

**Kamer
van Volksvertegenwoordigers**

ZITTING 1982-1983

27 APRIL 1983

WETSONTWERP

**betreffende het verstrekken van sterke drank
voor gebruik ter plaatse
en betreffende het vergunningsrecht**

**I. — AMENDEMENTEN
VOORGESTELD DOOR HEER BOURGEOIS**

Artikel 1.

In het 5^o de woorden « meer dan tweeëntwintig volumeprocenten bedraagt » vervangen door de woorden « meer dan vijftien volumeprocenten bedraagt ».

VERANTWOORDING

In Nederland is de bepaling van sterke drank gesteld op meer dan 14,99 volumeprocent.

In diverse Europese wetgevingen komt 15 en meer volumeprocenten voor, zodat men in dit verband van een algemene norm in de Europese normen kan spreken.

Het komt aangewezen voor, ook voor ons land, die norm te weerhouden. Bovendien zal het verhogen van de voorgestelde norm de inkomsten verhogen.

Art. 9.

Het derde en vierde lid vervangen door wat volgt :

« Dat verbod geldt ook voor de occasionele en reizende drankgelegenheden, geopend op plaatsen waar openbare manifestaties plaatsvinden zoals sportieve, politieke en culturele manifestaties.

» Het verbod geldt eveneens voor scholen en alle lokalen die op het schooldomein gelegen zijn en ook voor alle lokalen waar jeugdgroepen, jeugddiensten en jeugdbewegingen samenkomen. »

Zie:

571 (1982-1983):

- Nr 1: Wetsontwerp.
- Nr 2: Amendementen.

**Chambre
des Représentants**

SESSION 1982-1983

27 AVRIL 1983

PROJET DE LOI

**sur le débit
de boissons spiritueuses
et sur la taxe de patente**

**I. — AMENDEMENTS
PRESENTES PAR M. BOURGEOIS**

Article 1.

Au 5^o, remplacer les mots « dépasse vingt-deux pour cent en volume » par les mots « dépasse quinze pour cent en volume ».

JUSTIFICATION

Aux Pays-Bas, une boisson dont le titre alcoométrique dépasse 14,99 pour cent en volume est considérée comme une boisson spiritueuse.

Dans diverses législations européennes, ce titre est fixé à 15 pour cent en volume et plus, de sorte que l'on peut considérer qu'il s'agit d'une norme générale au niveau européen.

Il s'indique également de retenir cette norme dans notre pays. En outre, le relèvement de la norme proposée entraînera un accroissement des recettes.

Art. 9.

Remplacer les troisième et quatrième alinéas par ce qui suit :

« Cette interdiction s'applique également aux débits ambulants ouverts occasionnellement aux endroits où se déroulent des manifestations publiques telles que les manifestations sportives, politiques ou culturelles.

» L'interdiction s'applique également aux écoles et à tous les locaux situés dans le domaine de l'école ainsi qu'à tous les locaux où se réunissent des groupes de jeunes, des services pour jeunes et des mouvements de jeunesse. »

Voir:

571 (1982-1983):

- N° 1: Projet de loi.
- N° 2: Amendements.

Art. 13.

1) In het eerste lid, de woorden «beneden achttien jaar» weglaten.

2) In het tweede lid de woorden «van minder dan achttien jaar» weglaten.

VERANTWOORDING

Uit alle onderzoeken blijkt dat het alcoholverbruik bij jongeren soms dramatische verhoudingen aanneemt en ook in stijgende lijn gaat.

Er is ook zeer weinig begeleiding voor jongeren in verband met het alcoholgebruik en de preventie is praktisch volledig onbestaande. Zodoende is de grootste voorzichtigheid geboden bij het verruimen van het gebruik van sterke dranken naar de jeugd toe.

Men kan ook niet stellen dat er voor de jongeren echt een behoefte op het stuk van drankgebruik zou zijn. Nu reeds zijn de mogelijkheden groot wegens de beschikbaarheid van tal van minder schadelijke en minder sterk dranken als diverse soorten bier, wijn en aperitieven.

A. BOURGEOIS.

Art. 13.

1) Au premier alinéa, supprimer les mots «de moins d' dix-huit ans».

2) Au deuxième alinéa, supprimer les mots «de moins de dix-huit ans».

JUSTIFICATION

Il ressort d'enquêtes que la consommation d'alcool chez les jeunes prend parfois des proportions dramatiques et est en augmentation.

Très peu de dispositions sont prises afin d'encadrer les jeunes dans le domaine de la consommation d'alcool et la prévention est pratiquement inexisteante. Par conséquent, la plus grande prudence s'impose quand on décide d'autoriser aussi les jeunes à consommer des boissons spiritueuses.

On ne peut pas non plus dire qu'il existe chez les jeunes un besoin réel de consommer des boissons spiritueuses, étant donné que ceux-ci disposent de nos jours d'une multitude de boissons moins nocives et moins fortes, telles que les diverses sortes de bières, le vin et les apéritifs.

II. — AMENDEMENT
VOORGESTELD DOOR DE HEER BARZIN

Art. 5.

De tekst van dit artikel vervangen door wat volgt :

« De reclame voor de consumptie van sterke drank in de door deze wet bedoelde gelegenheden moet beperkt blijven tot een bericht, zowel binnenin als aan de buitenkant aangebracht.

» De Koning stelt de normen vast waaraan dat bericht moet voldoen.

» De houder van een drankgelegenheid waarvoor de in artikel 14 § 1, bedoelde belasting niet regelmatig is gekweten, mag een dergelijk bericht niet aanbrengen noch laten aanbrengen. »

VERANTWOORDING

Niet-gereglementeerde reclame kan de consumptiedrang stimuleren. De wet-Vandervelde is thans wel goeddeels in onbruik geraakt, maar heeft toch nog tot gevolg dat alcohol discreet geconsumeerd wordt. De reclame zou aan die discreteit wel eens een einde kunnen maken.

II. — AMENDEMENT
PRÉSENTE PAR M. BARZIN

Art. 5.

Remplacer le texte de cet article par ce qui suit :

« La publicité relative à la consommation de boissons spiritueuses, dans les établissements visés par la présente loi, doit se limiter à un avis apposé à l'extérieur et à l'intérieur de l'établissement.

» Le Roi est chargé de définir les critères auxquels ces avis doivent répondre.

» Il est interdit au débitant qui exploite un débit pour lequel la taxe visée à l'article 14, § 1, n'a pas été régulièrement acquittée, d'apposer ou de laisser apposer un tel avis. »

JUSTIFICATION

Une publicité, si elle n'est pas organisée, risque d'amener une propension à consommer. La loi Vandervelde avait comme effet, de nos jours, même si elle était pour une grande part tombée en désuétude, de rendre discrètes les consommations d'alcool. Il y a lieu de craindre une escalade publicitaire.

J. BARZIN.