

Kamer van Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1984-1985

21 JUNI 1985

WETSONTWERP

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

1. — AMENDEMENTEN VOORGESTELD DOOR DE HEER MOTTARD

Art. 12 tot 19.

A. — In hoofddeel:

De titel en de bepalingen van hoofdstuk III vervangen door de volgende titel en bepalingen:

» Hoofdstuk III

» Handelsreclame op radio en televisie

» Art. 12.

» Radio-omroepdiensten mogen in programma's waarvan de uitzending of de distributie niet door de gemeenschappen verboden zijn, handelsreclame opnemen.

» Onder radio-omroepdienst wordt verstaan elke openbare of particuliere instelling waarvan de klank- of televisie-uitzendingen bestemd zijn om rechtstreeks door het publiek in het algemeen te worden ontvangen, met uitzondering van instellingen die zich beperken tot de productie van door derden uitgezonden programma's of tot de distributie van dergelijke programma's.

» Art. 13.

» Het Rijk mag generlei kosten, belasting of bijdrage heffen op de inkomsten uit reclame van onder de gemeenschappen ressorterende openbare radio-omroepinstellingen.

Zie:

1222 (1984-1985):

- Nr. 1: Wetsontwerp.
- Nrs. 2 tot 8: Amendementen.

Chambre des Représentants

SESSION 1984-1985

21 JUIN 1985

PROJET DE LOI

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

I. — AMENDEMENTS PRESENTES PAR M. MOTTARD

Art. 12. à 19.

A. — En ordre principal:

Remplacer l'intitulé du chapitre III et ses dispositions par l'intitulé et les dispositions suivantes:

» Chapitre III

» De la publicité commerciale à la radio et à la télévision

» Art. 12.

» Les services de radiodiffusion peuvent insérer de la publicité commerciale dans les programmes dont la diffusion ou la distribution ne sont pas interdites par les communautés.

» Par service de radiodiffusion, l'on entend tout organisme public ou privé, dont les émissions, sonores ou de télévision, sont destinées à être reçues directement par le public en général, à l'exception des organismes qui se bornent à produire des programmes émis par des tiers et des organismes qui se bornent à distribuer de tels programmes.

» Art. 13.

» Aucune taxe, imposition ou contribution de quelque nature que ce soit, ne peut être prélevée par l'Etat sur les recettes publicitaires des organismes publics de radiodiffusion relevant des communautés.

Voir:

1222 (1984-1985):

- N° 1: Projet de loi.
- N° 2 à 8: Amendements.

» Art. 14.

» § 1. Vijftig procent van de fiscale of andere inkomsten die het Rijk op de inkomsten van de etherreclame heft, wordt uitgekeerd aan de Franse Gemeenschap voor de in Franstalige programma's opgenomen reclame, aan de Vlaamse Gemeenschap voor de in Nederlandstalige programma's opgenomen reclame, en aan de Duitse Gemeenschap voor de in Duitstalige programma's opgenomen reclame.

» § 2. In afwijking van artikel 1, § 2, van de gewone wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen mogen de in de vorige paragraaf bedoelde bedragen slechts worden aangewend voor de financiering van de begroting voor de bij artikel 59bis van de Grondwet bedoelde aangelegenheden.

» § 3. De Koning bepaalt bij in de Ministerraad overlegd en op advies van de gemeenschapsexecutieven uitgevaardigd besluit de kosten, belastingen en heffingen van elke aard op de handelsreclame en de modaliteiten voor de inning ervan.

» Die kosten, belastingen en heffingen mogen echter in totaal niet lager zijn dan de kosten en belastingen van gemeen recht.

» Art. 15.

» § 1. Van het saldo van de in artikel 14 bedoelde fiscale of andere inkomsten wordt ten minste 75 % als steun voor de Belgische pers aangewend zoals het bij de wet is bepaald in het jaar dat volgt op het jaar van de inwerkingtreding van deze wet. Zo niet wordt dat saldo integraal aan de gemeenschappen uitgekeerd volgens de bij artikel 14 bedoelde modaliteiten.

» § 2. De bij § 1 bedoelde modaliteiten worden bovendien slechts bij de wet bepaald nadat door de Regering aan Kamer en Senaat een omstandig verslag over de toestand van de Belgische pers is overgelegd dat o.m. is opgesteld na raadpleging van de representatieve werknemers- en werkgeversorganisaties van de pers.

» Art. 16.

» Artikel 28, § 3, van de wet van 18 mei 1960 houdende organisatie van de Belgische radio en televisie wordt afgeschaft. »

VERANTWOORDING

Artikel 4, 6°, van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 bepaalt dat radio en televisie onder de bevoegdheid van de gemeenschappen vallen, met uitzondering van de uitzending van mededelingen van de nationale Regering en de handelsreclame.

De invoering van de etherreclame zal een grote weerzijl hebben waarbij niet alleen belangen van de openbare radio- en televisieinstellingen maar ook die van de betrokken gemeenschappen op het spel staan.

Het koninklijk besluit van 24 december 1966 verbiedt het doorgeven door de verdelers van uitzendingen die het karakter van handelsreclame dragen » en van uitzendingen van commerciële stations voor omgezonden televisie-uitzendingen die de Minister aanwijst op consulend advies van de Ministers onder wie de Insituties der Belgische Radio en Televisie ressorteren ».

Dergelijke verbodsbepalingen blijken echter steeds meer achterhaald en lachwekkend te zijn daar geen rekening wordt gehouden met feitelijke toestanden waarvan de voornaamste de uitzending van reclamespots van buitenlandse zenders door de draadomroep is. Onder die zenders is er zeker één die zijn reclame openlijkt tot de Franstalige Gemeenschap in België richt.

De Vlaamse en de Franse Gemeenschappen hebben weliswaar thans vrij gelijkwaardige decreten over de erkenning van plaatselijke radiozenders, maar op het stuk van de televisie bestaan er heel wat tegenstellingen. Alleen de Franse Gemeenschap heeft een beleid inzake gemeenschaps televisie en ook alleen zij is onvanger partij in de internationale keten TV 5 die Franstalige televisiezenders groepeer.

Een verschil in opvatting tussen het noorden en het zuiden des lands was al merkbaar bij de behandeling van de wet van 21 juli 1971 over de bevoegdheid en de werking van de cultuurraden, waarvan in de bijzondere wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen slechts de bepalingen van artikel 2 zijn overgenomen in artikel 4, § 1, 6°.

» Art. 14.

» § 1°. L'Etat ristourne 50 % des recettes fiscales ou autres qu'il prélève sur les revenus de la publicité commerciale radiodiffusée et télévisée, à la Communauté française, pour ce qui concerne la publicité intégrée dans des programmes de langue française, à la Communauté flamande, pour ce qui concerne la publicité intégrée dans des programmes de langue néerlandaise, et à la Communauté germanophone, pour ce qui concerne la publicité intégrée dans des programmes de langue allemande.

» § 2. Par dérogation à l'article 1°, § 2, de la loi ordinaire de réformes institutionnelles du 8 août 1980, les ristournes visées au paragraphe précédent ne peuvent être affectées qu'au financement du budget pour les matières visées à l'article 59bis de la Constitution.

» § 3. Par arrêté délibéré en Conseil des Ministres et pris de l'avis des exécutifs des communautés, le Roi détermine les taxes, impôts et prélèvements de toutes natures relatifs à la publicité commerciale ainsi que leurs modalités de perception.

» Toutefois, ces taxes, impôts et prélèvements ne peuvent pas, globalement, être inférieurs aux taxes et impositions de droit commun.

» Art. 15.

» § 1°. Le solde des recettes fiscales ou autres visées à l'article 14 est affecté, à raison de 75 % au moins, à l'aide à la presse écrite belge, suivant les modalités définies par la loi dans l'année qui suit celle de l'entrée en vigueur de la présente loi. A défaut, ce solde sera ristourné intégralement aux communautés suivant les modalités visées à l'article 14.

» § 2. En outre, les modalités visées au § 1°, ne seront définies par la loi qu'après que le Gouvernement aura communiqué, à la Chambre et au Sénat, un rapport circonstancié relatif à la situation de la presse écrite belge rédigé, notamment sur la base d'une consultation des organisations représentatives des travailleurs et des employeurs du secteur.

» Art. 16.

» L'article 28, § 3, de la loi du 18 mai 1960, organique des Instituts de Radiodiffusion-Télévision belge, est abrogé. »

JUSTIFICATION

L'article 4, 6°, de la loi spéciale du 8 août 1980 dispose que la radiodiffusion et la télévision sont de la compétence des communautés à l'exception de l'émission de communications du Gouvernement national ainsi que de la publicité commerciale.

L'introduction de la publicité commerciale aura des répercussions considérables, impliquant non seulement les intérêts des organismes publics de radio et de télévision, mais aussi les intérêts des communautés concernées.

L'arrêté royal du 24 décembre 1966 interdit la transmission par les distributeurs « des émissions revêtant un caractère de publicité commerciale » et « des émissions des stations commerciales de radiodiffusion télévisuelle que le Ministère compétent désigne sur avis conforme des Ministres dont relèvent les Instituts de Radiodiffusion-Télévision belge ».

Or, il apparaît de plus en plus que de telles interdictions deviennent désuètes ou anachroniques parce qu'elles vont à l'encontre de situations de fait, dont la plus importante est la diffusion par le câble de messages publicitaires émanant de stations étrangères. Une de ces stations, au moins, désigne ouvertement ses messages à la Communauté francophone de Belgique.

Si les Communautés flamande et francophone ont d'ordinaire des décrets relativement similaires organisant la reconnaissance des radios locales, des situations très contrastées existent en matière de télévision. Seule la Communauté française a développé une politique de télévisions communautaires; seule encore elle est partie prenante dans une chaîne internationale, TV 5, qui regroupe des télévisions francophones.

Une différence de sensibilité au nord et au sud du pays était déjà perçue lors de l'adoption de la loi du 21 juillet 1971 relative à la compétence et au fonctionnement des conseils culturels, et dont la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980 n'a fait que reprendre en son article 4, § 1°, 6°, la disposition contenue à l'article 2.

Zo is sedert 1971 het algemeen beginsel dat de gemeenschappen bevoegd zijn voor radio en televisie, en de uitzondering daarop is de nationale bevoegdheid inzake etherreclame.

Het Parlement dient dus het beginsel dat etherreclame is toegelaten, te bevestigen, terwijl de zorg voor de organisatie ervan qua deontologie en programmering aan de gemeenschappen wordt gelaten.

Anderzijds dient het Parlement ook de bepalingen goed te keuren die voor de wetgevers van juli 1971 en augustus 1980 zijn bevoegdheid inzake handelsreclame rechtvaardigen: de vrijwaring van de belangen van de pers voor zover de invoering van de etherreclame haar inkomsten zou kunnen verminderen (Parlementaire Handelingen, Kamer, nr. 103 van 16 juli 1971).

Het nieuwe artikel 12 staat het opnemen van handelsreclame in radio- en televisieprogramma's toe.

Artikel 13 ligt in de lijn van de bedoelingen die het Parlement uitdrukkelijk heeft uitgesproken bij de goedkeuring van de wet van 21 juli 1971 en, met verwijzing daarnaar, van de wet van 8 augustus 1980.

Het biedt elke gemeenschap de mogelijkheid de inkomsten uit haar investeringen in radio en televisie voor de financiering van haar cultuurbeleid aan te wenden.

Elke gemeenschap zal vanzelfsprekend over de juiste aanwending van haar eigen inkomsten beslissen.

Paragraaf 1 van artikel 14 bepaalt dat het Rijk een gedeelte van de belastingen die het op de door andere dan de bij artikel 13 bedoelde personen en instellingen ontvangen inkomsten uit handelsreclame heft, aan de gemeenschappen teruggeeft.

Paragraaf 2 van dat artikel zegt dat die teruggegeven belastingen slechts voor communautaire aangelegenheden kunnen aangewend worden.

Paragraaf 3 van dat artikel bepaalt hoe de belastingen worden geheven.

Artikel 15 geeft de bedoelingen van de wetgevers van juli 1971 en augustus 1980 vast. Het voorziet in de bestemming van een gedeelte van de belastingopbrengst voor de pers volgens de modaliteiten die het Parlement zal vastleggen na de juiste weerslag van de etherreclame op de pers te hebben kunnen beoordelen.

Met artikel 16 wordt artikel 28, § 3, van de wet van 18 mei 1960 waarbij handelsreclame op de R.T.B.F. en de B.R.T. verboden is, afgeschaft.

B. — In bijkomende orde

Art. 12.

1) Paragraaf 2 aanvullen met een tweede lid dat luidt als volgt:

« Een publiekrechtelijke rechtspersoon kan die vergunning niet bekomen zonder de voorafragende en steeds herroepbare instemming van de gemeenschap waaronder hij ressorteert. »

VERANTWOORDING

De bij artikel 12, § 2, voorziene vergunning zal vooral wegens het monopolie een grote invloed op de werking en de aard van de werkzaamheden van de betrokken openbare dienst uitoefenen. De gemeenschap waaronder die openbare dienst valt, moet zich daar tegen kunnen verzetten.

2) Dezelfde § 2 aanvullen met de volgende bepaling:

« In de drie gemeenschappen zullen de rechtspersonen die gemachtigd zijn tot het opnemen van handelsreclame, ofwel allen publiekrechtelijke, ofwel allen privaatrechtelijke rechtspersonen zijn. »

VERANTWOORDING

Gesteld dat de bevoegdheden van de nationale overheid inzake handelsreclame verder zouden reiken dan de principieel beslissing om die reclame al dan niet toe te staan, was duidelijk wordt tegengesproken in de werkzaamheden ter voorbereiding van de bijzondere wet betreffende de hervorming der instellingen, dan zou het volkomen onaanvaardbaar zijn dat de Regering een verschillend beleid voert naargelang van de gemeenschap en in één of twee gemeenschappen een monopolie aan een openbare instelling verleent, en in de twee andere of de derde aan een particuliere instelling.

Alleen de gemeenschappen zijn bevoegd om een verschillend cultuurbeleid te voeren.

C'est ainsi que, depuis 1971, le principe général est celui de la compétence des communautés en matière de radiodiffusion et de télévision, et la compétence nationale en matière de publicité commerciale radiotélévisée, l'exception.

En conséquence, il convient que le Parlement consacre légalement le principe de l'autorisation de la publicité commerciale radiodiffusée et télévisée, laissant aux communautés le soin de l'organiser du point de vue de la déontologie et de la programmation.

Par ailleurs, il convient également que le Parlement adopte les dispositions qui ont justifié sa compétence en matière de publicité commerciale aux yeux des législateurs de juillet 1971 et d'août 1980: la préservation des intérêts de la presse écrite, dans la mesure où l'introduction de la publicité commerciale sur les ondes de la radio et de la télévision pourrait diminuer ses ressources financières (Annales parlementaires, Chambre, n° 105 du 16 juillet 1971).

Le nouvel article 12 autorise l'insertion de publicités commerciales dans les programmes de radio et de télévision.

L'article 13 s'inscrit dans les intentions expressément formulées par le Parlement lors de l'adoption de la loi du 21 juillet 1971 et, par référence à cette dernière, de la loi du 8 août 1980.

Il permet à chaque communauté d'affecter au financement de sa politique culturelle les recettes réalisées grâce à ses investissements dans les domaines de la radiodiffusion et de la télévision.

Il va de soi que chaque communauté décidera, pour ce qui la concerne, de l'affectation précise de ces recettes.

Le § 1^{er} de l'article 14 prévoit la restitution aux communautés d'une partie des recettes fiscales prélevées par l'Etat sur les revenus de la publicité commerciale réalisés par les personnes et organismes autres que ceux visés à l'article 13.

En son § 2, cet article suit la logique qui préside au paragraphe 1^{er}, précise que les ristournes fiscales ne peuvent être affectées qu'aux matières communautaires.

En son § 3, cet article détermine comment les recettes fiscales sont prélevées.

L'article 15 concrétise les intentions des législateurs de juillet 1971 et d'août 1980. Il prévoit l'affectation d'une partie des recettes fiscales à la presse écrite suivant des modalités à définir par le Parlement après que celui-ci sera mis en mesure d'apprécier de manière précise l'impact de la publicité radiodiffusée sur cette presse.

L'article 16 abroge l'article 28, § 3, de la loi du 18 mai 1960 qui interdisait la publicité commerciale à la R.T.B.F. et à la B.R.T.

B. — En ordre subsidiaire:

Art. 12.

1) Compléter le § 2 par un second alinéa, rédigé comme suit:

« Une personne morale publique ne peut recevoir cette autorisation sans l'accord préalable et toujours révocable de la Communauté dont elle relève. »

JUSTIFICATION

L'autorisation prévue à l'article 12, § 2, exerce une influence importante, surtout en raison du monopole, sur le fonctionnement et la nature des activités du service public concerné. La Communauté dont relève ce service public doit pouvoir s'y opposer.

2) Compléter le même § 2 par la disposition suivante:

« Toutefois, dans les trois communautés, les personnes morales autorisées à insérer de la publicité commerciale seront soit toutes publiques, soit toutes privées. »

JUSTIFICATION

A supposer que les compétences des autorités nationales en matière de publicité commerciale puissent aller au-delà de la simple décision de principe d'autoriser ou non cette publicité, ce qui est manifestement contredit par les travaux préparatoires de la loi spéciale de réformes institutionnelles, il serait totalement inadmissible que, pratiquant une politique différenciée selon les communautés, le Gouvernement confère un monopole à un institut public dans une ou deux communautés et à un organisme privé dans les deux autres ou la troisième.

Seules les communautés ont compétence pour mener des politiques culturelles différenciées.

De wanverhouding die de Regering daar zou kunnen scheppen is des te meer onaanvaardbaar daar artikel 17, § 2, van het ontwerp bepaalt dat de door openbare instituten ontvangen inkomsten uit reclame aan de gemeenschappen waaronder zij ressorteren, worden overgedragen.

Art. 14.

Het 3^o weglaten.

VERANTWOORDING

De regels voor de etherreclame zijn door de gemeenschappen uit te vaardigen.

Art. 17.

1) In het eerste lid van § 1, na de woorden « bij in Ministerraad overlegd besluit », de woorden « en op advies van de gemeenschaps-executieven » invoegen.

VERANTWOORDING

De gemeenschappen zijn uiteraard geïnteresseerd, zowel door de financiering van de pers als door de financiering van de radio- en televisieinstellingen, gezien de rechtstreekse invloed van die financiering op de culturele inhoud van die onontbeerlijke communicatiemiddelen.

Om belangenconflicten of een gebrek aan samenhang in het beleid ter zake te vermijden is het goed dat de gemeenschappen worden geraadpleegd over de manier waarop een gedeelte van de inkomsten uit de etherreclame aan de pers wordt besteed.

2) a) In eerste bijkomende orde:

Paragraaf 2 weglaten.

VERANTWOORDING

Nadat handelsreclame op radio en televisie is toegestaan, heeft de nationale overheid niet meer te beslissen hoe die reclame beheerd en gevoerd zal worden. Zij heeft zich *a priori* niet te mengen in de aan de gemeenschappen voorbehouden bevoegdheden over hun openbare radio- en televisieinstellingen.

b) In tweede bijkomende orde:

Paragraaf 2 vervangen door de volgende bepalingen:

« § 2. Wanneer een met de openbare radiodienst belast openbaar instituut gemachtigd is overeenkomstig artikel 12 handelsreclame in zijn programma's op te nemen, dan wordt over de bestemming van de netto inkomsten uit die reclame, berekend na aftrek van de bij § 1 bedoelde bedragen, beschikt door de gemeenschap waaronder dat instituut ressorteert.

« § 3. Hetzelfde geldt voor de met de openbare televisiedienst belaste instituten wanneer zij gemachtigd zijn overeenkomstig artikel 12 handelsreclame in hun programma's op te nemen, op voorwaarde evenwel dat die vergunning hun door elke gemeenschap op dezelfde manier is gegeven.

« § 4. Wanneer in één of twee gemeenschappen een met de openbare televisiedienst belast openbaar instituut gemachtigd is overeenkomstig artikel 12 handelsreclame in zijn programma's op te nemen, terwijl dat in de andere gemeenschap(en) niet het geval zou zijn, dan worden het beheer en de exploitatie van de door de betrokken openbare dienst(en) uitgezonden handelsreclame voor elk openbaar instituut toevertrouwd aan een overheidsinstelling met rechtspersoonlijkheid die vermeld is onder categorie C van artikel 1 van de wet van 16 maart 1954 betreffende het toezicht op sommige instellingen van openbaar belang.

« Onverminderd de bepalingen van de bovenvermelde wet van 16 maart 1954 bepaalt de Koning de regels inzake werking en beheer van die overheidsinstellingen. »

Le déséquilibre susceptible d'être imposé par le Gouvernement serait d'autant plus inadmissible que l'article 17, § 2, du projet prévoit la restitution des recettes publicitaires réalisées par les instituts publics à la Communauté dont ils relèvent.

Art. 14.

Supprimer le 3^o.

JUSTIFICATION

C'est aux communautés qu'il appartient d'arrêter les codes de la publicité à la radio et à la télévision.

Art. 17.

1) Au § 1^{er}, après les mots « par arrêté délibéré en Conseil des Ministres », insérer les mots « et de l'avis des exécutifs des communautés ».

JUSTIFICATION

Les communautés sont évidemment intéressées tant par le financement de la presse écrite que par le financement des organismes de radiodiffusion et de télévision, puisque ce financement influence directement le contenu culturel de ces moyens de communication essentiels.

Aussi est-il de bonne politique, pour éviter tout conflit d'intérêt ou toute incohérence dans les politiques menées en cette matière, que les communautés soient consultées sur la manière d'affecter une partie des revenus de la publicité commerciale radiodiffusée et télévisée à la presse écrite.

2) a) En premier ordre subsidiaire:

Supprimer le § 2.

JUSTIFICATION

Une fois autorisée la publicité commerciale à la radio et à la télévision, il n'appartient pas aux autorités nationales de décider comment cette publicité sera gérée et exploitée. *A fortiori* ne peuvent-elles pas s'immiscer dans l'exercice des compétences dévolues aux communautés à l'égard de leurs organismes publics de radiodiffusion et de télévision.

b) En deuxième ordre subsidiaire:

Remplacer le § 2 par les dispositions suivantes:

« § 2. Lorsqu'un institut public, chargé d'assurer le service public de la radio, est autorisé, conformément à l'article 12, à insérer de la publicité commerciale dans ses programmes, l'affectation des revenus nets provenant de cette publicité, calculés après déduction des montants visés au paragraphe 1^{er}, est arrêtée par la communauté dont il relève.

« § 3. Il en va de même pour les instituts chargés d'assurer le service public de la télévision, lorsqu'ils sont autorisés, conformément à l'article 12, à insérer de la publicité commerciale dans leurs programmes, à condition toutefois que cette autorisation leur soit donnée, de la même manière, pour chaque communauté.

« § 4. Lorsque, dans une ou deux communautés, un institut public, chargé d'assurer le service public de la télévision, est autorisé, conformément à l'article 12, à insérer de la publicité commerciale dans ses programmes, alors que tel ne serait pas le cas dans l'autre ou les autres communautés, la gestion et l'exploitation de la publicité commerciale diffusée par le ou les services publics concernés est confiée, pour chaque institut public, à un organisme public doté de la personnalité juridique qui est repris dans la catégorie C de l'article 1^{er} de la loi du 16 mars 1954 relative au contrôle de certains organismes d'intérêt public.

« Sans préjudice des dispositions de la loi précitée du 16 mars 1954, le Roi détermine les règles en matière de fonctionnement et de gestion de ces organismes publics. »

VERANTWOORDING

1. Wat de voorgestelde § 2 betreft:

De nationale overheid heeft zich niet meten in het beheer van de werkzaamheden van overheidsinstellingen die van de gemeenschappen afhangen.

2. Wat de voorgestelde § 3 betreft:

Televisiereclame kan, in tegenstelling tot radioreclame, krachtens artikel 12, § 2, het voorwerp zijn van een monopolie.

Wanneer in alle gemeenschappen alleen openbare televisie-instituten gemachtigd worden om handelsreclame in hun programma's op te nemen, dan wetigt niets inbrenging van de nationale overheid in het beheer van de activiteiten van die onder de bevoegdheid van de gemeenschappen vallende instellingen.

3. Wat de voorgestelde § 4 betreft:

Wanneer het monopolie echter aan een openbaar instituut wordt toevertrouwd in één of twee van de drie gemeenschappen en niet in de andere twee of de derde — wat krachtens het wetsontwerp mogelijk is, hoewel kennelijk strijdig met de Grondwet en met de bijzondere wet op de hervorming van de instellingen — dan zou het volstrekt onaanvaardbaar zijn dat de door die overheidsinstellingen gemaakte inkomsten uit reclame aan de betrokken gemeenschap(en) zouden worden terugbetaald, terwijl de andere gemeenschap(en) daarvan zouden verstoken blijven.

c) In derde-bijkomende orde:

In het laatste lid van § 2, na de woorden « berekend na aftrek », de woorden « onder meer » weglaten.

VERANTWOORDING

Die voorzetsbepaling biedt de Regering de mogelijkheid om met de ene hand terug te nemen wat zij met de andere heeft te geven.

Art. 18.

a) In eerste bijkomende orde:

Dit artikel vervangen door de volgende tekst:

« Art. 18. — § 1. Het gedeelte van de inkomsten uit in toepassing van artikel 17, § 1, bekomen, in het Frans uitgezonden handelsreclame wordt als compensatie voor de Franstalige pers op de begroting van de diensten van de Eerste Minister ingeschreven en verdeeld volgens criteria en modaliteiten die na advies van de Franse Gemeenschapsexecutieve bij in de Ministerraad overlegd koninklijk besluit worden vastgesteld.

« § 2. Het gedeelte van de inkomsten uit in toepassing van artikel 17, § 1, bekomen, in het Nederlands uitgezonden handelsreclame wordt als compensatie voor de Nederlandstalige pers op de begroting van de diensten van de Eerste Minister ingeschreven en verdeeld volgens criteria en modaliteiten die na advies van de Vlaamse Executieve bij in de Ministerraad overlegd koninklijk besluit worden vastgesteld.

« § 3. Het gedeelte van de inkomsten uit in toepassing van artikel 17, § 1, bekomen, in het Duits uitgezonden handelsreclame wordt als compensatie voor de Duitstalige pers op de begroting van de diensten van de Eerste Minister ingeschreven en verdeeld volgens criteria en modaliteiten die na advies van de Duitse Gemeenschapsexecutieve bij in de Ministerraad overlegd koninklijk besluit worden vastgesteld.

« § 4. Het gedeelte van de inkomsten uit in toepassing van artikel 17, § 1, bekomen, in een andere taal uitgezonden handelsreclame wordt als compensatie voor de pers op de begroting van de diensten van de Eerste Minister ingeschreven en verdeeld volgens criteria en modaliteiten die na advies van de gemeenschapsexecutieven bij in de Ministerraad overlegd koninklijk besluit worden vastgesteld.

« § 5. De in de §§ 1, 2, 3 en 4 bedoelde koninklijke besluiten worden vóór de bekendmaking in het Belgisch Staatsblad ter kennis van de Kamers gebracht. »

JUSTIFICATION

1. En ce qui concerne le § 2 proposé:

Il n'appartient pas aux autorités nationales de s'immiscer dans la gestion des activités des organismes publics dépendant des communautés.

2. En ce qui concerne le § 3 proposé:

Contrairement à la publicité à la radio, la publicité à la télévision peut faire l'objet d'un monopole en vertu de l'article 12, § 2.

Si, dans toutes les communautés, seuls les instituts publics de télévision sont autorisés à insérer de la publicité commerciale dans leurs programmes, rien ne justifie que les autorités nationales s'immiscent dans la gestion des activités de ces organismes qui relèvent des compétences des communautés.

3. En ce qui concerne le § 4 proposé:

Toutefois, si le monopole est conféré à un institut public dans une ou deux des trois communautés et pas dans les deux autres ou la troisième, hypothèse possible en vertu du projet de loi bien que manifestement contraire à la Constitution et à la loi spéciale de réformes institutionnelles, il serait totalement inadmissible que les recettes publicitaires ainsi réalisées par ce ou ces organismes publics soient restituées à la communauté dont il(s) relève(nt), alors que la ou les autres communautés en seraient privées.

c) En troisième ordre subsidiaire:

Au § 2, au dernier alinéa, après les mots « calculés après déduction », supprimer le mot « notamment ».

JUSTIFICATION

Cet adverbe permet au Gouvernement de reprendre d'une main ce qu'il prétend vouloir donner de l'autre.

Art. 18.

a) En premier ordre subsidiaire:

Remplacer cet article par le texte suivant:

« Art. 18. — § 1^{er}. La partie des revenus provenant de la publicité commerciale diffusée en français, obtenue en application de l'article 17, § 1^{er}, est inscrite au budget des Services du Premier Ministre à titre de compensation pour la presse écrite francophone et est répartie suivant les critères et les modalités fixés par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres après avis de l'Exécutif de la Communauté française.

« § 2. La partie des revenus provenant de la publicité commerciale diffusée en néerlandais, obtenue en application de l'article 17, § 1^{er}, est inscrite au budget des Services du Premier Ministre à titre de compensation pour la presse écrite néerlandophone et est répartie suivant les critères et les modalités fixés par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres après avis de l'Exécutif flamand.

« § 3. La partie des revenus provenant de la publicité commerciale diffusée en allemand, obtenue en application de l'article 17, § 1^{er}, est inscrite au budget des Services du Premier Ministre à titre de compensation pour la presse écrite germanophone et est répartie suivant les critères et les modalités fixés par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres après avis de l'Exécutif de la Communauté germanophone.

« § 4. La partie des revenus provenant de la publicité commerciale diffusée dans une autre langue, obtenue en application de l'article 17, § 1^{er}, est inscrite au budget des services du Premier Ministre à titre de compensation pour la presse écrite et est répartie suivant les critères et les modalités fixés par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres après avis des exécutifs communautaires.

« § 5. Les arrêtés royaux visés aux §§ 1^{er}, 2, 3 et 4 sont communiqués aux Chambres préalablement à leur publication au Moniteur belge. »

VERANTWOORDING

In zover de invoering van etherreclame de inkomsten van de pers uit reclame doet dalen, vloeit die concurrentie voor de pers natuurlijk niet voort uit de vestigingsplaats van de radio-omroep, maar wel uit de taal waarin de reclame wordt gemaakt.

Artikel 18, § 2, van het ontwerp schijnt bovendien te doelen op het bestaan van tweetalige Brusselse radio- en televisiezenders. Zelfs een tweetalige luisteraar, kijker of lezer kan een reclamespot echter slechts in één enkele taal tegelijk horen, zien of lezen. Die werkelijkheid zal de adverteerders leiden bij de keuze tussen reclame op de radio, op de televisie of in de pers.

b) In tweede bijkomende orde :

1) Op het einde van de §§ 1 en 2, telkens tussen de woorden « vastgesteld worden bij » en de woorden « in Ministerraad overgelegd koninklijk besluit » de woorden « na advies van de gemeenschapsexecutieven » invoegen.

VERANTWOORDING

De bestemming van de inkomsten de etherreclame beïnvloedt in aanzienlijke mate drie belangrijke dragers van het culturele verkeer : radio, televisie en pers. Zo belangt de etherreclame rechtstreeks de gemeenschappen aan. Het is dan ook goed dat deze laatste geraadpleegd worden.

2) Op het einde van de §§ 1 en 2, na de woorden « koninklijk besluit », telkens de volgende woorden toevoegen :

« dat vóór de bekendmaking in het Belgisch Staatsblad aan de Kamers wordt overgelegd ».

VERANTWOORDING

Gezien de technische aard van de aangelegenheid is het ongetwijfeld verantwoord dat de maatregelen met het oog op de toewijzing van de reclame-inkomsten aan de pers bij in Ministerraad behandeld koninklijk besluit worden getroffen.

Die maatregelen zijn evenwel zo belangrijk dat een passende kennisgeving aan de Kamers, gevolgd door een bespreking, noodzakelijk lijkt.

Art. 19.

a) In eerste bijkomende orde :

Dit artikel weglaten.

VERANTWOORDING

Het komt de gemeenschappen toe de deontologische aspecten van de etherreclame te regelen.

b) In tweede bijkomende orde :

Dit artikel vervangen door de volgende tekst :

« Art. 19. — § 1. Bij de diensten van de Eerste Minister wordt een Raad voor handelsreclame opgericht, die hieronder « De raad » wordt genoemd.

« § 2. De raad heeft tot taak :

« a) een code voor de handelsreclame en eventuele wijzigingen daarop voor te stellen. Die code wordt op advies van de gemeenschapsexecutieven na bespreking in de Ministerraad door de Koning uitgevaardigd;

« b) adviezen te verstrekken over handelsreclame op radio en televisie;

« c) erover te waken dat de voorschriften inzake handelsreclame worden nageleefd. Daartoe kan de raad van elke persoon die rechtstreeks of onrechtstreeks bij de realisatie, de uitzending of het overbrengen van een reclamespot op radio of televisie betrokken is, eisen dat hij het bewijs levert van de gegrondheid van elke beschrijving, verklaring, getuigenis, illustratie of proef in verband

JUSTIFICATION

Dans la mesure où l'insertion de la publicité commerciale à la radio et à la télévision comporte une diminution des recettes publicitaires de la presse écrite, ce n'est évidemment pas le lieu d'implantation de l'organisme de radiodiffusion qui concurrence la presse, mais bien dans la langue dans laquelle la publicité est diffusée ou écrite.

En outre, l'article 18, § 2, du projet semble envisager l'existence de radios et de télévisions bruxelloises bilingues. Or, un auditeur, un téléspectateur ou un lecteur, même bilingue, ne peut entendre, voir ou lire un message publicitaire que dans une seule langue à la fois. C'est évidemment cette réalité qui guidera les annonceurs dans leur choix entre une publicité à la radio, à la télévision ou dans la presse écrite.

b) En deuxième ordre subsidiaire :

1) Ajouter, « in fine » des §§ 1^{er} et 2, chaque fois les mots « après avis des exécutifs communautaires ».

JUSTIFICATION

L'affectation des recettes de la publicité commerciale à la radio et à la télévision influence sensiblement trois vecteurs essentiels de communication culturelle : la radio, la télévision et la presse écrite. A ce titre, elle intéresse directement les communautés. Aussi est-il de bonne politique de les consulter.

2) Ajouter « in fine » des §§ 1^{er} et 2, chaque fois la disposition suivante :

« L'arrêté royal précité est communiqué aux Chambres avant sa publication au Moniteur belge ».

JUSTIFICATION

Il se justifie sans doute que les dispositions à prendre en vue de l'affectation des recettes publicitaires à la presse écrite, le soient par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres, compte tenu de la technicité de cette matière.

Toutefois, ces dispositions revêtent une telle importance qu'une communication adéquate de leur contenu aux Chambres, suivi d'un débat, paraît nécessaire.

Art. 19.

a) En premier ordre subsidiaire :

Supprimer cet article.

JUSTIFICATION

C'est aux communautés qu'il appartient de régler les aspects déontologiques de la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

b) En deuxième ordre subsidiaire :

Remplacer cet article par le texte suivant :

« Art. 18. — § 1^{er}. Il est institué, auprès des services du Premier Ministre, un Conseil de la publicité commerciale ci-après dénommé le Conseil.

« § 2. Le Conseil a pour missions :

« a) de proposer un code de la publicité commerciale et ses modifications éventuelles. Ce code est arrêté par le Roi, sur l'avis des exécutifs communautaires et délibéré en Conseil des Ministres;

« b) de donner tous avis relatifs à la publicité commerciale à la radio et à la télévision;

« c) de veiller au respect des prescriptions en matière de publicité commerciale. A cette fin, le Conseil peut exiger de toute personne contribuant directement ou indirectement à la réalisation, la diffusion ou la transmission d'un message de publicité commerciale radiodiffusé ou télévisé, de produire les preuves nécessaires pour établir le bien-fondé de toute description, déclai-

met een reclame-uitzending. De raad kan ook eisen dat die personen hem eventueel vóór de uitzending onverwijld kosteloos de opname van reclameboodschappen voorleggen. De raad kan ten slotte de overlegging van alle andere inlichtingen en stukken die hij voor de uitoefening van zijn opdrachten nodig heeft, eisen.

» § 3. De samenstelling van de Raad wordt op advies van de gemeenschapsexecutieven bij in de Ministerraad overlegd koninklijk besluit vastgesteld met de volgende verdeling:

- » De Raad omvat:
 - » 1^o ten minste drie leden die elk door één van de gemeenschapsexecutieven zijn aangewezen;
 - » 2^o ten minste drie leden die elk door één van de gemeenschapsexecutieven zijn aangewezen als vertegenwoordiger van de openbare of particuliere radio-omroepinstellingen;
 - » 3^o ten minste drie leden die elk door één van de gemeenschapsexecutieven zijn aangewezen als vertegenwoordiger van de openbare of particuliere televisie-instellingen die niet gemachtigd zijn om handelsreclame in hun programma's op te nemen;
 - » 4^o ten minste drie leden die zijn aangewezen als vertegenwoordiger van elke televisie-instelling die gemachtigd is om handelsreclame in haar programma's op te nemen;
 - » 5^o ten minste drie leden die elk door één van de gemeenschapsexecutieven zijn aangewezen als vertegenwoordiger van de openbare radio- en televisie-instellingen;
 - » 6^o ten minste drie leden die elk door één van de gemeenschapsexecutieven zijn aangewezen als vertegenwoordiger van de verdelers;
 - » 7^o ten minste drie vertegenwoordigers van de Nederlandstalige, drie van de Franstalige en één vertegenwoordiger van de Duitstalige pers;
 - » 8^o ten minste drie leden die elk door één van de gemeenschapsexecutieven zijn aangewezen als vertegenwoordiger van de reclamebedrijven;
 - » 9^o ten minste negen vertegenwoordigers van de verbruikersverenigingen;
 - » 10^o ten minste drie leden die de regering vertegenwoordigen.

» § 4. De werking van de raad wordt vastgesteld in een in de Ministerraad overlegd, op advies van de gemeenschapsexecutieven uitgevaardigd koninklijk besluit. »

VERANTWOORDING

Geschied dat de nationale overheid bevoegd zou zijn om de deontologische aspecten van de etherreclame te regelen, dan zouden de op dat stuk te treffen maatregelen toch voor advies van de gemeenschapsexecutieven dienen te worden voorgelegd.

Het zou bovendien nutteloos zijn de uitwerking van deontologische regels en het toezicht op de naleving daarvan aan een bepaalde instelling toe te vertrouwen als deze niet in staat is dat toezicht werkelijk uit te oefenen. Daarom moet dat controleorgaan de reclamerespons ongehinderd kunnen bekijken en beluisteren en zich alle nuttige inlichtingen doen verstrekken, bij voorkeur vóór de uitzending van de reclameboodschappen.

Het is ten slotte vanzelfsprekend dat de raad vertegenwoordigers van al de voornaamste betrokken sectoren moet omvatten.

Art. 19bis (nieuw).

Een artikel 19bis (nieuw) invoegen, dat luidt als volgt:

» Art. 19bis. — Op eensluidend advies van de raad voor handelsreclame kan de Koning bij met redenen omkleed besluit de onmiddellijke stopzetting bevelen van de uitzending en/of de overbrenging per draad van elke reclameboodschap die strijdig is met de bepalingen van de artikelen 14, 16, 18 en 19 van deze wet en met haar uitvoeringsbesluiten, of waarvan de opname in de programma's of de distributie-uitzending niet toegelaten zijn krachtens artikel 12 van deze wet. »

ration, attestation, illustration ou expérimentation se rapportant à une émission publicitaire. Le Conseil peut également exiger de ces personnes que lui soit fourni, gratuitement et sans délai, éventuellement avant leur diffusion, l'enregistrement des messages de publicité commerciale. Le Conseil peut enfin exiger la communication de tous autres renseignements et documents nécessaires à l'exercice de ses missions.

» § 3. La composition du Conseil est fixée par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres, sur avis des Exécutifs communautaires, suivant les dispositions ci-après.

- » Le Conseil comprend:
 - » 1^o au moins trois membres, désignés chacun par chaque Exécutif communautaire;
 - » 2^o au moins trois membres, désignés chacun par chaque Exécutif communautaire en qualité de représentant des organismes, publics ou privés, de radiodiffusion;
 - » 3^o au moins trois membres, désignés par chaque Exécutif communautaire, en qualité de représentant des organismes, publics ou privés, de télévision, qui ne sont pas autorisés à insérer de la publicité commerciale dans leurs programmes;
 - » 4^o au moins trois membres, désignés chacun en qualité de représentant de chaque organisme de télévision autorisé à insérer de la publicité commerciale dans ses programmes;
 - » 5^o au moins trois membres, désignés chacun par chaque Exécutif communautaire, en qualité de représentant des organismes publics de radiodiffusion et de télévision;
 - » 6^o au moins trois membres, désignés chacun par chaque Exécutif communautaire, en qualité de représentant des distributeurs;
 - » 7^o au moins trois membres représentants de la presse écrite néerlandophone, trois représentants de la presse écrite francophone et un représentant de la presse écrite germanophone;
 - » 8^o au moins trois représentants, désignés chacun par chaque Exécutif communautaire, en qualité de représentant des entreprises de publicité;
 - » 9^o au moins neuf représentants des associations de consommateurs;
 - » 10^o au moins trois membres représentant le Gouvernement.

» § 4. Un arrêté royal, délibéré en Conseil des Ministres et pris sur avis des Exécutifs des Communautés, fixe le fonctionnement du Conseil. »

JUSTIFICATION

A supposer que les autorités nationales soient compétentes pour régler les aspects déontologiques de la publicité commerciale à la radio et à la télévision, il convient que les dispositions à prendre en cette matière soient soumises pour avis aux Exécutifs communautaires.

En outre, il serait vain de confier l'élaboration d'un code de déontologie et le contrôle de son respect à un organisme quelconque, si ce dernier n'est pas mis en mesure d'exercer véritablement un contrôle. À cette fin, il faut que l'organe de contrôle puisse visionner ou auditionner, sans entrave, les spots publicitaires et se faire communiquer tous renseignements utiles, de préférence avant la diffusion des messages.

Enfin, il va de soi que le Conseil doit comprendre des représentants de tous les principaux secteurs intéressés.

Art. 19bis (nouveau).

Insérer un article 19bis (nouveau) rédigé comme suit:

» Art. 19bis. — Sur avis conforme du Conseil de la publicité commerciale, le Roi peut, par arrêté motivé, ordonner l'arrêt immédiat de la diffusion et/ou de la transmission par le câble de tout message de publicité commerciale, soit contraire aux dispositions des articles 14, 16, 18 et 19 de la présente loi et de ses arrêtés d'exécution, soit dont l'insertion dans les programmes ou la diffusion de la distribution ne sont pas autorisées en vertu de l'article 12 de la présente loi. »

VERANTWOORDING

Het zou, gezien de invloed van de etherreclame, onbillijk zijn dat de gemeenschap, het publiek in het algemeen, de verbruikers, concurrerende ondernemingen, de pers en de rechtstreeks bij de uitzending van een reclameboodschap geïnteresseerde personen het risico van de uitzending van een met de wet strijdige reclameboodschap en de traagheid van de procedures ter beëindiging van dergelijke uitzendingen zouden moeten ondergaan.

Het is dus noodzakelijk de toestand om te keren en degene die voor de uitzending van een reclameboodschap verantwoordelijk is, om de opheffing of de vernietiging van het door de Koning uitgevaardigde verbod om de reclameboodschap uit te zenden, te doen verzoeken.

Om een zo zwaarwegende beslissing te treffen moet de Koning evenwel kunnen steunen op een gelijklozend advies van een instelling die gewoon is dergelijke problemen te behandelen en uit vertegenwoordigers van de betrokken kringen bestaat. Het verbod zal bovendien met redenen omkleed moeten zijn.

Art. 21bis (nieuw).

Een artikel 21bis (nieuw) invoegen, dat luidt als volgt:

« Art. 21bis. — Elke vereniging die ten minste vijf jaar rechts-persoonlijkheid heeft en volgens haar statuten voor de bescherming van de belangen van de verbruikers, de luisteraars of de TV-kijkers opkomt, is gerechtigd om als burgerlijke partij op te treden inzake bij artikel 21 bedoelde overtredingen die de belangen waarvan zij zich de bescherming tot taak stelt, kunnen schaden ».

VERANTWOORDING

Onwettige, misleidende, leugenachtige of met de deontologie strijdige reclame schaadt de gemeenschap in het algemeen en ook de verbruikers, de luisteraars en de TV-kijkers zonder dat de afzonderlijke enkeling daarom steeds in staat is om de kosten en de ongemakken van elke aard die uit een rechtsvordering voortvloeien, te dragen.

Het is dan ook noodzakelijk dat verenigingen die hun belangen verdedigen, daarvoor kunnen opkomen.

Art. 21ter (nieuw).

Een artikel 21ter (nieuw) invoegen, dat luidt als volgt:

« Art. 21ter. — Wie de uitzending of de overbrenging per draad van een reclameboodschap niet onmiddellijk stopzet nadat hem het rechterlijke bevel daartoe is betekend, wordt gestraft met een dwangsom van vijfhonderd tot tienduizend frank per dag uitzending ».

VERANTWOORDING

Als aan een radio-omroep of een verdeler een rechterlijk bevel tot stopzetting van de uitzending of de overbrenging van een reclameboodschap is betekend, moet hij daaraan gevolg geven, ook al kan hij bij de bevoegde rechtscolleges de opheffing of vernietiging daarvan vragen. Als dat rechterlijke bevel na afloop van die procedure onjuist blijkt te zijn, dan kan de omroep of de verdeler schadevergoeding voor het daardoor geleden nadeel eisen. De schade zal uitdierend voortvloeien uit het gebrek aan uitzending of overbrenging van de reclameboodschap tussen de dag van de betekening van het rechterlijke bevel en de dag van de opheffing ervan. Die schade kan in geen geval hieruit voortvloeien dat de omroep of de verdeler tot het betalen van de dwangsom werd veroordeeld om het rechterlijke bevel niet te zijn nagekomen, daar de dwangsom alleen verschuldigd is wegens het schenden van het rechterlijke bevel.

Art. 23.

Het eerste lid van artikel 13 door de volgende bepaling vervangen:

« Het eindontvangtoestel van een radiodistributienet en het eindontvangtoestel van een kabeltelevisienet worden voor de toepassing van deze wet respectievelijk gelijkgesteld met een toestel voor het ontvangen van hertzsignalen van de radio-omroep en met een toestel voor het ontvangen van hertzsignalen van de televisie ».

VERANTWOORDING

Aldus gewijzigd wijst de bepaling beter op het bestaan van twee zendmogelijkheden: de radio-omroep met hertzgolven en de draadomroep.

JUSTIFICATION

Vu l'impact de la publicité commerciale radiodiffusée et télévisée, il serait injuste que la collectivité, le public en général, les consommateurs, les entreprises concurrentes, la presse écrite et les personnes directement intéressées par la diffusion d'un message publicitaire, supportent le risque de la diffusion d'un message publicitaire contraire à la loi et les lenteurs de procédure susceptibles de mettre fin à de telles diffusions.

Aussi est-il nécessaire de renverser cette situation en plaçant celui qui a pris la responsabilité de diffuser un message publicitaire, dans la situation où ce sera à lui de demander la levée ou l'annulation de l'interdiction qui lui sera faite par le Roi de diffuser le message publicitaire.

Toutefois, afin de prendre une décision aussi grave, il convient que le Roi puisse s'appuyer sur l'avis conforme d'un organisme habitué à traiter ce genre de problème et composé de représentants des milieux concernés. En outre, l'interdiction devra être motivée.

Art. 21bis (nouveau).

Insérer un article 21bis (nouveau) rédigé comme suit:

« Art. 21bis. — Toute association dotée de la personnalité juridique depuis cinq ans au moins et se proposant par ses statuts de défendre les intérêts des consommateurs, des auditeurs ou des téléspectateurs, est habilitée à se constituer partie civile relativement aux faits constitutifs d'infractions visés à l'article 21 et qui sont de nature à nuire aux intérêts qu'elle s'est donnés pour mission de défendre ».

JUSTIFICATION

Une publicité illégale, abusive, mensongère ou contraire à la déontologie, lèse toute la collectivité en général, de même que les consommateurs, les auditeurs et les téléspectateurs sans pour autant que chaque individu qui en fait partie soit toujours à même de supporter les frais et les inconvénients de toute nature résultant d'une procédure judiciaire.

Aussi s'avère-t-il nécessaire que cette procédure puisse être supportée par des associations qui défendent leurs intérêts.

Art. 21ter (nouveau).

Insérer un article 21ter (nouveau) rédigé comme suit:

« Art. 21ter. — Quiconque ne cesse pas immédiatement la diffusion ou la transmission par le câble d'un message publicitaire, lorsque l'injonction lui en a été signifiée, est puni d'une astreinte de cinq cents francs à dix mille francs par jour de diffusion. »

JUSTIFICATION

Si un radiodiffuseur ou un distributeur s'est vu signifier l'injonction de cesser la diffusion ou la transmission d'un message publicitaire, il doit se conformer à cette injonction, quitte à en demander la levée ou l'annulation devant les juridictions compétentes. Si, à l'issue de cette procédure, l'injonction s'avère fautive, le diffuseur ou le distributeur peut réclamer des dommages et intérêts pour le préjudice subi en raison de cette faute. Le préjudice résultera uniquement de l'absence de diffusion ou de transmission de message entre le jour de la signification de l'injonction et le jour de sa levée. Ce préjudice ne peut en tout cas pas résulter du fait qu'il a défaut d'avoir respecté l'injonction, le diffuseur ou le distributeur s'est vu condamner à payer l'astreinte puisque celle-ci sanctionne uniquement la violation de l'injonction.

Art. 23.

Remplacer le premier alinéa de l'article 13 par la disposition suivante:

« L'appareil récepteur terminal d'un réseau de radiodistribution et l'appareil récepteur terminal d'un réseau de télédistribution, sont assimilés, pour l'application de la présente loi, respectivement à un appareil récepteur de signaux hertziens de radiodiffusion sonore et à un appareil récepteur de signaux hertziens de télévision ».

JUSTIFICATION

Ainsi amendée, la disposition traduit plus précisément l'existence de deux moyens de radiodiffusion: la radiodiffusion hertzienne et la radiodiffusion par câble.

Art. 25.

Op het einde van dit artikel de woorden « *op advies van de gemeenschapsexecutieven* » toevoegen.

VERANTWOORDING

Artikel 25 is volgens de memorie van toelichting bij het ontwerp gerechtsvaardigd door de zorg om het koninklijk besluit van 24 december 1966 betreffende de netten voor distributie van radio-omroepuitzendingen in de woningen van derden zonder vacuüm of incoherentie aan te passen aan de bepalingen van Hoofdstuk III en van artikel 23 van het wetsontwerp.

De toepassing van sommige bepalingen van het bovenvermelde koninklijk besluit van 24 december 1966 valt echter onder de bevoegdheden van de gemeenschappen (o.m. de artikelen 21, 22 en 25). Het is dan ook logisch dat de gemeenschapsexecutieven worden geraadpleegd over de manier om het bij artikel 23 van het wetsontwerp beoogde doel te bereiken.

Art. 25.

Ajouter « *in fine* » de cet article, les mots « *sur avis des exécutifs des communautés* ».

JUSTIFICATION

L'article 25 est justifié dans l'exposé des motifs du projet par le souci d'adapter, sans vide ou incohérence juridique, l'arrêté royal du 24 décembre 1966 relatif aux réseaux de distribution d'émissions de radiodiffusion aux habitations de tiers aux dispositions du Chapitre III et de l'article 23 du projet de loi.

Or, l'application de certaines dispositions de l'arrêté royal du 24 décembre 1966 précité relève des compétences des communautés (notamment, les articles 21, 22 et 25). Il est donc logique que les exécutifs communautaires soient consultés sur la manière de rencontrer l'objectif poursuivi par l'article 23 du projet de loi.

J. MOTTARD.

II. — AMENDEMENT
VOORGESTELD DOOR MEVR. SMET

Art. 12.

Paragraaf 2 vervangen door wat volgt :

« § 2. Per gemeenschap kan slechts één *privaatrechtelijke of publiekrechtelijke rechtspersoon voor de ganse gemeenschap, gemachtigd worden om handelspubliciteit in de televisieprogramma's op te nemen* ».

M. SMET.
A. COPPIETERS.
L. DHOORE.
E. VANKEIRSBIJCK.
G. le HARDY de BEAULIEU.
A. CLAES.
J.-P. GRAFE.

II. — AMENDEMENT
PRESENTE PAR MME SMET

Art. 12.

Remplacer le § 2 par ce qui suit :

« § 2. Par communauté, une seule personne morale, privée ou publique, peut être autorisée, pour toute la communauté, à insérer de la publicité commerciale dans les programmes de télévision ».

III. — AMENDEMENT
VOORGESTELD DOOR DE REGERING

Art. 9.

In de eerste zin, na het woord « *teledistributienetten* », de woorden « *alsook de collectieve antennes* » invoegen.

De Minister van Verkeerswezen
en Posterijen, Telegrafie en Telefonie,

H. DE CROO.

De Staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie,

P. D'HONDT-VAN OPDENBOSCH.

III. — AMENDEMENT
PRESENTE PAR LE GOUVERNEMENT

Art. 9.

Dans la première phrase, après le mot « *teledistribution* », insérer les mots « *ainsi que les antennes collectives* ».

Le Ministre des Communications
et des Postes, Télégraphes et Téléphones,

H. DE CROO.

Le Secrétaire d'Etat aux Postes, Télégraphes et Téléphones,

P. D'HONDT-VAN OPDENBOSCH.

IV. — AMENDEMENT
VOORGESTELD DOOR DE HEER VAN ELEWYCK

Art. 6.

Dit artikel weglaten.

VERANTWOORDING

De voorziene samenwerking is belangrijk, maar het artikel is overbodig.

J. VAN ELEWYCK.
A. BOGAERTS.

IV. — AMENDEMENT
PRESENTE PAR M. VAN ELEWYCK

Art. 6.

Supprimer cet article.

JUSTIFICATION

Si le type de collaboration évoqué est important, l'article n'en est pas moins superflu.