

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

23 mai 2024

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 ce qui concerne l'alcool et les boissons alcoolisées

Auditions**Rapport**

fait au nom de la commission de la Santé et de l'Égalité des chances
par

Mmes **Barbara Creemers** et
Dominiek Sneppe

Sommaire**Pages**

I. Audition du 6 janvier 2021	3
II. Audition du 11 janvier 2021	33

Voir:

Doc 55 **0299/ (S.E. 2019):**

- 001: Proposition de loi de Mme Muylle et consorts.
002: Amendement.

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

23 mei 2024

WETSVOORSTEL

tot wijziging 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 wat alcohol en alcoholhoudende dranken betreft

Hoorzittingen**Verslag**

namens de commissie voor Gezondheid en Gelijke Kansen
uitgebracht door

de dames **Barbara Creemers** en
Dominiek Sneppe

Inhoud**Blz.**

I. Hoorzitting van 6 januari 2021	3
II. Hoorzitting van 11 januari 2021	33

Zie:

Doc 55 **0299/ (B.Z. 2019):**

- 001: Wetsvoorstel van mevrouw Muylle c.s.
002: Amendement.

12483

**Composition de la commission à la date de dépôt du rapport/
Samenstelling van de commissie op de datum van indiening van het verslag**
Président/Voorzitter: Roberto D'Amico

A. — Titulaires / Vaste leden:

N-VA	Mieke Claes, Kathleen Depoorter, Frieda Gijbels
Ecolo-Groen	Séverine de Laveleye, Laurence Hennuy, Kathleen Pisman
PS	Patrick Prévot, Hervé Rigot, Laurence Zanchetta
VB	Steven Creyelman, Dominiek Snelpe
MR	Daniel Bacquelaine, Caroline Taquin
cd&v	Nawal Farih
PVDA-PTB	Roberto D'Amico
Open Vld	Robby De Caluwé
Vooruit	Karin Jiroflée

B. — Suppléants / Plaatsvervangers:

Björn Anseeuw, Tomas Roggeman, Darya Safai, Valerie Van Peel
Barbara Creemers, Louis Mariage, Simon Moutquin, Eva Platteau
Chanelle Bonaventure, Jean-Marc Delizée, Sophie Thémont
Nathalie Dewulf, Kurt Ravyts, Hans Verreyt
Michel De Maegd, Benoît Piedboeuf, Florence Reuter
Nathalie Muylle, Els Van Hoof
Sofie Merckx, Nadia Moscufo
Tania De Jonge, Goedeke Liekens
Gitta Vanpeborgh, Kris Verduyck

C. — Membres sans voix délibérative / Niet-stemgerechtigde leden:

Les Engagés	Catherine Fonck
DéFI	Sophie Rohonyi

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
PS	: Parti Socialiste
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
cd&v	: Christen-Democratisch en Vlaams
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Open Vld	: Open Vlaamse liberalen en democraten
Vooruit	: Vooruit
Les Engagés	: Les Engagés
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant
INDEP-ONAFH	: Indépendant – Onafhankelijk

Abréviations dans la numérotation des publications:		Afkorting bij de nummering van de publicaties:	
DOC 55 0000/000	Document de la 55 ^e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 55 0000/000	Parlementair document van de 55 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA	Questions et Réponses écrites	QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral	CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag
CRABV	Compte Rendu Analytique	CRABV	Beknopt Verslag
CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)	CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaalde beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)
PLEN	Séance plénière	PLEN	Plenum
COM	Réunion de commission	COM	Commissievergadering
MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beigegekleurig papier)

I. — AUDITION DU 6 JANVIER 2021

A. Exposés introductifs

1. *Exposé de Mme Katleen Peleman, directrice du Centre d'expertise flamand en matière d'alcool et autres drogues (Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs – VAD)*

1.1. Exposé

Mme Katleen Peleman aborde, en sa qualité de directrice du VAD, l'utilité des mesures visant à limiter la disponibilité de l'alcool et à réglementer la publicité.

Les propositions de loi DOC 55 0299/001, DOC 55 1116/001 et DOC 55 1550/001 reviennent sur le projet du Plan Alcool 2014-2018. C'est une bonne chose car nous avons besoin d'un cadre intégral et attractif en matière d'alcool. Notre pays n'a pas besoin de réinventer l'eau chaude pour autant, parce qu'au niveau international, il y a un solide document de base, à savoir le *Plan d'action européen visant à réduire l'usage nocif de l'alcool 2012-2020* de l'Organisation mondiale de la Santé. Dans ce plan, l'OMS souligne que le premier domaine d'action est le "*leadership*": les autorités à tous les niveaux politiques doivent demander l'engagement et la participation de tous les acteurs de la société.

Mme Peleman renvoie par ailleurs également à deux autres documents récents de l'Organisation mondiale de la Santé qui portent sur l'alcool, à savoir:

— le document de travail pour le développement d'un plan d'action afin de renforcer la mise en œuvre de la *Stratégie mondiale visant à réduire l'usage nocif de l'alcool* (novembre 2020);

— et le Bureau régional de l'Europe, Fiche – Objectifs de Développement durable, Santé, Consommation d'alcool et développement durable (2020). (*Factsheet – Sustainable Development Goals: health targets, Alcohol consumption and sustainable development* (2020)).

1.2. *Éléments pour une politique efficace en matière d'alcool*

Pour en arriver à une politique efficace en matière d'alcool, il est important non seulement d'adopter des mesures isolées, mais aussi de viser un plan de politique intégral. Pour adopter un tel plan, un large soutien de la société est indispensable, étant donné que les mesures en matière de consommation d'alcool touchent la vie de presque tout le monde.

I. — HOORZITTING VAN 6 JANUARI 2021

A. Inleidende uiteenzettingen

1. *Uiteenzetting van mevrouw Katleen Peleman, directeur van het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs (VAD)*

1.1. Inleiding

Mevrouw Katleen Peleman bespreekt als directeur van het VAD de zin en onzin van maatregelen om de beschikbaarheid van alcohol te beperken en reclame te reguleren.

De wetsvoorstellen DOC 55 0299/001, DOC 55 1116/001 en DOC 55 1550/001 berusten op het ontwerp van alcoholplan 2014-2018. Dat is een goede zaak, want er is nood aan een integraal en wervend kader inzake alcohol. Ons land hoeft daarvoor het warm water niet uit te vinden, want op internationaal vlak is er een sterk basisdocument, namelijk het *European action plan to reduce the harmful use of alcohol 2012-2020* van de Wereldgezondheidsorganisatie. In dat plan benadrukt de WHO dat het eerste actiedomein "*Leiderschap*" is; de overheden op alle beleidsniveaus moeten de betrokkenheid en de inzet van alle maatschappelijke actoren vragen.

Mevrouw Peleman verwijst verder ook naar twee actuele documenten van de Wereldgezondheidsorganisatie met betrekking tot alcohol, namelijk:

— het *Working document for development of an action plan to strengthen implementation of the Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol* (november 2020);

— en het *Regional office for Europe, Factsheet – Sustainable Development Goals: health targets, Alcohol consumption and sustainable development* (2020).

1.2. *Ingrediënten voor een effectief alcoholbeleid*

Om tot een effectief alcoholbeleid te komen, is het belangrijk dat er niet enkel geïsoleerde maatregelen worden genomen, maar dat naar een integraal beleidsplan wordt gestreefd. Voor een dergelijk plan is een maatschappelijk draagvlak onontbeerlijk, aangezien alcoholmaatregelen het leven van haast iedereen raken.

Les trois éléments d'une politique efficace en matière d'alcool sont:

- la réglementation;
- l'assistance;
- la prévention.

Les propositions de loi examinées abordent le premier élément, à savoir la réglementation. L'Organisation mondiale de la Santé avance sur ce plan trois "*best buys*" – les mesures ayant le meilleur rapport coût-bénéfices – à savoir, une augmentation des prix, une interdiction ou une restriction de la publicité et une limitation de l'offre.

Le fil rouge de toute la discussion sur l'alcool devrait être que l'alcool n'est pas une marchandise ordinaire. Les dommages sociaux causés par la consommation d'alcool sont considérables. En outre, pas moins de deux cents maladies sont liées à l'alcool. Pour quarante d'entre elles, on sait qu'elles sont dues à 100 % à la consommation d'alcool.

1.2.1. Prévention

Une politique de prévention doit être composée de plusieurs éléments. D'une part, cette politique doit être menée au niveau local, parce que c'est à ce niveau-là que l'on peut y associer différents secteurs de la société, comme le sport, l'enseignement, les parents, etc. Tout cela doit cependant être soutenu au niveau national, au travers de grandes campagnes médiatiques pour augmenter le soutien de la population. Parallèlement, une législation et une fiscalité doivent être adoptées au niveau national, avec un contrôle de leur mise en œuvre.

1.2.2. Assistance

En ce qui concerne l'assistance, il est important d'identifier le plus rapidement possible (intervention précoce) les personnes avec une consommation problématique ou à risque, de les encourager à changer de comportement et, le cas échéant, de les orienter vers un traitement.

Par ailleurs, des mesures doivent être prises pour réduire l'écart de traitement (*treatment gap*). D'après une étude du Centre fédéral d'expertise des soins de santé (KCE), il existe chez les personnes avec un problème d'alcool un écart de dix-huit ans entre le moment où elles se rendent compte qu'elles ont un problème et le moment où elles décident de demander de l'aide.

1.2.3. Réglementation

1.2.3.1. Prix

Le premier des "*best buys*" recommandé par l'OMS est l'augmentation du prix de l'alcool. C'est la mesure la moins populaire mais aussi la plus efficace pour

De drie ingrediënten voor een effectief alcoholbeleid zijn:

- regulering;
- hulpverlening;
- preventie.

De wetsvoorstellen die ter bespreking voorliggen bespreken het eerste ingrediënt, namelijk de regulering. De Wereldgezondheidsorganisatie schuift op dit vlak drie "*best buys*" – de meest kostenefficiënte maatregelen – naar voren, namelijk de prijsverhoging, een reclameverbod of -beperking en de beperking van het aanbod.

Een rode draad doorheen heel de discussie over alcohol zou moeten zijn dat alcohol geen gewone koopwaar is. De maatschappelijke schade die veroorzaakt wordt door alcoholgebruik is aanzienlijk. Bovendien zijn maar liefst tweehonderd ziektes gelinkt aan alcohol. Van veertig van die ziektes weet men dat ze voor 100 % te wijten zijn aan alcoholgebruik.

1.2.1. Preventie

Een preventiebeleid moet uit meerdere componenten bestaan. Enerzijds moet dat beleid op lokaal niveau worden gevoerd, omdat daarbij de verschillende maatschappelijke sectoren kunnen worden betrokken, zoals sport, onderwijs, ouders enzovoort. Dat alles moet echter op landelijk niveau worden ondersteund, door middel van grote mediacampagnes om het maatschappelijk draagvlak te vergroten. Daarnaast moet er op landelijk niveau wetgeving en taxatie worden ingevoerd, en moet de toepassing van die wetgeving worden gecontroleerd.

1.2.2. Hulpverlening

Op het vlak van hulpverlening is het belangrijk om mensen met een riskant of problematisch gebruik zo vroeg mogelijk te identificeren (vroeginterventie), hen te motiveren tot gedragsverandering en indien nodig door te verwijzen voor een behandeling.

Daarnaast moeten er stappen worden ondernomen om de "*treatment gap*" te verkleinen. Volgens een studie van het KCE zit er bij personen met een alcoholprobleem namelijk achttien jaar tussen het moment waarop zij beseffen dat ze een probleem hebben en het moment waarop ze besluiten hulp te zoeken.

1.2.3. Regulering

1.2.3.1. Prijs

De eerste van de drie *best buys* die de WHO naar voren schuift, is de prijsverhoging van alcohol. Dit is de minst populaire, maar ook de meest effectieve maatregel

décourager la consommation d'alcool. Cette mesure est surtout efficace pour les gros buveurs, mais le buveur modéré en ressent aussi les effets à condition que l'augmentation du prix soit substantielle.

Des petites augmentations de prix progressives ont beaucoup moins d'impact, étant donné que le revenu moyen des personnes augmente aussi systématiquement. La mesure doit être prise pour toutes les boissons alcoolisées en même temps, pour éviter un déplacement de la consommation.

Il est également important d'obtenir une large adhésion de la société à l'augmentation du prix au travers de campagnes de sensibilisation.

Le prix de l'alcool est actuellement très bas en Belgique. Les produits les moins chers sont non seulement largement consommés par les gros buveurs mais aussi par les jeunes.

1.2.3.2. Publicité

On peut intervenir de différentes manières au niveau de la publicité pour l'alcool. Les pouvoirs publics peuvent ainsi opter pour une interdiction totale de la publicité pour l'alcool. Une autre possibilité est une interdiction partielle dans des endroits bien précis, comme les terrains de sport, ou à certaines heures du jour.

Une discussion souvent récurrente porte sur la restriction légale de la publicité par rapport à une autorégulation du secteur. Une analyse faite par le VAD et portant sur une autorégulation au Royaume-Uni a cependant montré que cette deuxième option n'était pas très efficace.

Tous les types de médias jouent un rôle important en matière de publicité pour l'alcool. Pour certains médias, comme les médias sociaux, il est difficile d'en contrôler la diffusion.

Enfin, quand on réglemente la publicité, il ne faut pas oublier de réglementer le placement des produits et les promotions. Pour le VAD, la distribution gratuite de boissons devrait être interdite.

Dans le débat autour de la publicité pour l'alcool, on s'inquiète souvent de son influence néfaste sur les jeunes. L'EUCAM, le Centre européen de surveillance du marketing de l'alcool, a constaté que le marketing de l'alcool avait un impact clair sur les habitudes de consommation des mineurs. La recherche montre cependant qu'il n'est pas efficace de limiter uniquement la publicité à destination des jeunes. Les mineurs sont en effet aussi exposés à la publicité qui vise les adultes, par exemple, dans les supermarchés. De plus, les adolescents les

om alcoholgebruik te ontmoedigen. Deze maatregel is vooral effectief met betrekking tot zware drinkers, maar ook de matige drinker voelt de impact ervan, op voorwaarde dat de prijsverhoging substantieel is.

Kleine, geleidelijke prijsverhogingen hebben veel minder effect, aangezien ook het gemiddeld inkomen van mensen stelselmatig toeneemt. De maatregel moet tegelijk voor alle alcoholische dranken worden genomen, om een verschuiving van de consumptie te voorkomen.

Het is ook belangrijk dat er een maatschappelijk draagvlak voor de prijsverhoging wordt gecreëerd, door middel van sensibiliseringscampagnes.

Momenteel is de prijs van alcohol in België zeer laag. De allergeedkoopste producten worden niet alleen zeer veel geconsumeerd door zware drinkers, maar ook door jongeren.

1.2.3.2. Reclame

Men kan op verschillende manieren omgaan met alcoholreclame. Zo kan de overheid opteren voor een totaalverbod op alcoholreclame. Een andere mogelijkheid is een gedeeltelijk verbod op bepaalde locaties, zoals sportvelden, of op bepaalde uren van de dag.

Een vaak terugkerende discussie is de discussie over het wettelijk aan banden leggen van reclame versus zelfregulering door de sector. Uit een analyse van het VAD met betrekking tot de zelfregulering in het Verenigd Koninkrijk blijkt echter dat deze tweede optie niet erg effectief is.

Alle soorten media spelen een belangrijke rol wanneer het gaat over alcoholreclame. Bij sommige media, zoals de sociale media, is het moeilijk om grip te krijgen op de verspreiding van reclame.

Wanneer men de reclame reguleert, mag men ten slotte ook de regulering van productplacement en verkooppromoties niet vergeten. Voor het VAD zou het weggeven van gratis drank verboden moeten worden.

In het debat over alcoholreclame wordt vaak bezorgdheid geuit over de nefaste invloed ervan op jongeren. EUCAM, het Europese monitoringsagentschap voor alcoholmarketing, heeft vastgesteld dat alcoholmarketing een duidelijke impact heeft op het drinkpatroon van minderjarigen. Onderzoek toont echter aan dat het niet effectief is enkel de op minderjarigen gerichte reclame te beperken. Minderjarigen worden immers ook blootgesteld aan reclame die gericht is op volwassenen, bijvoorbeeld in de supermarkt. Bovendien voelen oudere tieners zich

plus âgés se sentent plutôt concernés par le marketing à destination des jeunes adultes.

Le VAD est d'avis qu'au niveau de la publicité pour l'alcool, les autorités publiques peuvent aller un pas plus loin que les mesures envisagées dans les propositions de loi. À cette fin, il est intéressant de voir ce qui est déjà réglementé dans les autres pays européens. La France connaît ainsi elle depuis des années la loi *Évin*, qui interdit notamment les images d'ambiance dans la publicité pour l'alcool.

1.2.3.3. Restriction de l'offre

Ce troisième *best buy* peut aussi être mis en œuvre de différentes façons. On peut par exemple envisager l'instauration d'une limite d'âge, une restriction des heures pendant lesquelles la vente d'alcool est autorisée, une limitation des endroits où l'on trouve des boissons alcoolisées et une interdiction de la consommation d'alcool dans certaines situations, comme la circulation routière, la grossesse, etc.

Dans les documents de l'OMS, il est régulièrement indiqué qu'il est très efficace de limiter les endroits où des boissons alcoolisées sont disponibles, comme dans les distributeurs automatiques, les stations-services et les magasins de nuit. Cela permet de réduire les achats dits impulsifs.

La question de la modification de l'âge légal n'est pas abordée dans les propositions de loi. Le VAD estime cependant que la règle actuelle n'est pas étayée scientifiquement. Elle est difficile à faire passer auprès de la population et elle est en outre compliquée à appliquer et à contrôler.

Disponibilité dans les magasins de nuit

Pour ce qui est de la disponibilité dans les magasins de nuit, l'oratrice constate que cette disponibilité de l'alcool à toute heure du jour et de la nuit a des conséquences très néfastes. Il est vrai aussi que les jeunes boivent déjà considérablement avant d'atteindre leur destination de sortie.

Une enquête du VAD auprès des élèves pour l'année scolaire 2017-2018 (34 600 répondants) a révélé que 36 % des jeunes âgés de 12 à 18 ans boivent souvent beaucoup avant de sortir. Ce chiffre monte à 53 % pour les 17-18 ans. Il n'y a pas de différence entre filles et garçons.

Ces constatations ont incité le VAD à mener une enquête séparée auprès des 12-26 ans sur le fait de boire avant de sortir. Il en ressort que deux fois sur trois (65 %), cela se fait chez des amis, à la maison. Les hommes boivent plus et plus souvent que les femmes.

eerder aangesproken door marketing die gericht is op jongvolwassenen.

Het standpunt van het VAD is dat de overheid met betrekking tot alcoholreclame een stapje verder kan gaan dan wat voorligt in de wetsvoorstellen. Daarvoor kan men kijken naar wat er in andere Europese landen reeds is geregeld. Zo kent Frankrijk bijvoorbeeld al jaren de *Loi Évin*, die onder andere verbiedt om in alcoholreclame sfeerbeelden te tonen.

1.2.3.3. Beperken van het aanbod

Ook deze derde *best buy* kan op verschillende manieren worden ingezet. Daarbij kan men denken aan het instellen van een leeftijdsgrens, het beperken van uren waarop men alcohol kan kopen, het beperken van de plaatsen waar alcohol beschikbaar is, en het verbieden van alcoholgebruik in bepaalde situaties, zoals in het verkeer, tijdens de zwangerschap enzovoort.

In de documenten van de WHO wordt regelmatig aangegeven dat het beperken van de plaatsen waar alcohol beschikbaar is, zoals in automaten, tankstations en nachtwinkels, zeer effectief is. Op deze manier worden de zogenaamde impulsinkopen beperkt.

De wijziging van de wettelijke leeftijdsgrens wordt niet besproken in de wetsvoorstellen. Het VAD is echter van mening dat de huidige regel niet wetenschappelijk onderbouwd is, moeilijk te communiceren is en bovendien moeilijk toe te passen en te controleren is.

Beschikbaarheid in nachtwinkels

Wat de beschikbaarheid in nachtwinkels betreft, merkt de spreekster op dat beschikbaarheid van alcohol op alle uren van de dag en nacht zeer nadelige effecten heeft. Het is bovendien inderdaad zo dat jongeren indrinken voordat ze hun uitgaansbestemming bereiken.

Uit de VAD-leerlingenbevraging voor het schooljaar 2017-2018 (34 600 respondenten) blijkt dat 36 % van de 12- tot 18-jarigen meestal indrinkt voor het uitgaan. Bij de 17- en 18-jarigen stijgt dat cijfer tot 53 %. Er is geen verschil tussen jongens en meisjes.

Deze vaststellingen motiveerden het VAD om een aparte bevraging over het indrinken bij 12- tot 26-jarigen te organiseren. Uit deze bevraging bleek dat indrinken in twee op de drie gevallen (65 %) bij vrienden thuis gebeurt. Mannen drinken meer en frequenter dan vrouwen.

Dans ces cas-là, on boit surtout de la *pils* et d'autres bières légères (40 %). 26 % des personnes interrogées boivent des boissons spiritueuses.

Dans les deux heures qui précèdent une sortie, 58 % des personnes interrogées boivent au moins quatre verres. Pour 19,5 % d'entre elles, c'est au moins six verres.

L'alcool est le plus souvent (59 %) acheté au supermarché. Par ailleurs, 21 % des personnes interrogées font leurs achats dans les magasins de nuit. Les mineurs achètent plus souvent dans les magasins de nuit, surtout quand il s'agit de boissons spiritueuses. Les répondants indiquent qu'ils boivent avant de sortir parce que c'est convivial (37 %) ou parce que c'est moins cher (30 %).

Disponibilité dans les stations-services ou le long des autoroutes

Sur ce plan, la Belgique a du retard par rapport à ses voisins. L'interdiction de la vente d'alcool dans les stations-services est en outre un indicateur que l'OMS met en avant dans son plan d'action. La vente dans les stations-services crée en effet un problème de perception, à savoir que boire et conduire iraient ensemble. Les autorités doivent envoyer un signal clair pour dire que ce n'est pas le cas.

L'enquête européenne sur les attitudes des usagers de la route envers la sécurité routière (*E-Survey of Road users' Attitudes* – ESRA) pour 2018 montre clairement que la Belgique a encore beaucoup de pain sur la planche en matière d'alcool et de circulation routière.

Pour la conduite sous influence de l'alcool (autodéclarée) au moins une fois au cours des 30 derniers jours, la Belgique, avec 33 %, arrive en troisième position au niveau mondial, après le Portugal (34 %) et la Suisse (34 %).

À la question de savoir s'ils prendraient encore le volant après avoir bu plus que la limite légale, 3,1 % des répondants répondent par l'affirmative. C'est le chiffre le plus élevé de tous les pays européens.

Men drinkt in deze gevallen vooral pils en andere lichtere bieren (40 %). 26 % van de bevroagden drinkt sterke drank.

In de twee uur voor het uitgaan drinkt 58 % van de bevroagden minstens 4 glazen. Bij 19,5 % gaat het om minstens 6 glazen.

De alcohol wordt meestal (bij 59 %) in de supermarkt wordt aangekocht. Daarnaast doet 21 % van de bevroagden zijn aankopen in de nachtwinkel. Nachtwinkels zijn vaker de aanschafplek van minderjarigen, in de eerste plaats voor het kopen van sterkedrank. De respondenten geven aan dat zij indrinken voor de gezelligheid (37 %), of omdat het goedkoper is (30 %).

Beschikbaarheid in tankstations en langs autosnelwegen

Op dit punt hinkt België achter op de buurlanden. Bovendien is het verbieden van alcoholverkoop in tankstations een indicator die in het WHO-actieplan naar voren wordt geschoven. De verkoop in tankstations creëert immers een perceptieprobleem, namelijk dat verkeer en alcohol samen zouden gaan. De overheid moet het duidelijke signaal geven dat dit niet klopt.

Dat België nog heel wat werk heeft inzake alcohol en verkeer, blijkt duidelijk uit de *E-Survey of Road users' Attitudes* (ESRA) voor 2018.

Voor rijden onder invloed (zelfrapportage) minstens één keer de voorbije 30 dagen, staat België met 33 % op de derde plaats in de wereld, na Portugal (34 %) en Zwitserland (34 %).

Op de vraag of men nog zou rijden nadat men meer gedronken heeft dan de wettelijke limiet, antwoordt 3,1 % bevestigend. Dat is het hoogste cijfer van alle Europese landen.

1.3. Conclusions

Le Centre d'expertise flamand en matière d'alcool et autres drogues (*Vlaams Expertisecentrum Alcohol en andere Drugs*) est d'avis que les propositions visant à limiter la disponibilité de l'alcool et des boissons alcoolisées et la réglementation de la publicité sont conformes au *Plan d'action européen visant à réduire l'usage nocif de l'alcool* et estime qu'elles sont efficaces. Le VAD insiste cependant sur le fait qu'aucune mesure prise de manière isolée ne donne de résultats. Une approche multi-facettes est indispensable pour s'attaquer à cette problématique complexe.

2. Exposé de Clémentine Stévenot, Eurotox (Observatoire socio-épidémiologique alcool-drogues en Wallonie et à Bruxelles)

2.1. L'alcool en Belgique

Mme Clémentine Stévenot esquisse le contexte de la consommation d'alcool.

L'alcool est la drogue légale la plus consommée, entre autres parce que son utilisation est socialement acceptée. La consommation d'alcool a pourtant des conséquences médico-sociales néfastes. L'alcool est en effet l'une des drogues les plus toxiques pour l'organisme humain.

Ce qui frappe, c'est que l'alcool est très accessible dans le temps et dans l'espace et très largement disponible. C'est un problème, parce que plus il est disponible, plus il est consommé et plus les problèmes liés à l'alcool augmentent.

Le marketing considérable autour de l'alcool ne fait que renforcer cette omniprésence. Ce marketing peut revêtir différentes formes, comme la publicité, les actions de promotion, le sponsoring, la présence sur les réseaux sociaux, etc.

Le secteur de l'alcool représente en outre une part importante de l'économie belge et internationale. Ces acteurs disposent donc de moyens importants qu'ils peuvent consacrer au marketing.

2.2. Recommandations scientifiques

Ces constats ont incité le monde scientifique, les experts en matière d'addiction et l'Organisation mondiale de la Santé à formuler une série de recommandations.

Ces recommandations peuvent être résumées comme suit:

1.3. Conclusie

Het Vlaams Expertisecentrum Alcohol en andere Drugs is van mening dat de voorstellen ter beperking van het aanbod aan alcohol en alcoholhoudende dranken en regulering van reclame aansluiten bij het *European action plan to reduce the harmful effects of alcohol* en ze worden als effectief beoordeeld. VAD blijft er echter op wijzen dat geen enkele maatregel op zichzelf resultaat haalt. In deze complexe problematiek is een multicomponenten-aanpak noodzakelijk.

2. Uiteenzetting van Clémentine Stévenot, Eurotox (Observatoire socio-épidémiologique alcool-drogues en Wallonie et à Bruxelles)

2.1. Alcohol in België

Mevrouw Clémentine Stévenot schetst de context van alcoholgebruik.

Alcohol is de meest geconsumeerde legale drug, onder meer omdat het gebruik ervan sociaal aanvaard is. Nochtans heeft de consumptie van alcohol negatieve medisch-sociale gevolgen. Alcohol is namelijk één van de meest toxische drugs voor het menselijk organisme.

Het is opvallend dat alcohol zowel in tijd als in ruimte zeer toegankelijk en zeer ruim beschikbaar is. Dat is problematisch, want hoe groter de beschikbaarheid, hoe meer er geconsumeerd wordt en hoe groter de toename van alcoholgerelateerde problemen.

De alomtegenwoordigheid van alcohol wordt nog versterkt door de grote hoeveelheid marketing inzake alcohol. Die marketing kan vele vormen aannemen, zoals reclame, promotieacties, sponsoring, aanwezigheid op sociale netwerken enzovoort.

Het is ook zo dat de alcoholindustrie een groot aandeel heeft in zowel de Belgische als de internationale economie. Deze spelers beschikken dan ook over veel middelen die ze aan marketing kunnen besteden.

2.2. Wetenschappelijke aanbevelingen

De bovenstaande vaststellingen hebben de wetenschappelijke wereld, experten in de verslavingsproblematiek en de Wereldgezondheidsorganisatie ertoe bewogen een reeks aanbevelingen te formuleren.

Deze aanbevelingen kunnen worden samengevat als volgt:

- limiter la disponibilité et l'accessibilité;
- réduire l'attractivité (réglementation du marketing);
- opter pour une approche globale.

Les propositions de loi examinées reprennent en partie ces recommandations. Les textes doivent cependant être complétés par d'autres mesures essentielles.

2.2.1. Réglementation de la publicité et du marketing

En Belgique, l'organe qui assume cette tâche est le Jury d'éthique publicitaire (JEP). Le JEP est un organe d'autorégulation qui fonde ses décisions sur les dispositions légales et des mesures d'autodiscipline, notamment la Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool, qui est d'ailleurs citée dans l'une des propositions de loi.

Le système actuel connaît cependant quelques limites. Ainsi, les délais de traitement des plaintes sont trop longs et le contrôle préalable de la publicité n'est pas obligatoire.

De plus, certaines formes de marketing échappent au contrôle du JEP. Enfin, la recherche scientifique a amplement démontré que l'autorégulation de la publicité par les fabricants d'alcool a échoué. La question de la réglementation de la publicité figure dans la proposition de loi DOC 55 0299/001. Si cette mesure devait être adoptée, les mineurs seraient mieux protégés contre l'influence de la publicité et l'autorégulation serait plus limitée.

Il faut néanmoins tenir compte d'un certain nombre de points importants. La Convention de 2013 ne porte pas sur tous les médias avec lesquels les jeunes entrent en contact. Comme Mme Peleman l'a déjà fait remarquer, les jeunes consomment aussi les médias à destination d'un public plus large. En outre, la Convention ne dit rien sur la réglementation de la publicité sur Internet et les médias sociaux.

Un deuxième point majeur est que l'organe de contrôle actuel n'a pas les moyens nécessaires pour mener à bien sa mission. Ses moyens sont insuffisants pour qu'il puisse effectuer des contrôles préalables de la publicité.

C'est pourquoi, d'un point de vue scientifique, Eurotox recommande d'appliquer des mesures plus strictes, qui portent en outre sur toutes les techniques de marketing, y compris les techniques les plus récentes. Eurotox

— het beperken van de beschikbaarheid en de toegankelijkheid;

— het verkleinen van de aantrekkelijkheid (reguleren van de marketing);

— kiezen voor een globale aanpak.

De wetsvoorstellen die ter bespreking voorliggen nemen deze aanbevelingen gedeeltelijk over. De teksten moeten echter worden aangevuld met andere essentiële maatregelen.

2.2.1. Regulering van reclame en marketing

Het orgaan dat deze taak in België opneemt, is de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP). De JEP is een orgaan van zelfregulering, dat zijn beslissingen baseert op wettelijke bepalingen en zelfdisciplinaire bepalingen, met inbegrip van het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken, dat ook wordt aangehaald in een van de wetsvoorstellen.

Het huidige systeem kent echter enkele beperkingen. Zo wordt vastgesteld dat de behandelingstermijnen van de klachten te lang zijn en dat een voorafgaande controle van de reclame niet verplicht is.

Bovendien zijn er verschillende vormen van marketing die aan de controle van de JEP ontsnappen. Ten slotte heeft wetenschappelijk onderzoek ruimschoots aangetoond dat de zelfregulering van reclame door alcoholfabrikanten mislukt is. Het aspect van de regulering van de marketing wordt opgenomen in wetsvoorstel DOC 55 0299/001. Indien dit voorstel zou worden aangenomen, zouden minderjarigen beter worden beschermd tegen de invloed van reclame en zou de zelfregulering enigszins worden ingeperkt.

Men moet echter rekening houden met een aantal aandachtspunten. Het Convenant van 2013 heeft geen betrekking op alle media waarmee jongeren in contact komen. Zoals mevrouw Peleman reeds opmerkte, consumeren jongeren ook media die bedoeld zijn voor een meerderjarig publiek. Daarnaast zegt het Convenant niets over de regulering van publiciteit op het internet en de sociale media.

Een tweede aandachtspunt is dat het huidige controleorgaan niet de nodige middelen heeft om zijn opdracht uit te voeren. Zijn middelen volstaan niet om voorafgaande controles van de publiciteit uit te voeren.

Vanuit wetenschappelijk oogpunt raadt Eurotox daarom aan striktere maatregelen in te voeren die bovendien betrekking hebben op alle marketingtechnieken, met inbegrip van nieuwere technieken. Eurotox raadt in de

recommande en premier lieu d'interdire complètement le marketing sur l'alcool. Si ce n'est pas possible, il faut en limiter considérablement la quantité et le contenu pour protéger les jeunes. Eurotox recommande aussi un cadre réglementaire clair et général, qui inclut par exemple un organe de contrôle indépendant.

2.2.2. Limitation de l'offre

Les propositions de loi DOC 55 0299/001 et DOC 55 1116/001 reprennent plusieurs propositions pour limiter l'offre, notamment:

- une interdiction de la vente dans les distributeurs automatiques. Celle-ci peut contribuer à réduire l'accessibilité pour les mineurs;

- une limitation des heures pendant lesquelles l'alcool est disponible;

- une restriction de l'offre et des endroits où l'alcool est disponible. Cela peut contribuer à réduire le nombre d'accidents de la circulation liés à la consommation d'alcool.

Ici aussi, Eurotox souhaite préciser certains points importants.

Avant de contrôler les points de vente et d'éventuellement les sanctionner, les exploitants doivent être sensibilisés et formés à l'application correcte de la loi. Ensuite, il faut prévoir des ressources pour la mise en œuvre de la loi et des mesures de sanction appropriées en cas de non-respect. Le grand public doit également être sensibilisé à l'avance et en particulier les jeunes et les conducteurs.

2.2.3. Une approche globale

Eurotox est d'avis que les propositions de loi vont dans le sens des recommandations scientifiques. Les propositions dans ces textes doivent néanmoins faire partie intégrante d'un ensemble de stratégies efficaces fondées sur des preuves scientifiques.

Ce cadre global pourrait ressembler à ceci:

- adopter un plan alcool national et le mettre en œuvre;

- encadrer juridiquement le lobbying du secteur de l'alcool et limiter son influence sur la politique menée;

- soutenir la recherche scientifique et évaluer de manière scientifique la politique menée;

eerste plaats aan alcoholmarketing volledig te verbieden. Indien dit niet mogelijk is, moet men de hoeveelheid en de inhoud sterk beperken, om jongeren te beschermen. Er wordt ook aangeraden een duidelijk en omvattend regelgevend kader uit te werken, waarin bijvoorbeeld een onafhankelijk monitoringsorgaan is opgenomen.

2.2.2. Beperking van het aanbod

De wetsvoorstellen DOC 55 0299/001 en DOC 55 1116/001 formuleren diverse voorstellen om het aanbod te beperken, namelijk:

- een verbod op verkoop via automaten. Dit kan bijdragen tot een verminderde toegankelijkheid voor minderjarigen;

- beperking van de uren waarop alcohol beschikbaar is;

- beperking van het aanbod en de plaatsen waarop alcohol beschikbaar is. Dit kan bijdragen tot een beperking van het aantal verkeersongevallen die gelinkt zijn aan alcoholgebruik.

Ook in dat verband wenst Eurotox enkele aandachtspunten te belichten.

Alvorens men de verkooppunten gaat controleren en eventueel sanctioneren, moeten de uitbaters worden gesensibiliseerd en opgeleid over de correcte toepassing van de wet. Vervolgens moeten middelen worden vrijgemaakt voor de toepassing van de wet en moeten er afdoende sanctiemaatregelen zijn ingeval de wet niet in acht wordt genomen. De algemene bevolking moet ook op voorhand worden gesensibiliseerd, en in het bijzonder jongeren en bestuurders.

2.2.3. Een alomvattende aanpak

Eurotox is van mening dat de wetsvoorstellen in de lijn liggen van de wetenschappelijke aanbevelingen. De voorstellen in deze teksten moeten echter deel uitmaken van een geheel van efficiënte strategieën die gebaseerd zijn op wetenschappelijke bewijzen.

Dit alomvattende kader zou eruit kunnen zien als volgt:

- een nationaal alcoholplan aannemen en ten uitvoer leggen;

- het lobbyen van de alcoholsector wettelijk omkaderen en de invloed ervan op het beleid beperken;

- wetenschappelijk onderzoek ondersteunen en het gevoerde beleid wetenschappelijk evalueren;

— contrôler l'application de la loi par le biais d'organes indépendants;

— soutenir et financer des mesures préventives.

3. *Exposé de Nathalie De Greve, Head Product Policy & Sustainability – Comeos*

Mme Nathalie De Greve explique que Comeos représente un secteur très diversifié, avec 18 sous-secteurs, tant alimentaires que non-alimentaires. Le secteur du commerce représente 11 % du PIB et emploie plus de 400 000 personnes.

Les membres de Comeos qui seraient le plus touchés par les mesures figurant dans les propositions de loi en discussion sont les entreprises qui fabriquent des biens de consommation dans le secteur alimentaire.

3.1. *Vision de la consommation d'alcool*

Mme De Greve expose ci-après la vision de Comeos à propos de la consommation d'alcool. Comeos reconnaît très clairement la problématique de la surconsommation d'alcool. Le secteur du commerce se joint à la lutte pour une consommation d'alcool responsable, avec des mesures pragmatiques qui ne doivent pas mener à une concurrence déloyale. Comeos souhaite néanmoins souligner qu'il existe déjà toute une série de mesures visant à lutter contre la surconsommation d'alcool:

— une interdiction de vente des boissons spiritueuses à des jeunes de moins de 18 ans;

— une interdiction de vente de bières et de vins aux jeunes de moins de 16 ans;

— des accises sur l'alcool en Belgique qui sont supérieures à celles en vigueur dans les pays voisins;

— des contrôles sévères sur la vente et l'utilisation irresponsable de l'alcool;

— des actions de sensibilisation: campagnes BOB, autocollants, etc.

— une convention en matière de publicité responsable et des actions visant à lutter contre l'abus d'alcool.

3.2. *Vision concernant les propositions de loi*

Comeos soutient les objectifs des propositions de loi examinées mais craint que les mesures proposées à cette fin ne soient pas appropriées. Un effet collatéral possible des mesures proposées est que le comportement d'achat

— de l'application de la loi par le biais d'organes indépendants;

— de preventieve maatregelen ondersteunen en financieren.

3. *Uiteenzetting van Nathalie De Greve, Head Product Policy & Sustainability – Comeos*

Mevrouw Nathalie De Greve legt uit dat Comeos een zeer diverse sector vertegenwoordigt, met 18 subsectoren, zowel food als non-food. De sector van de handel zorgt voor 11 % van het bbp en geeft werk aan meer dan 400 000 personen.

De leden van Comeos die het meest getroffen zouden worden door de maatregelen in de besproken wetsvoorstellen, zijn de zogenaamde *convenience*-bedrijven in de food-sector.

3.1. *Visie op alcoholconsumptie*

Vervolgens bespreekt mevrouw De Greve de visie van Comeos op alcoholconsumptie. Comeos erkent zeer duidelijk dat overconsumptie van alcohol een probleem is. De sector van de handel strijdt mee voor een verantwoorde alcoholconsumptie, met pragmatische maatregelen die niet hoeven te leiden tot oneerlijke concurrentie. Comeos wenst echter te benadrukken dat er nu reeds heel wat maatregelen bestaan om overconsumptie van alcohol tegen te gaan:

— een verbod op verkoop van sterke dranken voor jongeren onder de 18 jaar;

— een verbod op verkoop van bier en wijn voor jongeren onder de 16 jaar;

— accijnzen op alcohol zijn in België hoger dan in de buurlanden;

— strenge controles op de verkoop en het onverantwoord gebruik van alcohol;

— sensibiliseringsacties: BOB-campagnes, stickers enzovoort;

— een covenant inzake verantwoorde reclame en acties ter bestrijding van alcoholmisbruik.

3.2. *Visie op de wetsvoorstellen*

Comeos steunt de doelstellingen van de besproken wetsvoorstellen, maar vreest dat de voorgestelde middelen om die doelen te bereiken, niet de juiste zijn. Een mogelijk neveneffect van de voorgestelde maatregelen

du consommateur se déplace simplement vers d'autres canaux de vente et d'autres heures. Rien n'indique par ailleurs que les stations-services et les magasins de nuit sont des "endroits à risque". Il n'est pas démontré qu'une interdiction de vente à ces endroits pourrait mener à une réduction de la consommation. Pas plus qu'on n'a démontré le lien entre les accidents de la circulation sous influence de l'alcool et l'achat d'alcool à un endroit déterminé.

Le prix de l'alcool dans les magasins de nuit et les stations-services est par ailleurs supérieur à celui appliqués dans les canaux de vente classiques, ce qui a un effet dissuasif.

Comeos demande donc de ne pas interdire la vente d'alcool dans les stations-services, que ce soit dans les villes ou le long des autoroutes. Les stations-services le long des autoroutes suivent déjà des directives très strictes. En interdisant la vente, on risque de créer une concurrence déloyale avec des points de vente qui se trouveraient à peine quelques kilomètres plus loin. Une interdiction pour les stations-services sur la base de leur localisation, c'est de la discrimination pure et simple.

Un autre argument contre l'interdiction de vente dans les stations-services réside dans le fait que, dans les villes, la plupart des stations-services sont devenues des commerces de proximité essentiels. Le confinement l'a clairement montré. Souvent, ces magasins étaient plus accessibles que les supermarchés et il est apparu que 80 % de leurs clients habitaient à proximité. Les boissons alcoolisées faisant partie de l'assortiment des commerces de proximité, si les stations-services ne peuvent pas offrir un assortiment complet, elles auront moins de clients et moins de chiffre d'affaires. Les exploitants de ces magasins sont en outre souvent de petits indépendants qui n'ont pas nécessairement la même capacité financière que des acteurs plus importants.

En résumé, l'interdiction de la vente d'alcool menacerait la survie de ces commerces de proximité et l'emploi qu'ils génèrent.

Par contre, Comeos est favorable à l'interdiction de la vente d'alcool dans les distributeurs automatiques, où aucun contrôle de l'âge du consommateur n'est possible. Mais cette fédération ne soutient pas l'interdiction de vente dans les magasins de nuit. Ce serait également une mesure discriminatoire qui ne ferait que déplacer les achats vers d'autres canaux de vente.

Enfin, Comeos a l'impression qu'on sous-estime considérablement la force et l'impact de la convention concernant la commercialisation des boissons contenant de l'alcool. Comeos estime que cette convention est

zou kunnen zijn dat het aankoopgedrag van de consument louter naar andere verkoopkanalen en -momenten zal verschuiven. Er is bovendien geen enkele aanwijzing dat tankstations of nachtwinkels "risicoplaatsen" zouden zijn. Het is niet aangetoond dat een verkoopverbod op deze plaatsen zou leiden tot een verminderde consumptie. Er is ook geen verband aangetoond tussen verkeersongevallen onder invloed van alcohol en de aankoop van alcohol op een bepaalde plaats.

De prijs van alcohol in nachtwinkels en tankstations is bovendien hoger dan in de klassieke verkoopkanalen, wat een ontradend effect heeft.

Comeos vraagt dan ook de verkoop van alcohol in tankstations niet te verbieden, niet in de steden en ook niet langs de autosnelwegen. De tankstations langs de autosnelwegen volgen reeds zeer strikte richtlijnen. Door een verkoopverbod riskeert men oneerlijke concurrentie te creëren met verkooppunten die zich slechts enkele kilometers verderop bevinden. Een verkoopverbod voor tankstations op basis van hun locatie is een pure discriminatie.

Een ander argument tegen een verkoopverbod in tankstations is dat in de steden de meeste tankstations uitgegroeid zijn tot essentiële buurtwinkels. Dat is ook gebleken tijdens de lockdown. Vaak waren deze winkels toegankelijker dan grote supermarkten. 80 % van hun klanten bleken uit de buurt te komen. Alcoholische dranken maken deel uit van het assortiment van buurtwinkels. Indien deze tankstations dus geen volledig assortiment kunnen aanbieden, zullen zij minder klanten krijgen en minder omzet draaien. De uitbaters van deze winkels zijn vaak kleine zelfstandigen, met niet noodzakelijk eenzelfde financiële draagkracht als grotere spelers.

Kortom, een alcoholverkoopverbod zou een bedreiging zijn voor het voortbestaan van en de werkgelegenheid in deze buurtwinkels.

Comeos staat wel achter een verkoop van alcohol in drankautomaten. Aan deze automaten is er geen leeftijdscontrole mogelijk. Een verkoopverbod in nachtwinkels steunt de federatie echter niet. Ook dit zou een discriminerende maatregel zijn, waardoor de aankopen enkel naar andere verkoopkanalen zouden verschuiven.

Ten slotte heeft Comeos de indruk dat de kracht en de impact van het alcoholconvenant zwaar onderschat worden. Comeos meent dat dit convenant minder beperkend is dan een wet, maar veel effectiever. De klachten

moins restrictive mais beaucoup plus efficace qu'une loi. Les plaintes en matière de publicité sont traitées rapidement et les décisions du JEP sont généralement prises dans les deux semaines. Les avis du JEP sont aussi bien suivis.

Le JEP est constitué de représentants du secteur de la publicité et joue par conséquent un rôle de prévention et de sensibilisation important dans ce secteur. Un représentant du SPF Santé peut participer en tant qu'expert aux réunions du JEP. Autre avantage: ce sont aujourd'hui les entreprises privées qui paient pour le traitement des plaintes et pas l'État.

Comeos ne voit pas de raison de conférer un cadre légal contraignant à cette convention qui a déjà largement démontré son utilité.

3.3. Conclusion: proposition de Comeos

Comeos soutient les objectifs énoncés dans les propositions de loi, mais pense que les mesures proposées ne seront pas efficaces pour les atteindre.

Une meilleure approche consisterait à renforcer les mesures existantes en investissant davantage dans la sensibilisation et la formation et en menant des contrôles plus stricts. Ces deux actions ont déjà montré leur utilité.

Le secteur du commerce reconnaît par ailleurs sa responsabilité sociale à l'égard de l'alcool et se dit disposé à soutenir les campagnes de sensibilisation des pouvoirs publics.

4. Exposé de M. Martin de Duve, Groupe "Jeunes, alcool & société"

M. Martin de Duve est responsable de l'asbl Univers Santé (UC Louvain), qui a mis en place le Groupe "Jeunes, alcool & société" qui analyse la question de la consommation d'alcool par les jeunes et l'impact de la législation en la matière.

4.1. Législation actuelle

Sur le plan de la législation en matière d'alcool, la Belgique est un mauvais élève en Europe. La bonne nouvelle, c'est que notre pays pourrait assez facilement faire mieux.

Il y a eu par le passé, en 2013, 2015 et 2017, trois tentatives pour mettre en œuvre un Plan d'action national alcool. Ces tentatives ont échoué. La consommation des

inzake reclame worden snel opgevolgd en de beslissingen van de JEP worden in het algemeen binnen de twee weken genomen. De adviezen van de JEP worden ook goed opgevolgd.

De JEP bestaat uit vertegenwoordigers van de reclamewereld zelf en heeft bijgevolg een belangrijke preventieve en sensibiliserende rol in die sector. Een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid kan als expert deelnemen aan de vergaderingen van de JEP. Nog een voordeel is dat de privébedrijven vandaag de klachtenverwerking betalen, en niet de Staat.

Comeos ziet geen reden om dit convenant een wetmatig, afdwingbaar kader te geven. Het heeft zijn nut al ruimschoots bewezen.

3.3. Conclusie: voorstel van Comeos

Comeos steunt de doelstellingen in de wetsvoorstellen, maar denkt dat de voorgestelde maatregelen niet effectief zullen zijn om die doelstellingen te bereiken.

Een betere aanpak zou zijn de reeds bestaande maatregelen te versterken, door meer te investeren in sensibilisering en opleiding, alsook striktere controles uit te voeren. Deze twee acties hebben hun nut reeds bewezen.

De sector van de handel erkent bovendien zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid met betrekking tot alcohol en is bereid de sensibiliseringscampagnes van de overheid te ondersteunen.

4. Uiteenzetting van de heer Martin de Duve, Groupe "Jeunes, alcool & société"

De heer Martin de Duve is verantwoordelijke van de vzw Univers Santé (UC Louvain), die initiatiefnemer is van de Groupe "Jeunes, alcool & société"; deze instantie analyseert alcoholconsumptie door jongeren en de impact van de wetgeving.

4.1. Huidige wetgeving

Op het vlak van alcoholwetgeving is België een slechte leerling in Europa. Het goede nieuws is dat ons land het vrij makkelijk beter zou kunnen doen.

Er zijn in het verleden drie pogingen geweest om een Nationaal Actieplan Alcohol in te voeren, namelijk in 2013, 2015 en 2017. Die pogingen zijn mislukt. Bovendien ligt

Belges est par ailleurs supérieure à la moyenne européenne. De plus, la législation n'est pas vraiment limpide.

Un problème spécifique à la Belgique réside dans la fragmentation des compétences en matière de santé, fragmentation qui alimente une forme de concurrence entre les entités compétentes. La prévention, compétence communautaire, est par ailleurs sous-financée. Autre constat: la première ligne doit être élargie et professionnalisée.

L'impact commercial et publicitaire est en outre plus important en Belgique que chez nos voisins. Enfin, M. de Duve constate l'absence de politique cohérente en matière d'alcool et de drogue en Belgique.

4.2. Un problème de santé publique et un problème économique

M. de Duve cite quelques chiffres qui illustrent l'effet néfaste de la surconsommation d'alcool en Europe et en Belgique. Une utilisation nocive de l'alcool est responsable de 10.000 décès par an en Belgique. Chez les jeunes de 15 à 29 ans, l'abus d'alcool est la première cause de décès.

L'alcool est la drogue culturelle par excellence en Europe. Il est de toutes les fêtes et de toutes les activités et il est disponible partout à toute heure. Selon le Groupe "Jeunes, alcool & société", ce n'est pas un problème en soi mais tous les facteurs qui incitent à la surconsommation sont en revanche problématiques.

Outre son effet néfaste sur la santé publique, l'abus d'alcool a également un coût économique élevé, qui atteint pas moins de 4,2 à 6 milliards d'euros par an. Il s'agit tant de coûts en matière de soins de santé que de la perte de revenus due à la baisse de productivité. Le législateur pourrait économiser quelques centaines de millions d'euros par an et des milliers d'années de vie en bonne santé en prenant quelques mesures relativement simples.

4.3. Facteurs qui influencent la consommation d'alcool

Facteurs intrapersonnels

Certains traits de personnalité semblent protecteurs, comme l'esprit critique, la capacité d'adaptation, les habiletés sociales adéquates, et une bonne estime de soi. Les traits de personnalité à risque semblent être

de consommation van de Belgen hoger dan het Europese gemiddelde. Daarnaast is de wetgeving niet echt klaar en duidelijk.

Een specifiek probleem voor België is de versnippering van de bevoegdheden inzake gezondheid, die leidt tot een soort concurrentie tussen de entiteiten. Preventie, een bevoegdheid van de gemeenschappen, wordt bovendien onvoldoende gefinancierd.

Een andere vaststelling is dat de eerste lijn moet worden uitgebreid en geprofessionaliseerd. Voorts is de commerciële en publicitaire impact in België groter dan in onze buurlanden. Tot slot stelt de heer de Duve vast dat er geen coherent drugs- en alcoholbeleid in ons land is.

4.2. Een probleem van de volksgezondheid en een economisch probleem

De heer de Duve toont enkele cijfers die het schadelijke effect van de overconsumptie van alcohol in Europa en in België aantonen. Een schadelijk gebruik van alcohol zorgt voor 10.000 overlijdens per jaar in België. Bij jongeren tussen 15 en 29 jaar is alcoholmisbruik de eerste doodsoorzaak.

Alcohol is de culturele drug bij uitstek in Europa, is verweven met alle feesten en activiteiten en is overall en op alle uren van de dag verkrijgbaar. Op zich vindt de *Groep "Jeunes, Alcool & Société"* dat niet problematisch. Wel problematisch zijn alle factoren die tot overconsumptie aanzetten.

Naast het schadelijke effect op de volksgezondheid heeft alcoholmisbruik ook een hoge economische kostprijs van maar liefst 4,2 tot 6 miljard euro per jaar. Het gaat hierbij zowel om de kosten voor de gezondheidszorg als het verlies van inkomsten door productiviteitsverlies. Door enkele vrij eenvoudige maatregelen te nemen, zou de wetgever een besparing van enkele honderden miljoenen euro per jaar kunnen bereiken en duizenden levensjaren in goede gezondheid.

4.3. Factoren die het alcoholgebruik beïnvloeden

Persoonlijkheidsgebonden factoren

Bepaalde persoonlijkheidskenmerken lijken bescherming te bieden, zoals een kritische ingesteldheid, aanpassingsvermogen, passende sociale vaardigheden en een positief zelfbeeld. Impulsiviteit, agressiviteit, de

l'impulsivité, l'agressivité, la recherche de sensations et de nouveauté, le stress élevé et l'insatisfaction de sa vie.

Certains facteurs génétiques peuvent également favoriser l'alcoolisme.

La polyconsommation est un autre facteur à risque. Les jeunes consommant d'autres psychotropes (tabac, cannabis, ecstasy, etc.) ou abusant de télévision ou de jeux électroniques (> 4h/j) ont plus de risques de développer des conduites à risques en général.

En plus, une initiation précoce à l'alcool augmente le risque de développer une consommation importante, voire problématique, à l'âge adulte.

Les attentes, les croyances et les motivations peuvent aussi influencer (positivement ou négativement) les consommations.

Facteurs interpersonnels

La famille peut être le lieu d'un apprentissage progressif, socialement adapté et très contextualisé (culturellement adapté), favorisant une consommation raisonnable et qualitative de l'alcool. Par contre, une consommation problématique d'alcool par l'entourage peut avoir une influence négative sur la consommation ou le bien-être du jeune.

L'influence des amis (pairs) favorise la (sur)consommation d'alcool, surtout auprès des mineurs.

En plus, les normes sociales perçues jouent un rôle important: on a tendance à augmenter sa propre consommation pour la rapprocher de ce qu'on pense être la norme (souvent jugée plus élevée qu'elle ne l'est en réalité), ce qui provoque en retour une amplification du phénomène.

Enfin, les croyances religieuses peuvent intégrer, valoriser ou au contraire proscrire la consommation d'alcool.

Facteurs environnementaux

L'accessibilité à l'alcool, omniprésent dans les supermarchés, les cafés, les événements, les stations-services, les nights-shops, etc., influence sa consommation.

neiging sensatie en nieuwigheden op te zoeken, hoge stress en ontevredenheid met het leven lijken daarentegen persoonlijkheidskenmerken te zijn die risico's met zich brengen.

Ook bepaalde genetische factoren kunnen de kans op alcoholisme doen toenemen.

Meervoudige verslaving is een andere risicofactor. Jongeren die nog andere psychotrope stoffen tot zich nemen (tabak, cannabis, ecstasy enzovoort) of die te veel televisie kijken of videospelletjes spelen (meer dan vier uur per dag) lopen een hoger risico om risicogedrag in het algemeen te ontwikkelen.

Bovendien verhoogt het beginnen drinken van alcohol op jonge leeftijd het risico om als volwassene veel – en zelfs problematisch veel – te drinken.

Ook de verwachtingen, het geloof en de motivatie kunnen het alcoholgebruik (positief of negatief) beïnvloeden.

Interpersoonlijke factoren

Binnen het gezin kan een geleidelijk leerproces plaatsvinden dat maatschappelijk passend is, in een heel specifieke (cultureel aangepaste) context is ingebed en een redelijk en kwaliteitsvol alcoholgebruik bevordert. Problematisch alcoholgebruik door de omgeving kan echter een negatieve invloed hebben op de alcoholconsumptie van de jongere, alsook op diens welzijn.

De invloed van vrienden (*peers*) beïnvloedt de (overmatige) consumptie van alcohol, vooral bij minderjarigen.

Bovendien speelt de perceptie van de maatschappelijke normen een belangrijke rol: men heeft de neiging het eigen alcoholverbruik te verhogen om nauwer aan te sluiten bij de vermeende norm (die vaak hoger wordt ingeschat dat hij in werkelijkheid is), waardoor het verschijnsel dan weer wordt versterkt.

Tot slot kan het alcoholgebruik een plaats krijgen binnen de religieuze overtuigingen, op grond waarvan alcoholconsumptie als waardevol kan worden beschouwd dan wel verboden kan zijn.

Omgevingsfactoren

Alcohol is alomtegenwoordig in supermarkten, in cafés, op evenementen, in tankstations, in nachtwinkels enzovoort; die toegankelijkheid beïnvloedt de consumptie ervan.

Le prix peu élevé de la plupart des boissons alcoolisées et les offres promotionnelles (*happy hours*, 2+1 gratuits, etc.) incitent également à la surconsommation.

La publicité et le marketing ont un impact direct sur la consommation. L'association systématique de l'alcool et de la fête, la mise sur le marché de nouveaux produits plus sucrés, fruités ou colorés, les offres promotionnelles et la distribution d'objets et/ou de boissons alcoolisées gratuites nous incitent à consommer de l'alcool.

En outre, la législation en vigueur manque parfois de clarté et le discours médiatique contribue à normaliser et banaliser la consommation d'alcool, avec le risque de sous-estimer ses méfaits.

4.4. Mesures concrètes envisageables

Côté offre

Il faut rendre l'omniprésence de l'alcool moins évidente et moins quotidienne. Cet objectif pourrait être atteint en limitant l'accessibilité géographique de l'alcool. On pourrait limiter le nombre de points de vente, ainsi que les heures durant lesquelles l'alcool peut être vendu. En outre, on pourrait choisir de ne plus autoriser la vente d'alcool dans certains types de points de vente, comme les stations-services ou les distributeurs automatiques.

Limitier l'accessibilité financière de l'alcool est également une bonne idée. Notre pays pourrait à cet égard prendre exemple sur l'Écosse qui a fixé un prix minimum par unité d'alcool (*Alcohol Minimum Price Unit*). Les prix extrêmement bas de certaines marques incitent aujourd'hui à la surconsommation. Si on devait fixer un prix minimum par unité d'alcool, une canette de Carapils, qui coûte aujourd'hui 0,37 euros, coûterait un euro. Cette mesure aurait une incidence sur les gros producteurs et sur la grande distribution mais pas sur les petits commerçants.

Il faudrait aussi interdire certaines pratiques commerciales douteuses qui poussent fortement les prix vers le bas: *happy hours* ou accords entre les associations de jeunes et les négociants d'alcool pour offrir de grandes quantités d'alcool à bas prix lors de fêtes.

Clarifier et simplifier la législation serait aussi une bonne chose. Si le législateur souhaite conserver les deux limites d'âge de 16 et 18 ans, il serait préférable

Ook de lage prijs van de meeste alcoholhoudende dranken en de acties om de verkoop te bevorderen (*happy hours*, 2+1 gratis enzovoort) zetten aan tot overmatige consumptie.

De reclame en de marketing hebben een directe weerslag op het verbruik. De consument wordt aangezet tot alcoholgebruik doordat systematisch een verband wordt gelegd tussen alcohol en feestelijke gelegenheden, doordat nieuwe, zoetere, fruitiger of feller gekleurde producten op de markt worden gebracht, doordat promotie wordt gevoerd en doordat gratis spulletjes en/of alcoholische dranken worden uitgedeeld.

Bovendien is de vigerende wetgeving soms onvoldoende duidelijk en dragen de boodschappen in de media ertoe bij dat de consumptie van alcohol als normaal en zelfs alledaags wordt beschouwd, met het risico dat de kwalijke gevolgen ervan worden onderschat.

4.4. Concrete maatregelen die kunnen worden genomen

Aan de aanbodzijde

Men moet de alomtegenwoordigheid van alcohol minder vanzelfsprekend en alledaags maken. Dat kan door de geografische toegankelijkheid van alcohol te beperken. Men kan het aantal verkooppunten beperken, evenals de uren waarop alcohol verkocht mag worden. Daarnaast kan men ervoor kiezen de verkoop van alcohol niet langer toe te staan in bepaalde types verkooppunten, zoals tankstations en automaten.

Het is ook een goed idee de financiële toegankelijkheid van alcohol te beperken. Ons land kan daarbij een voorbeeld nemen aan Schotland, waar er een minimumprijs per eenheid alcohol (*Alcohol Minimum Price Unit*) werd vastgelegd. De extreem lage prijs van bepaalde merken zet vandaag aan tot overmatige consumptie. Indien men een minimumprijs per eenheid alcohol zou vastleggen, zou een blikje Carapils, dat vandaag 0,37 euro kost, 1 euro gaan kosten. Deze maatregel zou een impact hebben op grote producenten en op de grootdistributie, maar niet op de kleine handelaars.

Bepaalde dubieuze commerciële praktijken, waarbij de prijs enorm naar beneden wordt gedrukt, zouden ook verboden moeten worden. Het gaat dan om *happy hours* of afspraken tussen jongerenverenigingen en alcoholhandelaars om grote hoeveelheden alcohol tegen een lage prijs aan te bieden op feestjes.

Het zou ook een goede zaak zijn om de wet duidelijker te maken en te vereenvoudigen. Indien de wetgever de twee leeftijdsgrenzen van 16 en 18 jaar wenst

de le faire sur la base du taux d'alcool et non sur la base de la méthode de production de la boisson alcoolisée. Il n'est en effet pas toujours simple de déterminer à quelle catégorie appartient une boisson donnée alors que les indications concernant la teneur en alcool sont faciles à trouver sur les bouteilles.

Enfin, on pourrait aussi intervenir au niveau de l'accessibilité qualitative. On pourrait par exemple fixer un taux maximum en sucre. Plus la boisson alcoolisée contient de sucre, plus le sucre masque le goût de l'alcool et plus cette boisson est attractive pour les jeunes. Il serait en outre judicieux de coller une étiquette mentionnant les valeurs nutritionnelles sur tous les conditionnements.

Côté demande

Dans le passé, la Belgique a beaucoup trop peu investi dans la prévention. Il est temps qu'elle change de paradigme. Il n'y a pas d'accord de coopération sur la prévention entre le niveau fédéral et les entités fédérées. Or, la prévention rapporte de l'argent à la sécurité sociale et donc au niveau fédéral. Un euro investi dans la prévention permettrait d'économiser quatorze euros en soins de santé.

Interdire la publicité paraît extrême mais toutes les études scientifiques s'accordent cependant à dire qu'il faut restreindre considérablement la publicité pour contrer la surconsommation. L'alcool n'est pas un produit innocent. C'est un psychotrope et on ne peut donc pas mettre la publicité pour l'alcool sur le même pied que la publicité pour d'autres denrées alimentaires.

Il est par ailleurs temps de reconnaître le titre d'alcoologue. Aujourd'hui, les tabacologues sont reconnus mais pas les alcoologues, alors que la Belgique a l'une des meilleures formations en alcoologie en Europe occidentale. L'alcoologue pourrait aider à réduire l'écart de traitement (*treatment gap*), identifier plus rapidement toute consommation problématique et remettre plus rapidement les personnes avec un problème d'alcool sur le droit chemin.

D'autres mesures seraient faciles à adopter en parallèle. On pourrait par exemple offrir gratuitement de l'eau dans tous les établissements Horeca. En buvant de l'eau en même temps que des boissons alcoolisées, on réduit les risques immédiats liés à la consommation d'alcool, par exemple les accidents de la circulation ou le risque de comportements violents.

On pourrait aussi indiquer le nombre d'unité d'alcool sur tous les conditionnements.

te behouden, kan hij dat beter doen op basis van het alcoholpercentage, en niet op basis van de productiewijze van de alcoholische drank. Het is immers niet altijd eenvoudig vast te stellen tot welke categorie een bepaalde drank behoort. De informatie over het alcoholpercentage is daarentegen wel makkelijk te raadplegen op drankflessen.

Ten slotte kan men ook aan de kwalitatieve toegankelijkheid werken. Er kan bijvoorbeeld een maximaal suikergehalte worden vastgesteld. Hoe meer suiker de alcoholische drank bevat, hoe meer deze de smaak van alcohol maskeert en hoe aantrekkelijker de drank wordt voor jongeren. Voorts is het een goed idee voedingswaarde-etiketten aan te brengen op alle verpakkingen.

Aan de vraagzijde

België heeft in het verleden veel te weinig geïnvesteerd in preventie. Het is tijd dat er een paradigmashift komt. Er is geen samenwerkingsakkoord over preventie gesloten tussen het federale niveau en de deelstaten. Nochtans brengt preventie geld op voor de sociale zekerheid, en dus voor het federale niveau. Eén euro die geïnvesteerd wordt in preventie zou 14 euro aan uitgaven in de gezondheidszorg besparen.

Een verbod instellen op alcoholreclame lijkt een extreme maatregel. Alle wetenschappelijke studies zijn het er echter over eens dat men reclame zeer sterk moet beperken om overmatige consumptie tegen te gaan. Alcohol is immers geen onschuldig product. Het is een psychotroop product en men kan alcoholreclame dus niet zomaar gelijkstellen met reclame voor andere voedingsmiddelen.

Voorts is het tijd dat de titel van alcohololoog erkend wordt. Momenteel worden tabakologen erkend, maar alcoholologen niet, terwijl België één van de beste opleidingen tot alcohololoog in West-Europa heeft. De alcohololoog zou kunnen helpen om de *treatment gap* te verkleinen, problematisch gebruik sneller op te sporen en personen met een alcoholprobleem sneller terug op het rechte pad te krijgen.

Daarnaast zijn er nog enkele maatregelen die eenvoudig te nemen zijn. Zo kan men gratis water aanbieden in alle horecazaken. Door water bij de alcoholische drank te drinken, verlaagt men de onmiddellijke risico's die verbonden zijn aan alcoholgebruik, zoals het risico op verkeersongevallen of het risico op gewelddadig gedrag.

Men kan ook het aantal eenheden alcohol aangeven op elke verpakking.

Enfin, on pourrait apposer un avertissement sanitaire sur les emballages, comme “l’abus d’alcool est dangereux pour la santé”. Ce serait plus efficace et plus clair que des slogans commerciaux comme “notre bière se déguste avec sagesse”.

De manière plus générale, c’est l’ensemble des politiques des drogues qui devraient être revues: toutes doivent converger vers une plus stricte régulation publique des marchés, tant pour l’alcool que pour les autres drogues.

Pour aller plus loin, il faut aussi envisager un changement total de paradigme en matière de politique drogues et:

- abolir la loi de 1921;
- dépenaliser tous les usages (cf. Portugal);
- mettre en place une régulation publique;
- disposer d’une politique préventive volontariste;
- réorienter toutes les politiques concernées par le prisme de la santé publique (au lieu du prisme criminel ou économique).

B. Questions et observations des membres

Mme Yoleen Van Camp (N-VA) demande aux auteurs de la proposition de loi pour quelles raisons ils n’ont pas suivi l’avis des experts qui ont suggéré certaines mesures basées sur des recherches scientifiques.

Mme Van Camp rappelle que le centre VAD préconise une approche globale et souligne que certaines mesures ne fonctionnent pas. Elle revient sur la manière dont la France aborde la publicité pour l’alcool et sur certains effets néfastes de celle-ci. Les mesures sont-elles efficaces séparément ou faut-il prévoir un paquet global de mesures? Les auteurs de la proposition disposent-ils d’exemples chiffrés démontrant que les mesures prises sont efficaces?

Mme Van Camp souhaiterait également obtenir des données sur les raisons qui motivent l’abus d’alcool. Selon elle, la plupart des consommateurs d’alcool n’ont pas vraiment de problèmes mais certains d’entre eux sont justes plus vulnérables. Les personnes fragiles doivent donc être protégées. Elle demande s’il existe des études sur les éléments déclencheurs d’une consommation abusive.

Ten slotte kan men een gezondheidswaarschuwing op de verpakking aanbrengen, zoals “alcoholmisbruik is gevaarlijk voor de gezondheid”. Dit zou effectiever en duidelijker zijn dan een commerciële slogan als “Ons bier drink je met verstand”.

Meer algemeen zouden alle drugsbeleidsmaatregelen moeten worden herzien. Zowel inzake alcohol als inzake de andere roesmiddelen moeten die maatregelen namelijk allemaal leiden tot een striktere marktregulering door de overheid.

Om vooruitgang te boeken, moet inzake drugsbeleid tevens een algehele paradigmashift worden overwogen, waarbij:

- de wet van 1921 wordt afgeschaft;
- alle gebruiksvormen uit het Strafwetboek worden gehaald (cf. Portugal);
- wordt voorzien in regulering door de overheid;
- een proactief preventiebeleid wordt uitgewerkt;
- alle betrokken beleidslijnen worden herijkt uit de invalshoek van de volksgezondheid (veeleer dan uit strafrechtelijk of economisch oogpunt).

B. Vragen en opmerkingen van de leden

Mevrouw Yoleen Van Camp (N-VA) vraagt de indieners van het wetsvoorstel waarom zij niet zijn ingegaan op het advies van de deskundigen, die bepaalde maatregelen op grond van wetenschappelijk onderzoek hebben voorgesteld.

Mevrouw Van Camp herinnert eraan dat het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs (VAD) een totaalaanpak voorstaat en beklemtoont dat sommige maatregelen niet werken. Zij komt terug op de manier waarop Frankrijk de alcoholreclame benadert en op bepaalde funeste gevolgen daarvan. Zijn de maatregelen afzonderlijk doeltreffend, of moet in een alomvattend maatregelenpakket worden voorzien? Beschikken de indieners van het wetsvoorstel over becijferde voorbeelden waaruit blijkt dat de genomen maatregelen doeltreffend zijn?

Voorts wil mevrouw Van Camp weten waarom het tot alcoholmisbruik komt. Volgens haar hebben de meeste alcoholgebruikers niet echt problemen, maar zijn sommigen van hen gewoon kwetsbaarder. De kwetsbare personen moeten dan ook worden beschermd. Zij vraagt of er studies bestaan over de triggers die tot alcoholmisbruik leiden.

Enfin, Mme Van Camp rappelle que Comeos préconise d'interdire la vente d'alcool dans des automates mais pas dans les stations-services car cela serait discriminatoire. Elle demande des clarifications à ce sujet ainsi que sur l'exemple des Pays-Bas.

Mme Barbara Creemers (Ecolo-Groen) revient sur l'exemple du Royaume-Uni cité par Mme Peleman où l'autorégulation du secteur s'est avéré être une mesure insuffisante. La proposition de loi de Mme Muylle prévoit également une sorte d'autorégulation. Mme Creemers demande des précisions à ce sujet.

Mme Creemers salue donc le texte de proposition de loi mais elle trouve néanmoins que celle-ci ne va pas assez loin, surtout en ce qui concerne les mineurs d'âges et l'impact de la publicité sur leur comportement. Elle demande dès-lors si cette vision est partagée par Mme Peleman.

Par ailleurs, comme le préconise la proposition de loi, Mme Creemers estime qu'il faudrait des normes européennes d'emballage et d'étiquetage. Malheureusement, édicter de telles normes prend du temps. Serait-il envisageable d'édicter de telles normes au niveau fédéral? Cela a-t-il déjà été mis en place dans d'autres pays? Où se situait la mention sur l'emballage? Ces mesures se sont-elles révélées efficaces?

Mme Creemers demande une clarification sur le commentaire de Comeos en ce qui concerne la vente d'alcool dans les stations-services et dans les magasins de nuit. Selon Comeos, une interdiction de vente dans ces endroits ne fera que déplacer le problème. En outre, il n'existe aucune preuve qu'une telle interdiction soit efficace.

Mme Creemers trouve l'approche de M. de Duve concernant l'étiquetage des bouteilles très intéressante. En effet, il est aussi facile de retrouver les informations sur un pot de pâte à tartiner que sur une bouteille d'alcool. Mme Creemers se demande donc si des pays ont déjà mis en place ce type d'étiquetage. Est-ce qu'ils utilisent le système d'unité-alcool ou bien la mention "l'alcool est nocif pour la santé"? Existe-il des études qui démontrent que cela est efficace?

M. Hervé Rigot (PS) insiste sur la nécessité d'avoir une approche globale dans la lutte contre les assuétudes et, en particulier, l'excès d'alcool. Les conséquences d'une consommation excessive d'alcool sont multiples tant au niveau de la santé qu'au niveau économique pour la société. M. Rigot partage les inquiétudes de Comeos et rappelle que pour son groupe, la prévention

Ten slotte attendeert mevrouw Van Camp erop dat Comeos wel pleit voor een verbod op de verkoop van alcohol in automaten, maar niet op die in de tankstations, daar dit discriminerend zou zijn. Zij verzoekt ter zake om verduidelijking, alsook over het voorbeeld van Nederland.

Mevrouw Barbara Creemers (Ecolo-Groen) komt terug op het door mevrouw Peleman aangehaalde voorbeeld van het Verenigd Koninkrijk, waar de zelfregulering door de sector een ontoereikende maatregel is gebleken. Het wetsvoorstel van mevrouw Muylle stelt eveneens een soort van zelfregulering in uitzicht. Het lid verzoekt dienaangaande om nadere toelichting.

Mevrouw Creemers is dus weliswaar ingenomen met de tekst van het wetsvoorstel, maar vindt het niettemin niet ver genoeg gaan, vooral niet inzake de minderjarigen en de impact van reclame op hun gedrag. Zij vraagt of mevrouw Peleman die mening deelt.

Voorts treedt mevrouw Creemers de indieners van het wetsvoorstel bij dat de verpakings- en etiketteringsnormen op Europees niveau zouden moeten worden bepaald. Helaas vergt de uitvaardiging van dergelijke normen tijd. Is het denkbaar dergelijke normen op federaal niveau uit te vaardigen? Hebben andere landen die stap al gezet? Waar stond de vermelding op de verpakking? Zijn die maatregelen doeltreffend gebleken?

Het lid verzoekt om verduidelijking over de opmerking van Comeos betreffende de verkoop van alcohol in de tankstations en in de nachtwinkels. Volgens Comeos zal een verkoopverbod op die plaatsen het probleem alleen maar verschuiven. Voorts is er geen enkel bewijs dat een dergelijk verbod doeltreffend is.

Mevrouw Creemers vindt de benadering van de heer de Duve betreffende de etikettering van flessen zeer interessant. Informatie kan immers net zo makkelijk worden gevonden op een fles met een alcoholhoudende drank als op een pot smeerpasta. Het lid vraagt derhalve of een dergelijke etikettering al in bepaalde landen bestaat. Wordt in voorkomend geval het aantal alcoholeenheden dan wel de vermelding "alcohol is schadelijk voor de gezondheid" aangegeven? Zijn er studies beschikbaar waaruit blijkt dat dit doeltreffend is?

De heer Hervé Rigot (PS) benadrukt dat de verslavingsproblematiek, inzonderheid overmatig alcoholgebruik, alomvattend moet worden aangepakt. De gevolgen van overmatig alcoholgebruik voor de samenleving zijn legio, zowel wat de gezondheid als wat de economie betreft. De heer Rigot deelt de bezorgdheden van Comeos en wijst erop dat preventie en bewustmaking prioritair zijn

et la sensibilisation sont prioritaires et que la répression doit être le dernier recours. M. Rigot rappelle que le PS avait déposé un plan national de lutte contre l'alcool en 2013 mais que malheureusement ce plan n'a pas trouvé de consensus au conseil des ministres.

M. Rigot reconnaît l'importance du secteur économique et ne doute pas que les interdictions de ventes auront des répercussions économiques pour certaines entreprises comme les stations-services et les magasins de nuit. M. Rigot réaffirme toutefois que l'alcoolisme reste la première cause de décès et d'accidents de la route. Il demande s'il existe des données chiffrées sur les lieux et les heures de la consommation d'alcool précédant l'accident.

Par ailleurs, M. Rigot demande s'il existe des données sur les sujets suivants: quel type d'alcool consomment les jeunes? Cet alcool est-il de bonne qualité? Pourquoi consomment-ils? Y a-t-il un lien entre la première consommation et un certain type d'environnement? Quels sont les facteurs qui favorisent une surconsommation d'alcool? Y a-t-il un lien entre la disponibilité de l'alcool et une consommation déraisonnable?

L'intervenant demande si l'expérience écossaise sur base de l'unité d'alcool pourrait être envisagée en Belgique. Dispose-t-on de données permettant d'affirmer que cette expérience fut probante?

Selon M. Rigot, l'objectif premier d'une station-service n'est pas de vendre de l'alcool. En Wallonie, des stations-services ont pris le pas de ne plus vendre d'alcool. La SOFICO (Société wallonne de financement complémentaire des infrastructures) a notamment pris l'engagement de supprimer toutes ventes d'alcool pour 2040; or en Flandre ce n'est pas le cas. Cela montre bien qu'il faut une politique globale. Il a été constaté aussi, qu'avec les mesures COVID-19, les magasins de nuit ont enregistré des pertes considérables car la vente d'alcool représente une part importante de leurs chiffres d'affaires. Ceci montre bien que la disponibilité de l'alcool a une incidence sur la consommation. Avec les mesures COVID-19, on a pu aussi remarquer une diminution des accidents de la route liés à la consommation d'alcool.

Mme Dominiek Snelpe (VB) voudrait savoir si le confinement a une incidence directe sur les problèmes d'assuétude liés à l'alcool. Elle demande ensuite à Comeos quel a été l'impact du confinement sur les ventes d'alcool dans les magasins.

Une des raisons qui poussaient les jeunes à consommer de l'alcool est son prix bas. N'est-il pas contradictoire

pour sa fraction; la punition doit être le dernier remède. Le monsieur Rigot indique que le PS en 2013 a déposé un plan national de lutte contre l'alcool, mais que dans le conseil des ministres il n'y a pas eu de consensus.

Le monsieur Rigot reconnaît l'importance du secteur économique et ne doute pas que les interdictions de ventes auront des répercussions économiques pour certaines entreprises comme les stations-services et les magasins de nuit. Le monsieur Rigot réaffirme toutefois que l'alcoolisme reste la première cause de décès et d'accidents de la route. Il demande s'il existe des données chiffrées sur les lieux et les heures de la consommation d'alcool précédant l'accident.

En outre, le monsieur Rigot demande s'il existe des données sur les sujets suivants: quel type d'alcool consomment les jeunes? Cet alcool est-il de bonne qualité? Pourquoi consomment-ils? Y a-t-il un lien entre la première consommation et un certain type d'environnement? Quels sont les facteurs qui favorisent une surconsommation d'alcool? Y a-t-il un lien entre la disponibilité de l'alcool et une consommation déraisonnable?

L'intervenant demande si l'expérience écossaise sur base de l'unité d'alcool pourrait être envisagée en Belgique. Dispose-t-on de données permettant d'affirmer que cette expérience fut probante?

Selon M. Rigot, l'objectif premier d'une station-service n'est pas de vendre de l'alcool. En Wallonie, des stations-services ont pris le pas de ne plus vendre d'alcool. La SOFICO (Société wallonne de financement complémentaire des infrastructures) a notamment pris l'engagement de supprimer toutes ventes d'alcool pour 2040; or en Flandre ce n'est pas le cas. Cela montre bien qu'il faut une politique globale. Il a été constaté aussi, qu'avec les mesures COVID-19, les magasins de nuit ont enregistré des pertes considérables car la vente d'alcool représente une part importante de leurs chiffres d'affaires. Ceci montre bien que la disponibilité de l'alcool a une incidence sur la consommation. Avec les mesures COVID-19, on a pu aussi remarquer une diminution des accidents de la route liés à la consommation d'alcool.

Mevrouw Dominiek Snelpe (VB) wil weten of de lockdown een directe weerslag heeft gehad op de alcoholverslavingsproblematiek. Ze vraagt vervolgens aan de vertegenwoordigster van Comeos in welke mate de lockdown de alcoholverkoop in de winkels heeft beïnvloed.

Een van de redenen waarom jongeren naar alcohol grijpen is de lage prijs van alcohol. Het is niet wat

de dire qu'une simple augmentation du prix de l'alcool va permettre d'en réduire la consommation? Mme Sneppe demande des clarifications à ce sujet.

L'intervenante estime que la définition du terme "surconsommation" d'alcool n'est pas claire. En effet, à partir de quel moment peut-on dire que l'on surconsomme? Où se situe la limite entre une consommation modérée d'alcool et une surconsommation? Les experts disposent-ils de chiffres réalistes à ce sujet?

Tout comme pour la consommation de tabac ou les aliments riches en graisses ou en sucre, il y a une part de responsabilité individuelle, des jeunes ou de leurs parents, dans la consommation d'alcool. À cet égard, une sensibilisation est possible.

Certaines sources indiquent que la vente d'alcool et de tabac représente 50 % du chiffre d'affaires des stations-services et des magasins de nuit. Quelle est la ventilation du chiffre d'affaires pour l'alcool et pour le tabac séparément?

Mme Sneppe se joint aux questions de M. Rigot sur le type d'alcool consommé, le profil des consommateurs et les lieux de consommation. Elle demande s'il existe un lien entre la vente d'alcool et le type de magasins ou encore s'il y a une différence entre la consommation en ville et à la campagne.

Mme Caroline Taquin (MR) rappelle que son groupe préconise la prudence en ce qui concerne le respect des libertés individuelles et de la liberté de commerce et qu'il est attentif à la santé des consommateurs et aux répercussions que peut avoir la consommation d'alcool. Il importe de miser sur la prévention, sur une bonne information et sur l'éducation.

Mme Taquin souhaiterait entendre l'avis de Comeos sur l'étiquetage des unités d'alcool et sur l'impact de celui-ci sur le secteur commercial. Il importe que cet étiquetage soit adapté aux réalités actuelles.

Mme Taquin salue la mesure visant à interdire la vente d'alcool via des distributeurs automatiques. Comme dans beaucoup de communes, les magasins de nuit sont sources de nuisances dues à la vente d'alcool et à sa consommation à proximité. Bien que chaque bourgmestre dispose de moyens juridiques pour réduire ces nuisances, ils sont difficiles à mettre en place dans la pratique. Il serait dès lors préférable de prendre des mesures qui soient applicables sur l'ensemble du territoire national.

kort door de bocht te beweren dat het volstaat alcohol duurder te maken om de consumptie ervan te doen dalen? Mevrouw Sneppe vraagt om verduidelijking ter zake.

Volgens het lid is de definitie van het begrip "overmatige alcoholconsumptie" onduidelijk. Vanaf welk moment drinkt men immers te veel? Waar ligt de grens tussen een gematigd en een overmatig gebruik van alcohol? Beschikken de experts over realistische cijfers ter zake?

Net zoals bij roken of bij de consumptie van voedingswaren die veel vet of suiker bevatten, gaat het bij alcoholconsumptie deels om een individuele verantwoordelijkheid, van zowel de jongeren als hun ouders. Vanuit dit oogpunt kan sensibilisering werken.

Volgens bepaalde bronnen is de verkoop van alcohol en tabak goed voor 50 % van het omzetcijfer van de tankstations en de nachtwinkels. Wat is het respectieve aandeel van alcohol en van tabak in dit omzetcijfer?

Net als de heer Rigot wil mevrouw Sneppe weten welk soort van alcohol er wordt gedronken, wat het consumentenprofiel is en waar die alcohol wordt geconsumeerd. Ze vraagt of er een verband bestaat tussen de alcoholverkoop en het soort winkel waar die wordt verkocht, alsook of er qua alcoholgebruik een verschil is tussen de stad en het platteland.

Mevrouw Caroline Taquin (MR) wijst erop dat haar fractie tot voorzichtigheid aanmaant inzake het respect voor de individuele vrijheden en de vrijheid van handel. Dat neemt niet weg dat ze tevens oog heeft voor de gezondheid van de consumenten en voor de mogelijke gevolgen van alcoholgebruik. Volgens het lid moet worden ingezet op preventie, goede voorlichting en opvoeding.

Mevrouw Taquin vraagt naar de mening van Comeos aangaande het vermelden van de alcoholeenheden op het etiket en de impact ervan op de handelssector. Het is belangrijk dat de etikettering meegaat met haar tijd.

Mevrouw Taquin juicht een verbod op alcoholverkoop via drankautomaten toe. In heel wat gemeenten zijn nachtwinkels immers een bron van overlast doordat ze alcohol verkopen die vervolgens in de buurt van de nachtwinkel wordt verbruikt. Hoewel elke burgemeester juridische middelen ter beschikking heeft om die overlast terug te schroeven, blijken die in de praktijk moeilijk in te zetten. Het zou derhalve beter zijn maatregelen te nemen die op het hele Belgische grondgebied gelden.

Mme Taquin se demande également si des moyens existent pour réglementer la vente d'alcool en ligne. Le confinement a affecté la santé mentale de nombreuses personnes. Constate-t-on une augmentation de la consommation d'alcool à la maison depuis le confinement?

L'intervenante est d'avis qu'il faut faire une distinction entre une consommation raisonnable d'alcool et une consommation abusive qui a des répercussions physiques et mentales. Il convient en priorité de protéger le public jeune. En effet, force est de constater que l'âge du premier verre recule et qu'il est souvent pris dans le milieu familial. Étant donné qu'une surconsommation d'alcool peut provoquer des séquelles irréversibles dans le cerveau, il convient d'examiner la problématique dans le cadre de la santé mentale et d'objectiver les décisions en s'appuyant sur des statistiques.

Pour clore son intervention, Mme Taquin fait le parallèle entre la vente d'alcool dans les stations-services ou dans les magasins de quartiers et les accidents de la route chez les jeunes. Et elle se demande s'il existe des données chiffrées sur les accidents impliquant des adultes. Les achats d'alcool par des adultes sont-ils effectués dans les stations-services ou dans d'autres endroits?

Madame Nathalie Muylle (CD&V) observe que la proposition de loi DOC 55 0299/001 date de 2013 et qu'elle a été déposée dans le cadre d'un plan d'action national adopté en 2008. Ensuite, les communautés et le gouvernement fédéral ont essayé de parvenir à un nouveau plan d'action mais cette tentative a échoué au niveau de la conférence interministérielle. C'était surtout le gouvernement fédéral qui n'était pas d'accord avec certaines des propositions des communautés.

Depuis 2013, on a beaucoup discuté de cette problématique sans pour autant que le niveau fédéral n'y donne une suite tangible. Les communautés, par contre, ont entrepris une série de démarches. L'oratrice souligne que le dossier est socialement sensible. Les Belges aiment faire la fête et boire de l'alcool fait partie de la fête. En 2010, quand cette commission a voté une interdiction de fumer, les tensions étaient également vives. La société a toutefois beaucoup évolué depuis lors. Il est vrai que l'on invoque souvent la responsabilité individuelle pour limiter la consommation d'alcool. Pourtant, aujourd'hui, personne ne préconise que l'on autorise à nouveau la cigarette sans restriction dans les bars et les restaurants. Le Parlement doit avoir le courage d'intervenir dans l'intérêt général et d'anticiper l'évolution de la société.

Mevrouw Taquin vraagt zich tevens af of er middelen bestaan om de onlineverkoop van alcohol te reglementeren. De lockdown heeft de geestelijke gezondheid van velen op de proef gesteld. Wordt sinds de lockdown een stijging van het thuisverbruik van alcohol vastgesteld?

Het lid geeft aan dat een onderscheid moet worden gemaakt tussen een redelijk alcoholgebruik en een overmatig gebruik, dat fysieke en mentale sporen nalaat. Bovenal moeten de jonge consumenten worden beschermd. Men kan immers niet om de vaststelling heen dat het eerste glas op steeds jongere leeftijd wordt gedronken en dat dit vaak in familieverband gebeurt. Aangezien overmatig alcoholgebruik de hersenen onomkeerbare schade kan toebrengen, moet de problematiek worden onderzocht vanuit het oogpunt van de mentale gezondheid en moet de besluitvorming ter zake worden geobjectiveerd op basis van statistieken.

Bij wijze van afsluiting legt mevrouw Taquin het verband tussen de alcoholverkoop in tankstations of in buurtwinkels en verkeersongevallen waarbij jongeren zijn betrokken. Ze vraagt zich af of er cijfergegevens beschikbaar zijn over verkeersongevallen met volwassenen. Het lid wil weten of de volwassenen die betrokken zijn bij een verkeersongeval als gevolg van alcoholgebruik, die alcohol in tankstations dan wel op andere plaatsen kopen.

Mevrouw Nathalie Muylle (CD&V) merkt op dat het wetsvoorstel DOC 55 0299/001 uit 2013 stamt. Dat kaderde in een nationaal actieplan dat al in 2008 werd opgezet. De gemeenschappen en het federaal niveau hebben getracht daarna weer tot een nieuw actieplan te komen. Dit is gesneuveld op de interministeriële conferentie. Het was vooral de federale overheid die niet akkoord ging met een aantal voorstellen van de gemeenschappen.

Sinds 2013 werd er veel over dit thema gesproken, zonder dat daar op federaal niveau een concreet gevolg aan werd gegeven. Op het niveau van de gemeenschappen werden wel een aantal stappen gezet. Het lid onderstreept dat het dossier maatschappelijk gevoelig is. Belgen vieren nu eenmaal graag en daar hoort ook alcohol bij. Er heerste ook veel spanning toen in 2010 het rookverbod in deze commissie werd aangenomen. De maatschappij is sindsdien sterk geëvolueerd. Het klopt dat de individuele verantwoordelijkheid vaak wordt ingeroepen om alcoholgebruik aan banden te leggen. Toch is er vandaag de dag geen draagvlak om het roken in cafés of restaurants weer ongeremd toe te laten. Het Parlement moet durven handelen in het kader van het algemeen belang en anticiperen op de maatschappelijke evolutie.

L'oratrice est consciente des conséquences économiques des mesures proposées. Mais le coût social atteint de 4 à 6 milliards d'euros par an. Il s'agit de coûts en matière de soins de santé, de l'absentéisme au travail et de la violence intrafamiliale. Les trois objectifs de la proposition de loi DOC 55 0299/001 figuraient déjà dans le plan alcool 2014-2018. De plus, les préoccupations concernant le lien entre la consommation d'alcool et la santé mentale avaient déjà été réexprimées dans d'autres propositions. La limite d'âge pour la consommation d'alcool n'a pas été reprise cette fois. Il y a encore trop de désaccords à ce sujet.

Madame Muylle se pose des questions à propos de l'impact du COVID-19 sur la consommation ou l'abus d'alcool. Se fondant sur son expérience en tant que directrice d'un hôpital psychiatrique, l'oratrice indique qu'elle a le sentiment que les listes d'attente pour la désintoxication se sont allongées. La problématique des personnes qui ont un problème d'alcool s'est alourdie et intensifiée. Les rechutes sont aussi devenues plus fréquentes. Est-ce une tendance générale?

Les achats d'alcool sont souvent impulsifs mais certaines personnes sont dépendantes. Il semble que ces personnes aillent faire leurs achats dans des stations-services plus éloignées pour éviter le contrôle social. Dispose-t-on de chiffres à ce sujet?

La proposition de loi DOC 55 0299/001 vise l'interdiction de la vente de boissons spiritueuses dans les magasins de nuit et de boissons alcoolisées dans les stations-services et les points de vente situés le long des autoroutes entre 22 heures et 7 heures. Madame Muylle est consciente qu'une partie de ces ventes va se déplacer vers d'autres points de vente comme les établissements Horeca. Il n'y aura donc plus d'achats impulsifs durant la nuit. L'oratrice se demande vers où ces ventes auront lieu car tout est alors fermé en dehors des établissements Horeca.

Il s'agit d'un problème épineux et la fragmentation des compétences ne facilite pas les choses. L'oratrice espère néanmoins que des mesures seront prises au niveau fédéral.

Madame Karin Jiroflée (sp.a) renvoie à un article de presse selon lequel un Belge sur cinq consommerait plus d'alcool depuis le confinement. Les propositions de loi à l'examen sont d'autant plus d'actualité. Cette problématique n'est pourtant pas nouvelle. L'oratrice renvoie aux propositions de loi et aux propositions de résolution examinées ces dernières années mais qui n'ont mené à rien. C'est pourquoi l'oratrice a choisi de soulever certains éléments très concrets dans la proposition de loi DOC 55 1116/001.

Het lid is niet blind voor de economische gevolgen van de voorgestelde maatregelen. Toch is er een jaarlijkse maatschappelijke kostprijs van 4 tot 6 miljard euro. Het betreft de kosten van gezondheidszorg, werkverlet en intrafamiliaal geweld. De drie doelstellingen van wetsvoorstel DOC 55 0299/001 waren eerder al opgenomen in het alcoholplan 2014-2018. Voorts zijn de bekommernissen aangaande het verband tussen alcoholgebruik en geestelijke gezondheidszorg al in andere voorstellen opgenomen. De leeftijdsgrens voor het gebruik van alcohol is nu niet opgenomen; daarover bestaat nog teveel discussie.

Mevrouw Muylle heeft vragen over de impact van COVID-19 op het alcoholgebruik/alcoholmisbruik. Het lid heeft de indruk, op grond van haar ervaring als bestuurder van een psychiatrisch ziekenhuis, dat de wachtlijsten voor ontwenning langer zijn geworden. De problematiek van de mensen die een problematisch alcoholgebruik hebben, is heviger en intenser geworden. Verder is het hervallen ook frequenter geworden. Is dit een algemene trend?

Vele aankopen van alcohol zijn impulsaankopen. Toch is ook een aantal mensen alcoholverslaafd. Het blijkt dat deze mensen hun aankopen doen in verder afgelegen tankstations om aan sociale controle te ontsnappen. Zijn daar cijfers over?

Wetsvoorstel DOC 55 0299/001 beoogt een verbod op verkoop van sterke drank in nachtwinkels en op de verkoop van alcoholhoudende dranken in tankstations en verkooppunten langs autosnelwegen tussen 22.00 uur en 07.00 uur. Mevrouw Muylle is zich ervan bewust dat een deel van die verkoop zal verschuiven naar andere verkooppunten, zoals horecazaken. De impulsaankopen 's nachts vallen dan weg. Het is voor de spreekster niet duidelijk waarnaar de verkoop zal verschuiven, want er is dan niets open, buiten de horecazaken.

Het gaat hier om een heikel probleem, in die zin dat de versnippering van bevoegdheden de zaken er niet eenvoudiger op maakt. De spreekster hoopt toch dat er op het federaal niveau stappen gezet worden.

Mevrouw Karin Jiroflée (sp.a) verwijst naar een krantenbericht waarin stond dat één op de vijf Belgen sinds de lockdowns meer alcohol consumeert. De voorliggende wetsvoorstellen zijn dan ook bijzonder actueel. Toch is deze problematiek niet nieuw. De spreekster verwijst naar de wetsvoorstellen en voorstellen van resoluties die de voorbije jaren zijn besproken, maar die tot niets geleid hebben. Daarom heeft de spreekster ervoor gekozen een aantal zeer concrete zaken naar voren te brengen in wetsvoorstel DOC 55 1116/001.

Madame Jiroflée se demande s'il est possible d'interdire la publicité pour l'alcool sur les terrains de sport au niveau communal. La Belgique est à la traîne par rapport à ses voisins pour ce qui est de la vente d'alcool dans les stations-services. L'oratrice souhaite obtenir des chiffres comparatifs à ce sujet. Les propositions de loi examinées n'abordent pas la question de la limite d'âge légale. Quel est l'avantage d'un relèvement de la limite d'âge? L'oratrice estime que les deux limites de 16 et 18 ans prêtent particulièrement à confusion.

L'oratrice attire l'attention sur l'exposé de M. de Duve selon lequel un euro dépensé en prévention rapporte quatorze euros à l'économie. Ce n'est pas rien. Il se justifie d'examiner la question sous cet angle.

L'oratrice revient sur la convention du JEP. Si elle fonctionne tellement bien, pourquoi ne peut-elle pas être inscrite dans la législation?

Madame Catherine Fonck (CdH) commente sa proposition de loi (DOC 55 1550/001) 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 mieux encadrer la publicité pour l'alcool et de diminuer l'accessibilité de l'alcool.

Cette proposition avait déjà été déposée en 2016. La problématique visée figure au programme depuis plusieurs années et on progresse lentement mais sûrement à cet égard. L'oratrice souhaite adopter d'autres mesures en faveur de la santé publique. Les éléments principaux sur lesquels on peut intervenir sont le prix, la publicité, la limitation de l'offre et les campagnes de sensibilisation. Il est en outre important d'adopter des mesures visant spécifiquement les jeunes.

Dans le cadre du débat sur la consommation problématique d'alcool, deux positions s'opposent généralement: la préoccupation à l'égard de la santé publique et le souhait de protéger l'économie. Ce n'est pas la bonne approche. Quel est le coût social et médical de la consommation problématique d'alcool? Ce coût représente une somme qui pourrait être utilisée pour aider les secteurs qui seraient touchés par d'éventuelles mesures. Ces secteurs seraient alors moins dépendants de la vente d'alcool tout en restant économiquement viables. Réduire la consommation nocive d'alcool est bénéfique pour la santé publique et aurait en outre un impact économique et social positif. L'oratrice évoque notamment une réduction de l'absentéisme au travail et une baisse des effets socio-psychologiques collatéraux. Madame Fonck espère que l'on pourra, dans le cadre de ce débat, sortir de la (fausse) opposition entre la

Mevrouw Jiroflée vraagt zich af of een verbod van reclame voor alcohol op sportpleinen op gemeentelijk vlak kan worden ingesteld. Het is zo dat België qua verkoop van alcohol in tankstations de buurlanden achterna hinkt. Het lid wenst hierover vergelijkende cijfers te verkrijgen. De wettelijke leeftijdsgrens wordt in de voorliggende wetsvoorstellen niet behandeld. Wat is het voordeel om de wettelijke leeftijdsgrens op te trekken? De spreker vindt de twee leeftijden van 16 en 18 jaar bijzonder verwarrend.

De spreker vestigt de aandacht op de uitspraak van de heer De Duve dat 1 euro preventie zich vertaalt in 14 euro in de economie. Dit is toch niet niks. Het loont de moeite om het vraagstuk vanuit dit oogpunt te beschouwen.

Het lid gaat in op het convenant van het JEP. Als dit zo goed werkt, waarom kan dit convenant dan niet wetmatig worden verankerd?

Mevrouw Catherine Fonck (cdH) geeft toelichting bij het door haar ingediende wetsvoorstel (DOC 55 1550/001) tot wijziging 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, teneinde te voorzien in nadere regels inzake alcohol-reclame, alsook alcohol minder toegankelijk te maken.

Het wetsvoorstel werd al in 2016 ingediend. De problematiek staat al jaren op de agenda en er wordt traag maar gestaag vooruitgang geboekt. Het lid wil verdere maatregelen nemen die de volksgezondheid ten goede komen. De belangrijkste punten waarop gewerkt kan worden zijn de prijs, de publiciteit, de beperking van het aanbod en sensibiliseringscampagnes. Het is daarenboven van belang maatregelen te nemen die specifiek op jongeren gericht zijn.

In het debat over problematisch gebruik van alcohol worden er steeds twee posities ingenomen. Er is de bekommernis om de volksgezondheid en er is het streven om de economie te beschermen. Dit is een verkeerde manier om deze problematiek te benaderen. Wat is de maatschappelijke, geneeskundige kostprijs van problematisch alcoholgebruik? Deze vertegenwoordigt een bedrag dat gebruikt kan worden om de sectoren te helpen die geraakt zouden worden door eventuele maatregelen. Deze sectoren worden dan minder afhankelijk van de verkoop van alcohol terwijl ze economisch leefbaar blijven. Het terugdringen van schadelijk alcoholgebruik komt de volksgezondheid ten goede en zal ook een gunstige economische en sociale impact hebben. De spreker denkt dan aan minder werkverlet en minder sociaalpsychologische neveneffecten. Mevrouw Fonck hoopt dat men in dit debat de (valse) tegenstelling tussen

santé et l'économie. La santé doit toujours l'emporter. Les secteurs économiques qui seraient touchés par des normes strictes doivent pouvoir bénéficier de mesures de soutien.

M. Thierry Warmoes (PVDA-PTB) estime qu'il y a encore beaucoup de travail législatif à faire. Tout le monde n'est pas favorable à l'interdiction de la vente dans les stations-services et dans les magasins de nuit. *M. Robby De Caluwé* a présenté l'amendement n° 1 (DOC 55 0299/001) tendant à interdire la vente d'alcool dans les distributeurs automatiques et dans les points de vente le long des autoroutes, qu'ils soient attachés ou non à une station-service. Il supprime l'interdiction de la vente dans les autres stations-services et dans les magasins de nuit. *M. De Caluwé* juge peu judicieux d'interdire la vente des boissons ou produits dont le taux d'alcool excède 0,5 % dans les stations-services lorsqu'à une distance relativement proche, un autre point de vente est autorisé à vendre ces produits (grande surface, centrale de boissons, café, etc.). *M. Warmoes* souhaite avoir l'avis des invités sur la distinction entre les stations-services et les stations-services situées le long des autoroutes.

On estime que 85 % de la population consomme de l'alcool. S'agit-il de la population totale ou de la population adulte? La vente d'alcool représente 1,8 milliards d'euros. Ce montant correspond-il à la vente privée ou aux accises pour les pouvoirs publics?

M. Warmoes observe que les pays scandinaves ont une politique beaucoup plus restrictive. Les prix y sont aussi considérablement plus élevés. Faut-il opter pour cette approche?

Quelle est la définition exacte d'une unité d'alcool par rapport à la consommation? Est-elle exprimée en milligrammes?

C. Réponses des orateurs invités

Madame Katleen Peleman (VAD) précise qu'au niveau de la santé, il ne s'agit pas seulement d'une question de dépendance. Il faut examiner les problèmes qui découlent immédiatement de la consommation d'alcool comme les problèmes de santé et les accidents. À partir de dix verres d'alcool (unité standard) par semaine, on peut parler de dommages physiques. Mais cela ne veut pas dire que les personnes qui boivent dix verres d'alcool par semaine ont un problème d'alcool. Il est beaucoup plus difficile de fixer un seuil pour la dépendance, qui ne s'exprime pas en nombres de verres.

Quand on parle de dépendance, on applique le modèle "personne-moyen-environnement". La dépendance

gezondheid en economie kan verlaten. Gezondheid hoort steeds te primeren. De economische sectoren die getroffen zouden worden door strenge maatregelen, moeten kunnen genieten van steunmaatregelen.

De heer Thierry Warmoes (PVDA-PTB) stelt dat er nog veel wetgevend werk aan de winkel is. Een verbod op de verkoop in tankstations en nachtwinkels wordt niet door iedereen gedragen. *De heer Robby De Caluwé* heeft amendement nr. 1 (DOC 55 0299/001) ingediend, dat ertoe strekt de verkoop ervan via automaten en in verkooppunten, al dan niet horende bij een tankstation, langs autosnelwegen te verbieden. Het verbod op de verkoop in gewone tankstations en nachtwinkels wordt weggelaten. *De heer De Caluwé* stelt dat het weinig zinvol lijkt een verkoopverbod in te voeren voor dranken of producten met een effectief alcoholvolumegehalte hoger dan 0,5 % in tankstations als op een redelijk korte afstand een ander verkooppunt is dat deze dranken wél mag verkopen (grootwarenhuis, drankencentrale, café enzovoort). *De heer Warmoes* wenst de mening te krijgen van de genodigden over het onderscheid tussen tankstations en tankstations op snelwegen.

85 % van de bevolking consumeert alcohol. Gaat het hier om de hele bevolking of om de volwassenenpopulatie? De verkoop van alcohol is goed voor 1,8 miljard euro. Betreft dit de privéverkoop of de opbrengst aan accijnzen voor de overheid?

De heer Warmoes merkt op dat de Scandinavische landen een veel restrictievere benadering hanteren. Ook de prijzen liggen daar aanzienlijk hoger. Valt dat beleid te verkiezen?

Wat is de exacte definitie van een eenheid alcohol wanneer men de consumptie bekijkt? Wordt dat in miligram uitgedrukt?

C. Antwoorden van de genodigde sprekers

Mevrouw Katleen Peleman (VAD) stelt dat het vanuit gezondheidsoogpunt niet enkel gaat om een verslavingsproblematiek. Men moet kijken naar problemen die onmiddellijk voortkomen uit alcoholgebruik, zoals gezondheidsschade en ongevallen. Vanaf 10 glazen alcohol (standaardunit) per week kan men spreken van lichamelijke schade. Dit betekent niet dat wie 10 glazen drinkt per week een alcoholprobleem heeft. Het is veel moeilijker een criterium vast te stellen voor verslaving. Verslaving wordt niet uitgedrukt in een aantal glazen.

Om te spreken van verslaving wordt het mens-middel-milieu-model toegepast. Verslaving hangt af van de

dépend de la personne, en particulier de sa capacité à contrôler ses impulsions. Les personnes qui ont du mal à contrôler leurs impulsions sont beaucoup plus sensibles à la dépendance. Le moral joue aussi un rôle. Celui qui, à un moment donné de sa vie, subit un revers devient plus sensible à la dépendance.

Le facteur “environnement” vise l’entourage de la personne. A-t-elle des amis? Boivent-ils? Peut-elle compter sur ses parents ou sa famille? Le facteur “moyen” vise la boisson consommée. S’agit-il de bière ou d’une boisson spiritueuse?

On peut postuler que la situation est problématique à partir du moment où la personne ne contrôle plus sa consommation d’alcool.

L’oratrice s’inquiète pour les jeunes car l’alcool est néfaste pour le développement du cerveau. Mais les personnes qui boivent plus que la norme (donc dix verres par semaine) se trouvent dans la tranche d’âge des +55 ans. C’est surtout ce groupe qu’il faut cibler. En Flandre, l’âge auquel on boit son premier verre a augmenté. On est passé de 13,5 ans (2010) à 14,5 ans (2020). L’oratrice précise que modifier la loi ne suffit pas en soi mais que c’est un élément qui joue un rôle.

Les plus diplômés boivent plus et plus souvent que les moins diplômés. Les femmes diplômées constituent le groupe à problèmes par excellence en cas d’association entre alcool et grossesse. Les personnes aux commandes sociales et politiques se trouvent précisément dans cette catégorie.

Le rapport de Sciensano sur le COVID-19 est équivoque. La moitié des personnes interrogées n’a pas changé ses habitudes de consommation. Environ 20 % se sont mises à boire davantage pendant la crise du coronavirus et un groupe un peu plus important a réduit sa consommation. Les étudiants boivent moins aujourd’hui parce qu’il n’y a plus de fêtes ou d’autres événements. Qui boit davantage? Les parents, les 25-44 ans, les personnes qui sont chez elles, y compris les plus diplômées. Ceux qui buvaient déjà beaucoup augmentent encore leur consommation dans les périodes de stress et d’ennui. À ce stade, on ne sait pas si le coronavirus a entraîné plus de problèmes de dépendance, les chiffres ne sont pas encore disponibles.

Par ailleurs, il y a encore les personnes qui avaient déjà un problème d’alcool et qui ont rechuté. L’oratrice s’inquiète pour les personnes qui désormais se mettent à boire tous les jours, ce qui révèle un nouveau modèle de consommation. Boire tous les jours chez soi est un facteur de risque pour la dépendance.

persoon, meer bepaald de impulscontrole. Mensen die problemen hebben met impulscontrole zijn veel verslavingsgevoeliger. Ook de gemoedsstemming speelt mee. Wie op een bepaald moment in het leven iets meemaakt, wordt daardoor gevoeliger voor verslaving.

De milieufactor kijkt naar de omgeving. Zijn er vrienden? Drinken die? Kan men terugvallen op ouders of familie? De middelfactor kijkt naar wat men drinkt. Gaat het om bier of sterke drank?

Er kan wel worden gesteld dat er een probleem is zodra er geen controle meer is over het alcoholgebruik.

De spreekster maakt zich zorgen over jongeren omdat alcohol schadelijk is voor de ontwikkeling van de hersenen. De groepen die echter meer drinken dan de alcoholnorm (dus 10 glazen per week) zitten bij de 55-plussers. Het is vooral op die groep dat het beleid zich moet richten. In Vlaanderen stijgt de leeftijd waarop jongeren het eerste glas alcohol drinken. De leeftijd is geëvolueerd van 13,5 jaar (2010) naar 14,5 jaar (2020). De spreekster onderstreept dat een wetsverandering op zich niet volstaat, maar het is een element dat een rol speelt.

Hoogopgeleiden drinken meer en frequenter dan laagopgeleiden. Hoogopgeleide vrouwen is de probleemgroep bij uitstek in de combinatie alcohol en zwangerschap. De mensen die maatschappelijk en politiek aan de knoppen zitten, bevinden zich net in deze groep.

Her rapport van Sciensano over COVID-19 en alcohol is niet eenduidig. De helft van de bevroegden heeft het consumptiegedrag niet veranderd. Ongeveer 20 % is meer gaan drinken tijdens de coronacrisis en een iets grotere groep is minder gaan drinken. Studenten drinken nu minder, want er zijn geen feestjes of evenementen meer. Wie drinkt nu meer? De ouders, de 25-44-jarigen, mensen die thuis zitten, ook de hoogopgeleiden. Zij die al veel dronken, zien in periodes van stress en verveling hun drankgebruik nog toenemen. Er zijn op dit moment nog geen cijfers beschikbaar die aantonen of corona gezorgd heeft voor meer mensen met een verslavingsprobleem.

Verder zijn er nog de personen die al met een alcoholprobleem worstelden en die nu hervallen zijn. De spreekster maakt zich zorgen over mensen die nu elke dag beginnen drinken; die vertonen een nieuw verbruiks-patroon. Elke dag thuis drinken is een risicofactor voor verslaving.

Mme Peleman attire l'attention sur l'importance de la prévention. Le VAD soutient la Tournée minérale en Flandre. La force de cette campagne réside dans le fait qu'elle encourage les gens à casser leurs habitudes de consommation pendant un mois. On est confronté à son propre comportement. Le but ultime est de pouvoir s'amuser sans alcool.

L'oratrice confirme qu'un certain nombre de personnes ayant un problème d'alcool planifient bien leurs achats. Il s'agit ici d'achats raisonnés et de produits qu'elles cachent. Il ne s'agit pas de comportement impulsif. Les personnes qui tentent de sortir de leur dépendance sont très sensibles à tous les stimuli publicitaires et à l'exposition. Ces personnes peuvent très facilement se laisser aller à des achats impulsifs. Mais cela est vrai pour tout le monde.

Chez les jeunes, boire avant de sortir est une question de prix. Les jeunes achètent de l'alcool là où il est le moins cher. Le but n'est pas d'abaisser le prix de l'alcool lors d'une fête, ce serait plutôt de l'augmenter en dehors des fêtes et des événements. L'objectif en fin de compte est que les jeunes boivent moins. Boire chez soi avant de sortir ne se fait pas seul mais avec des amis. Le contrôle social est plus important chez les personnes plus âgées.

Un étiquetage neutre est-il pertinent pour l'alcool? L'oratrice pense que oui mais cela ne doit pas constituer la seule et unique mesure. On peut prendre des mesures plus strictes. Mme Pelemans pense surtout aux *best buys* qui ont un impact considérable. Il faut d'abord un changement de culture avant de pouvoir passer à des interventions plus limitées.

L'oratrice attire l'attention sur le manque de données; il y a très peu de données qui font le lien entre l'alcool et les accidents en Belgique. Il y a aussi peu de données sur les admissions aux urgences et l'alcool.

L'oratrice se prononce en faveur d'un relèvement de l'âge minimum pour la consommation d'alcool à 18 ans. Ce serait un énorme changement de mentalité. Elle est aussi favorable à une extension de l'interdiction de la publicité sans pour autant se limiter à cibler les jeunes. Elle est par ailleurs favorable à un prix minimum pour l'alcool.

Est-il efficace d'impliquer les producteurs dans la politique menée en matière d'alcool? L'oratrice souligne une contradiction fondamentale. Les producteurs veulent essentiellement vendre plus. La santé publique, elle, a intérêt à ce qu'il y ait moins de consommation d'alcool. Entre 2011 et 2015, il y a eu au Royaume-Uni un *responsability deal* où les producteurs collaboraient

Mevrouw Peleman vestigt de aandacht op het belang van preventie. VAD steunt *Tournée Minérale* in Vlaanderen. De kracht van deze campagne ligt hierin dat men ertoe wordt aangezet de consumptiepatronen gedurende een maand te onderbreken. Men wordt geconfronteerd met het eigen gedrag. Het uiteindelijke doel is gezelligheid zonder alcohol.

De spreker bevestigt dat een aantal mensen met een alcoholprobleem hun aankopen goed plannen. Het gaat hier om beredeneerde aankopen en het verstoppert van hun aankopen. Hier is geen sprake van impulsgedrag. Mensen die aan het herstellen zijn van een alcoholverslaving, zijn overgevoelig aan alle reclameprikkels en uitstalling. Deze mensen kunnen makkelijk overgaan tot impulsaankopen. Dit geldt echter voor de hele bevolking.

Het indrinken bij jongeren is prijsgevoelig. Jongeren kopen waar alcohol het goedkoopst te verkrijgen is. Het is niet de bedoeling de prijs van alcohol te laten zakken bij een fuif, het is eerder aangewezen de prijs van alcohol buiten de evenementen en feesten te verhogen. Het is uiteindelijk de bedoeling dat jongeren minder drinken. Het indrinken gebeurt niet alleen maar met vrienden. Sociale controle is meer van belang bij ouderen.

Is neutrale etikettering zinvol voor alcohol? De spreker meent van wel, maar zeker niet als eerste of enige maatregel. Er is ruimte voor sterkere maatregelen. Mevrouw Peleman denkt dan vooral aan de *best buys* die veel impact hebben. Er is eerst nog nood aan een cultuuromslag vooraleer over te gaan tot kleinere ingrepen.

De spreker vestigt de aandacht op het tekort aan data: er zijn zeer weinig data die de link leggen tussen alcohol en ongevallen in België. Er zijn ook weinig gegevens over spoedopnames en alcohol.

De spreker is voorstander van het optrekken van de minimumleeftijd voor alcoholconsumptie tot 18 jaar. Dit zou een enorme mentaliteitswijziging zijn. Ze is ook voorstander van een uitbreiding van het reclameverbod zonder daarbij enkel in te zoomen op de jongeren. Verder is ze gewonnen voor een minimumprijs voor alcohol.

Is het efficiënt om producenten te betrekken bij het alcoholbeleid? De spreker wijst op een fundamentele tegenstelling. De producenten willen in essentie meer verkopen. De volksgezondheid heeft juist baat bij minder alcoholconsumptie. Men had in het Verenigd Koninkrijk een *responsability deal* van 2011 tot 2015, waarbij de producenten samen met de overheid aan

avec les autorités pour faire baisser la consommation d'alcool. Cela a par la suite fait l'objet d'une évaluation très négative. Le secteur de l'alcool jouait sur le lien entre alcool et grossesse et alcool et jeunes, ce qui n'est pas très controversé. Il s'opposait à une hausse générale des prix. C'est justement une augmentation des prix qui est très efficace chez les gros buveurs.

Mme Nathalie De Greve (Comeos) insiste sur le fait que le secteur reconnaît le problème. Il faut certes des mesures mais elles doivent être efficaces et pertinentes. L'oratrice souligne que la convention fonctionne bien. Une réglementation légale avec des amendes n'est pas nécessaire. Pourquoi faudrait-il une réglementation légale alors que l'autoréglementation fonctionne bien? Une convention offre du reste la possibilité de réagir plus rapidement. Le JEP prend des décisions en quinze jours et l'oratrice estime qu'il n'est pas possible de le faire plus rapidement. Il est aussi possible de retirer très rapidement des campagnes controversées.

Une interdiction générale de la vente d'alcool va irrémédiablement mener à la fermeture de beaucoup de magasins de nuit parce que l'alcool génère une grande marge bénéficiaire. Il est d'ailleurs déjà interdit de vendre des boissons spiritueuses dans les stations-services le long des autoroutes. Une extension de cette interdiction touche tout le monde alors qu'on vise en réalité une petite minorité de consommateurs problématiques. L'oratrice ajoute que c'est précisément ce groupe qui ira s'approvisionner ailleurs. Il semblerait par ailleurs qu'il y ait discrimination entre les magasins de nuit et les autres magasins, avec toutes les conséquences juridiques que cela implique.

Mme Muylle estime que la nuit, il n'y a pas de déplacement possible vers d'autres canaux d'achat. C'est vrai, mais les gens peuvent aller dans les établissements horeca ou se rendre à des événements. On y vend aussi de l'alcool et à des prix bas. Mme De Greve pense donc qu'il y a bel et bien déplacement des achats. Elle souligne que les magasins rattachés aux stations-services, surtout dans les villes, sont devenus des espèces de nouveaux commerces de proximité. Il ne faut pas menacer la survie de ces magasins.

Vend-on plus d'alcool pendant le confinement? L'oratrice confirme que les magasins alimentaires ont réalisé un chiffre d'affaires plus élevé; cela comprend donc aussi l'alcool. Cela peut s'expliquer par la fermeture de l'horeca. Mais on ne peut pas pour autant en déduire que la consommation d'alcool a augmenté. Ce qui par contre semble avéré, c'est que pendant le confinement, les gens ont davantage veillé à se nourrir sainement et à faire du sport. Pour les chiffres, Mme De Greve renvoie au VAD.

alcoholconsumptiematiging werkten. Dit werd later zeer negatief geëvalueerd. De alcoholindustrie zette in op de link tussen alcohol en zwangerschap en de link tussen alcohol en jongeren; dit is weinig omstreden. De alcohol-industrie verzette zich daarentegen tegen een algemene prijsverhoging. Het is echter net een prijsverhoging die zeer effectief werkt bij zware drinkers.

Mevrouw Nathalie De Greve (Comeos) benadrukt dat de sector de problematiek erkent. Er zijn maatregelen nodig, maar die moeten efficiënt en zinvol zijn. De spreekster benadrukt dat het convenant goed werkt. Een wettelijke regeling met boetes is niet nodig. Waarom zou er nood zijn aan een wettelijke regeling wanneer zelfregulering werkt? Een convenant biedt trouwens de mogelijkheid sneller in te grijpen. De JEP neemt binnen de 15 dagen beslissingen, de spreekster denkt dat het echt niet sneller kan. Het is ook mogelijk betwiste campagnes onmiddellijk in te trekken.

Een algemeen verbod op de verkoop van alcohol zal onvermijdelijk leiden tot de sluiting van vele nachtwinkels omdat alcohol een grote winstmarge genereert. Het is trouwens al verboden sterke drank te verkopen in tankstations langs snelwegen. Een uitbreiding van dit alcoholverbod raakt iedereen, terwijl men eigenlijk een kleine minderheid aan problematische gebruikers wil treffen. De spreekster werpt op dat juist deze groep zich wel elders zal gaan bevoorraden. Verder lijkt er sprake te zijn van discriminatie tussen nachtwinkels en andere winkels, met alle juridische gevolgen van dien.

Mevrouw Muylle stelt dat er tijdens de nacht geen verschuiving mogelijk is naar andere aankoopkanalen. Dit klopt, maar mensen kunnen wel naar horecazaken of evenementen gaan. Daar is ook drank te koop en dit tegen goedkope prijzen. Mevrouw De Greve meent dat er dus wel een verschuiving is. Zij benadrukt dat vooral de shops bij de tankstations, zeker in de steden, uitgegroeid zijn tot een nieuwe vorm van buurtwinkel. Het voortbestaan van die winkels mag niet worden bedreigd.

Wordt er meer alcohol verkocht tijdens de lockdown? De spreekster bevestigt de hogere omzet in de voedingswinkels, dat omvat dus ook alcohol. Dit valt te verklaren door de sluiting van de horeca. Maar daaruit kan men nog niet afleiden dat er meer consumptie van alcohol is. Het is wel zo dat tijdens de lockdown mensen meer aandacht besteden aan gezondere voeding en meer gaan sporten. Mevrouw De Greve verwijst voor cijfers naar het VAD.

L'oratrice précise par ailleurs qu'elle n'a pas de point de vue arrêté sur la question du relèvement de la limite d'âge pour la consommation d'alcool.

Mme Clémentine Stévenot (*Eurotox*) est d'accord avec Mme Peleman sur les facteurs qui contribuent à une consommation problématique d'alcool. Le rapport individuel à l'alcool joue un rôle, il y a le lien avec la communauté dans laquelle on vit, le lien avec le statut social, la pression, le stress, la personnalité, ... Et puis, il y a aussi le contexte socio-économique et culturel de la consommation problématique d'alcool. L'oratrice souligne à cet égard l'importance du marketing et de la publicité. Il y a également la grande disponibilité et les prix bas de l'alcool. Il est important de trouver un juste milieu entre la banalisation et la diabolisation de la consommation d'alcool.

Boire avant de sortir ou le *binge drinking* sont des formes de consommation à risque. Cela ne veut pas dire bien sûr qu'on est dépendant. L'aspect sexy de l'alcool dans la publicité est aussi un facteur qui peut contribuer à une consommation problématique. La publicité vise de plus en plus un public jeune avec des boissons alcoolisées sucrées et des emballages combinés. On renforce le message que l'alcool est *fun*. On sape ainsi l'idée que l'alcool est en réalité un produit à problème. L'oratrice constate que la publicité est visible plusieurs fois par jour sur les réseaux sociaux. Elle se prononce en faveur d'un screening de la publicité avant qu'elle ne soit montrée au public.

À ce stade, on ne dispose pas de suffisamment de données pour affirmer quoi que ce soit au sujet de la consommation d'alcool pendant le confinement. Les données dont on dispose proviennent surtout d'internet. Ce qui veut dire que nous n'avons pas d'information sur la population (plus pauvre) qui n'a pas accès à internet.

Pour une approche globale de l'alcool, Mme Stévenot renvoie au tabac. Pour le tabac, la publicité a été fortement limitée; on a apposé sur les paquets des photos de maladies liées au tabac. On a prévu une aide spécifique pour les fumeurs. Un dépistage précoce de la consommation problématique du tabac a ainsi été encouragé. Cette approche globale a mené à une baisse de la consommation de tabac.

L'oratrice n'est pas contre un âge minimum à 16 ou 18 ans. Mais il doit s'agir d'une approche qui favorise la santé publique, plutôt que d'une politique axée sur l'interdiction. L'accent doit être mis sur la protection des jeunes. La loi doit être la plus claire possible pour qu'elle puisse être bien appliquée, notamment par les points de vente.

De spreekster deelt verder mee dat zij geen specifiek standpunt inneemt over het optrekken van de leeftijds-grens voor de consumptie van alcohol.

Mevrouw Clémentine Stévenot (*Eurotox*) sluit zich aan bij mevrouw Peleman met betrekking tot de factoren die bijdragen tot het problematisch gebruik van alcohol. De individuele verhouding met alcohol speelt een rol, er is de link met de gemeenschap waarin men leeft, er is een link met sociale standing, met druk, met stress, met persoonlijkheid enzovoort, en dan is er nog de sociaaleconomische en culturele context van problematisch alcoholgebruik. De spreekster wijst daarbij op het belang van marketing en publiciteit. Er is ook nog de grote beschikbaarheid en lage prijs van alcohol. Het is belangrijk een evenwicht te vinden tussen het banaliseren en het diaboliseren van het gebruik van alcohol.

Het indrinken of *binge drinken* is een vorm van risicogebruik. Dit betekent natuurlijk niet dat men verslaafd is. Het sexy aspect van alcohol in de reclame is ook een factor die kan bijdragen tot problematisch gebruik. Reclame richt zich in toenemende mate op een jong publiek met gesuikerde, alcoholhoudende dranken en samengestelde verpakkingen. Men versterkt de boodschap dat alcohol *fun* is. De idee dat alcohol eigenlijk een probleemproduct is, wordt ondergraven. De spreekster merkt op dat reclame meermaals per dag op de sociale media te zien is. Ze is voorstander van het screenen van reclame voordat die op het publiek wordt losgelaten.

Men beschikt op dit moment niet over voldoende data om iets te zeggen over alcoholgebruik tijdens de lockdown. De data waarover men beschikt, worden meestal online gevonden. Dit houdt in dat er geen info is over de (armere) bevolking die geen toegang heeft tot het internet.

Voor een alomvattende aanpak van alcohol verwijst mevrouw Stévenot naar tabak. Voor tabak werd de reclame sterk beperkt, de verpakking werd voorzien van foto's van aan tabak gerelateerde ziektes. Er werd in specifieke hulp voorzien voor rokers. Vroegtijdige opsporing van problematisch gebruik van tabak is daardoor aangemoedigd. Deze alomvattende aanpak heeft geleid tot een daling van de tabaksconsumptie.

De spreekster is niet tegen een minimumleeftijd van 16 of 18 jaar. Het moet wel een aanpak zijn die de volksgezondheid bevordert, veeleer dan een aanpak die zich op een verbod focust. De nadruk moet liggen op de bescherming van de jongeren. De wet moet zo duidelijk mogelijk zijn zodat die goed kan worden toegepast, met name door de verkooppunten.

Mme Stévenot note également qu'il y a en Belgique un manque criant de données chiffrées par rapport aux autres pays. Il est fondamental de bien organiser le suivi.

M. Martin de Duve (Groupe "Jeunes, alcool et société") confirme qu'il est possible de travailler sur l'étiquetage au niveau fédéral. L'Europe est compétente en ce qui concerne l'étiquetage des denrées alimentaires. Le lobby du vin a tout fait pour que la compétence en matière d'étiquetage ne revienne pas au niveau européen. Cela pourrait changer à l'avenir.

L'orateur ignore si l'approche adoptée pour le tabac peut être appliquée à l'alcool. Les consommateurs d'alcool demandent plus d'information, ils sont aussi capables de comprendre les informations sur les produits. Il est nécessaire d'apposer les valeurs nutritionnelles et le nombre d'unités d'alcool sur le conditionnement. Cela peut être facilement réglé au niveau national.

Il est vrai que les jeunes achètent les produits les moins chers quand il s'agit de boire avant de sortir. Chez les jeunes, il y a un lien direct entre le prix et la consommation d'alcool. Cela est étayé par des données scientifiques.

Y a-t-il un lien entre les accidents de la circulation et l'achat de boissons dans les points de vente le long des autoroutes et y a-t-il une différence avec les achats dans les autres points de vente? Ce ne sont pas les bonnes questions à se poser. La littérature scientifique montre que les personnes ayant une consommation problématique d'alcool ont un comportement intentionnel, volontaire. Et cette volonté croît dès qu'elles perçoivent des signaux sur les produits qu'elles consomment trop. Le simple fait de voir le produit ou de la publicité pour ce produit dans un lieu public incite à la consommation. Le législateur a les compétences nécessaires pour réduire la pression sur ces personnes. Il peut réduire l'omniprésence de l'alcool dans les lieux publics, à commencer par la publicité.

En limitant la publicité, on influencera le comportement volontaire des consommateurs à problème. Et ils prendront moins d'alcool.

M. de Duve estime qu'il faut interdire la vente d'alcool à certains endroits. À commencer par les stations-services parce que boire et conduire forment une association néfaste. En Belgique, il y a plus de 35 000 points de vente d'alcool. La France, un pays beaucoup plus étendu avec une population six fois supérieure compte 60 000 points de vente.

Mevrouw Stévenot merkt nog op dat er in België een groot gebrek is aan becijferd materiaal in vergelijking met andere landen. Het is van fundamenteel belang de monitoring goed te organiseren.

De heer Martin de Duve (Groupe "Jeunes, alcool et société") bevestigt dat het op federaal niveau mogelijk is aan de etikettering te werken. Europa is bevoegd voor etikettering voor voeding. De wijnlobby heeft ervoor geijverd dat de bevoegdheid voor de etikettering niet op Europees niveau belandt. Dit kan misschien toch in de toekomst veranderen.

De spreker weet niet of de aanpak die men hanteerde voor tabak, op alcohol kan worden toegepast. De consumenten van alcohol vragen meer informatie, ze zijn ook bij machte de informatie over de producten te begrijpen. Het aanbrengen van de voedingswaarde en het aantal alcoholeenheden op de verpakking is nodig; dit kan makkelijk op nationaal niveau worden geregeld.

Het is inderdaad zo dat jongeren de goedkoopste producten aankopen voor het indrinken. Er bestaat een direct verband tussen de prijs en het alcoholverbruik bij jongeren. Dit wordt door wetenschappelijke data gestaafd.

Is er een verband tussen auto-ongevallen en de aankoop van drank bij een verkooppunt op de snelweg en is er een verschil bij aankoop bij een andere verkooppunt? Dit zijn niet de vragen die zich men moet stellen. Uit de wetenschappelijke literatuur blijkt dat mensen met een problematisch alcoholgebruik een intentioneel gedrag vertonen. Zij hebben een toegenomen intentie van zodra ze signalen opvangen over de producten waarvan ze teveel consumeren. Het louter zien van het product of reclame ervoor in de publieke ruimte zet aan tot consumptie. De wetgever beschikt over de bevoegdheid om deze druk op die mensen te verminderen. De alomtegenwoordige aanwezigheid van alcohol in de publieke ruimte kan door de wetgever worden beperkt, te beginnen met reclame.

Door reclame te beperken zal het intentioneel gedrag van problematische gebruikers worden beïnvloed en zal men minder naar alcohol grijpen.

De heer de Duve is van oordeel dat er een verbod moet komen op alcoholverkoop op bepaalde plaatsen. Zeker in tankstations, want rijden en drinken vormt een nefaste combinatie. In België zijn er meer dan 35 000 verkooppunten van alcohol. Frankrijk, een veel uitgestreker land met een zesvoudige bevolking van België, telt 60 000 verkooppunten.

On peut aussi intervenir au niveau des heures pendant lesquelles la vente d'alcool est autorisée. Les membres de la commission qui sont actifs au niveau local auront remarqué qu'une restriction à certaines heures lors d'événements peut avoir un impact direct sur la consommation d'alcool. Une interdiction de vente après 22 heures ou minuit aura un impact direct sur ce qui se passera plus tard au cours de la soirée ou pendant la nuit.

L'orateur souligne que la consommation excessive de l'alcool baisse quand le prix augmente. Une bouteille de vodka contient 24 unités d'alcool et se vend pour 7,5 euros. C'est un prix très bas par unité d'alcool. C'est précisément ce prix bas qui contribue à une utilisation excessive. Peu importe la qualité de ce que l'on boit.

C'est vrai que l'utilisation va se déplacer. On va consommer de l'alcool lors des fêtes, des événements et dans les cafés. Et c'est bien. Le contrôle social y est plus important. Et étant donné que le prix de l'alcool y est plus élevé, on consommera moins.

M. de Duve explique ce qu'est précisément une unité d'alcool. Une unité d'alcool contient 10 gr. d'alcool pur. Cela équivaut à un verre de bière de 25 cl à 5° ou un verre de vin de 10 à 12 cl de 12° à 14° ou encore un verre de whisky de 3,5 cl à 40°. Le problème c'est que les gens sous-estiment systématiquement leur consommation d'alcool. Il est donc primordial de bien informer les personnes à propos de l'alcool et de sa consommation pour qu'elles soient conscientes de leur consommation.

On a déjà abordé l'impact du COVID-19 sur la consommation d'alcool. Il y a une étude de Sciensano qui fait suite à une enquête menée en avril 2020. La moitié des personnes interrogées n'ont pas changé leur consommation, 20 % buvaient moins (surtout les jeunes) et 20 % (de 30 à 50 ans) buvaient plus au quotidien. C'est ce dernier groupe qui court le risque d'une consommation problématique avec plus de risque de maladies.

On a posé la question de savoir à partir de combien d'unités d'alcool on pouvait parler de consommation problématique. Et qu'est-ce qu'une consommation d'alcool sans risque? Eh bien, c'est simple. Il n'y a aucun risque quand on ne boit pas d'alcool. À partir du moment où on consomme ne serait-ce qu'une unité d'alcool par jour, le risque pour la santé augmente. Il y a bien un consensus international sur la consommation d'alcool comportant peu de risque. Cela équivaut à moins de dix unités.

Pour M. de Duve, il faut se garder de reprendre la convention Arnoldus dans la loi. Le texte de la convention a été rédigé par l'industrie de l'alcool. Elle autorise largement la publicité, ce qui augmente la consommation. Le

Voorts kan men ingrijpen inzake het tijdvak waarin alcoholverkoop is toegestaan. De lokaal politiek actieve commissieleden zullen al hebben gemerkt hoe een beperking in bepaalde uren tijdens events een rechtstreekse impact kan hebben op alcoholverbruik. Het verbod op alcoholverkoop na 22.00 uur of middernacht zal een rechtstreekse impact hebben op wat er later die avond of gedurende de nacht gebeurt.

De spreker onderstreept dat overmatig alcoholgebruik vermindert wanneer de prijs wordt verhoogd. Een fles wodka bevat 24 eenheden alcohol en gaat al de deur uit voor 7,5 euro. Dit is een zeer lage prijs per eenheid alcohol. Het is juist deze lage prijs die overdadig alcoholgebruik in de hand werkt. De kwaliteit van wat men drinkt, telt niet.

Het klopt dat het verbruik zal verschuiven. Men zal alcohol nuttigen tijdens feesten en evenementen en op café. En dat is goed. De sociale controle is daar immers groter. En aangezien de prijs van alcohol daar hoger ligt, wordt er minder geconsumeerd.

De heer de Duve verduidelijkt wat nu precies een eenheid alcohol is. Een eenheid alcohol bevat 10 gr. pure alcohol. Dit komt overeen met een glas bier van 25 cl van 5° of een glas wijn van 10 tot 12 cl van 12° tot 14° of 3,5 cl. whisky van 40°. Het probleem is vooral dat mensen systematisch hun alcoholgebruik onderschatten. Het is dus belangrijk goed voor te lichten over alcohol en consumptie opdat mensen zich bewust zijn van hun gebruik.

De impact van COVID-19 op het alcoholverbruik werd al belicht. Er is de studie van Sciensano die aansluit bij het onderzoek dat in april 2020 werd verricht. De helft van de bevroegden heeft het verbruik niet veranderd, 20 % dronk minder (vooral jongeren) en 20 % (30 tot 50-jarigen) dronk dagelijks meer. Het is deze laatste groep die het risico loopt op problematisch gebruik met meer kans op ziektes.

De vraag werd gesteld vanaf hoeveel eenheden alcohol men kan spreken van problematisch gebruik. En wat is alcoholverbruik zonder risico? Wel, het is eenvoudig. Er is geen risico wanneer men geen alcohol gebruikt. Van zodra men nog maar één eenheid alcohol per dag consumeert, stijgt het gezondheidsrisico. Er is wel internationale consensus over alcoholgebruik met weinig risico. Dit komt neer op minder dan 10 eenheden.

De heer de Duve waarschuwt ervoor om het Arnoldusconvenant in de wet op te nemen. De tekst van het convenant werd opgesteld door de alcoholindustrie. Dit convenant laat veel reclame toe, waardoor

texte de la convention permet de contourner les règles de manière systématique. L'orateur se souvient d'une rencontre avec le directeur commercial d'un producteur d'alcool au cabinet du ministre de la santé publique. Ce directeur estimait que le secteur se comportait de manière très responsable puisqu'il finançait la campagne BOB. Mais quand il y en a un qui ne boit pas, les autres peuvent d'autant plus se laisser aller. Cela ne porte donc pas atteinte aux intérêts commerciaux du secteur. Il est par ailleurs stipulé dans la convention qu'on ne peut pas lier consommation d'alcool et performances sportives. On a pourtant fait la publicité de l'alcool liée à une pratique sportive intense avec le slogan "les hommes savent pourquoi". On donne ainsi l'impression que le sport et l'alcool vont de pair. Pour l'industrie de l'alcool, cela ne posait pas de problème parce qu'on ne buvait qu'après la pratique du sport. M. de Duve estime que les règles sont systématiquement contournées. La convention n'est pas efficace, elle autorise presque tout en matière de publicité. D'après la convention, toute association avec la modération ou l'abstention induit une image négative. Or, cela ne cadre pas avec la publicité "*No Martini, no party*" dans laquelle apparaît George Clooney.

On souligne sans arrêt le lien entre alcool et fête, alcool et tentation, alcool et sensualité, alcool et sport. L'orateur voudrait insister sur le fait qu'un ancrage légal de la convention n'est pas une solution. C'est un peu comme si les producteurs d'alcool rédigeaient les textes de loi qu'ils sont tenus de respecter. Ce sont les pouvoirs publics, et pas les acteurs eux-mêmes, qui doivent fixer les règles en matière de publicité.

Quand on dit que 85 % de la population consomme de l'alcool, il s'agit des plus de 15 ans. Les enfants ne sont donc pas compris dans ces chiffres. Le montant de 1,8 milliard d'euros représente le volume des taxes et accises, tant dans les points de vente que dans l'horeca. Il y a 8 000 emplois directement liés au secteur de la production et encore beaucoup plus dans l'horeca. L'orateur souligne que son intention n'est pas d'interdire l'alcool, il préconise l'interdiction des facteurs qui mènent à une surconsommation d'alcool. Le coût social de 4,2 à 6 milliards est lié aux 10 à 15 % de consommateurs problématiques. Il s'agit surtout de surconsommation lors de fêtes et d'événements. À cela s'ajoute le fait que l'eau n'est pas proposée gratuitement. Servir de l'eau gratuitement réduit la consommation d'alcool et donc les problèmes de santé liés à sa consommation.

Une régulation du marché de l'alcool permet une réduction du coût social, une augmentation de l'espérance de vie de la population et un rapport plus sain à l'alcool.

de consommation wordt vergroot. De tekst van het convenant maakt het mogelijk de regels systematisch te omzeilen. De spreker herinnert zich een ontmoeting met een commercieel directeur van een alcoholproducent op het kabinet van de minister van Volksgezondheid. Deze directeur was van oordeel dat de sector zich zeer verantwoord gedroeg, aangezien de sector de bob-campagne financierde. Maar wanneer één iemand niet drinkt, dan kunnen de anderen zich goed laten gaan. Dit schaadt de commerciële belangen van de industrie dus niet. Verder staat in het convenant dat men alcoholgebruik en sportieve prestaties niet met elkaar mag associëren. Toch werd er reclame gemaakt voor alcohol rond intense sportieve prestaties met de slogan "Mannen weten waarom". Men geeft hierdoor de indruk dat sport en alcohol samengaan. Voor de alcoholindustrie was er geen probleem, want er werd pas na de sportieve prestatie gedronken. De heer de Duve stelt dat de regels systematisch worden omzeild. Het convenant is niet doeltreffend; het laat bijna alles toe qua alcoholreclame. Het is, volgens het convenant, een negatief imago te associëren met matiging of onthouding. Dit valt toch niet te rijmen met de "*No Martini, no party*"-reclame waarin George Clooney figureert.

Men hamert onophoudelijk op de link tussen alcohol en feest, alcohol en verleiding, alcohol en sensualiteit, alcohol en sport. De spreker herhaalt met klem dat de wettelijke verankering van het convenant geen oplossing biedt. Het komt er bijna op neer dat de alcoholproducenten de wetteksten opstellen die ze zelf moeten volgen. Het is aan de overheid de reclameregels op te stellen, niet aan de actoren zelf.

Wanneer er gesteld wordt dat 85 % van de bevolking alcohol consumeert, dan gaat dit om iedereen vanaf 15 jaar. Kinderen zijn dus niet in deze cijfers begrepen. Het bedrag van 1,8 miljard euro vertegenwoordigt het bedrag aan taksen en accijnzen, zowel in de verkoop als in de horeca. Er zijn 8 000 banen direct verbonden aan de productiesector, met daarbij nog veel meer banen in de horeca zelf. De spreker onderstreept dat het niet zijn bedoeling is alcohol te verbieden; hij is voorstander van de zaken te verbieden die leiden tot overmatige consumptie van alcohol. De sociale kostprijs van 4,2 tot 6 miljard euro heeft betrekking op de 10 tot 15 % problematische gebruikers. Het gaat vooral om overmatige consumptie bij feesten, evenementen, en het feit dat er geen gratis water wordt geschonken. Het aanbieden van gratis water leidt tot minder alcoholgebruik en tot minder gezondheidsproblemen die gerelateerd zijn aan het gebruik van alcohol.

Een regulering voor de alcoholmarkt leidt tot een daling van de sociale kostprijs, de levensverwachting van de bevolking neemt toe en de verhouding tot alcohol

L'objectif est de mieux gérer la consommation d'alcool et de faire en sorte qu'elle reste agréable. Aujourd'hui, nous n'avons pas la bonne approche en matière de consommation d'alcool.

L'approche scandinave est intéressante. En Suède, il y avait un énorme problème d'alcool et c'est pourquoi ils ont considérablement augmenté les prix. Cette option n'est pas appropriée ici parce que les problèmes sont différents. En Belgique, il n'y a pas de consensus pour appliquer le modèle suédois de fixation des prix. L'Islande agit sur les prix de l'alcool et la promotion de la santé publique. Le pays mise sur la sauvegarde de la protection sociale dès le plus jeune âge en favorisant le développement de bonnes compétences relationnelles et un esprit critique. On y pratique plus de sport et il y a plus de contrôle par les parents. Le modèle islandais ne peut être repris tel quel mais peut être une source d'inspiration, surtout pour ce qui est de la dépendance. Le *binge drinking* chez les 15-18 ans y a été ramené de 40 % à 5 %. Il s'agit de toute une série de mesures volontaristes, prises au niveau des écoles, des loisirs, des parents et de la population en général.

II. — AUDITION DU 11 JANVIER 2021

A. Exposés introductifs

1. Exposé de M. Jan Raymaekers, Vlaamse Jeugdraad

M. Jan Raymaekers explique que le Conseil flamand de la Jeunesse (Vlaamse Jeugdraad) est l'organe consultatif officiel du gouvernement flamand dans toutes les matières qui concernent les enfants, les jeunes et leurs organisations.

Cet organe est composé de seize conseillers élus: huit jeunes et huit éducateurs. Le Conseil flamand de la Jeunesse s'exprime également au nom d'une centaine d'organisations de jeunesse reconnues, telles que les plaines de jeux, les mouvements de jeunesse et les maisons de jeunes.

Le point de vue exposé par M. Raymaekers en commission de la Santé et de l'Égalité des chances repose sur des avis rendus par le Conseil flamand de la jeunesse par le passé. Le Conseil flamand de la Jeunesse ne possède pour le moment pas d'avis actualisé concernant l'alcool, mais est disposé à élaborer un avis plus complet au cas où un Plan Alcool commun serait rédigé à l'avenir.

wordt gezonder. Het is de bedoeling het gebruik van alcohol aangenaam te houden en beter te beheren. Op dit moment wordt het alcoholgebruik slecht aangepakt.

De Scandinavische benadering is interessant. In Zweden was er een enorm alcoholprobleem en de prijzen werden daarom drastisch verhoogd. Deze benadering is hier niet aangewezen omdat de problemen hier anders zijn. Er bestaat in België geen draagvlak om het model van de Zweedse prijszetting toe te passen. In IJsland wordt gewerkt op de prijs en op de promotie van de volksgezondheid. Vanaf jonge leeftijd wordt er gekozen voor het beschermen voor sociale bescherming via het ontwikkelen van goede relationele competenties en een kritische ingesteldheid. Er is meer sportbeoefening en controle van de ouders. Het IJslands model kan niet klakkeloos worden overgenomen, maar het is wel een inspiratiebron, zeker op het gebied van verslaving. *Binge drinking* bij de 15- tot 18-jarigen is daar gedaald van 40 % naar 5 %. Het gaat om een hele reeks proactieve maatregelen in scholen, bij recreatie, bij de ouders en bij de bevolking in het algemeen.

II. — HOORZITTING VAN 11 JANUARI 2021

A. Inleidende uiteenzettingen

1. Uiteenzetting van de heer Jan Raymaekers, Vlaamse Jeugdraad

De heer Jan Raymaekers legt uit dat de Vlaamse Jeugdraad het officieel adviesorgaan van de Vlaamse regering is voor alles wat kinderen, jongeren en hun organisaties aanbelangt.

De Jeugdraad is samengesteld uit zestien verkozen adviseurs: acht jongeren en acht jeugdwerkers. De Vlaamse Jeugdraad spreekt ook namens een honderdtal erkende jeugdwerkorganisaties, zoals speelpleinen, jeugdbewegingen en jeugthuizen.

Het standpunt dat de heer Raymaekers in de commissie Gezondheid en Gelijke Kansen uiteenzet, is gebaseerd op adviezen die de Vlaamse Jeugdraad in het verleden heeft uitgebracht. De Vlaamse Jeugdraad beschikt momenteel niet over een actueel advies in verband met alcohol, maar is bereid een uitgebreider advies uit te werken indien er in de toekomst een algemeen alcoholplan wordt opgesteld.

1.1. *Considérations générales*

Dans les médias et ailleurs, on peut souvent voir des images montrant des jeunes en train de faire la fête et de consommer de l'alcool. Ces images influencent l'idée que se font les gens de la consommation d'alcool chez les jeunes. Les gens voient ces images et se disent qu'une grande partie du Plan Alcool devra être axée sur les jeunes quand il sera rédigé. Il convient cependant de mettre ce genre d'images en perspective.

La consommation d'alcool chez les jeunes a connu des évolutions encourageantes au cours des dix dernières années. Les enquêtes réalisées en milieu scolaire par le centre flamand de l'expertise sur l'alcool et les autres drogues (VAD) montrent que les jeunes commencent à boire plus tard et qu'ils consomment moins d'alcool. Cela ne signifie évidemment pas qu'il n'y a aucun problème.

Il faut cependant reconnaître que l'abus d'alcool est un problème de société généralisé et pas uniquement un problème qui touche les jeunes. Les chiffres de Statistiek Vlaanderen montrent clairement que le groupe des 55-64 ans est le groupe dont la consommation d'alcool est la plus problématique et la plus excessive. Dès lors, le Conseil flamand de la Jeunesse demande de ne pas élaborer un Plan Alcool qui n'imposerait que des mesures aux jeunes et n'aborderait pas les problèmes des groupes plus âgés. Un Plan Alcool efficace doit avoir une portée globale et ne doit pas uniquement cibler les jeunes.

En outre, le Conseil flamand de la Jeunesse demande de faire participer les jeunes et les éducateurs à l'élaboration d'un Plan Alcool de société. En effet, les éducateurs disposent déjà d'une expérience et de connaissances en la matière. Les pouvoirs publics peuvent s'inspirer de certaines de leurs actions fortes. Par exemple, Formaat, une organisation regroupant quelque 200 maisons de jeunes, a créé, en collaboration avec le VAD, le label "Attent" pour les maisons de jeunes qui abordent la question de l'alcool de manière responsable, en offrant de l'eau gratuite par exemple. Sur les 200 maisons de jeunes rattachées à Formaat, 175 ont reçu le label. Les fédérations des mouvements de jeunesse mènent également une politique réfléchie en matière d'alcool. Les pouvoirs publics ne doivent donc pas élaborer des mesures inédites pour les jeunes.

1.2. *Les jeunes et l'alcool*

Lorsqu'on entame un travail de réflexion sur les jeunes et l'alcool, il faut prendre en compte trois principes. Premièrement, la prévention reste le principal levier lorsque l'on souhaite modifier la consommation d'alcool

1.1. *Algemene bedenkingen*

In de media en elders verschijnen vaak beelden van feestende en alcohol consumerende jongeren, die een bepaalde perceptie van het alcoholgebruik bij jongeren creëren. Men ziet die beelden en besluit dan dat wanneer er een alcoholplan wordt opgesteld, een belangrijk deel ervan aan jongeren moet worden gewijd. Dit soort beelden moet echter in perspectief worden geplaatst.

De laatste tien jaar ziet men een aantal hoopgevende trends met betrekking tot het alcoholgebruik bij jongeren. De leerlingenbevragingen van het VAD tonen aan dat jongeren later beginnen met drinken en dat ze minder alcohol drinken. Dat wil natuurlijk niet zeggen dat er helemaal geen problemen zijn.

Men moet echter erkennen dat alcoholmisbruik een algemeen maatschappelijk probleem is, en niet louter een probleem van jongeren. Cijfers van Statistiek Vlaanderen tonen duidelijk aan dat de groep van de 55-tot 64-jarigen het meest problematische en overmatige alcoholgebruik vertoont. De Vlaamse Jeugdraad vraagt dan ook om geen alcoholplan op te stellen dat enkel maatregelen oplegt aan jongeren en tegelijkertijd de problemen bij de oudere leeftijdsgroepen niet aanpakt. Een goed alcoholplan moet dus breed opgevat worden en niet enkel jongeren viseren.

Voorts vraagt de Vlaamse Jeugdraad om de jongeren zelf en het jeugdwerk bij de opmaak van het maatschappelijk alcoholplan te betrekken. Jeugdwerkers beschikken immers reeds over ervaring en kennis over het omgaan met alcohol. De overheid kan zich laten inspireren door een aantal sterke acties die vanuit het jeugdwerk werden opgezet. Zo werkte Formaat, een koepel van een 200-tal jeugthuizen, bijvoorbeeld samen met het VAD en ontwikkelden ze het Attent-label voor jeugthuizen die op een veilige manier met alcohol omgaan, door bijvoorbeeld gratis water aan te bieden. 175 van de 200 jeugthuizen die bij Formaat aangesloten zijn, kregen dit label. Daarnaast hebben de koepels van de jeugdbewegingen ook een bewust alcoholbeleid. Het is dus niet nodig om vanuit de overheid volledig nieuwe maatregelen voor jongeren te bedenken.

1.2. *Jongeren en alcohol*

Bij de denkoefening over jongeren en alcohol moet er rekening gehouden worden met drie principes. Ten eerste is preventie nog steeds de belangrijkste hefboom wanneer men invloed wenst uit te oefenen op het alcoholgebruik

chez les jeunes. La baisse de la consommation d'alcool dans ce groupe n'est pas le fruit du hasard. Elle est souvent le résultat de campagnes ciblées.

Les campagnes de prévention doivent cependant être adaptées aux jeunes, ce qui signifie qu'elles ne peuvent pas simplement tenir un discours moralisateur, mais qu'elles doivent surtout interpeller les jeunes.

Deuxièmement, les mesures axées sur les jeunes ou les Plans Alcool doivent également se fonder sur la force des jeunes et des éducateurs. La meilleure solution ne consiste pas toujours à imposer de simples interdictions.

Troisièmement, il faut garder à l'esprit que le bien-être des jeunes ne se résume pas à leur santé. Une politique forte ne doit pas avoir peur de s'interroger sur les causes de la consommation d'alcool. Quand un jeune surmonte ses problèmes d'alcool, cela n'implique pas forcément qu'il sera en bonne santé. Il faut chercher les causes plus profondes et se pencher sur les contextes, les situations familiales et les problèmes susceptibles de donner lieu à une consommation d'alcool problématique chez les jeunes. Parfois, il est plus efficace de s'attaquer aux causes plutôt que de se contenter d'interdire la consommation d'alcool.

1.3. Observations concernant les propositions de loi

M. Raymaekers examine deux mesures concrètes proposées dans les propositions de loi.

En ce qui concerne l'interdiction de vente de boissons spiritueuses dans les magasins de nuit à partir d'une certaine heure, le Conseil flamand de la jeunesse n'a pour le moment pas d'avis. Si un Plan Alcool avec une portée plus large est élaboré, le Conseil flamand de la jeunesse est disposé à examiner cette mesure. Le Conseil n'a pas non plus d'opinion particulière sur la vente d'alcool dans les distributeurs automatiques.

Depuis des années, le Conseil flamand de la jeunesse est favorable à l'interdiction de vente d'alcool dans les stations-service, et à plus forte raison le long des autoroutes. Les conseillers à la jeunesse ne comprennent pas pourquoi les ventes d'alcool continuent dans des endroits uniquement accessibles en voiture. Le fait que cette mesure soit reprise dans les propositions de loi est un point positif. Toutefois, le Conseil flamand de la jeunesse estime que les propositions pourraient aller encore plus loin. Selon le Conseil, la combinaison alcool et conduite n'a rien de positif. Dès lors, le Conseil flamand de la jeunesse plaide en faveur d'une tolérance zéro pour l'alcool au volant. Cette règle ne doit pas seulement cibler les jeunes conducteurs ou les conducteurs inexpérimentés, mais doit avoir une portée globale.

van jongeren. De dalende cijfers voor het alcoholgebruik van jongeren zijn er niet zomaar gekomen. Ze zijn vaak het resultaat geweest van gerichte campagnes.

Het is wel nodig dat die preventie op maat van de jongeren wordt gemaakt. Dat wil zeggen dat campagnes niet enkel belerend mogen zijn, maar vooral jongeren moeten aanspreken.

Ten tweede moeten op jongeren gerichte maatregelen of alcoholplannen ook vertrekken van de kracht van jongeren en jeugdwerk. Enkel verbieden is niet altijd de juiste oplossing.

Ten derde moet men voor ogen houden dat het welzijn van jongeren meer is dan gezondheid. Een sterk beleid moet ook durven kijken naar de oorzaak van alcoholgebruik. Het is immers niet zo dat wanneer een jongere stopt met problematisch drinken, hij of zij automatisch ook gezond zal zijn. Men moet verder durven kijken en onderzoeken welke contexten, welke thuissituaties en welke problemen kunnen leiden tot problematisch alcoholgebruik bij jongeren. Soms is het namelijk effectiever om de oorzaken aan te pakken dan enkel het alcoholgebruik te verbieden.

1.3. Opmerkingen bij de wetsvoorstellen

De heer Raymaekers bespreekt twee concrete maatregelen die in de wetsvoorstellen worden voorgesteld.

Over een verkoopverbod voor sterkedrank in nachtwinkels vanaf een bepaald uur heeft de Vlaamse Jeugdraad momenteel geen standpunt. Indien er een breder alcoholplan zal worden ontwikkeld, is de Jeugdraad bereid zich over deze maatregel te buigen. Ook over de verkoop van alcohol in automaten heeft de Vlaamse Jeugdraad geen specifiek standpunt.

De Vlaamse Jeugdraad is wel al jaren voorstander van een alcoholverkoopverbod in tankstations, en zeker langs de snelwegen. De jongerenadviseurs snappen niet waarom er op plaatsen waar men alleen met de wagen geraakt nog steeds alcohol aanwezig is. Het is positief dat deze maatregel in de wetsvoorstellen wordt opgenomen. De Vlaamse Jeugdraad vindt echter dat de voorstellen nog een stapje verder kunnen gaan. Voor de Jeugdraad is de combinatie alcohol en verkeer op geen enkele manier positief. De Vlaamse Jeugdraad pleit dan ook voor een nultolerantie in het verkeer. Die regel moet niet enkel op jonge of onervaren chauffeurs gericht zijn, maar moet een algemene maatregel zijn.

Les propositions de loi prônent également une interdiction de la publicité ciblant les jeunes. Le Conseil flamand de la jeunesse n'a pas de position particulière à ce sujet. Comme indiqué précédemment, le Conseil estime qu'il est important de mener des campagnes de prévention adaptées aux jeunes.

En Flandre, il existe une plateforme d'information pour les jeunes, WAT WAT, qui, en collaboration avec une septantaine d'organisations, informe les jeunes d'une manière adaptée. La plateforme leur fournit des informations sur divers sujets, tels que l'obtention du permis de conduire, vivre seul et l'alcool également. WAT WAT tente de répondre à toute une série de questions spécifiques que les jeunes se posent sur l'alcool, comme "Est-ce que je suis un "ringard" si je refuse de boire de l'alcool?" La plateforme prend donc comme point de départ l'univers des jeunes et tente d'apporter des réponses aux questions qui les préoccupent vraiment.

1.4. Le rôle du Conseil flamand de la jeunesse dans l'élaboration de la politique

Le Conseil flamand de la jeunesse continue de contrôler la mise en œuvre de la politique en matière d'alcool dans le cadre du travail des éducateurs et est toujours à la recherche d'éventuelles améliorations à apporter. À cette fin, le Conseil flamand de la jeunesse poursuit sa collaboration avec le VAD.

Quand un Plan Alcool de société avec une portée plus large, qui prendra en compte toutes les tranches d'âge, sera mis au point, le Conseil flamand de la jeunesse sera bien entendu disposé à apporter sa contribution. Le Conseil sera alors prêt à effectuer un travail approfondi avec les enfants et les jeunes.

2. Exposé de Mme Sandrine Sepul, Centre de la Communication/Jury d'Éthique Publicitaire (JEP)

Mme Sandrine Sepul rappelle en introduction la composition du Centre de la Communication, ses missions et son rôle. Le Jury d'Éthique Publicitaire est l'organe d'autodiscipline en matière publicitaire en Belgique, qui s'assure que la publicité est loyale, véridique, socialement responsable et qui vérifie la conformité par rapport aux lois et aux codes d'autodiscipline des acteurs.

Les décisions du JEP interviennent soit suite à une plainte (d'une association, d'une entreprise ou d'un particulier) soit de manière préventive avant la diffusion d'une campagne, à la demande d'un annonceur. Suite à la plainte, le JEP décide s'il y a infraction ou pas. En cas

In de wetsvoorstellen wordt ook gepleit voor een verbod op reclame gericht op jongeren. De Vlaamse Jeugdraad heeft hierover geen specifiek standpunt. Zoals eerder gesteld, vindt de Jeugdraad het wel belangrijk dat preventie op jongerenmaat wordt aangeboden.

Op Vlaams niveau bestaat er een jeuginformatieplatform met de naam WatWat dat, in samenwerking met een 70-tal organisaties, jongeren informeert op een manier die hun aanspreekt. Het platform informeert jongeren over thema's als het behalen van het rijbewijs, alleen gaan wonen en ook over alcohol. WatWat tracht een antwoord te bieden op een reeks specifieke vragen die jongeren hebben over alcohol, zoals bijvoorbeeld "Ben ik een "seut" als ik geen alcohol wil drinken?". Het platform vertrekt dus vanuit de leefwereld van jongeren en tracht antwoorden te bieden op vragen die echt leven bij jongeren.

1.4. De rol van de Vlaamse Jeugdraad bij de verdere uitwerking van het beleid

De Vlaamse Jeugdraad blijft het alcoholbeleid binnen het jeugdwerk opvolgen en kijkt daarbij steeds hoe het nog beter kan. Om dit te doen, blijft de Vlaamse Jeugdraad samenwerken met het VAD.

Wanneer er een uitgebreider maatschappelijk alcoholplan zal worden uitgewerkt, met aandacht voor alle leeftijdsgroepen, dan wenst de Vlaamse Jeugdraad zeker een steentje bij te dragen. De Vlaamse Jeugdraad is dan zeker bereid om een uitgebreider traject te doorlopen met kinderen en jongeren.

2. Uiteenzetting van mevrouw Sandrine Sepul, Communicatie Centrum / Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP)

Mevrouw Sandrine Sepul licht ter inleiding de samenstelling, de opdrachten en de rol van het Communicatie Centrum toe. De Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame is het zelfregulerend orgaan inzake reclame in België. Hij ziet erop toe dat de reclame eerlijk, waarheidsgetrouw en maatschappelijk verantwoord is en dat ze in overeenstemming is met de wetgeving en met de zelfregulerende codes van de actoren.

De beslissingen van de JEP komen er naar aanleiding van een klacht (van een vereniging, een onderneming of een particulier) of worden op vraag van een adverteerder preventief genomen voorafgaand aan de verspreiding van een campagne. Naar aanleiding van de klacht bepaalt

d'infraction constatée, le JEP demande la modification ou le retrait/l'arrêt pur et simple de la publicité.

98 % des annonceurs respectent les décisions du JEP, qui sont susceptibles d'appel.

Depuis 2019, pour les publicités en matière d'alcool, le JEP s'est adjoint l'expertise d'un représentant du SPF Santé publique (avis préalable obligatoire).

Pour le JEP, la consommation d'alcool chez les jeunes est un enjeu important. Le JEP a participé de manière active, dès 2005, à l'établissement et aux modifications ultérieures des règles en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool.

Le bon respect des articles relatifs à la publicité dans la Convention qui est aujourd'hui d'application est contrôlé par le JEP, et notamment les dispositions concernant les mineurs d'âge (articles 2, 4 et 11). Le JEP rend également chaque année un rapport d'évaluation de cette convention qui est communiqué à l'ensemble des parties et au ministre compétent.

Lors des dernières modifications, le Centre de Communication a notamment contribué à rendre obligatoire un avis préalable du JEP pour les campagnes nationales audiovisuelles, au renforcement des amendes en cas d'infractions multiples la même année (jusqu'à 10 000 euros) et à la présence d'un expert du SPF Santé publique pour chaque dossier de plainte.

Le JEP comprend l'intérêt de la proposition, mais a un doute quant à sa plus-value sous la forme d'une loi, car l'autodiscipline fonctionne de manière efficace.

B. Questions et observations des membres

Mme Barbara Creemers (Ecolo-Groen) interroge le Vlaams Jeugdraad sur son avis à propos de l'interdiction de vente d'alcool dans les magasins de nuit. Lors de la séance de la semaine passée à laquelle le secteur de la jeunesse était représenté, il a été rappelé que beaucoup de jeunes achètent et consomment des boissons alcoolisées sur place avant de se rendre à une fête. Même si le souhait du VJR est de mettre la priorité sur la prévention (qui est une compétence des Régions et Communautés), la députée souhaite connaître son avis à ce sujet pour le législateur fédéral.

de JEP of er al dan niet sprake is van een inbreuk. Ingeval een inbreuk wordt vastgesteld, vraagt de JEP dat de reclame wordt gewijzigd of eenvoudigweg wordt ingetrokken of stopgezet.

De beslissingen van de JEP, waartegen beroep kan worden ingesteld, worden door 98 % van de adverteerders nageleefd.

Inzake reclame voor alcohol doet de JEP sinds 2019 een beroep op de expertise van een vertegenwoordiger van de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu, wiens advies op voorhand moet worden ingewonnen.

Voor de JEP vormt het alcoholgebruik bij jongeren een belangrijk thema. De JEP heeft sinds 2005 actief meegewerkt aan de totstandkoming en aan de latere wijzigingen van de regels inzake de reclame voor en de commercialisering van alcoholhoudende dranken.

De JEP ziet toe op de naleving van de artikelen betreffende de reclame in het thans vigerende Convenant, en meer bepaald op de bepalingen met betrekking tot de minderjarigen (artikelen 2, 4 en 11). De JEP brengt ook jaarlijks een evaluatieverslag van dat convenant uit, dat aan alle partijen en aan de bevoegde minister wordt bezorgd.

In het raam van de recentste wijzigingen heeft het Communicatie Centrum er onder meer toe bijgedragen dat het voorafgaande advies van de JEP verplicht is voor de nationale audiovisuele campagnes, dat de boetes voor herhaaldelijke inbreuken werden opgetrokken (tot 10 000 euro) en dat voortaan bij elk klachtendossier een deskundige van de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu wordt betrokken.

De JEP begrijpt het belang van het wetsvoorstel, maar twijfelt of een wet een meerwaarde zou hebben, aangezien de zelfregulerende aanpak doeltreffend werkt.

B. Vragen en opmerkingen van de leden

Mevrouw Barbara Creemers (Ecolo-Groen) peilt naar de mening van de Vlaamse Jeugdraad over het verbod op de verkoop van alcohol in de nachtwinkels. Tijdens de vergadering van vorige week, waarop de jeugdsector vertegenwoordigd was, werd erop gewezen dat veel jongeren ter plaatse alcoholhoudende dranken kopen en consumeren alvorens naar een feestje te gaan. Hoewel de VJR in de eerste plaats wil inzetten op preventie (een bevoegdheid van de gewesten en de gemeenschappen), is de spreekster benieuwd naar het standpunt van de VJR ter zake voor de federale wetgever.

Il fut également dit la semaine passée que cela n'avait pas beaucoup d'effets d'interdire la publicité pour les jeunes, parce que les jeunes sont influencés aussi par la publicité destinée aux adultes. La députée souhaite également avoir l'avis du Vlaams Jeugdraad sur cette question.

La députée Creemers s'adresse ensuite à la représentante du JEP, en rappelant que les remarques entendues la semaine passée de la part de Comeos au sujet du JEP étaient positives, notamment sur la rapidité avec laquelle les décisions sont rendues et en constatant qu'aujourd'hui, c'est le système d'autorégulation qui est en vigueur. Elle interroge le JEP sur la question de savoir si le fait de passer par une loi est susceptible de ralentir le processus.

M. Patrick Prévot (PS) rappelle qu'il est favorable aux propositions de loi à l'examen, sans être naïf et tenant compte des difficultés d'application rencontrées dans le passé. L'éducation est un pilier essentiel, la répression restant relativement inefficace: il faut privilégier une communication ciblée et adaptée auprès des jeunes, qui prône la prévention.

M. Prévot est d'avis qu'il faut explorer la piste pour les magasins de nuit, mettre fin aux dérives des consommations sur place dans et autour des stations-service, trancher la question d'une interdiction à toutes les stations-service ou seulement à celles le long des autoroutes et avancer dans une logique plus répressive pour les distributeurs automatiques.

Le député demande au nom de son groupe que serait le conseil du JEP au législateur fédéral sur les mesures à prendre.

Mme Dominiek Snelpe (VB) s'interroge sur le fait que le *Vlaamse Jeugdraad* n'a pas adopté de position en ce qui concerne l'interdiction de vente d'alcool dans les magasins de nuit et les distributeurs automatiques. Le problème des magasins de nuit, c'est qu'ils restent ouverts jusque tard dans la nuit, ce qui donne plus de possibilités aux jeunes d'acheter de l'alcool. Il en va de même pour les distributeurs automatiques, par exemple dans les gares. Mme Snelpe est dès lors très étonnée que le *Vlaamse Jeugdraad* n'ait pas adopté d'avis sur ce sujet. Elle demande s'il est possible de transmettre un avis écrit.

Le représentant du Conseil flamand de la jeunesse a indiqué qu'il était favorable à une interdiction de vente d'alcool dans les stations-service. Cependant, on trouve

Vorige week luidde het ook dat een verbod op reclame die op jongeren is gericht weinig effect heeft, aangezien die jongeren evenzeer worden beïnvloed door de reclame die voor de volwassenen bestemd is. Het lid vraagt ook hierover de mening van de Vlaamse Jeugdraad.

Mevrouw Creemers richt zich vervolgens tot de vertegenwoordigster van de JEP en wijst er daarbij op dat Comeos zich tijdens de vergadering van vorige week positief had uitgelaten over de JEP, meer bepaald over de snelheid waarmee beslissingen worden uitgebracht. De spreekster begrijpt ook dat de huidige aanpak die van zelfregulering is en vraagt de JEP of de werkwijze via een wet dat proces dreigt te zullen vertragen.

De heer Patrick Prévot (PS) geeft aan voorstander te zijn van de onderhavige wetsvoorstellen, zonder evenwel naïef te zijn. In het verleden is immers al gebleken dat de toepassing niet zonder moeilijkheden verloopt. De opvoeding is een essentiële pijler, terwijl repressie relatief ondoeltreffend is: de voorkeur moet gaan naar een gerichte en aangepaste communicatie ten behoeve van de jongeren, waarin voor preventie wordt gepleit.

De heer Prévot is van oordeel dat de maatregel met betrekking tot de nachtwinkels moet worden onderzocht en dat een einde moet worden gemaakt aan de uitwassen van het ter plekke consumeren in en rond de tankstations. Ook moet worden beslist of een verbod zou moeten gelden voor alle tankstations of alleen voor die langs de autosnelwegen. Wat de drankautomaten betreft, moet worden gekozen voor een meer repressieve logica.

Het lid vraagt namens zijn fractie welk advies de JEP de federale wetgever zou geven met betrekking tot de te nemen maatregelen.

Mevrouw Dominiek Snelpe (VB) stelt zich vragen bij het feit dat de *Vlaamse Jeugdraad* geen standpunt heeft ingenomen over het verbod op alcoholverkoop in de nachtwinkels en via drankautomaten. Het probleem van de nachtwinkels is dat ze tot laat in de nacht open blijven, wat de jongeren meer gelegenheid biedt om alcohol te kopen. Hetzelfde geldt voor de drankautomaten, bijvoorbeeld in de treinstations. Mevrouw Snelpe is daarom ten zeerste verbaasd dat de *Vlaamse Jeugdraad* ter zake geen standpunt heeft ingenomen. Ze vraagt of er een schriftelijk standpunt kan worden bezorgd.

De vertegenwoordiger van de *Vlaamse Jeugdraad* heeft aangegeven voorstander te zijn van een verkoopverbod in tankstations. Naast de tankstations bevinden

souvent des restaurants routiers près des stations-service. Faut-il également y imposer une interdiction de vente d'alcool?

Le représentant du Conseil a également indiqué qu'il faudrait mettre l'accent sur la prévention dans ce dossier. Toutefois, la prévention relève de la compétence des entités fédérées. Ne serait-il pas préférable que le gouvernement fédéral laisse les entités fédérées se charger de cette mission de prévention?

La représentante du JEP s'est interrogée sur la plus-value des propositions de loi. Pense-t-elle que la situation doit rester inchangée? Ou faut-il prendre certaines initiatives?

Mme Nawal Farih (CD&V) fait sienne la suggestion de demander au Conseil flamand de la jeunesse de transmettre un avis écrit sur l'interdiction de vente d'alcool dans les magasins de nuit.

L'intervenante a le sentiment que le débat est un peu trop axé sur les jeunes. Il ne faut pas oublier que la surconsommation d'alcool ne concerne pas uniquement cette partie de la population.

Mme Farih a été désolée d'apprendre que la représentante du JEP ne voyait pas quelle était la plus-value des propositions de loi. La surconsommation d'alcool est pourtant un problème qui ne peut plus être ignoré. La représentante a-t-elle à disposition d'autres propositions pour protéger la population contre l'abus d'une substance qui fait tant de victimes? Le groupe de l'intervenante estime qu'il est grand temps de se pencher sur ce problème.

Enfin, l'intervenante demande aux invités s'ils pensent que certaines parties des propositions de loi devraient être reformulées, afin qu'elles puissent être acceptées par une plus grande partie de la population.

M. Robby De Caluwé (Open Vld) confirme que la consommation problématique d'alcool a des conséquences néfastes sur la santé publique. Il souligne également que la prévention relève de la compétence des entités fédérées et que le pouvoir fédéral ne peut souvent influencer sur les problèmes d'abus de substances que par le biais d'interdictions.

Ensuite, l'intervenant souligne que les jeunes achètent principalement dans les supermarchés, et non dans les magasins de nuit, la plupart des boissons destinées à être consommées avant de sortir. Une interdiction de vente d'alcool dans les magasins de nuit ne résoudra

zich echter vaak ook wegrestaurants. Moet er in die restaurants ook een verbod worden ingesteld?

Verder gaf de vertegenwoordiger van de Vlaamse Jeugdraad aan dat er in dit dossier vooral ingezet moet worden op preventie. Dat is echter de bevoegdheid van de deelstaten. Is het niet beter dat het federale niveau deze preventietaak overlaat aan de deelstaten?

De vertegenwoordigster van de JEP vroeg zich af wat de meerwaarde van de wetsvoorstellen is. Is zij van mening dat de situatie moet worden behouden zoals ze nu is? Of zouden er toch bepaalde initiatieven moeten worden genomen?

Mevrouw Nawal Farih (CD&V) sluit zich aan bij de vraag om een schriftelijk advies van de Vlaamse Jeugdraad over het verkoopverbod in de nachtwinkels.

De spreker krijgt de indruk dat het debat wat te veel op jongeren wordt toegespitst. Men mag niet uit het oog verliezen dat overconsumptie van alcohol ook een probleem van de andere leeftijdsgroepen is.

Mevrouw Farih vond het jammer te horen dat de vertegenwoordigster van de JEP de meerwaarde van de wetsvoorstellen niet zag. De overconsumptie van alcohol is nochtans een probleem dat niet meer genegeerd kan worden. Heeft de vertegenwoordigster andere voorstellen om de bevolking te beschermen tegen misbruik van een middel dat zoveel slachtoffers maakt? Voor de fractie van de spreker is het namelijk hoog tijd om dit probleem aan te pakken.

Ten slotte vraagt de spreker nog aan de genodigden of zij van mening zijn dat bepaalde delen van de wetsvoorstellen anders geformuleerd zouden moeten worden, zodat zij door een groter deel van de bevolking kunnen worden aanvaard.

De heer Robby De Caluwé (Open Vld) bevestigt dat problematisch alcoholgebruik zeer negatieve gevolgen heeft voor de volksgezondheid. Hij wijst er ook op dat preventie een bevoegdheid van de deelstaten is en dat het federale niveau dus vaak enkel door middel van verboden invloed kan uitoefenen op problemen van middelenmisbruik.

Voorts wijst de spreker erop dat de meeste dranken die door jongeren worden gekocht om "in te drinken" niet in de nachtwinkel worden aangekocht, maar in de supermarkten. Een verkoopverbod in de nachtwinkels zal het probleem van het indrinken dus waarschijnlijk niet

donc probablement pas ce problème. Le représentant du Conseil flamand de la jeunesse a-t-il d'autres suggestions pour éviter ce comportement? De plus, comment les jeunes modifieraient-ils leurs habitudes d'achat si les mesures étaient adoptées dans les propositions de loi?

Le comportement des jeunes est-il différent avec la bière et le vin d'une part et les boissons spiritueuses d'autre part? Ou bien le Conseil flamand de la jeunesse adopte-t-il la même approche pour tous les types d'alcool?

L'intervenant souhaite également que Mme Sepul explique quelle plus-value l'ancrage légal de la convention en matière de publicité pour les boissons alcoolisées pourrait apporter. Ne serait-il pas préférable d'établir les conditions que les publicités doivent respecter dans un cadre légal?

Mme Karin Jiroflée (*sp.a*) indique qu'elle est consciente que la consommation d'alcool chez les personnes d'âge moyen est également problématique. La proposition de son groupe ne cible donc pas spécifiquement les jeunes. Parallèlement, certains signaux d'alarme concernant les jeunes et l'abus d'alcool ne peuvent pas être ignorés.

L'intervenante se réjouit que le Conseil flamand de la jeunesse souhaite collaborer à la mise en place d'un Plan Alcool global. L'intervenante continue de penser qu'il serait judicieux d'élaborer un plan intégré, qui permettrait d'aborder les différents aspects de la problématique de l'alcool.

Mme Jiroflée est cependant un peu déçue que le Conseil flamand de la jeunesse n'ait pas d'opinion sur les magasins de nuit. Elle a entendu que l'exposé du Conseil flamand de la jeunesse se fondait sur d'anciens avis émis par l'organisation. À quand le dernier avis sur l'alcool rendu par le Conseil flamand de la jeunesse remonte-t-il?

Un point qui n'est pas abordé dans les propositions de loi, mais qui pourrait avoir de l'importance, porte sur les différences entre les types d'alcool et l'âge auquel on a le droit de commencer à consommer de l'alcool (16 et 18 ans). Les orateurs invités ont-ils une opinion à ce sujet?

M. Raymaekers a expliqué que le bien-être des jeunes ne se résumait pas à leur santé. Pourrait-il fournir quelques exemples pour illustrer son propos?

Enfin, l'intervenante souhaite que la représentante du JEP explique pourquoi le JEP estime que l'autorégulation du secteur de la publicité est plus efficace qu'un cadre légal.

oplossen. Heeft de vertegenwoordiger van de Vlaamse Jeugdraad andere suggesties om indrinken te voorkomen? Op welke manier zouden jongeren bovendien hun koopgedrag aanpassen indien de maatregelen in de wetsvoorstellen zouden worden ingevoerd?

Gaan jongeren anders om met bier en wijn, enerzijds, en sterkedrank, anderzijds? Of behandelt de Vlaamse Jeugdraad alle soorten alcohol op dezelfde manier?

De spreker wenst ook nog van mevrouw Sepul te vernemen wat de meerwaarde zou kunnen zijn van een wettelijke verankering van het covenant inzake reclame voor alcoholhoudende dranken. Is het niet beter om de voorwaarden waaraan reclame moet voldoen op te nemen in een wettelijk kader?

Mevrouw Karin Jiroflée (*sp.a*) geeft aan dat zij zich ervan bewust is dat het alcoholgebruik bij personen van middelbare leeftijd problematisch is. Het voorstel van haar fractie richt zich dan ook niet specifiek op jongeren. Tegelijk mag men bepaalde alarmsignalen over jongeren en alcoholmisbruik ook niet negeren.

Het verheugt de sprekerster dat de Vlaamse Jeugdraad graag wil meewerken aan een globaal alcoholplan. De sprekerster denkt nog steeds dat het nuttig zou zijn om een geïntegreerd plan op te stellen, dat het mogelijk maakt de verschillende aspecten van de alcoholproblematiek aan te pakken.

Mevrouw Jiroflée is echter een beetje teleurgesteld dat de Vlaamse Jeugdraad geen standpunt heeft over de nachtwinkels. Zij hoorde dat de uiteenzetting van de Vlaamse Jeugdraad gebaseerd was op oudere adviezen van deze organisatie. Van wanneer dateert het laatste advies over alcohol van de Vlaamse Jeugdraad?

Een punt dat niet voorkomt in de wetsvoorstellen, maar wel belangrijk zou kunnen zijn, gaat over de verschillen in types alcohol en de leeftijden waarop men die mag beginnen drinken (16 en 18 jaar). Hebben de genodigde sprekers hierover een standpunt?

De heer Raymaekers gaf aan dat het welzijn van jongeren ruimer moet worden opgevat dan enkel hun gezondheid. Kan hij enkele voorbeelden geven om dit te illustreren?

Ten slotte wenst de sprekerster van de vertegenwoordigster van de JEP te vernemen waarom de JEP meent dat de autoregulering van de reclamesector beter werkt dan een wettelijke omkadering.

M. Thierry Warmoes (PVDA-PTB) fait remarquer que, au cours de la première partie des auditions sur l'alcool, les avis sur la Convention Alcool étaient très différents. Comeos, l'organisation représentant le secteur du commerce, était d'avis que la convention était efficace. M. Martin de Duve, qui mène des recherches sur l'alcool et les jeunes, estimait quant à lui que la convention ne l'était pas, étant donné qu'il existe différentes manières de la contourner. Il était donc d'avis que les pouvoirs publics devraient établir des dispositions légales encadrant la publicité sur l'alcool.

Les propositions de loi à l'examen tentent de régler la problématique de la publicité sur l'alcool de différentes manières. Dans la proposition de loi de Mme Muylle (DOC 55 0299), la convention est reprise dans la loi. La proposition de Mme Fonck (DOC 55 1596) prévoit que les conditions qui doivent être respectées dans la publicité peuvent être fixées par arrêté royal. Trois scénarios sont donc possibles: la convention reste "facultative"; la convention est reprise dans la loi; le gouvernement fixe les conditions.

M. Warmoes aimerait connaître la position du Conseil flamand de la jeunesse concernant cette convention. Selon une étude de l'université de Gand, la convention laisse encore une certaine marge de manœuvre pour axer le marketing et la publicité sur les jeunes et ne leur offre pas une protection fondée sur la science. Par exemple, un spot publicitaire pour de la bière diffusé juste avant un match de football est en principe destiné aux adultes. Dans la pratique, ce genre de spot touche également beaucoup de jeunes.

Enfin, M. Warmoes demande l'avis du JEP concernant cette étude. La Convention Alcool devrait-elle être reprise dans la loi ou serait-il préférable que le gouvernement fixe certaines conditions par arrêté royal?

C. Réponses des orateurs

M. Jan Raymaekers (Conseil flamand de la jeunesse) a appuyé son exposé sur des avis rendus en 2008 et 2009. Toutefois, ces avis ont été mis à jour en 2016 et 2017. Si un Plan Alcool avec une portée plus large est rédigé à l'avenir, le Conseil flamand de la jeunesse souhaite rendre des avis sur les différentes questions que les pouvoirs publics pourraient se poser.

En ce qui concerne les stations-service, le point de vue des jeunes est clair. L'alcool ne devrait pas être mis en vente dans les stations-service qui ne sont accessibles qu'en voiture. Le fait que cette interdiction entraînerait une concurrence déloyale avec d'autres stations-service est

De heer Thierry Warmoes (PVDA-PTB) merkt op dat tijdens het eerste deel van de hoorzittingen over alcohol de meningen over het alcoholconvenant sterk uiteenliepen. Comeos, de organisatie die de handelssector vertegenwoordigt, was van mening dat het convenant goed werkt. De heer Martin de Duve, die onderzoek doet naar alcohol en jongeren, meende dat het convenant niet goed werkt, gezien er verschillende manieren zijn om het te omzeilen. Hij was dus van mening dat de overheid wettelijke regels met betrekking tot alcoholreclame moet vastleggen.

De wetsvoorstellen die ter bespreking voorliggen trachten het probleem van de reclame op verschillende manieren te regelen. In het wetsvoorstel van mevrouw Muylle (DOC 55 0299/001) wordt het convenant in de wet opgenomen. Het voorstel van mevrouw Fonck (DOC 55 1596/001) schrijft voor dat de voorwaarden waaraan reclame moet voldoen bij koninklijk besluit kunnen worden vastgelegd. Er zijn dus drie mogelijke scenario's: het convenant blijft "vrij"; het convenant wordt in de wet opgenomen; de regering bepaalt de voorwaarden.

De heer Warmoes zou graag het standpunt van de Vlaamse Jeugdraad over dit convenant vernemen. Een studie van de Universiteit Gent toont immers aan dat het convenant nog een zekere marge laat om marketing en reclame op jongeren te richten en dat het jongeren geen op wetenschappelijke basis gestoelde bescherming biedt. Zo is een reclamespot voor bier net voor een voetbalmatch in principe bedoeld voor volwassenen. In de praktijk bereikt een dergelijke spot ook veel jongeren.

Ten slotte vraagt de heer Warmoes de mening van de JEP over deze studie. Moet het alcoholconvenant in de wet opgenomen worden of is het beter indien de regering bepaalde voorwaarden regelt via een koninklijk besluit?

C. Antwoorden van de sprekers

De heer Jan Raymaekers (Vlaamse Jeugdraad) heeft zich voor zijn uiteenzetting gebaseerd op adviezen uit 2008 en 2009. Deze adviezen werden in 2016 en 2017 evenwel geactualiseerd. Indien er in de toekomst een uitgebreider alcoholplan wordt opgesteld, wil de Vlaamse Jeugdraad graag adviezen uitbrengen over de verschillende vragen die de overheden zouden kunnen hebben.

Wat de tankstations betreft, is het standpunt van de jongeren duidelijk. In tankstations die men enkel met de wagen kan bereiken, zou alcohol niet verkrijgbaar mogen zijn. Dat dit zou zorgen voor oneerlijke concurrentie met andere tankstations, is een valabel argument.

un argument valable. Le Conseil flamand de la jeunesse part toutefois du principe que l'alcool et la conduite ne sont pas compatibles.

Le Conseil flamand de la jeunesse n'a pas de position précise sur une interdiction de vente d'alcool dans les magasins de nuit ou les distributeurs automatiques. Cela ne signifie pas pour autant que le Conseil s'oppose à la mise en place éventuelle de règles plus strictes. Pour commencer, les jeunes demandent cependant que la législation existante en matière d'alcool soit correctement respectée. Dans la pratique, on constate en effet que les magasins de nuit ne contrôlent pratiquement jamais l'âge des clients et qu'il est extrêmement simple de se procurer de l'alcool. Il y a donc encore une grande marge d'amélioration sur ce point. M. Raymaekers n'est actuellement pas en mesure de se prononcer sur une interdiction de vente d'alcool. Toutefois, une demande d'avis à ce sujet pourra être soumise au Conseil à l'avenir, dans le cadre d'un travail de réflexion global.

On pourrait également limiter la disponibilité de l'alcool en agissant sur le prix. Aujourd'hui, l'alcool est souvent l'une des boissons les moins chères dans le secteur de l'horeca et dans les fêtes. Il serait donc judicieux de proposer des options au même tarif ou moins coûteuses, comme de l'eau gratuite. Les jeunes préfèrent autant acheter une boisson alcoolisée plutôt qu'un verre d'eau vendu au même prix.

Il faut évidemment mener un débat sur les différentes limites d'âge (16 et 18 ans) et sur les différents types de boissons alcoolisées, de préférence sur la base de recherches scientifiques récentes. M. Raymaekers indique qu'il subsiste encore beaucoup d'incertitudes sur la catégorie intermédiaire des cocktails et des *Breezers* principalement.

Le Conseil flamand de la jeunesse n'a pas de position spécifique sur une éventuelle interdiction de la publicité sur l'alcool ciblant les jeunes. Le Conseil possède plutôt une expertise dans le domaine de la prévention et de la sensibilisation. M. Raymaekers indique que des interdictions similaires de la publicité pour le tabac ont eu un impact majeur. Le Conseil flamand de la jeunesse poursuit dès lors l'objectif de protéger davantage les jeunes contre le marketing autour des boissons alcoolisées.

M. Raymaekers souligne qu'il est compliqué pour le Conseil flamand de la jeunesse de donner suite aux diverses demandes d'avis individuelles des députés. Le Conseil préférera étudier le sujet sous tous ses aspects lorsqu'un Plan Alcool général, mis au point par les différents niveaux de pouvoir, sera élaboré.

De Vlaamse Jeugdraad vertrekt echter vanuit het principe dat rijden en drinken niet samengaan.

De Vlaamse Jeugdraad heeft geen uitgewerkt standpunt over een verkoopverbod in nachtwinkels of automaten. Dat wil niet zeggen dat de Vlaamse Jeugdraad tegenstander is van eventuele verstrengingen. De jongeren vragen echter in de eerste plaats dat de bestaande alcoholwetgeving goed wordt nageleefd. Men ziet in de praktijk namelijk dat er amper leeftijdscontroles worden uitgevoerd in nachtwinkels en dat het te gemakkelijk is om alcohol te verkrijgen. Op dat vlak is er dus nog heel wat verbetering mogelijk. Over een verkoopverbod kan de heer Raymaekers zich momenteel niet uitspreken. Een adviesvraag over dit thema kan in de toekomst wel voorgelegd worden aan de Jeugdraad, in het kader van een globale denkoefening.

De beschikbaarheid zou ook beperkt kunnen worden door in te werken op de prijs van alcohol. Nu is alcohol vaak één van de goedkoopste opties in de horeca en op feestjes. Het zou goed zijn om een even goedkoop of goedkoper alternatief aan te bieden, zoals bijvoorbeeld gratis drinkwater. Jongeren willen liever niet betalen voor een glas water, als ze voor dezelfde prijs een alcoholische drank kunnen verkrijgen.

De discussie over de verschillende leeftijdsgrenzen (16 en 18 jaar) en de types drank moet zeker gevoerd worden, en liefst op basis van recent wetenschappelijk onderzoek. De heer Raymaekers geeft mee dat er vooral nog veel onduidelijkheid bestaat over de tussencategorie van de cocktails en de *Breezers*.

Over een eventueel verbod op alcoholreclame gericht op jongeren heeft de Vlaamse Jeugdraad geen specifiek standpunt. De expertise van de Jeugdraad bevindt zich eerder op het vlak van preventie en bewustmakingscampagnes. De heer Raymaekers stelt wel vast dat gelijkaardige verboden op tabaksreclame een grote impact hebben gehad. De Vlaamse Jeugdraad steunt dan ook de doelstelling om jongeren meer te beschermen tegen alcoholmarketing.

De heer Raymaekers benadrukt dat het voor de Vlaamse Jeugdraad moeilijk is om op uiteenlopende losse adviesvragen van de parlementsleden in te gaan. De Jeugdraad verkiest om het thema alcohol in al zijn aspecten te bestuderen op het moment dat er een algemeen alcoholplan, over de verschillende beleidsniveaus heen, wordt opgesteld.

Mme Sandrine Sepul (JEP) ne comprend pas tout à fait quelles modifications sont attendues en ce qui concerne la Convention Alcool. S'agit-il d'une demande visant à faire de la convention une loi ou visant à modifier son contenu?

L'oratrice se demande quelle pourrait être la plus-value d'un ancrage légal de la convention. Comme on peut le voir dans les dossiers publiés sur le site internet du JEP, la méthode de travail actuelle donne de bons résultats après tout. Si, à la suite d'une plainte, le JEP constate qu'une infraction a effectivement été commise, il impose une sanction. Les annonceurs respectent toujours ces sanctions.

Si le contenu de la convention s'avère insuffisant, des solutions sont également envisageables. Les membres des différentes fédérations peuvent se réunir à nouveau, parcourir la convention et déterminer si les dispositions relatives à la protection des jeunes sont suffisantes. Le JEP lui-même ne modifie en aucun cas le contenu de la convention et ne fait que l'appliquer.

Un député a demandé pourquoi les procédures prendraient davantage de temps si la convention était ancrée dans une loi. Mme Sepul indique qu'un ancrage légal de la convention n'aurait pas beaucoup de conséquences pour le JEP. Cependant, il deviendrait plus compliqué de modifier le contenu de la convention. Les différents acteurs concernés peuvent rapidement adapter le contenu de la convention, mais ce n'est pas nécessairement le cas dans le cadre d'une modification législative. Les acteurs concernés sont également en mesure de suivre de près l'évolution des techniques de communication. Le JEP attache de l'importance à ce que le secteur de la communication soit associé au processus, étant donné que les professionnels de ce secteur sont plus au fait de ce qui s'y passe. Il est évident que les professionnels du secteur ne sont pas les seuls à devoir participer à la modification de la convention. Le JEP ne s'oppose pas à la participation de scientifiques et d'autres organisations aux discussions, comme cela a été le cas par le passé.

Il a été demandé comment le JEP aborderait la publicité et le marketing autour de l'alcool s'il était à la place du législateur. Mme Sepul répond que le JEP accorde beaucoup d'importance à la liberté d'expression et de communication, dans un cadre défini. Le Jury d'Éthique Publicitaire n'est certainement pas un partisan des interdictions, mais plutôt de la prévention. Dès lors, l'oratrice se concentrerait plutôt sur la sensibilisation et les campagnes ciblant les jeunes. L'éducation aux médias est également nécessaire pour protéger les jeunes de l'influence négative de la publicité pour l'alcool. S'il s'avérait par la suite que le contenu de la convention

Voor mevrouw Sandrine Sepul (JEP) is het niet helemaal duidelijk welke veranderingen men graag zou zien met betrekking tot het alcoholconvenant. Wordt er gevraagd om het convenant om te zetten in een wet of moet de inhoud van het convenant worden aangepast?

De sprekerster vraagt zich af wat de meerwaarde van een wettelijke verankering van het convenant zou kunnen zijn. Zoals men kan zien in de dossiers die op de website van de JEP worden gepubliceerd levert de huidige werkwijze immers goede resultaten af. Indien de JEP naar aanleiding van een klacht vaststelt dat er inderdaad sprake is van een overtreding, legt de JEP een sanctie op. Die sancties worden steeds nageleefd door de adverteerders.

Indien de inhoud van het convenant niet voldoet, zijn er ook oplossingen mogelijk. De leden van de verschillende federaties kunnen opnieuw rond de tafel gaan zitten, het convenant nalezen en evalueren of de bepalingen ter bescherming van jongeren voldoen. De JEP verandert zelf niets aan de inhoud van het convenant en past het enkel toe.

Een lid vroeg waarom de procedures trager zouden verlopen indien het convenant wettelijk verankerd zou worden. Mevrouw Sepul geeft aan dat er niet zo veel zou veranderen voor de JEP. Het zou echter moeilijker zijn om de inhoud van het convenant te veranderen. Een aanpassing van het convenant door de verschillende betrokken actoren kan snel worden uitgevoerd, terwijl dat bij een wetswijziging niet noodzakelijk het geval is. De betrokken actoren kunnen ook snel de evolutie van de communicatietechnieken volgen. Voor de JEP is het belangrijk dat de communicatiesector betrokken is bij dit proces, gezien deze personen het best op de hoogte zijn van wat er leeft in de sector. Uiteraard moeten niet enkel professionals uit de sector betrokken zijn bij de aanpassing van het convenant. De JEP is niet gekant tegen een deelname van wetenschappers en andere organisaties aan deze besprekingen, zoals dat in het verleden ook is gebeurd.

Er werd gevraagd hoe de JEP zou omgaan met alcoholreclame en –marketing indien hij in de plaats van de wetgever zou zijn. Mevrouw Sepul antwoordt dat de JEP veel belang hecht aan de vrijheid van spreken en van communicatie, binnen een afgelijnd kader. De Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame is zeker geen voorstander van verboden, maar wel van preventie. De sprekerster zou bijgevolg inzetten op bewustmaking en op campagnes die op de jongeren gericht zijn. Ook media-educatie is nodig om jongeren te beschermen tegen de negatieve invloed van alcoholreclame. Indien later nog steeds zou blijken dat de inhoud van het convenant

devait encore faire l'objet de durcissements, ce point pourrait également être examiné.

En conclusion, Mme Sepul souligne que le JEP ne nie absolument pas la problématique liée à la consommation d'alcool. Le secteur a toujours été disposé à modifier la convention et, si nécessaire, à renforcer son contenu afin de protéger les mineurs. Le secteur de la publicité est bien conscient des problèmes posés par l'alcool au sein de la société.

Les rapporteuses,

Le président,

Barbara Creemers
Dominiek Sneppe

Thierry Warmoes

verstrengd zou moeten worden, kan dat ook worden bekeken.

Afsluitend, benadrukt mevrouw Sepul dat de JEP de problematiek rond alcoholgebruik absoluut niet wil ontkennen. De sector is altijd bereid geweest om het convenant aan te passen, en het, indien nodig, te verstrengen om minderjarigen te beschermen. De reclamesector is zich wel degelijk bewust van de problemen met alcohol in de samenleving.

De rapportrices,

De voorzitter,

Barbara Creemers
Dominiek Sneppe

Thierry Warmoes