurs<sup>37</sup>.

Ainsi, en vertu de la « *Convention Arnoldus* », les publicités relatives à l'alcool doivent respecter certains impératifs tels que par exemple :

- Ne pas inciter ou encourager une consommation irréfléchie, exagérée ou illégale (art. 3.1) ;
- Ne pas suggérer que la consommation d'alcool mène à la réussite sociale ou professionnelle ou sexuelle ou augmente les performances sportives (art. 3.1 à 3 ; 6.2, 6.4 ; 8 et 9) ;

---

<sup>35</sup> Proposition relative à la consommation d'alcool pour les mineurs, texte adopté en séance plénière le 3 mars 2005, Doc. Parl., *Chambre*, 2004-2005, n°51-1107/7, qui appelle notamment en son point I à une réglementation plus stricte de la publicité en faveur de l'alcool.

<sup>36</sup> Disponible sur [http://jep.be/media/pdf/code\\_sectoriel/alcohol\\_fr.pdf](http://jep.be/media/pdf/code_sectoriel/alcohol_fr.pdf).

<sup>37</sup> Ses articles 4 et 11 notamment.

- Ne pas cibler les mineurs d'âge ni les mettre en scène (art. 4.1) ou utiliser des personnages qui sont en vogue auprès des mineurs (art. 4.5) ;
- Ne pas présenter la consommation d'alcool comme un signe de maturité et la non-consommation comme signe d'immatunité (art. 4.3) ;
- Mentionner clairement la teneur en alcool (art. 10) ;
- Contenir le slogan « Notre savoir-faire se déguste avec sagesse » ou « Une bière brassée avec savoir se déguste avec sagesse » (art. 11.1).

Il faut préciser que cette convention comporte des dispositions qui régissent la distribution de boissons alcoolisées, mais que celles visant les mineurs sont rendues partiellement caduques depuis l'entrée en vigueur de la loi du 10 décembre 2009 portant des dispositions diverses en matière de santé<sup>38</sup>.

Il existe d'autres instruments de *soft law* bien qu'ayant une moindre importance par rapport à cette « *Convention Arnoldus* ». Pour information, il s'agit notamment de la Charte de la European Spirits Organisation<sup>39</sup> du 2 décembre 2005 pour une consommation responsable de l'alcool et des Normes communes pour les communications commerciales du European Forum for Responsible Drinking de 2008<sup>40</sup>. Il existe également une recommandation (CE) n° 2001/458 du Conseil de l'Europe du 5 juin 2001<sup>41</sup> concernant la consommation d'alcool chez les jeunes, notamment les enfants et les adolescents.

**Nous vous invitons à poursuivre la lecture de notre dossier sur les jeunes et l'alcool à travers deux autres analyses, portant respectivement sur la consommation en pratique<sup>42</sup>, et les campagnes de prévention<sup>43</sup>, ainsi que proposant les recommandations des ONG en cette matière.**

---

<sup>38</sup> NOTTET A., « Alcool et protection des mineurs : un cadre normatif perfectible », in *Journal du droit des jeunes*, n° 297, septembre 2010, p. 31.

<sup>39</sup> Les articles 2 et 4 visent spécifiquement les mineurs. Cette charte est disponible sur [http://www.europeanspirits.org/documents/ceps\\_charte\\_-fr1.pdf](http://www.europeanspirits.org/documents/ceps_charte_-fr1.pdf)

<sup>40</sup> Disponibles sur <http://efrd.org/efrdinaction/docs/CommStand-08-FR.pdf>.

<sup>41</sup> J.O.C.E., L.161, 16 juin 2001, p. 38.

<sup>42</sup> CODE, « Les jeunes et l'alcool. 2. La consommation en pratique », mai 2011, [www.lacode.be](http://www.lacode.be).

<sup>43</sup> CODE, « Les jeunes et l'alcool. 3. Campagnes de prévention et recommandations », mai 2011, [www.lacode.be](http://www.lacode.be)

## Principales sources utilisées

CAPOUET M., « Aspects législatifs de la prévention de l'alcool en Belgique », Bruxelles, SPF Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement, septembre 2008.

COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, « Alcool, tabac et cannabis : quels consommateurs sommes-nous ? », *Faits & Gestes*, Revue trimestrielle du Ministère de la Communauté française, Bruxelles, été 2006.

COUTERON, J.-P., « Grandir parmi les addictions, quelle place pour l'éducation », *Psychotropes*, vol. 15 n° 4, Bruxelles, avril 2009.

CENTRE PERMANENT POUR LA CITOYENNETÉ ET LA PARTICIPATION (CPCP), « Jeunes et alcool : mieux vaut prévenir que guérir », Marche-en-Famenne, décembre 2007.

CPCP, « Jeunes, publicité et alcool : un cocktail détonnant », Marche-en-Famenne, juin 2008.

CENTRE DE RECHERCHE ET D'INFORMATION DES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS (CRIOC), « La consommation d'alcool chez les jeunes – Quelles stratégies commerciales ? », Bruxelles, 2004, disponible sur <http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/1140.pdf>.

CRIOC, « La vente d'alcool aux moins de 18 ans », Bruxelles, janvier 2006, disponible sur <http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/1623.pdf>.

CRIOC, « Les boissons énergisantes », Bruxelles, 2010, disponible sur <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/5054fr.pdf>.

CRIOC, « Jeunes et alcool », Bruxelles, avril 2010, disponible sur <http://www.crioc.be/FR/doc/info/dujour/document-5469.html>.

CRIOC, « Contrôle sur la vente d'alcool aux jeunes : quels résultats ? », Bruxelles, décembre 2010, disponible sur <http://www.crioc.be/FR/doc/info/dujour/document-5469.html>.

CONSEIL SUPÉRIEUR D'HYGIÈNE, « Les jeunes et l'alcool », Bruxelles, 6 décembre 2006, via [www.fgov.be](http://www.fgov.be).

DE BOCK C., « Ne vous racontez pas d'histoires – Une campagne nationale pour sensibiliser les jeunes aux problèmes de l'alcool », *Education Santé*, n° 246, Bruxelles, juin 2009.

FERNANDEZ S., « Hors-média : quand la pub avance masquée », deuxième partie, Nîmes, novembre 2001, disponible sur [www.econovateur.com](http://www.econovateur.com).

INFOR-DROGUES, « L'alcool et les jeunes. Nouvelles règles, quelle efficacité ? », Bruxelles, 2010, brochure disponible sur demande via le site [www.infordrogues.be](http://www.infordrogues.be).

INSTITUT SUISSE DE PRÉVENTION DE L'ALCOOLISME ET AUTRES TOXICOMANIES, « Alcopops : Sucrées et branchées, ces boissons alcooliques préconditionnées ne sont pas sans danger », *Informations pour les parents et le corps enseignant*, Lausanne, 2004.

LIGUE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE L'EDUCATION PERMANENTE, Dossier « Les jeunes et l'alcool... un vrai problème ? », *Eduquer*, Bruxelles, mai 2010.

MÉDIA ANIMATION, « Les publicitaires savent pourquoi », *Les dossiers de l'éducation aux médias*, Bruxelles, 2006.

NORRO M. ET VLAEMINCK N., « L'alcool et les jeunes, étude contextuelle et axes pratiques », Bruxelles, décembre 2008 – novembre 2009, disponible sur [www.infordrogues.be](http://www.infordrogues.be).

NOTTET A., « Alcool et protection des mineurs : un cadre normatif perfectible », *Journal du Droit des Jeunes*, n° 297, Liège, septembre 2010.

PROSPECTIVE JEUNESSE, « Les actes du colloque du 19 mai 2004 – Les jeunes et l'alcool, vers un réseau », *Les Cahiers de Prospective jeunesse*, Numéro spécial, volume 9, n° 3, Bruxelles, septembre 2004.

*Cette analyse a été réalisée par la Coordination des ONG pour les droits de l'enfant (CODE) et représente la position de la majorité de ses membres. Elle repose sur un travail de recherche effectué par Sibylle Berhin, stagiaire à la CODE en 2011.*

*La CODE est un réseau d'associations ayant pour objectif de veiller à la bonne application de la Convention relative aux droits de l'enfant en Belgique. En font partie : Amnesty international, ATD Quart Monde, BADJE (Bruxelles Accueil et Développement pour la Jeunesse et l'Enfance), le BICE (Bureau International Catholique de l'Enfance) Belgique, le Conseil de la Jeunesse, DEI (Défense des enfants international) Belgique section francophone, ECPAT (End Child Prostitution and Trafficking of Children for sexual purposes), la Ligue des droits de l'Homme, la Ligue des familles, Plan Belgique et UNICEF Belgique. La CODE a notamment pour objet de réaliser un rapport alternatif sur l'application de la Convention qui est destiné au Comité des droits de l'enfant des Nations Unies. De plus amples informations peuvent être obtenues via notre site. [www.lacode.be](http://www.lacode.be)*

*Rue Marché aux Poulets 30 à 1000 Bruxelles*

[www.lacode.be](http://www.lacode.be)

*Avec le soutien du Ministère de la Communauté française.*