

Chambre des Représentants

SESSION 1985-1986

30 JUILLET 1986

PROJET DE LOI

**relatif aux réseaux de radiodistribution
et de télédistribution et à la publicité commerciale
à la radio et à la télévision**

AMENDEMENTS AU TEXTE DU PROJET

(Doc. n° 1222/1, 1984-1985)

N° 65 DE MM. VAN ELEWYCK ET CS.

Art. 12.

Remplacer le § 1^{er} par ce qui suit :

« § 1^{er}. Seuls les instituts chargés d'assurer le service public de la radio et de la télévision créés par décret du Conseil flamand ou du Conseil de la Communauté française obtiennent l'autorisation d'émettre de la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

» § 1^{er}bis. Le Roi peut, par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres, déterminer les conditions dans lesquelles le centre créé par la loi pour les émissions en langue allemande peut émettre de la publicité commerciale. »

JUSTIFICATION

Si l'on souhaite qu'il puisse s'acquitter convenablement de sa mission, il faut accorder au service public de radiodiffusion des moyens structurels et financiers qui lui permettront de devenir un média public dynamique. Les moyens actuels du service public de radiodiffusion sont insuffisants par rapport à la mission qui lui est confiée, ce qui a des répercussions tant qualitatives que quantitatives.

Ce n'est pas en créant un réseau concurrent que l'on résoudra ce problème, bien au contraire.

La concurrence entraînera :

- le morcellement de talent créatif et des moyens financiers;
- l'augmentation des coûts de production et des prix dans le secteur de l'audio-visuel;
- le nivellement de l'offre en matière de télévision.

Voir :

- 536 (1985-1986) — n° 1.
- N°s 2 à 4 : Amendements.
 - N° 5 : Avis du Conseil d'Etat.
 - N° 6 : Amendements.

Kamer van Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1985-1986

30 JULI 1986

WETSONTWERP

**betreffende de radiodistributie-
en teledistributienetten en betreffende
de handelspubliciteit op radio en televisie**

AMENDEMENTEN OP DE TEKST VAN HET ONTWERP

(Stuk nr. 1222/1, 1984-1985)

Nr. 65 VAN DE HEER VAN ELEWYCK c.s.

Art. 12.

Paragraaf 1 vervangen door de volgende bepalingen :

« § 1. Alleen de instituten belast met de openbare radio- en televisiedienst, die opgericht werden bij decreet van de Vlaamse Raad, resp. de Franse Gemeenschapsraad, krijgen de vergunning om handelsreclame uit te zenden op radio en televisie.

» § 1bis. De Koning kan, bij een in Ministerraad overlegd koninklijk besluit, de voorwaarden bepalen binnen welke het bij wet opgerichte centrum voor uitzendingen in de Duitse taal handelsreclame kan uitzenden. »

VERANTWOORDING

Om zijn taken naar behoren te kunnen uitvoeren moet de openbare omroep structureel en financieel de mogelijkheid geboden worden om uit te groeien tot een dynamisch openbaar mediabedrijf. De huidige middelen, waarover de openbare omroep beschikt zijn ontoereikend voor de opgedragen taak wat zich zowel kwalitatief als kwantitatief wrekt.

Het is niet door een concurrentieel net op te richten dat aan dit euvel verholpen wordt. Integendeel.

Concurrentie zal leiden tot :

- versnippering van creatief talent en financiële middelen;
- verhoging van de produktiekosten en van de prijzen in de audiovisuele sector;
- vervlakking van het televisie-aanbod.

Zie :

- 536 (1985-1986) — Nr. 1.
- Nrs. 2 tot 4 : Amendementen.
 - Nr. 5 : Advies van de Raad van State.
 - Nr. 6 : Amendementen.

Il convient d'augmenter les moyens financiers du service public de radiodiffusion. Cet objectif peut être atteint en exploitant les ressources de la diffusion d'émissions publicitaires, ainsi que le font nos voisins.

N° 66 DE MM. VAN ELEWYCK ET CS.
(En ordre principal)

Art. 12.

Remplacer le § 2 par ce qui suit :

« § 2. L'autorisation d'insérer de la publicité commerciale dans les programmes de télévision destinés à l'ensemble d'une Communauté ne peut être accordée qu'à une personne morale de droit public au sein de la Communauté concernée. »

JUSTIFICATION

Pour être à même de remplir correctement les tâches qui leur incombent, les institutions publiques de télédiffusion doivent disposer de moyens structurels et financiers leur permettant de devenir des entreprises médiatiques dynamiques.

Les moyens nécessaires à ce développement peuvent être fournis par la publicité, comme c'est le cas dans les pays qui nous entourent. Les annonceurs ont d'ailleurs une préférence pour les marchés publicitaires couverts par les émetteurs publics. Une certaine forme de collaboration avec des personnes morales de droit privé peut toutefois être envisagée afin que la presse écrite ne souffre pas trop de cette concurrence.

N° 67 DE MM. VAN ELEWYCK ET CS.
(sous-amendement à l'amendement n° 6, Doc. n° 536/2)

Art. 12.

Remplacer le § 3 par ce qui suit :

« § 3. Le Roi détermine par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres les conditions et les modalités des autorisations portant sur l'insertion de la publicité commerciale dans les programmes de télévision qui s'adressent à une partie géographiquement limitée de la Communauté flamande ou française. »

JUSTIFICATION

Il est nécessaire de mieux définir la notion de fait de la Communauté. La définition contenue à l'article 7, 1°, b, du projet de décret de la Communauté flamande relatif au câble a été reprise.

(Voir également l'amendement du Gouvernement à l'article 12, § 3.)

N° 68 DE MM. VAN DEN BOSSCHE ET CS.
(En ordre subsidiaire à l'amendement n° 66, voir supra.)

Art. 12.

Remplacer le § 2 par ce qui suit :

« § 2. Par Communauté, est autorisée à insérer de la publicité commerciale dans les programmes de télévision qui sont destinés à toute la Communauté, la personne morale privée ou publique qui satisfait aux conditions fixées dans le cahier des charges établi en la matière par la Communauté concernée. »

JUSTIFICATION

1. La diffusion de programmes de télévision, y compris la publicité, ressortit aux dispositions de la C.E.E. en matière de prestation de services.

2. En droit européen, on entend par « entreprise », toute activité qui n'est pas exercée à titre de salarié et qui consiste en la production ou la distribution de biens ou de services sur le marché.

Het komt er op aan de openbare omroep een grotere financiële armslag te geven: de middelen daartoe kunnen geput worden uit de opbrengsten van omroepreclame, zoals dat in de ons omringende landen gebeurt.

Nr. 66 VAN DE HEER VAN ELEWYCK c.s.
(In hoofdorde)

Art. 12.

Paragraaf 2 vervangen door wat volgt :

« § 2. De machtiging om handelspubliciteit op te nemen in de TV-programma's die gericht zijn tot de gehele gemeenschap, kan slechts gegeven worden aan één publiekrechtelijke rechtspersoon binnen die betrokken gemeenschap. »

VERANTWOORDING

Om zijn taken naar behoren te kunnen uitvoeren moet aan de openbare omroep structureel en financieel de mogelijkheid geboden worden om uit te groeien tot een dynamisch mediabedrijf.

De nodige extra-middelen daarvoor kunnen geput worden uit de inkomsten uit omroepreclame, zoals dat gebeurt in de ons omringende landen. Ook de adverteerders geven de voorkeur aan de publicitaire markten die via de openbare zenders zijn te bereiken. Teneinde de geschreven pers te behoeden voor al te grote verliezen, kan een zekere vorm van samenwerking overwogen worden met privaatrechtelijke rechtspersonen.

Nr. 67 VAN DE HEER VAN ELEWYCK c.s.
(subamendement op amendement nr. 6, Stuk nr. 536/2)

Art. 12.

Paragraaf 3 vervangen door wat volgt :

« § 3. De Koning bepaalt bij in Ministerraad overlegd koninklijk besluit de voorwaarden en de modaliteiten van de machtigingen om handelspubliciteit in te lassen in de televisieprogramma's gericht tot een geografisch beperkt deel van de Nederlandstalige, resp. Franstalige Gemeenschap. »

VERANTWOORDING

Het is nodig het « deel van de Gemeenschap » nader te bepalen. De omschrijving gebruikt in artikel 7, 1°, b, van het ontwerp kabeldecreet werd overgenomen.

Zie ook het amendement van de Regering op artikel 12, § 3.

J. VAN ELEWYCK.
A. BOGAERTS.

Nr. 68 VAN DE HEER VAN DEN BOSSCHE c.s.
(In bijkomende orde op amendement nr. 66, zie supra.)

Art. 12.

Paragraaf 2 vervangen door wat volgt :

« § 2. Per gemeenschap wordt die privaatrechtelijke of publiekrechtelijke rechtspersoon gemachtigd om handelspubliciteit op te nemen in TV-programma's die zich richten tot de gehele gemeenschap, die voldoet aan de voorwaarden gesteld in het terzake uitgevaardigde lastenboek door de betrokken gemeenschap. »

VERANTWOORDING

1. De uitzending van TV-programma's, met inbegrip van reclame, valt onder de E.E.G.-bepalingen inzake dienstverrichtingen.

2. Naar termen van het E.E.G.-recht verstaat men onder « onderneming » iedere niet als werknemer uitgeoefende activiteit die bestaat in het produceren of verdelen van goederen of diensten voor de markt.

3. De même que la liberté d'emploi au sein du marché commun constitue un droit fondamental de l'homme, les règles de la concurrence entre les entreprises sont également un principe fondamental du fonctionnement de ce marché.

4. La portée des articles 85 et 86 du Traité C.E.E. est triple.

Ils visent tout d'abord à supprimer les obstacles existants et à prévenir les obstacles nouveaux susceptibles d'entraver la libre circulation des biens, des services, des personnes et du capital entre les Etats membres.

Tout ce qui pourrait fausser la concurrence doit ensuite être évité. En termes plus positifs, il convient de promouvoir une saine concurrence. Cela implique concrètement que pour bien fonctionner, le mécanisme du marché ne peut être affecté par des dispositions relatives à la concurrence ou par des positions économiquement dominantes dans le chef des entreprises.

Enfin, ces articles visent à éliminer les limitations dont le commerce peut se trouver affecté. La libre circulation des biens ne pourra être réalisée que moyennant une libre concurrence.

5. En octroyant un monopole à un seul diffuseur commercial par Communauté, on prive le secteur de la diffusion de programmes de télévision de toute forme de concurrence.

6. La jurisprudence a donné de l'interdiction prévue par le Traité C.E.E. une interprétation aussi large que possible. C'est ainsi que l'article 86 condamne le fait, pour une ou plusieurs entreprises, d'exploiter de façon abusive une position dominante, même si cet abus est rendu possible par une disposition légale nationale (affaire Inno/Atab, CdjCEE, 16 novembre 1977, *Jurispr.* 1977, 2115).

7. La disposition légale de l'article 12, qui réserve l'autorisation d'émettre de la publicité à un seul diffuseur commercial, confère à n'en pas douter une position dominante à ce diffuseur unique, ce qui est contraire au Traité C.E.E.

8. L'article 90, § 2, du Traité C.E.E. prévoit une exception aux règles de la concurrence pour les « entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général ».

En ce qui concerne la question de savoir si cet article peut s'appliquer à une société de diffusion, il convient de se baser sur l'interprétation que la Cour a donnée de cet article. Or, elle en a donné une interprétation restrictive.

9. L'octroi d'une simple autorisation, concession ou licence par les pouvoirs publics en matière de programmes de télévision ne pourra pas être considéré comme une décision des pouvoirs publics au sens où l'entend la jurisprudence en ce qui concerne l'article 90, § 2.

10. L'octroi d'une position de monopole à une seule association commerciale est contraire aux règles du Traité C.E.E. en matière de libre concurrence.

11. Il convient dès lors de remplacer la disposition proposée par un texte qui permette à plusieurs diffuseurs commerciaux d'être reconnus par les pouvoirs publics ou d'octroyer une licence à plusieurs diffuseurs.

3. Zo fundamenteel als mensenrecht de vrijheid van tewerkstelling binnen de gemeenschappelijke markt is, zo fundamenteel voor de werking van die markt zijn de mededingsregels voor ondernemingen.

4. De artikelen 85 en 86 moeten in drieërlei betekenis worden verstaan.

Ten eerste hebben zij tot doel de verwijdering van de bestaande en het voorkomen van nieuwe hinderpalen in het vrije verkeer van goederen, diensten, personen en kapitaal tussen de Lid-Staten.

Ten tweede moeten concurrentievervalsingen worden voorkomen. Of positief geformuleerd: een gezonde mededinging moet worden bevorderd. Dit betekent concreet dat een goed werkend marktmechanisme niet mag doorkruist worden door mededingsbepalingen en economische machtsposities van ondernemingen.

Ten derde beogen deze artikelen de handelsbeperkingen weg te werken. Het vrij goederenverkeer zal pas kunnen worden verwezenlijkt via een vrije concurrentie.

5. Door het toekennen van een monopolie aan één commerciële zender per gemeenschap, wordt het uitzenden van TV-programma's buiten elke vorm van concurrentie geplaatst.

6. De rechtspraak heeft het verbod zo ruim mogelijk geïnterpreteerd. Zo verbiedt artikel 86 het misbruik van een machtspositie door één of meer ondernemingen, zelfs al zou een dergelijk misbruik door een nationale wettelijke bepaling in de hand zijn gewerkt (zaak Inno/Atab, HvJEG, 16 november 1977, *Jurispr.* 1977, 2115).

7. Het valt niet te betwijfelen dat de wettelijke bepaling van dit artikel, dat de toelating reclame uit te zenden voorbehoudt aan één commerciële zender, een machtspositie schept in hoofde van de ene maatschappij, die strijdig is met het E.E.G.-Verdrag.

8. Artikel 90, § 2, van het E.E.G.-Verdrag maakt een uitzondering op de mededingsregels mogelijk voor « ondernemingen belast met het beheer van diensten van algemeen economisch belang ».

Bij de vraag of een omroepvereniging onder dit artikel kan vallen, dient uitgegaan te worden van de interpretatie die het Hof aan dit artikel gegeven heeft. Het Hof opteerde voor een restrictieve uitlegging.

9. Het verstrekken van een eenvoudige vergunning, toestemming, concessie of licentie vanwege de overheid inzake TV-uitzendingen, zal niet als een overheidsbesluit in de zin van de jurisprudentie met betrekking tot artikel 90, § 2, kunnen worden beschouwd.

10. Het verlenen van een monopoliepositie aan één commerciële vereniging is in strijd met de vrije concurrentieregels van het E.E.G.-Verdrag.

11. De voorgestelde bepaling moet derhalve vervangen worden door een tekst die het mogelijk maakt dat meerdere commerciële zendverenigingen door de overheid kunnen worden erkend of dat aan meerdere een licentie kan verstrekt worden.

L. VAN DEN BOSSCHE.
J. VAN ELEWYCK.
P. CHEVALIER.
A. BOGAERTS.

N° 69 DE MM. MOTTARD ET M. HARMEGNIES

Art. 17.

1) Supprimer au § 2 le dernier alinéa.

2) Ajouter un § 3, libellé comme suit :

« § 3. Les revenus nets de la publicité commerciale, calculés après déduction notamment des montants visés au § 1^{er}, sont transférés aux Communautés selon la communauté d'émission ».

J. MOTTARD.
M. HARMEGNIES.

N° 70 DE M. CHEVALIER

Art. 14.

Remplacer le 1° par ce qui suit :

« 1° présenter une tendance politique, idéologique ou philosophique, contenir une discrimination, ou constituer une atteinte à la dignité humaine ; ».

Nr. 69 VAN DE HEREN MOTTARD EN M. HARMEGNIES

Art. 17.

1) Het laatste lid van § 2 weglaten.

2) Een § 3 toevoegen, luidend als volgt :

« § 3. De netto-inkomsten uit de handelsreclame berekend na aftrek onder meer van de in § 1 bedoelde sommen, worden overgedragen aan de Gemeenschappen, met name aan die Gemeenschap welke voor de uitzending bevoegd is ».

Nr. 70 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 14.

Het 1° vervangen door wat volgt :

« 1° geen politieke, ideologische of filosofische strekking vertonen, geen enkele discriminatie inhouden, noch enige belediging vormen voor de menselijke waardigheid ; ».

JUSTIFICATION

1) Les tendances religieuses, politiques, ou syndicales sont comprises dans les tendances idéologiques ou philosophiques, qui se basent sur des conceptions morales ou de société.

2) Les messages publicitaires recourent sans cesse à des stéréotypes, tant dans les mots que dans la présentation ou les images. Il est difficile, dans la pratique, d'éviter ces stéréotypes, qui ne sont pas nécessairement offensants.

N° 71 DE M. CHEVALIER

Art. 15.

Supprimer le § 4.

JUSTIFICATION

Cette matière ne fait pas partie de la normalisation ou des mesures administratives nécessaires pour lesquelles les autorités nationales sont compétentes. Il appartient aux Communautés de la réglementer.

N° 72 DE M. CHEVALIER

Art. 16.

A la deuxième et à la troisième ligne du texte néerlandais, remplacer les mots « op te nemen » par les mots « in te lassen ».

JUSTIFICATION

Nous présentons cet amendement conformément à l'amendement à l'article 12 et au texte français de l'article 16.

N° 73 DE M. CHEVALIER

Art. 17.

Supprimer cet article.

JUSTIFICATION

Cette matière relève de la compétence des Communautés (voir l'amendement à l'art. 12).

N° 74 DE M. CHEVALIER

Art. 15.

Ajouter un § 5, libellé comme suit :

« § 5. *Après avis de l'Exécutif concerné, le Roi peut, par arrêtés royaux délibérés en Conseil des Ministres, fixer des jours et heures où il ne peut être diffusé de publicité commerciale.* »

N° 75 DE M. CHEVALIER

Art. 15.

Remplacer le § 2 par ce qui suit :

« § 2. *La publicité commerciale doit être groupée en périodes non successives de durée limitée, diffusées à heures fixes. Chaque période doit être précédée et suivie d'un indicatif clairement reconnaissable ou d'une annonce appropriée.* »

JUSTIFICATION

Il est souhaitable de diffuser la publicité commerciale à heures fixes, afin que le public et les annonceurs sachent à quel moment elle passera sur antenne.

VERANTWOORDING

1) De begrippen « godsdienstige, politieke en syndicale » zijn begrepen in de noties « ideologische of filosofische strekking », die steunen op levensbeschouwelijke opvattingen of maatschappijvisies.

2) Reclameboodschappen werken voortdurend met stereotypen: zowel in woord, voorstelling en beeld. Stereotypering is in de praktijk moeilijk te vermijden, en is niet noodzakelijk beledigend.

Nr. 71 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 15.

Paragraaf 4 weglaten.

VERANTWOORDING

Deze materie behoort niet tot de normering of de noodzakelijke administratieve maatregelen waarvoor de nationale overheid bevoegd is. De gemeenschappen dienen ter zake regelend op te treden.

Nr. 72 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 16.

Op de tweede en derde regel de woorden « op te nemen » vervangen door de woorden « in te lassen ».

VERANTWOORDING

Overeenstemming met artikel 12 (amendement) en de Franse tekst van artikel 16.

Nr. 73 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 17.

Dit artikel weglaten

VERANTWOORDING

Deze aangelegenheid behoort tot de bevoegdheid van de gemeenschappen (zie amendement bij art. 12).

Nr. 74 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 15.

Een § 5 toevoegen, luidend als volgt :

« § 5. *De Koning kan, na het advies van de betrokken Executieve, bij in Ministerraad overlegde koninklijke besluiten, bepalen dat op de dagen en uren die hij aanduidt geen handelspubliciteit mag worden uitgezonden.* »

Nr. 75 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 15.

Paragraaf 2 vervangen door wat volgt :

« § 2. *De handelspubliciteit moet gegroepeerd worden in niet-oplopende tijdsblokken van welbepaalde duur die volgens een vooraf vastliggend schema worden uitgezonden. Ieder reclameblok wordt voorafgegaan en gevolgd door een duidelijk kenmerk of door een passende aankondiging.* »

VERANTWOORDING

Het is wenselijk dat de handelsreclame op vaste tijdstippen wordt uitgezonden, zodat zowel het publiek als de adverteerders weten wanneer men de reclameboodschappen kan verwachten.

N° 76 DE M. CHEVALIER

Art. 15.

Remplacer le § 4 par ce qui suit :

« § 4. Le Roi détermine, sur proposition de l'exécutif de Communauté concerné, par arrêté délibéré en Conseil des Ministres, la durée maximale des périodes de publicité commerciale à la radio et à la télévision, ainsi que le nombre maximum de périodes qui peut être diffusé quotidiennement par la télévision et les heures fixes auxquelles cette diffusion peut avoir lieu ».

JUSTIFICATION

Il est logique, étant donné que les deux Communautés mènent une politique différente en matière de média, que les exécutifs de Communauté soient entendus quant à cette problématique. Il s'agit finalement du programme concret offert au public.

N° 77 DE M. CHEVALIER

(Sous-amendement à l'amendement n° 8, Doc. n° 536/2.)

Art. 16.

A la dernière ligne, remplacer les mots « du tarif et du temps d'antenne » par les mots « du tarif, du temps d'antenne et de l'insertion dans la grille des programmes ».

JUSTIFICATION

Les annonceurs publics doivent également pouvoir bénéficier des ristournes octroyées aux annonceurs privés.

N° 78 DE M. CHEVALIER

Art. 19.

Remplacer le § 1^{er}, b, par ce qui suit :

« b) De contrôler les messages publicitaires. Les messages publicitaires destinés à être radiodiffusés ou télédiffusés seront soumis, quarante jours au moins avant leur diffusion, à un Conseil de la publicité créé dans le cadre du Conseil de la publicité commerciale, afin que le conseil de la publicité précité puisse les contrôler ».

JUSTIFICATION

Les dispositions actuelles de l'article 19 ne satisfont nullement aux objectifs du présent projet de loi. Certes, l'article 19 prévoit que le Conseil de la publicité commerciale devra rendre des avis concernant la publicité commerciale à la radio et à la télévision et qu'il devra rédiger un Code de la publicité commerciale, mais aucun contrôle direct du contenu de la publicité commerciale diffusée sur les ondes n'est prévu.

Si l'on se réfère à la motivation qui a amené le Gouvernement à élaborer l'article 19, nous ne voyons pas très bien comment, avec les moyens qui sont actuellement mis à sa disposition, le Conseil de la publicité commerciale pourrait avoir une action préventive, puisqu'il n'est pas prévu que les copies des publicités commerciales devront lui être soumises.

Il est évident qu'en cas d'infraction à l'article 14, ce Conseil n'a aucune compétence pour prendre des sanctions et qu'il peut tout au plus dénoncer l'infraction aux instances compétentes.

Entre-temps, rien ne s'oppose à ce que la publicité litigieuse soit diffusée.

Ce ne sont pas des sanctions prises par les tribunaux deux ou trois ans après la diffusion de la publicité, qui empêcheront les annonceurs de violer la loi.

D'autre part, les dispositions pénales prévues aux articles 20, 21 et 22 du présent projet de loi ne constituent aucunement un moyen dissuasif suffisant.

Aucune peine d'emprisonnement n'est prévue, seules des amendes éventuellement assorties de l'application des dispositions du livre I^{er} du Code pénal, y compris le chapitre VII, article 85, peuvent être appliquées, ce qui signifie que des circonstances atténuantes peuvent être invoquées, de sorte que les amendes peuvent être réduites à des montants insignifiants.

Nr. 76 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 15.

Paragraaf 4 vervangen door wat volgt :

« § 4. De Koning bepaalt, na advies te hebben ingewonnen van de betrokken Gemeenschapsexecutieve, bij in Ministerraad overlegd besluit de maximumduur van de reclameblokken op radio en televisie, evenals het maximum aantal reclameblokken dat per etmaal op de televisie mag verspreid worden, alsook de vaste tijdstippen waarop dit mag gebeuren ».

VERANTWOORDING

Het is logisch dat, gezien de concrete situatie op mediavlak totaal verschillend is naargelang de gemeenschappen, de Gemeenschapsexecutieven moeten worden gehoord in verband met deze problematiek. Het gaat tenslotte over wat en hoeveel concreet op de buis komt.

Nr. 77 VAN DE HEER CHEVALIER

(Subamendement op het amendement nr. 8, Stuk nr. 536/2.)

Art. 16.

« In fine » de woorden « en de duur van de publiciteitsboodschap » vervangen door de woorden « de duur en de plaatsing van de reclameboodschap in het uitzendschema ».

VERANTWOORDING

Ook de publiekrechtelijke adverteerders moeten kunnen genieten van de aan de privaatrechtelijke adverteerders toegekende kortingen.

Nr. 78 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 19.

Paragraaf 1, b, vervangen door wat volgt :

« b) Het nazien van de reclameboodschappen. De reclameboodschappen bestemd voor uitzending op radio en televisie zullen minstens 40 dagen vóór de uitzending voorgelegd worden aan een reclameraad, opgericht binnen het kader van de Raad voor handelspubliciteit, zodat voornoemde reclameraad die kan nazien ».

VERANTWOORDING

Het thans bepaalde bij artikel 19 voldoet geenszins aan de ratio legis van het voorliggend wetsontwerp. Weliswaar is de verplichting voor de Raad voor handelspubliciteit opgenomen, om advies te verlenen met betrekking tot de handelspubliciteit voor radio en televisie, en ook een code op te stellen voor de handelspubliciteit, doch een directe controle op het inhoudelijke van wat aan handelspubliciteit in de ether gaat is er niet.

Verwijzend naar de motivatie die de Regering heeft menen te moeten gebruiken voor artikel 19, zien wij niet goed in hoe met de thans ter beschikking gestelde middelen, de Raad voor handelspubliciteit preventief zou kunnen optreden, vermits geen enkele verplichting wordt gesteld dat de kopijen van de handelspubliciteit aan voormelde dienst zouden worden overgelegd.

Het is toch evident dat, bij overtreding van artikel 14, de diensten geen enkele bevoegdheid hebben om sancties te nemen en dit hoogstens kunnen mededelen aan de bevoegde instanties.

Inmiddels kan geenszins verhinderd worden dat de publiciteit toch wordt uitgezonden.

Het is niet de sanctionering door de rechtbanken, twee of drie jaar nadien, die de adverteerders zal verhinderen waagstukken uit te halen.

Overigens bieden de strafbepalingen zoals gesteld in de artikelen 20, 21 en 22 van het voorliggend wetsontwerp, zeker geen afdoend afschrikkingsmiddel.

Gevangenisstraffen zijn niet voorzien, en het betreft hier geldboetes waarbij dan nog toepassing kan gemaakt worden door de strafrechter van de bepalingen van boek I van het Strafwetboek met inbegrip van hoofdstuk 7, artikel 85, hetgeen wil zeggen dat verzachtende omstandigheden kunnen worden aangenomen, zodat zelfs de boetes kunnen herleid worden tot zeer geringe bedragen.

Les dispositions pénales prévues aux articles précités sont dès lors tout à fait superflues et constituent une nouvelle dérogation au droit pénal normal. Il serait donc préférable de les supprimer.

On peut d'ailleurs aussi se demander comment le Code de la publicité commerciale peut lier les tribunaux. Quoi qu'il en soit, les tribunaux doivent se fonder sur les concepts généraux d'ordre public et de bonnes mœurs, ainsi que sur les dispositions de l'article 14, 1^o, qui ne prévoit cependant que des principes d'ordre public qui doivent être interprétés et appliqués par le juge pénal en toute indépendance.

Il convient que le juge pénal applique la loi pénale normale dans les circonstances en question.

Il ressort de ce qui précède que si le Conseil de la publicité commerciale veut fournir un travail adéquat et de qualité, il doit exercer un contrôle préventif, dans le véritable sens du terme, sur les copies des annonceurs.

Il faut créer, au sein du Conseil de la publicité commerciale, un Conseil de la publicité qui serait chargé de contrôler les copies. Le Conseil peut interdire la publicité commerciale si elle est contraire aux dispositions de l'article 14 de la loi.

Les contestations doivent être soumises au Conseil de la publicité commerciale afin qu'il les règle par voie de compromis et/ou qu'il les juge. Quoi qu'il en soit, le pouvoir de décision final appartient au Conseil de la publicité commerciale réuni en assemblée plénière.

Le but est que non seulement l'annonceur, le Conseil d'office, mais aussi le particulier puisse s'adresser au Conseil de la publicité commerciale, réuni en assemblée plénière, s'il estime que la publicité commerciale ne satisfait pas aux prescriptions.

La composition, le fonctionnement et les statuts du Conseil de la publicité commerciale, ainsi que du Conseil de la publicité à créer en son sein, seront fixés par un arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres.

Il est toutefois nécessaire que des experts en matière de média, de presse et d'économie d'entreprise ainsi que des représentants des associations de consommateurs siègent dans le Conseil de la publicité commerciale.

Il convient enfin de souligner que des systèmes analogues, existant dans les pays voisins où de la publicité commerciale est diffusée sur les ondes, se sont avérés efficaces.

N^o 79 DE M. CHEVALIER

Art. 19.

Remplacer le § 2 par ce qui suit :

« § 2. Il est permis à toute personne intéressée, et aux membres du Conseil de la publicité commerciale d'office, de contester la décision du Conseil de la publicité devant le Conseil de la publicité commerciale réuni en assemblée plénière. »

JUSTIFICATION

Voir l'amendement à l'article n^o 78 ci-dessus.

N^o 80 DE M. CHEVALIER

Art. 18.

Supprimer cet article.

JUSTIFICATION

Voir les amendements aux articles 12 et 17.

N^o 81 DE M. CHEVALIER

Art. 19.

A la première ligne, après le mot « Conseil », insérer le mot « national ».

JUSTIFICATION

Les auteurs du présent amendement entendent souligner au moyen de cet ajout que la compétence du « Conseil national de la publicité commerciale » s'étend à l'ensemble du territoire et que ses avis et directives émis en chambres réunies (voir § 2, n^o 79 *supra*) sont obligatoires dans toutes les Communautés du Royaume.

Ten dien einde zijn de in de voormelde artikelen vermelde strafbepalingen dan ook volledig overbodig, en vormen zij eens te meer een afwijking van het normaal strafrecht, en doet men er beter aan deze weg te laten.

Het is overigens ook een open vraag, hoe de rechtbanken kunnen gebonden zijn door de code van handelspubliciteit. Hoe dan ook dienen de rechtbanken terug te vallen op de algemene begrippen van openbare orde, goede zeden en het bepaalde van artikel 14, 1^o, dat voor het overige grote gedeelte toch begrippen van openbare orde hanteert, en die op volkomen onafhankelijke wijze door de strafrechter dienen geïnterpreteerd en toegepast te worden.

In de gegeven omstandigheden past het dat de strafrechter de normale strafwet toepast.

Uit wat voorafgaat blijkt, dat de Raad voor handelspubliciteit, wil deze adequaat en goed werk leveren, preventieve controle moet uitoefenen in de werkelijke zin van het woord, op de kopijen van de adverteerder.

Binnen de Raad voor handelspubliciteit dient een Reclameraad opgericht, die het nazicht over de kopijen verricht. Deze Raad kan de handelspubliciteit verbieden indien zij in strijd is met het bepaalde van de volledige inhoud van artikel 14 van de wet.

De geschillen dienen voorgelegd te worden ter bemiddeling en/of ter beoordeling aan de Raad voor handelspubliciteit. De uiteindelijke beslissingsbevoegdheid ligt hoe dan ook bij de voltallige Raad voor handelspubliciteit.

Het is de bedoeling dat niet alleen de adverteerder, de Raad ambtshalve, doch ook de particulier zich kan richten tot de voltallige Raad voor handelspubliciteit wanneer de handelspubliciteit zijns inziens niet voldoet aan de voorschriften.

De samenstelling, de werking en de statuten van de Raad voor handelspubliciteit, alsmede van de in dit kader op te richten Reclameraad, zal bij een in de Ministerraad overlegd koninklijk besluit gebeuren.

Het is evenwel noodzakelijk dat voor wat betreft de samenstelling van de Raad voor handelspubliciteit, deskundigen worden opgenomen inzake massamedia, pers en bedrijfseconomie en vertegenwoordigers van de consumentenverenigingen.

Ten slotte dient gesteld dat gelijkaardige systemen in de ons omringende landen waar handelspubliciteit in de ether wordt gestuurd, bewezen hebben efficiënt te werken.

Nr. 79 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 19.

Paragraaf 2 vervangen door wat volgt :

« § 2. Al wie een belang heeft, en de leden van de Raad voor handelspubliciteit ambtshalve, kan de beslissing van de Reclameraad aanvechten, voor de voltallige Raad voor handelspubliciteit. »

VERANTWOORDING

Zie de verantwoording van amendement nr. 78 hierboven.

Nr. 80 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 18.

Dit artikel weglaten.

VERANTWOORDING

Zie de amendementen op de artikelen 12 en 17.

Nr. 81 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 19.

Op de tweede regel, vóór het woord « Raad » het woord « Nationale » invoegen.

VERANTWOORDING

Door deze invoeging willen de indieners onderstrepen dat de werking van de « Nationale Raad voor de handelsreclame » zich uitstrekt over het gehele grondgebied en dat zijn adviezen en richtlijnen verstrekt in verenigde kamers (zie § 2, nr. 79 *supra*) bindend zijn in alle gemeenschappen in het Rijk.

Cela n'empêche cependant pas que les Communautés elles-mêmes peuvent édicter des directives supplémentaires, qui ne peuvent toutefois être contraires aux directives du Conseil national.

N° 82 DE M. CHEVALIER

Art. 19.

Remplacer le § 2 par ce qui suit :

« § 2. *Un arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres fixe la composition, le fonctionnement et les statuts du Conseil national de la publicité commerciale. La composition du Conseil national de la publicité commerciale s'effectue sur proposition des Communautés.*

« *Le Conseil national se compose de trois chambres, une par Communauté; chaque chambre se réunit séparément pour les matières qui concernent exclusivement sa Communauté; dans tous les autres cas, le Conseil national se réunit en chambres réunies.* »

JUSTIFICATION

Il y a lieu de se référer aux amendements aux articles 12 et 17, concernant le rôle et la compétence des Communautés.

A cet égard, il serait indiqué d'associer également les Communautés à la composition et au fonctionnement du Conseil national.

Par contre, il serait inopportun que les représentations d'autres Communautés s'occupent de dossiers qui concernent exclusivement une seule Communauté: nous avons dès lors prévu des chambres distinctes (voir l'organisation du Conseil d'Etat).

N° 83 DE MM. MOTTARD, M. HARMEGNIES ET BIEFNOT

Art. 15.

Au § 3, remplacer chaque fois la notion « élément de programme de télévision » par celle de « programme de télévision ».

J. MOTTARD.
M. HARMEGNIES.
Y. BIEFNOT.

Dit sluit evenwel niet uit dat de gemeenschappen zelf bijkomende richtlijnen kunnen uitvaardigen die echter geen afbreuk mogen doen aan die richtlijnen van de Nationale Raad.

Nr. 82 VAN DE HEER CHEVALIER

Art. 19.

Paragraaf 2 vervangen door wat volgt :

« § 2. *Een in Ministerraad overlegd koninklijk besluit bepaalt de samenstelling, de werking en de statuten van de Nationale Raad voor handelsreclame. De samenstelling van de Nationale Raad voor handelsreclame gebeurt op voordracht van de Gemeenschappen.*

« *De Nationale Raad bestaat uit drie kamers, één per gemeenschap; elke kamer vergadert afzonderlijk voor aangelegenheden die uitsluitend zijn gemeenschap betreffen, in alle andere gevallen vergadert de Nationale Raad in verenigde kamers.* »

VERANTWOORDING

Zie de amendementen bij de artikelen 12 en 17, over de rol en bevoegdheid van de gemeenschappen.

Het is in dit licht aangewezen de gemeenschappen ook te betrekken bij de samenstelling en de werking van de Nationale Raad.

Het is daarentegen niet aangewezen dat de vertegenwoordiging van andere gemeenschappen zich zouden inlaten met dossiers die exclusief betrekking hebben op een gemeenschap: daarom worden afzonderlijke kamers ingericht (zie organisatie Raad van State).

P. CHEVALIER.

Nr. 83 VAN DE HEREN MOTTARD, M. HARMEGNIES EN BIEFNOT

Art. 15.

In § 3, op de tweede regel het woord « televisieprogramma-onderdeel » vervangen door het woord « televisieprogramma » en op de derde regel, de woorden « Onderdelen van » weglaten.