

Chambre des Représentants

SESSION 1983-1984

22 MAI 1984

PROPOSITION DE LOI

relative à l'émission
de messages publicitaires
par les stations de radiodiffusion sonore locales

(Déposée par Mme Smet)

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

En vertu de la loi spéciale du 8 août 1980 de réformes institutionnelles, le législateur national est compétent en matière de publicité commerciale radiodiffusée et télédiffusée.

L'article 4 de cette loi dispose en effet que :

« Les matières culturelles visées à l'article 59bis, § 2, 1°, de la Constitution sont :

6° la radiodiffusion et la télévision, à l'exception de l'émission de communications du Gouvernement national ainsi que de publicité commerciale. »

La présente proposition de loi a pour objet d'autoriser une forme restreinte de publicité commerciale sur les radios locales qui détiennent une autorisation d'émettre, ce qui implique qu'elles aient été reconnues au préalable par leur Communauté respective.

Ces radios sont nées d'initiatives individuelles et doivent dès lors leur existence à l'enthousiasme et au dévouement de ceux qui les ont créées. Ceux-ci n'ont pas ménagé leurs efforts pour faire fonctionner leur radio par leurs propres moyens (apport personnel, autocollants, tee-shirts, cotisations de membres, fêtes, etc.).

Ces ressources ne suffisent cependant pas à garantir la viabilité des radios. Chacun sait qu'après avoir été efficaces pendant un certain temps, elles subissent les effets de l'inflation et n'offrent pas de garantie sur le plan de la continuité et de l'indépendance.

Maintenant que les fréquences autorisées seront connues d'ici quelques semaines et que les radios devront prendre une décision définitive quant à la continuation ou non de leurs programmes, il est absolument nécessaire que les radios locales aient une idée des moyens dont elles pourront disposer à l'avenir.

Kamer van Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1983-1984

22 MEI 1984

WETSVOORSTEL

betreffende het uitzenden
van reclameboodschappen
door de stations voor lokale klankradio-omroep

(Ingediend door Mevr. Smet)

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

De bevoegdheid inzake handelsreclame in radio en televisie in uitvoering van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen behoort tot de nationale wetgever.

Artikel 4 van deze wet stelt immers :

« De culturele aangelegenheden bedoeld in artikel 59bis, § 2, 1°, van de Grondwet zijn :

6° de radio-omroep en de televisie, het uitzenden van mededelingen van de nationale Regering en van handelspubliciteit uitgezonderd. »

Dit wetsvoorstel heeft tot doel een beperkte en kleinschalige vorm van handelsreclame toe te laten op de lokale radio's die in het bezit zijn van een zendvergunning, wat impliceert dat zij vooraf door hun respectievelijke gemeenschap zijn erkend.

Met groot enthousiasme en inzet van alle mogelijkheden zijn de radio's aan de basis ontstaan. Via grote inspanningen hebben de initiatiefnemers ervoor gezorgd met eigen middelen (eigen inbreng, stickers, shirts, lidgelden, feesten, enz.) hun radiostations drijvend te houden.

Deze middelen zullen evenwel niet volstaan om de leefbaarheid van de radio's in de toekomst te waarborgen. Eenieder weet dat na een tijd werking deze hulpmiddelen de weerslag ondervinden van de inflatie en geen garantie bieden inzake continuïteit en onafhankelijkheid.

Nu binnen enkele weken de frequentiemogelijkheden zullen gekend zijn en de radio's een definitieve beslissing zullen moeten nemen over het al dan niet verderzetten van hun programma's, is het absoluut noodzakelijk dat de lokale radio's enig inzicht krijgen over de middelen waarover zij in de toekomst zullen kunnen beschikken.

Les responsables de la grosse majorité de ces radios sont en effet très inquiets au sujet des possibilités financières futures.

Force est de constater que les décrets relatifs à la reconnaissance des radios locales n'ont pas prévu de moyens financiers, mais qu'en revanche l'accent a été mis sur les obligations financières liées à cette reconnaissance (droits d'auteur, respect de la loi du 4 février 1977 en matière de droit de réponse, équipement agréé). Le problème du financement de ces radios n'est donc pas résolu.

En adoptant son décret du 8 juillet 1983 réglementant la publicité non commerciale à la radio et à la télévision, la Communauté française a pris, en ce qui la concerne, une initiative qui pourrait procurer des ressources supplémentaires aux radios locales.

Toutefois, n'est-il pas à craindre que le grand bénéficiaire de cette forme de publicité soit la R. T. B. F.-secteur télévision, et non pas la radio locale.

Même si l'on n'est pas partisan de la publicité commerciale, on doit constater que l'introduction d'une forme restreinte de publicité sur les ondes des radios locales constitue une des rares solutions offrant une garantie quant à la viabilité et à l'indépendance des petites radios de qualité, celles-ci continuant par ailleurs à fonctionner grâce à l'enthousiasme et au dévouement d'un grand nombre de bénévoles.

Il est évident que cette publicité doit faire l'objet d'une réglementation très précise et qu'elle doit être limitée strictement.

Afin d'éviter tout malentendu, nous tenons à souligner qu'il n'est absolument pas question de permettre aux radios locales de s'engager dans la voie commerciale.

Notre objectif est uniquement d'accroître et/ou de garantir la viabilité et l'indépendance des petites radios qui contribuent à resserrer le tissu social, répondant en cela au souhait des Communautés française, flamande et germanophone.

Il n'est d'ailleurs pas fait appel aux agences de publicité pour récolter les demandes des annonceurs. Une telle intervention risquerait en effet de compromettre l'indépendance des radios locales et de les inciter à se commercialiser. Ce sont ces radios elles-mêmes qui doivent veiller à récolter les demandes. Le statut d'A. S. B. L. des radios locales constitue une entrave supplémentaire à la commercialisation.

En ce qui concerne les restrictions, la proposition de loi prévoit que seuls pourront être diffusés des messages publicitaires présentant un intérêt local, que le temps de diffusion est limité à une heure par semaine et que les messages publicitaires doivent être groupés en périodes nettement distinctes des programmes.

Cette limitation du temps de diffusion implique que les radios locales devront continuer à rechercher d'autres moyens financiers et qu'elles ne pourront pas être tributaires uniquement des recettes publicitaires.

Le commentaire des articles fournit des précisions sur les restrictions et conditions prévues.

Nous tenons enfin à rappeler que, le 9 novembre 1982, nous avons déposé, avec un certain nombre de collègues, une proposition de loi transférant aux Communautés la compétence en matière de publicité commerciale radio-diffusée ou télévisée (Doc. Chambre n° 426/1, 1982-1983). Il nous paraissait en effet souhaitable que chaque Communauté puisse décider en toute autonomie des ressources dont pourraient disposer les émetteurs de radio et de télévision établis sur son territoire.

Etant donné que cette proposition de loi n'a pas encore pu être examinée par la commission compétente et qu'il est urgent de prendre une initiative en faveur des radios locales, nous avons décidé de déposer la présente proposition de loi relative à l'émission de messages publicitaires par les stations de radiodiffusion sonore locale.

Het overgrote deel van de radio's maakt zich inderdaad grote zorgen voor de toekomstige financiële mogelijkheden.

Bij de totstandkoming van de decreten inzake erkenning van lokale radio's werden geen financiële middelen voorzien, maar werd met nadruk gewezen op de financiële verplichtingen die een erkenning zou meebrengen (auteursrechten, naleving van de wet van 4 februari 1977 inzake het recht op antwoord, goedgekeurde apparatuur). Geen afdoend antwoord werd daarop gevonden.

Met het decreet van 8 juli 1983 van de Franse Gemeenschap tot reglementering van de niet-commerciële publiciteit op radio en televisie werd door deze Gemeenschap een stap gezet die bijkomende middelen voor de lokale radio's zou kunnen meebrengen.

Valt echter niet te vrezen dat vooral R. T. B. F.-televisie de grote begunstigde van deze vorm van publiciteit zal zijn en niet de lokale radio?

Zelfs als men geen voorvechter van handelsreclame is, moet men toch vaststellen dat de invoering van kleinschalige reclame op de lokale radio's, één van de weinige oplossingen is om een garantie te bieden tot leefbaarheid en onafhankelijkheid van de kleinschalige, kwalitatieve radio's, die verder blijven steunen op het enthousiasme en de inzet van vele vrijwilligers.

Dat deze reclame zeer duidelijk moet worden gereguleerd en zeer beperkt moet zijn, hoeft geen betoog.

Om eventuele misverstanden uit de weg te werken, willen wij beklemtonen dat geenszins de commerciële toer mag worden opgegaan.

Het is uitsluitend de bedoeling de leefbaarheid en de onafhankelijkheid te vergroten en/of te waarborgen van de kleinschalige, samenlevingsbevorderende radio, zoals die én door de Franse én door de Vlaamse én door de Duitstalige Gemeenschap is gewenst.

Voor de inzamenling van de reclame worden ook geen reclamebureaus ingeschakeld. Dit zou immers een risico tot afhankelijkheid en een neiging naar commercialisering inhouden. De radio's dienen hiervoor zelf in te staan. Hun statuut van V. Z. W. is een bijkomende rem tegen commercialisering.

Als beperkingen wordt in het voorstel ingeschreven dat alleen reclame met een lokaal belang mag worden uitgezonden, dat de zendtijd maximum 1 uur per week mag bedragen, en dat de reclame in blokken en duidelijk onderscheiden van de programma's moet worden uitgezonden.

Deze beperking in zendtijd doet tot uiting komen dat de radio ook andere financiële middelen moet blijven zoeken en dat hij niet uitsluitend afhankelijk mag worden van de reclameinkomsten.

In de toelichting bij de artikelen wordt op de beperkingen en voorwaarden verder ingegaan.

Wij willen er tenslotte aan herinneren dat wij op 9 november 1982, samen met een aantal collega's, een voorstel van wet tot overheveling van de bevoegdheid inzake handelsreclame in radio en televisie naar de Gemeenschappen (Stuk Kamer, 1982-1983, n° 426/1) hebben neergelegd. Het leek ons immers aangewezen dat elke gemeenschap volledig autonoom over alle middelen tot financiering van zijn omroep moest kunnen beslissen.

Daar het voorstel tot overheveling van de bevoegdheid nog niet aan bod is kunnen komen in de bevoegde commissie en daar zeer dringend enig initiatief ten gunste van de lokale radio's moest worden genomen, dienen wij dit wetsvoorstel houdende invoering van handelsreclame op de stations voor lokale klankradio-omroep in. In het nieuwste

Dans cette nouvelle proposition, nous avons veillé tout particulièrement non seulement à garantir mais encore à renforcer l'indépendance des radios locales telle qu'elle a été voulue par les Communautés.

Nous sommes persuadé que l'introduction de cette forme de publicité locale contribuera efficacement à l'essor des radios locales.

Commentaire des articles

Article 1

L'article 1 dispose que les « stations de radiodiffusion sonore locale » reconnues par la Communauté française, la Communauté flamande ou la Communauté germanophone sont autorisées à diffuser des messages publicitaires.

Dans les développements de notre proposition de loi, nous avons choisi d'utiliser la dénomination plus usuelle (« radio locale ») qui a été retenue par la Communauté française (décret du 8 septembre 1981 portant reconnaissance des radios locales) et par la Communauté germanophone (« Erlass mit Verordnungscharakter zur Festlegung der Anerkennungskriterien für freie lokale Rundfunksender » du 27 juin 1983).

L'expression utilisée dans le décret du 6 mai 1982 de la Communauté flamande est « niet-openbare radio » (radio non publique). Elle englobe également les « petites » radios, de telle sorte que l'expression « radio locale » peut également être employée en Flandre sans risque de malentendu.

Art. 2

Cet article confirme, en l'appliquant à la publicité commerciale, le principe du respect des lois, de l'ordre public et des bonnes mœurs. Il précise en outre que les messages doivent être conformes aux dispositions de l'article 3.

Art. 3

Le § 1^{er} précise que seuls peuvent être diffusés des messages publicitaires à caractère local.

Le but est de permettre à ceux qui prennent des initiatives, plus particulièrement aux indépendants et aux P. M. E., d'avoir accès à ce média local.

Cette formule permettra de faire connaître les produits et les services qu'ils proposent dans la zone de diffusion de la radio locale de leur région. Cette formule restreinte de publicité offre en outre l'avantage de ne pas affecter les recettes de la presse écrite d'information.

Il est interdit aux radios locales de faire de la publicité pour des produits connus au niveau national ou international. Donc, ces radios pourront diffuser des messages publicitaires pour le magasin du coin, mais en aucun cas pour la marque « X » connue dans tout le pays.

Les §§ 2 et 3 prévoient des garanties pour la préservation de l'indépendance des radios locales, une indépendance voulue par les Communautés.

Il convenait par conséquent d'interdire tout monopole publicitaire d'un annonceur ainsi que toute propagande pour des convictions ou tendances.

Art. 4

La publicité sur les ondes des radios locales doit être réglementée de telle manière que notre société puisse l'accepter.

voorstel wordt er daarom angstvallig voor gewaakt dat de onafhankelijkheid van de lokale radio's, die door de gemeenschappen werd opgelegd, niet alleen wordt gewaarborgd maar zelfs wordt versterkt.

Wij zijn ervan overtuigd dat deze vorm van lokale reclame een waardevol hulpmiddel voor de verdere positieve ontplooiing van de lokale radio zal zijn.

Toelichting bij de artikelen

Artikel 1

Artikel 1 stelt dat de door de Duitstalige, Franse en Vlaamse Gemeenschap erkende « stations voor lokale klank-radio-omroep » reclameboodschappen mogen uitzenden. In dit wetsvoorstel wordt deze term aangehouden.

In de toelichting gebruiken wij de meer gebruikelijke benaming « lokale radio » die voor de Franse Gemeenschap (décret du 8 septembre 1981 portant reconnaissance des radios locales) en voor de Duitstalige Gemeenschap (Erlass mit Verordnungscharakter zur Festlegung der Anerkennungskriterien für freie lokale Rundfunksender - 27.06.1983) werd vastgelegd.

Het decreet van 6 mei 1982 van de Vlaamse Gemeenschap opteert voor de term « niet-openbare radio »; dit begrip staat eveneens voor kleinschalige radio, zodat zonder enige vrees voor misverstanden ook voor Vlaanderen de term « lokale radio » kan worden gebruikt.

Art. 2

In dit artikel wordt, toegepast op de handelsreclame, het algemeen beginsel bevestigd dat de wetten, de openbare orde en de goede zeden moeten worden geëerbiedigd. Tevens wordt gesteld dat de reclameboodschappen conform moeten zijn met de bepalingen van artikel 3.

Art. 3

Dit artikel stelt in zijn § 1 dat alleen reclameboodschappen met een lokaal impact mogen worden uitgezonden.

Het is duidelijk de bedoeling aan de plaatselijke initiatiefnemers, meer bepaald de middenstanders en de K. M. O.'s, de kans te geven in dit kleinschalig medium aan bod te komen.

Deze formule geeft aan deze adverteerders de mogelijkheid om in het zendgebied van de lokale radio van hun streek hun produkten en diensten kenbaar te maken; deze kleinschalige vorm van reclame heeft bovendien als voordeel dat hij geen impact heeft op de inkomsten van de geschreven informatiepers.

Reclame voor nationale of internationale produkten zijn verboden; dus geen reclame voor het nationaal bekend merk « X », wel voor de winkel om de hoek.

§§ 2 en 3 houden waarborgen in voor het behoud van de onafhankelijkheid van de radio's, zoals die door de Gemeenschappen is gewild.

Verscheidenheid in aanbod en afwezigheid van propaganda voor overtuigingen of strekkingen is derhalve aangewezen.

Art. 4

Reclame op de lokale radio moet zodanig worden gereglementeerd dat onze samenleving er zich mee kan verzoenen.

Si la publicité peut, sous certaines conditions, être autorisée pour certains biens ou services, elle doit également pouvoir être interdite pour d'autres biens ou services s'il s'avère qu'elle est nuisible ou qu'elle ne se justifie pas sur le plan social ou économique ou pour des motifs ayant trait à la santé, etc.

Les Communautés ont confié une mission éducative aux radios locales. C'est pour cette raison que cette proposition de loi prévoit la possibilité d'interdire la diffusion de messages publicitaires certains jours et à certaines heures, par exemple lorsque les programmes sont exclusivement destinés aux jeunes.

Etant donné que cet article concerne de très près la compétence des Communautés en matière de radiodiffusion, il est logique que le Gouvernement national demande l'avis des Communautés.

Nous craignons que, pour des raisons de compétence, les Communautés ne puissent pas imposer leurs propositions, mais nous osons néanmoins espérer que le Gouvernement national tiendra compte de leurs souhaits.

Art. 5

Cet article vise également à assurer le respect de l'obligation d'indépendance que les Communautés ont imposée aux radios locales. Toute référence de la publicité à des programmes et/ou toute confusion entre la publicité et les programmes sont interdites.

Pour éviter que la publicité finisse par constituer l'essentiel des émissions, le temps réservé à la diffusion de messages publicitaires est limité à une heure par semaine. Il est évident que ce temps ne doit pas nécessairement être épuisé.

La présente proposition de loi vise en effet à donner aux radios locales la possibilité d'acquérir des moyens financiers supplémentaires leur permettant de remplir la mission qui leur a été confiée par les Communautés et qui consiste à promouvoir les relations sociales au niveau local.

Art. 6

Les responsables des radios locales doivent être pleinement conscients qu'ils doivent utiliser à bon escient les possibilités qui leur sont offertes.

C'est la raison pour laquelle tout abus entraînera automatiquement l'arrêt des émissions.

D'autres dispositions pénales sont également prévues.

PROPOSITION DE LOI

Article 1

Dans les conditions prévues par la présente loi, les stations de radiodiffusion sonore locale reconnues par la Communauté française, la Communauté flamande ou la Communauté germanophone peuvent diffuser des messages publicitaires.

Art. 2

§ 1^{er}. Les messages publicitaires doivent respecter les lois, l'ordre public et les bonnes mœurs.

§ 2. Ils doivent en outre être conformes aux prescriptions de l'article 3 de la présente loi.

Indien reclame voor een aantal goederen of diensten onder bepaalde voorwaarden kan worden toegelaten, moet toch de mogelijkheid worden voorzien om ze voor andere te verbieden, m.n. wanneer zou blijken dat reclame voor deze goederen of diensten schadelijk of niet verantwoord zou zijn (sociaal, economisch, qua gezondheid, enz.).

Door de Gemeenschappen werd aan lokale radio's een opbouwende taak meegegeven. Daarom wordt in de mogelijkheid voorzien dat op sommige dagen en uren geen reclameboodschappen mogen worden uitgezonden, b.v. op ogenblikken waarop het aanbod van de radio's uitsluitend op de jeugd is afgestemd.

Daar dit artikel zeer nauw aansluit bij de bevoegdheid van de Gemeenschappen inzake omroep, is het logisch dat de nationale overheid hierover het advies van de gemeenschappen inwint.

Wij vrezen dat om redenen van bevoegdheid ter zake geen voorstel van de Gemeenschappen kan worden opgelegd, maar durven toch hopen dat de nationale overheid de wensen van de Gemeenschappen zou overnemen.

Art. 5

Dit artikel komt eveneens tegemoet aan de verplichting tot onafhankelijkheid die door de Gemeenschappen aan de lokale radio's is opgelegd. Elke verwijzing naar en/of vermenging met de programma's is verboden.

Om te vermijden dat de reclame hoofdzaak wordt, wordt de zendtijd beperkt tot maximum 1 uur per week. Het is overduidelijk dat deze zendtijd niet moet worden opgebruikt.

De bedoeling van het voorstel is immers de lokale radio's bijkomende financiële mogelijkheden te bieden om de door de Gemeenschappen gewilde rol van kleinschalige samenlevingsbevorderend medium te vervullen.

Art. 6

De radio's moeten zich ten volle bewust zijn dat de kansen die hen geboden worden goed moeten worden gebruikt.

Misbruik houdt daarom automatisch het stopzetten van de uitzendingen in.

Tevens worden andere strafbepalingen voorzien.

M. SMET

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Binnen de bij deze wet bepaalde voorwaarden kunnen de door de Duitstalige, Franse en Vlaamse Gemeenschap erkende stations voor lokale klankradio-omroep reclameboodschappen uitzenden.

Art. 2

§ 1. De reclameboodschappen moeten de wetten, de openbare orde en de goede zeden eerbiedigen.

§ 2. Zij moeten eveneens conform zijn aan de voorschriften vermeld in artikel 3 van deze wet.

Art. 3

§ 1^{er}. Seuls peuvent être diffusés des messages publicitaires à caractère local, c'est-à-dire qui concernent des initiatives locales et des annonceurs de la région appartenant au secteur des Classes moyennes ou des P. M. E.

§ 2. Les messages publicitaires ne peuvent pas être limités à un seul groupe commercial ou financier ou à un seul groupe d'intérêts.

§ 3. La diffusion de messages de propagande politique, religieuse, idéologique ou philosophique est interdite.

Art. 4

§ 1^{er}. Le Roi peut, par arrêtés royaux délibérés en Conseil des ministres, prévoir qu'aucun message publicitaire ne peut être diffusé pour les biens et les services qu'il désigne.

§ 2. Le Roi peut, par arrêtés royaux délibérés en Conseil des ministres, prévoir qu'aucun message publicitaire ne peut être diffusé aux jours et heures qu'il désigne.

§ 3. Le Roi demande l'avis des Communautés sur les arrêtés visés aux §§ 1^{er} et 2.

Art. 5

§ 1^{er}. Les messages publicitaires doivent être reconnaissables et nettement distincts des programmes. Un message publicitaire ne peut comporter aucune référence directe ou indirecte à un programme, et vice versa.

§ 2. Les messages publicitaires doivent être groupés en périodes non successives. Ils doivent être précédés de l'indicatif de la station et d'une annonce indiquant que des messages publicitaires vont suivre.

§ 3. Le temps de diffusion des messages publicitaires est limité à une heure par semaine.

§ 4. La station de radiodiffusion sonore locale récolte elle-même les messages publicitaires.

Art. 6

Toute infraction aux dispositions de la présente loi entraîne la suspension de l'autorisation d'émettre.

Les infractions aux articles 2, 3, 4 et 5 de la présente loi seront en outre punies d'un emprisonnement de huit jours à six mois et d'une amende de 500 F à 5 000 F ou d'une de ces peines seulement.

Les dispositions du livre I^{er} du Code pénal, y compris le chapitre VII et l'article 85, sont applicables aux infractions à la présente loi.

24 février 1984.

Art. 3

§ 1. Alleen reclameboodschappen met een plaatselijke impact, die betrekking hebben op lokale initiatieven en op adverteerders uit de regio die tot de sector van de middenstand of van de K. M. O.'s behoren, mogen worden uitgezonden.

§ 2. De reclameboodschappen mogen niet worden beperkt tot één commerciële of financiële groep of tot één belangengroep.

§ 3. Politieke, godsdienstige, ideologische of filosofische propagandaboodschappen zijn verboden.

Art. 4

§ 1. De Koning kan bij in Ministerraad overlegde besluiten bepalen dat voor de goederen of diensten die Hij aanduidt, geen reclameboodschappen mogen worden uitgezonden.

§ 2. De Koning kan bij in Ministerraad overlegde besluiten bepalen dat op de dagen en uren die Hij aanduidt, geen reclameboodschappen mogen worden uitgezonden.

§ 3. Over de in §§ 1 en 2 vermelde besluiten wint de Koning het advies van de Gemeenschappen in.

Art. 5

§ 1. De reclameboodschappen moeten herkenbaar zijn en duidelijk onderscheiden van de programma's. Elke rechtstreekse of zijdelingse verwijzing in de reclameboodschappen naar een programma of vice versa is verboden.

§ 2. De reclameboodschappen moeten worden gegroepeerd in niet opeenvolgende tijdsblokken. Zij moeten worden voorafgegaan door het kenwijsje van het station en door de aankondiging dat reclameboodschappen volgen.

§ 3. De reclamezendtijd mag maximum 1 uur per week bedragen.

§ 4. Het station voor lokale radio-omroep zamelt zelf de reclameboodschappen in.

Art. 6

Ingeval van overtreding van de bepalingen van deze wet wordt de zendvergunning opgeschort.

De overtredingen van de artikelen 2, 3, 4 en 5 van deze wet worden bovendien gestraft met gevangenisstraf van acht dagen tot zes maanden en met een geldboete van vijfhonderd frank tot vijfduizend frank, of met één van die boeten alleen.

De bepalingen van boek I van het Strafwetboek, hoofdstuk VII en artikel 85 niet uitgezonderd, zijn van toepassing op de overtredingen van deze wet.

24 februari 1984.

M. SMET
G. CARDOEN
L. VAN DEN BRANDE
E. DESUTTER
P. BREYNE
L. DHOORE