

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

BUITENGEWONE ZITTING 2024

26 augustus 2024

WETSVOORSTEL

**tot wijziging van de wet van 4 juli 1989
betreffende de beperking en de controle
van de verkiezingsuitgaven
voor de verkiezingen van de Kamer van
volksvertegenwoordigers, de financiering
en de open boekhouding van de politieke
partijen, teneinde de verkiezingsuitgaven van
de partijen voor socialemediaboodschappen
aan banden te leggen**

(ingediend door de heer François De Smet)

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

SESSION EXTRAORDINAIRE 2024

26 août 2024

PROPOSITION DE LOI

**modifiant la loi du 4 juillet 1989
relative à la limitation et au contrôle
des dépenses électorales engagées
pour l'élection de la Chambre
des représentants, ainsi qu'au financement
et à la comptabilité ouverte
des partis politiques, en vue de limiter
les dépenses électorales des partis
sur les réseaux sociaux**

(déposée par M. François De Smet)

SAMENVATTING

Dit wetsvoorstel strekt ertoe twee nieuwe beperkingen op te nemen in de wet van 4 juli 1989 betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van de Kamer van volksvertegenwoordigers, de financiering en de open boekhouding van de politieke partijen, teneinde de uitgaven van de politieke partijen voor socialemediaboodschappen aan banden te leggen.

RÉSUMÉ

La présente proposition de loi vise à instaurer deux nouvelles limites dans la loi du 4 juillet 1989 relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales engagées pour l'élection de la Chambre des représentants, ainsi qu'au financement et à la comptabilité ouverte des partis politiques, afin de modérer les dépenses des partis politiques relatives aux messages diffusés sur les réseaux sociaux.

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
PS	: Parti Socialiste
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Les Engagés	: Les Engagés
Vooruit	: Vooruit
cd&v	: Christen-Democratisch en Vlaams
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
Open Vld	: Open Vlaamse liberalen en democraten
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant

Abréviations dans la numérotation des publications:		Afkorting bij de nummering van de publicaties:	
DOC 56 0000/000	Document de la 56 ^e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 56 0000/000	Parlementair document van de 56 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA	Questions et Réponses écrites	QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral	CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag
CRABV	Compte Rendu Analytique	CRABV	Beknopt Verslag
CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)	CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaalde beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)
PLEN	Séance plénière	PLEN	Plenum
COM	Réunion de commission	COM	Commissievergadering
MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beige gekleurd papier)

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Dit voorstel neemt de tekst over van voorstel DOC 55 3685/001.

Dit wetsvoorstel strekt ertoe twee nieuwe beperkingen op te nemen in de wet van 4 juli 1989 betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van de Kamer van volksvertegenwoordigers, de financiering en de open boekhouding van de politieke partijen, teneinde de uitgaven van de politieke partijen voor socialemediaboodschappen aan banden te leggen.

Uit door het collectief AdLens¹ bekendgemaakte cijfers blijkt dat de Belgische politieke partijen in 2022 nagenoeg 5 miljoen euro hebben uitgegeven aan advertenties op sociale media (voornamelijk Facebook en Instagram). Dat is 2,5 keer meer dan de politieke partijen in Nederland, terwijl er in 2023 in Nederland verkiezingen waren. Drie politieke partijen hebben 72 % van dat totaal uitgegeven: de N-VA, het VB en PTB-PVDA.

De indiener van dit wetsvoorstel wijst erop dat de Franstalige politieke partijen slechts 10 % van voormeld totaalbedrag hebben uitgegeven. Nader onderzoek van de tien duurste onlineadvertenties tussen 2019 en 2023 leert dat de meeste daarvan afkomstig zijn van de N-VA, gevolgd door het VB.

Sinds in 2019 werd toegelaten om op sociale media politieke boodschappen te plaatsen, hebben de N-VA en het VB daar samen meer dan 9 miljoen euro aan uitgegeven.

In 2022 hebben de politieke partijen gemiddeld 6 % meer besteed aan advertenties op Facebook dan in 2021. Voorts blijkt dat tussen begin 2021 en eind 2022 de uitgaven meer zijn gestegen bij de Franstalige partijen (+12 %) dan bij de Nederlandstalige partijen (+4 %).

In 2023 heeft het VB de sociale media bovendien overspoeld met een actie om heel Vlaanderen aan te zetten een gratis leeuwenvlag te bestellen. Op één dag (1 juli 2023) heeft het VB maar liefst 33.500 euro

¹ AdLens is een team van actievoerders, journalisten, onderzoekers en data-analisten die zich inzetten voor meer transparantie over politieke reclame op Facebook.

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La présente proposition reprend le texte de la proposition DOC 55 3685/001.

La présente proposition de loi vise à instaurer deux nouvelles limites à inscrire dans la loi du 4 juillet 1989 relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales engagées pour l'élection de la Chambre des représentants, ainsi qu'au financement et à la comptabilité ouverte des partis politiques, afin de modérer les dépenses des partis politiques concernant les messages diffusés sur les réseaux sociaux.

Selon les chiffres communiqués par le collectif AdLens¹, les partis politiques belges ont dépensé près de 5 millions d'euros en publicité sur les réseaux sociaux (essentiellement Facebook et Instagram) au cours de l'année 2022. C'est 2,5 fois plus que les partis néerlandais, et ce, alors que des élections communales ont été organisées aux Pays-Bas au cours de cette année 2023. 72 % de cette somme a été dépensée par trois partis politiques, soit la N-VA, le VB et le PTB-PVDA.

L'auteur de la présente proposition de loi rappelle que les partis francophones ont dépensé seulement 10 % de l'ensemble du montant susmentionné. Ainsi, si l'on regarde les dix publicités en ligne les plus chères entre 2019 et 2023, la majorité de celles-ci sont issues de la N-VA et, en seconde position, viennent celles du VB.

En effet, depuis 2019, année de l'entrée en vigueur de l'autorisation de publier des messages politiques sur les réseaux sociaux, la N-VA et le VB ont, à eux deux, dépensé au total plus de 9 millions d'euros sur les réseaux sociaux.

En moyenne, les partis politiques ont investi 6 % de plus en 2022 sur Facebook qu'en 2021. Entre début 2021 et fin 2022, il appert également que les dépenses ont plus augmenté chez les partis francophones (+12 %) que chez les partis néerlandophones (+4 %).

Au cours de cette année 2023, le VB a également investi en masse sur les réseaux sociaux pour inciter les habitants des quatre coins de Flandre à commander gratuitement des drapeaux. Ainsi, en une seule journée,

¹ AdLens est une équipe de militants, journalistes, chercheurs et d'analystes de données travaillant pour apporter plus de transparence concernant les publicités politiques diffusées sur Facebook.

uitgegeven aan advertenties op Facebook; dat is een nieuw record. Uit de door AdLens verzamelde gegevens blijkt dat het VB tussen 14 juni en 5 juli 2023 meer dan 160.000 euro heeft uitgegeven aan advertenties met de termen “11 juli”, “11juli” of “Vlaamse Feestdag”. Ter vergelijking: het VB heeft in 2022 maandelijks gemiddeld 97.000 euro besteed aan advertenties op Facebook.

Het grootste probleem is niet zozeer dat een politieke partij de bevolking of haar kiezers kan bereiken met posts op sociale media, maar veeleer dat er thans geen enkele beperking staat op hoeveel daaraan mag worden uitgegeven buiten de door de vigerende wet bepaalde periode.

In vergelijking met andere landen zijn de verkiezingsuitgaven in België immers gereguleerd en beperkt, maar alleen tijdens de zogenoemde “verkiezingsperiode”, dat wil zeggen “tijdens de periode van vier maanden voor de verkiezingen” (artikel 4, § 1, van voormelde wet van 4 juli 1989). Buiten die periode worden de uitgaven van de politieke partijen dus helemaal niet beteugeld.

Gelet op het gewicht van de politieke communicatie via sociale media, maar ook op de bedragen die bepaalde politieke partijen daaraan besteden, beoogt de indiener van dit wetsvoorstel een tweeledige beperking in te stellen voor politieke boodschappen op sociale media.

Ten eerste beogen ze dat tijdens de verkiezingsperiode hoogstens 300.000 euro mag worden uitgegeven voor mondelinge, schriftelijke auditieve en visuele socialemediaboodschappen die erop gericht zijn het resultaat van een politieke partij en haar kandidaten gunstig te beïnvloeden.

Ten tweede stelt de indiener voor om de periode waarin die financiële beperking geldt, te verlengen tot 48 maanden, teneinde te voorkomen dat de politieke partijen het overgrote deel van hun uitgaven voor socialemediaboodschappen doen vóór het begin van een te korte verkiezingsperiode, zoals thans het geval is.

Een eerste beperking betreft dus de totale uitgaven (maximaal 300.000 euro). De tweede beperking betreft de verkiezingsperiode waarbinnen de uitgaven van de politieke partijen voor socialemediaboodschappen in aanmerking worden genomen (verlenging tot 48 maanden).

le 1^{er} juillet 2023, 33.500 euros ont été dépensés via la page Facebook du VB, ce qui représente un nouveau record. Les données récoltées par le collectif AdLens montrent qu’entre le 14 juin et le 5 juillet 2023, le VB a dépensé plus de 160.000 euros en publicités contenant les termes “11 juli”, “11juli” ou “Vlaamse Feestdag”. À titre de comparaison, le VB a dépensé en moyenne 97.000 euros par mois en publicité diffusée sur Facebook en 2022.

Le principal problème n’est pas tant qu’un parti politique puisse transmettre un message à destination de la population ou de son électorat, mais plutôt qu’il n’existe actuellement aucune limite relative aux montants pouvant être dépensés en dehors de la période fixée par la loi en vigueur.

En effet, s’il est vrai que les dépenses électorales en Belgique sont réglementées et limitées par rapport à d’autres pays, elles ne le sont que durant la période qualifiée d’électorale, soit une période débutant 4 mois avant les élections, par application de l’article 4, § 1^{er}, de la loi du 4 juillet 1989 précitée. En d’autres termes, en dehors de cette période, il n’existe aucun frein ni garde-fou visant à limiter les dépenses effectuées par les partis politiques.

Vu l’importance de la communication politique transmise sur les réseaux sociaux mais aussi les montants engagés par certains partis sur ces réseaux, l’auteur de la présente proposition de loi entend instaurer une double limite aux messages politiques diffusés sur les réseaux sociaux.

Premièrement, ils entendent limiter, pendant la période électorale, le montant des dépenses servant à la diffusion des messages verbaux, écrits, sonores et visuels sur les réseaux sociaux destinés à influencer favorablement le résultat d’un parti politique et de ses candidats, à 300.000 euros au maximum.

Deuxièmement, afin d’éviter que les partis politiques effectuent la grande majorité de leurs dépenses liées aux messages sur les réseaux sociaux avant une période électorale trop réduite, comme tel est le cas actuellement, l’auteur propose d’étendre ladite période susmentionnée pour ce type d’engagements financiers à 48 mois.

En d’autres termes, une première limite porte sur le montant total des dépenses pouvant être effectuées (300.000 euros). La seconde limite porte, quant à elle, sur l’allongement de la période électorale (48 mois) prise en considération, pour effectuer les dépenses liées aux messages des partis politiques diffusés sur les réseaux sociaux.

TOELICHTING BIJ DE ARTIKELEN**Artikel 1**

Deze bepaling behoeft geen toelichting.

Art. 2

Deze bepaling beoogt een eerste beperking in te stellen voor de uitgaven en financiële verbintenissen van de politieke partijen met betrekking tot socialemediaboodschappen. De indiener stelt voor dat bedrag te beperken tot maximaal 300.000 euro.

Onder “sociale media” wordt begrepen: de websites of de mobiele applicaties die het mogelijk maken met elkaar in contact te treden en een netwerk op te bouwen van kennissen, vrienden en zakelijke contacten.

Art. 3

Deze bepaling beoogt een tweede beperking in te stellen op de uitgaven van partijen voor politieke boodschappen op sociale media. Voorgesteld wordt de zogenoemde “verkiezingsperiode” te verlengen tot 48 maanden (in plaats van de huidige 4 maanden) vóór de verkiezingen, uitsluitend wat de voormelde financiële verbintenissen betreft.

Die verlenging strekt ertoe te voorkomen dat de politieke partijen de eerste beperking inzake de uitgaven (maximaal 300.000 euro) omzeilen door een buitensporig bedrag uit te geven buiten de – vandaag te korte – verkiezingsperiode.

COMMENTAIRE DES ARTICLES**Article 1^{er}**

Cette disposition n'appelle pas de commentaire.

Art. 2

Cette disposition introduit une première limite aux dépenses et engagements financiers des partis politiques afférents à des messages diffusés sur les réseaux sociaux. L'auteur propose de fixer le montant de cette première limite à 300.000 euros.

Les termes “réseaux sociaux” désignent les sites internet ou les applications mobiles permettant de développer des interactions sociales, de se constituer un réseau de connaissances, d'amis ou de relations professionnelles, avec lesquels on interagit.

Art. 3

Cette disposition instaure une seconde limite en ce qui concerne les dépenses liées aux messages politiques diffusés par les partis sur les réseaux sociaux. Il est ainsi proposé d'étendre la période dite “électorale” à 48 mois (contre 4 mois actuellement) avant les élections, uniquement en ce qui concerne les engagements financiers susmentionnés.

L'objectif de cet allongement est d'éviter que les partis politiques ne contournent la première limitation de dépenses fixées à 300.000 euros en dépensant un budget déraisonnable en dehors d'une période électorale actuellement trop restreinte.

François De Smet (DéFI)

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 77 van de Grondwet.

Art. 2

Artikel 2, § 1, van de wet van 4 juli 1989 betreffende de beperking en de controle van de verkiezingsuitgaven voor de verkiezingen van de Kamer van volksvertegenwoordigers, de financiering en de open boekhouding van de politieke partijen, het laatst gewijzigd bij de wet van 22 december 2022, wordt aangevuld met een lid, luidende:

“Onverminderd het eerste lid mogen de uitgaven en financiële verbintenissen voor mondelinge, schriftelijke, auditieve en visuele socialemediaboodschappen die erop gericht zijn het resultaat van een politieke partij en haar kandidaten gunstig te beïnvloeden, voor de verkiezingen van de Kamer van volksvertegenwoordigers alles samen niet meer bedragen dan 300.000 euro.”

Art. 3

Artikel 4, § 1, van dezelfde wet, het laatst gewijzigd bij de wet van 22 december 2022, wordt aangevuld met een lid, luidende:

“Niettegenstaande de voorgaande bepalingen wordt voor alle uitgaven en financiële verbintenissen voor mondelinge, schriftelijke, auditieve en visuele socialemediaboodschappen die erop gericht zijn het resultaat van een politieke partij en haar kandidaten gunstig te beïnvloeden, de in § 1 bedoelde periode verlengd tot 48 maanden vóór de verkiezingen georganiseerd met toepassing van artikel 105 van het Kieswetboek.”

Art. 4

Deze wet treedt in werking de dag waarop zij in het *Belgisch Staatsblad* wordt bekendgemaakt.

10 juli 2024

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

La présente loi règle une matière visée à l'article 77 de la Constitution.

Art. 2

L'article 2, § 1^{er}, de la loi 4 juillet 1989 relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales engagées pour l'élection de la Chambre des représentants, ainsi qu'au financement et à la comptabilité ouverte des partis politiques, modifiée en dernier lieu par la loi du 22 décembre 2022, est complété par l'alinéa suivant:

“Sans préjudice de l'alinéa 1^{er}, le total des dépenses et des engagements financiers afférents à des messages verbaux, écrits, sonores et visuels destinés à influencer favorablement le résultat d'un parti politique et de ses candidats, diffusés sur les réseaux sociaux, ne peut excéder, pour les élections de la Chambre des représentants, le montant de 300.000 euros.”

Art. 3

L'article 4, § 1^{er}, de la même loi, modifiée en dernier lieu par la loi du 22 décembre 2022, est complété par l'alinéa suivant:

“Nonobstant les dispositions qui précèdent, la période visée au § 1^{er} est portée à 48 mois précédant les élections organisées en application de l'article 105 du Code électoral en ce qui concerne toutes les dépenses et tous les engagements financiers afférents à des messages verbaux, écrits, sonores et visuels destinés à influencer favorablement le résultat d'un parti politique et de ses candidats, diffusés sur les réseaux sociaux.”

Art. 4

La présente loi entre en vigueur le jour de sa publication au *Moniteur Belge*.

10 juillet 2024

François De Smet (DéFI)