Note d'implémentation - Belgian Food Advertising Code éd. 2025 (v.5.0)

Application des dispositions relatives à l'interdiction de certaines publicités dans un périmètre de 150 m autour des écoles, résultant de l'auto-régulation (Belgian Food Advertising Code) pour le média (Digital) Out of Home ((D)OOH).

---

1. Définition des établissements scolaires concernés

1.1.Source de référence – Liste de référence

Afin de garantir une application uniforme et objective, nous utilisons **une source de référence unique** : la liste des établissements scolaires publiée sur le site officiel d'**Eurostat.**

Seuls sont pris en considération les établissements scolaires au sens strict, à savoir les établissements d'enseignement maternel, primaire et secondaire (inférieur et supérieur), dont le public cible est majoritairement composé d'enfants âgés de moins de 16 ans.

Les établissements scolaires des niveaux 4 à 8 d'Eurostat, correspondant à l'enseignement supérieur, sont exclus du champ d'application.

Cette liste Eurostat est disponible via : https://ec.europa.eu/eurostat/web/gisco/geodata/basic-services#Education.

Les régies média (D)OOH (ci-après également "Association d'Exploitants d'Affichage "ou encore "AEA") ont pris 3 actions en vue d'améliorer encore la qualité et la fiabilité de cette liste Eurostat :

1. La suppression des établissements ne rentrant pas dans le champ d'application : à savoir les niveaux 4 à 8 (enseignement supérieur) et les établissements ne relevant pas de l'enseignement scolaire au sens strict ;
2. La déduplication des écoles avec plusieurs adresses ou numéros officiels ;
3. La regéocodification systématique de toute les adresses de la liste obtenue à l'étape 2.

La liste ainsi obtenue est nommée '**Liste de référence'**. Elle constitue la base pour le calcul des exclusions et fait entièrement partie de cette note.

2. Méthodologie de calcul d'exclusion

2.1. Rayon 150m – point de référence

Le calcul des distances est effectué selon une méthodologie uniforme, standardisée et non discriminatoire, reposant sur un périmètre fixe.

Le calcul des distances est réalisé sur la base d'**un rayon de 150 mètres à vol d'oiseau**, mesuré à partir des adresses de chaque établissement scolaire figurant dans la Liste de référence.

La mesure est effectuée sur la base des coordonnées géographiques issues de **Google Maps**.

3. Mise à jour des données et des dispositifs publicitaires exclus

3.1. Mise à jour de l'inventaire des supports publicitaires OOH exclus

Les régies média (D)OOH s'engagent à continuellement maintenir à jour la liste des dispositifs publicitaires exclus, notamment en cas :

- de modification ou de déplacement de supports publicitaires existants,
- d'intégration de nouveaux dispositifs à la suite de marchés publics ou d'extensions de réseau,
- d'identification - à la suite d'une décision du JEP ou de toute notification reposant sur des éléments objectivement vérifiables - de dispositifs publicitaires initialement non exclus mais s'avérant non conformes à l'auto-régulation.

3.2. Mise à jour de la liste des établissements scolaires

Les évolutions relatives aux établissements scolaires (déménagements, nouvelles écoles, fermetures) font l'objet d'un contrôle semestriel :

- une fois en janvier,
- une fois en juillet,

sur la base de la liste Eurostat alors en vigueur.
Cette fréquence est considérée comme proportionnée, ces évolutions intervenant majoritairement durant les vacances scolaires.

3.3. Partage des listes des dispositifs publicitaires exclus

Dans un souci de transparence, les régies média (D)OOH s'engagent à mettre à disposition la liste des dispositifs publicitaires exclus, à savoir l'ensemble des supports situés dans un rayon de 150 mètres autour des adresses des établissements scolaires figurant dans la Liste de référence.

Cette liste mentionne, a minima, le code interne du support publicitaire ainsi que les coordonnées géographiques correspondantes.

4. Champ d'application

Pour l'application de l'interdiction de certaines publicités dans un périmètre de 150m autour des écoles, les dispositifs publicitaires suivants sont pris en compte : l'ensemble les dispositifs publicitaires non-afférents à l'activité professionnelle et immobiles/fixes tels que des panneaux publicitaires, totems publicitaires, affiches, colonnes publicitaires ou dispositifs dans des abribus, qui sont situés sur le domaine public, en environnement extérieur.

Sont explicitement exclus du champ d'application de l'interdiction de certaines publicités dans un périmètre de 150m autour des écoles :

- les dispositifs publicitaires afférents à l'activité professionnelle (on entend par là : toute publicité directement liée à l'établissement ou à l'entreprise situé à cet endroit et concernant les activités, les produits ou les services propres à cet établissement, apposée sur ou à proximité de l'établissement lui-même) ;
- les dispositifs publicitaires sur des véhicules, sauf s'ils ont indéniablement été placés à cet endroit en vue d'y faire de la publicité ;
- les dispositifs publicitaires sur des terrains/bâtiments privés, sauf s'ils sont visibles de la voie publique et ont été placés à l'initiative d'une entreprise ou d'un vendeur professionnel ;
- les dispositifs publicitaires situés en intérieur (tels que des centres commerciaux, aéroports, gares, infrastructures sportives).

5. Information préalable et responsabilité de l'annonceur

Lors de la demande de campagne, l'annonceur est responsable, soit directement soit via l'agence ou via ses acheteurs mandatés, de communiquer clairement et explicitement aux régies média (D)OOH si la publicité à diffuser est soumise à l'interdiction. En cas de doute, ou lorsque les dispositions d'auto-régulation ne permettent pas de tirer une conclusion sans ambiguïté, l'annonceur doit demander préalablement un avis auprès des associations professionnelles qui le représentent et/ou auprès du Jury d'Éthique Publicitaire (JEP), avant toute diffusion de la campagne.

Nonobstant les dispositions de l'alinéa précédent, toutes les parties impliquées dans la mise en œuvre des campagnes (annonceurs, agences, régies média (D)OOH, retailers, plateformes DOOH programmatic, etc.) s'engagent, chacune à son niveau et dans les limites de ce qu'on peut raisonnablement attendre d'elles, à prendre

toutes les mesures raisonnables et appropriées afin de garantir le respect de l'interdiction de certaines publicités dans le périmètre autour des écoles.

Ces mesures peuvent entre autres consister en l'utilisation d'un outil de contrôle de conformité (hyperlien vers un modèle de check-list de conformité, dont l'utilisation est fortement recommandée comme bonne pratique) et/ou l'intégration de dispositions contractuelles claires dans leurs contrats de collaboration définissant la répartition des responsabilités entre les parties concernées.

6. Transparence, suivi et amélioration continue

Les régies média (D)OOH s'engagent à conserver les éléments justificatifs indispensables permettant de démontrer la mise en œuvre des règles d'auto-régulation, dans la limite des données effectivement sous leur contrôle.

Un point de contact est identifié afin de signaler toute difficulté d'interprétation ou de mise en œuvre :

- Bauer Media Outdoor Belgium : bauermediaoutdoor.be
- JCDecaux : jcdecaux-belux.com
- Belgian Posters : belgianposters.be

En cas de difficulté ou d'incident avéré, les régies média (D)OOH s'engagent à examiner et traiter la situation dans les meilleurs délais, conformément à leurs conditions générales de vente applicables, et dans le cadre d'une obligation de moyens.

7. Précisions concernant la publicité OOH pour les produits relevant de l'article 1 de l'addendum au Belgian Food Advertising Code et qui répondent cumulativement aux trois allégations européennes « pauvre en sucre », « pauvre en matières grasses » et « pauvre en sel ».

La publicité OOH pour les produits relevant de l'article 1 de l'addendum et répondant cumulativement aux trois allégations nutritionnelles européennes « pauvre en sucre », « pauvre en matières grasses » et « pauvre en sel », est autorisée pour autant que la publicité ne soit pas placée dans un périmètre de 150 mètres autour des écoles maternelles et/ou primaires. La publicité OOH pour ces produits est autorisée dans un périmètre de 150 mètres autour des écoles secondaires **sans section maternelle et/ou primaire**.