

Wetgeving alcoholverkoop aan jongeren te weinig nageleefd door cafés en detailhandel

Brussel, 22 december 2015 - Ongeveer vier op vijf Vlaamse cafés schenkt alcohol aan jongeren onder de wettelijke leeftijdsgrens. Ook in vijf op zes detailhandelszaken wordt de wetgeving op dit vlak niet nageleefd. Dat blijkt uit de resultaten van de 'Lokale monitors horeca en detailhandel' van het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs (VAD). Het onderzoek gaat na in welke mate beide sectoren in een bepaalde stad of gemeente de wetgeving naleven op de verkoop van alcohol aan jongeren onder de 16 of 18 jaar. De resultaten vormen de basis om beide sectoren te ondersteunen bij het naleven van de wetgeving.

"Via de lokale monitor willen we de betrokken sectoren sensibiliseren om de wetgeving op de verkoop van alcohol correct toe te passen", zegt Marijs Geirnaert, directeur van VAD. Die wetgeving schrijft voor dat het verboden is alcohol te verkopen aan min-zestienjarigen en sterkedrank aan min-achtienjarigen. Dit is één van de belangrijkste maatregelen om alcoholgebruik bij jongeren terug te dringen en de beginleeftijd te verhogen.

1 op 5 leeft wetgeving na

Tussen januari en oktober 2015 bezochten 42 jongeren van 15 en 16 jaar 266 cafés in 8 steden en gemeenten verspreid over 4 Vlaamse provincies. Daarnaast bezochten 30 jongeren van dezelfde leeftijd 185 detailhandelszaken. Volgens een welomschreven protocol en onder begeleiding probeerden de jongeren in deze cafés en winkels alcoholische dranken aan te kopen. In 22 procent van cafés en 16 procent van de winkels werd de wetgeving correct nageleefd en werd er dus geen alcohol verkocht aan jongeren onder de wettelijke leeftijdsgrens. Hierbij werden er wel grote verschillen tussen de deelnemende steden en gemeenten genoteerd.

"De resultaten vallen tegen, er is duidelijk werk aan de winkel", stelt Marijs Geirnaert. "Samen met Horeca Vlaanderen, UNIZO, Comeos en ondernemersorganisatie NSZ werken we nu een actieplan uit om de betrokken sectoren extra te informeren en sensibiliseren. We zullen een aantal bestaande initiatieven, zoals de barbriefings, verder uitwerken, maar ook nieuwe acties ondernemen. Zo wordt gezocht naar goede voorbeelden van lokale ondersteuning. De grote lokale verschillen maken immers duidelijk dat de toepassing beter kan. De betrokken sectoren, lokale overheden en preventiewerkers kunnen samen het verschil maken."

Bijkomende sensibilisering: barbriefings, stickers, instructievideo's, ...

De sensibiliseringscampagne 'Begin niet te vroeg: -16 geen alcohol, -18 geen sterkedrank' die de voorbije jaren al liep, zal terug ruim worden gecommuniceerd. In het kader van deze campagne werden stickers en barbriefings verspreid en instructievideo's voor barpersoneel en kassapersoneel ontwikkeld.

Horeca Vlaanderen erkent de problematiek en werkt actief mee aan het nieuwe actieplan. "In de eerste plaats moet de wetgeving gekend zijn bij de ondernemers en hun medewerkers. Hierover zullen we via verscheidene kanalen informeren. Daarnaast moet het ook in ons land een gewoonte worden om bij twijfel altijd de identiteitskaart te vragen. Ook hiervoor zetten we extra in om de sector te sensibiliseren", zegt afgevaardigd bestuurder Danny van Assche.

Ook Luc Ardies, Algemeen directeur van UNIZO, bevestigt: "De cijfers zijn niet goed en er is werk aan de winkel. Vele winkelbedienden durven niet altijd de discussie aangaan om aan jongeren de verkoop van alcohol te weigeren. Maar samen met de VAD organiseren wij hiervoor speciale opleidingen. Het is echter een breed maatschappelijk probleem waarbij we niet enkel de verkopers de zwarte piet mogen doorschuiven."

"We blijven inzetten op sensibiliseren én opleiden", zegt Dominique Michel, ceo van Comeos, de federatie van handel en diensten. "Alle werknemers in de sector moeten op de hoogte zijn van wat



PERSBERICHT

kan en niet kan – maar ze moeten net zo goed weten hoe ze met de vragen van minderjarigen om moeten gaan.”

Ook NSZ vindt het belangrijk dat ondernemers uit de horecasector en de kleinhandel goed weten wat mag en wat niet wanneer ze in contact komen met minderjarigen. “We zullen onze leden op dat vlak sensibiliseren en zullen via onze regiomanagers en –afgevaardigden zoveel mogelijk stickers bezorgen aan horeca- en detailhandelszaken”, zegt NSZ-voorzitter Christine Mattheeuws.

VAD, Horeca Vlaanderen, UNIZO, Comeos en NSZ beschouwen deze meting als een nulmoment. “Het is belangrijk om deze monitor op regelmatige basis te herhalen. Er zijn geen sancties aan verbonden en het houdt de vinger aan de pols. Doel van de lokale monitor is om een constructief lokaal alcoholbeleid te voeren waarbij er samen met de betreffende sectoren op zoek wordt gegaan naar mogelijkheden om hen te ondersteunen bij het naleven van de leeftijdsgrenzen”, besluit Marijs Geirnaert.

U vindt de instructievideo's voor de horeca en detailhandel [hier](#).

Voor vragen

Marijs Geirnaert, Directeur VAD
marijs.geirnaert@vad.be
Tel: +32 (0) 2 423 03 35
Gsm: +32 (0) 495 36 76 79
www.vad.be

Over VAD/De DrugLijn VAD, het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs, overkoepelt het merendeel van de Vlaamse organisaties die werken rond de thematiek van alcohol, illegale drugs, psychoactieve medicatie en gokken. VAD wil vanuit een gezondheids- en welzijnsperspectief de Vlaamse bevolking in het algemeen en intermediairs in het bijzonder deskundiger maken in het omgaan met alcohol en andere drugs. VAD is de partnerorganisatie van de Vlaamse overheid in het kader van het preventiebeleid van alcohol- en andere drugproblemen. De DrugLijn is de publieksservice van VAD.

Horeca Vlaanderen

Gerrit Budts, Pers- en Communicatieverantwoordelijke
Gsm: 0479 732 893
www.fedhorecavlaanderen.be

Comeos

press@comeos.be
Gsm: 0492 729 370
www.comeos.be

Nsz

Sven Nouten, Communicatieverantwoordelijke NSZ
Tel: 02 217 29 28
Gsm: 0477 23 80 74
www.nsz.be

Unizo

Luc Ardies, Algemeen Directeur
luc.ardies@unizo.be
Tel: 02 21 22 635