

Arnoldus
BRASSEURS BELGES

**Convention en matière de conduite et de publicité
des boissons contenant de l'alcool**

Entre :	la Fédération Patronale des Professionnels de la Restauration (FPPR) ;
la Fédération des 'Brasseurs Belges' ;	Fed.Ho.Re.Ca Bruxelles ;
la Fédération belge des vins et spiritueux;	Fed.Ho.Re.Ca. Wallonie ;
la Fedis ;	Fed.Ho.Re.Ca Flandres ;
le Jury d'Ethique Publicitaire (ci-après « le J.E.P. ») ;	CRIOC ;
	Test-Achats ,

ci-après « les Parties » à cette Convention

Preamble

La consommation des boissons contenant de l'alcool est indissociable de notre société. La plupart des consommateurs les consomment de façon responsable.

Une consommation déraisonnable de boissons contenant de l'alcool est néfaste pour la santé et a des répercussions négatives sur la société. Les Parties assument leurs responsabilités et entreprennent des actions pour lutter contre tout abus d'alcool. La publicité est un instrument indispensable et considérable pour les entreprises qui souhaitent améliorer leur situation sur le marché, qui désirent fournir des renseignements sur leurs produits et qui veulent soutenir la culture de leurs produits. Le secteur doit utiliser cet instrument d'une manière responsable. La notion de subsidiarité exige que la réglementation soit appliquée de la manière la plus efficace, la plus proche des secteurs réglementés, et avec la participation de ceux-ci. La co-décision au sein de l'Union Européenne a inspiré la co-régulation de telle sorte que les Parties peuvent parvenir à une discipline durable,

Le Groupe Arnoldus a été créé en 1992 à l'initiative de la fédération des « Brasseurs Belges ».
Le Groupe a comme objectif d'agir de façon préventive face à l'abus l'alcool et de promouvoir une consommation responsable de la bière.
Outre les brasseries belges, les fédérations Horeca et les entreprises de distribution sont membres du Groupe Arnoldus.
GROUPE ARNOLDUS
Grand'Place 10
1000 Bruxelles
Tél 02/511.49.87
fax 02/511.32.59
e-mail : info@arnoldus.be
www.arnoldus.be

permettant de répondre aux exigences d'un marché en évolution rapide, et les Autorités à exiger cette discipline de tous les intervenants dans le secteur.

En outre, les réglementations internationales, européennes, belges et communautaires ont déjà édicté des règles qui vont dans le sens de cette

Convention et qui la sanctionnent. Il s'agit notamment :

- *de la loi du 29 mai 1959 dite du « Pacte Scolaire »ⁱ ;*
- *de la Convention relative aux droits de l'enfantⁱⁱ ;*
- *de la Directive dite « Télévision sans frontière »ⁱⁱⁱ ;*
- *de la Loi sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur^{iv} ;*
- *du Décret (Communauté Flamande) en date du 12 juin 1991, portant réglementation de la publicité et du sponsoring à la radio et à la télévision^v*
- *des Décrets coordonnés concernant la radiodiffusion et la télévision^{vi} (ou Vlaams Omroepdecreet).*

Cette Convention complète à son tour la réglementation existante.

Le J.E.P. est étroitement associé à la présente Convention par le biais de son Règlement

Les Parties à cette Convention se chargent de transmettre cette Convention au sein de leurs secteurs.

