

Zelfregulering inzake reclame voor alcoholhoudende dranken en HFSS-producten

Datum 04/06/2026

Lijncom onderschrijft de principes van verantwoorde reclame en engageert zich om de geldende zelfregulerende richtlijnen inzake reclame voor alcoholhoudende dranken en voedingsmiddelen en dranken die hoog zijn in vetten, zout en/of suikers (HFSS – High in Fat, Salt and/or Sugar) strikt toe te passen binnen haar netwerk.

Conform het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken, van kracht sinds 1 januari 2025, en de Belgian Food Advertising Code (BeFAC), waarvan de aangescherpte bepalingen van toepassing zijn sinds 1 januari 2026, neemt Lijncom de nodige maatregelen om de blootstelling van minderjarigen aan dergelijke reclameboodschappen te beperken.

Lijncom zal geen reclame voor alcoholhoudende dranken of HFSS-producten verspreiden, tonen of weergeven op digitale schermen die zich bevinden binnen een perimeter van 150 meter rond onderwijsinstellingen waar minderjarigen aanwezig zijn. Deze perimeter geldt voor kleuter-, lagere en secundaire scholen, overeenkomstig de toepasselijke sectorale richtlijnen en implementatienota's.

Binnen deze beschermingszone zullen digitale schermen (DOOH) die deel uitmaken van het Lijncom-netwerk niet worden ingezet voor campagnes die onder deze beperkingen vallen.

Deze engagementen maken deel uit van een breed gedragen initiatief binnen de Belgische reclame-, media- en out-of-homesector. De richtlijnen worden ondersteund door onder meer de Associatie van Exploitanten van Aanplakborden (AEA), de Unie van Belgische Adverteerders (UBA), de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP) en de Raad voor Reclame (RVR).

Lijncom beschouwt deze zelfregulering als een belangrijke maatschappelijke verantwoordelijkheid en verbindt zich ertoe deze regels op een transparante, consequente en controleerbare manier toe te passen. Daarbij wordt nauw samengewerkt met adverteerders, mediabureaus en sectororganisaties om een conforme uitvoering van de geldende richtlijnen te waarborgen.

Door deze engagementen draagt Lijncom actief bij aan een verantwoord en duurzaam reclame-ecosysteem in de publieke ruimte.

Referentiedocumenten:

Meer informatie over de toepasselijke regelgeving en de praktische implementatie ervan is beschikbaar via onderstaande officiële documenten:

Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken (Raad voor Reclame – van kracht sinds 1 januari 2025)

<https://raadvoorreclame.be/app/uploads/2024/10/RvR-10.24-Convenant-inzake-reclame-voor-en-marketing-van-alcoholhoudende-drank.pdf>

BeFAC – Implementatienota schoolperimeter (Belgian Food Advertising Code – van kracht sinds 1 januari 2026)

<https://www.jep.be/wp-content/uploads/2026/04/BeFac-NL-implementatienota-perimeter-scholen-1.pdf>

Conformiteit checklist: <https://www.jep.be/wp-content/uploads/2026/04/UMA-Nutritional-Campaign-Compliance-Checklist-TEMPLATE.xlsx>

Scholen referentielijst: <https://www.jep.be/wp-content/uploads/2026/04/Reference-List-AEA-20260212-2.xlsx>