

Kamer van Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1982-1983

9 NOVEMBER 1982

WETSVOORSTEL

tot overheveling van de bevoegdheid inzake handelsreclame in radio en televisie naar de gemeenschappen

(Ingediend door Mevr. Smet)

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Dit voorstel van wet tot wijziging van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 heeft tot doel de gemeenschappen bevoegd te maken op het gebied van de handelsreclame die over radio en televisie wordt uitgezonden.

Handelsreclame in het omroepbestel is thans een nationale materie. Artikel 4 van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen luidt immers als volgt :

« 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. »

O.i. pleiten de onderstaande argumenten of overwegingen voor de overheveling van deze bevoegdheid naar de gemeenschappen.

1. Daar de gemeenschappen bevoegd zijn inzake omroep en de nationale overheid inzake handelsreclame in het omroepbestel moet een samenwerkingsverband worden gevonden.

Toen de toenmalige Regering in het voorjaar 1981 — dus op een ogenblik dat de deelregeringen nog in de nationale Regering zitting hadden — besloot om handelsreclame in het openbare omroepbestel in te voeren, bleek een goed functionerend en juridisch haalbaar samenwerkingsverband bijna niet te vinden of te realiseren te zijn.

Chambre des Représentants

SESSION 1982-1983

9 NOVEMBRE 1982

PROPOSITION DE LOI

transférant aux Communautés la compétence en matière de publicité commerciale radiodiffusée ou télévisée

(Déposée par Mme Smet)

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La présente proposition de loi vise à modifier la loi spéciale du 8 août 1980 en vue de transférer aux Communautés la compétence en matière de publicité commerciale radiodiffusée et télévisée.

La publicité commerciale radiodiffusée et télévisée est actuellement une matière nationale en vertu de l'article 4 de la loi spéciale du 8 août 1980 de réformes institutionnelles, qui est libellé comme suit :

« 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. »

Nous estimons que les arguments et considérations ci-dessous plaident en faveur du transfert de cette matière à la compétence des Communautés.

1. Etant donné que la radiodiffusion et la télévision relèvent de la compétence des Communautés et que la publicité commerciale radiodiffusée et télévisée relève de la compétence du pouvoir national, il faut mettre au point un système de coopération.

Au printemps de 1981, alors que les membres des Exécutifs faisaient encore partie du Gouvernement national, le Gouvernement décida d'introduire la publicité commerciale sur les chaînes publiques de radio et de télévision, mais il s'avéra pratiquement impossible de trouver ou de mettre au point un système de coopération efficace et réalisable du point de vue juridique.

Daar de deelregeringen sedert 1 januari 1982 geen zitting meer hebben in de nationale Regering, zal het invoeren van reclame in de gemeenschapsmroep door de nationale wetgever in de praktijk nog meer moeilijkheden en/of conflicten meebrengen.

Terloops willen wij er hier de aandacht op vestigen dat een duidelijk afgelijnde materie, met name de mededelingen van de nationale Regering, reeds aanleiding tot betwisting gaven. De administrateurs-generaal van B. R. T. en van R. T. B. F. betwistten immers de uitvoeringsmodaliteiten die de nationale Regering wenste op te leggen.

Dat de invoering van reclame een veel grotere uitwerking heeft en tot ernstigere moeilijkheden aanleiding zou kunnen geven, kan moeilijk worden betwijfeld.

2. De nationale overheid kan alleen handelsreclame invoeren in de omroepen die door de gemeenschap zijn opgericht of zijn toegelaten.

De bevoegdheid van de nationale overheid is dus beperkt.

Zij kan geen commercieel net oprichten of toelaten, daar de bevoegdheid inzake omroep bij de gemeenschappen ligt.

3. Dit voorstel van wet heeft uit een financieel oogpunt geen nadelige invloed voor de Schatkist.

Om het even wie bevoegd is, de nationale overheid zal steeds kunnen beschikken over het grootste gedeelte van de opbrengsten (vennootschapsbelasting, B. T. W. op alle facturen, R. M. Z. op wedden, vermindering van werkloosheidsuitkeringen).

De nettowinst zal naar de gemeenschappen gaan na aftrek van de vennootschapsbelasting.

Zelfs indien deze bevoegdheid nationaal bleef, zou een financieel samenwerkingsverband met de gemeenschappen tot stand gebracht moeten worden waarbij de gemeenschappen ongetwijfeld een deel van de gelden zouden opeisen.

4. Sedert het voorjaar 1981 hebben de nationale regeringen geopteerd voor de invoering van de handelsreclame.

Ook deze Regering had zich voorgenomen een ontwerp van wet in te dienen.

Wij stellen vast — en dit is zeker geen verwijt — dat zulks nog steeds niet is gebeurd.

Uit de uiteenlopende verklaringen van vooraanstaande politici uit beide gemeenschappen aan de pers hebben wij herhaaldelijk moeten afleiden dat het inderdaad alles behalve gemakkelijk moet zijn om tot een ontwerp van wet te komen.

* * *

Wij zijn ervan overtuigd dat een samenhangend omroepbeleid alleen mogelijk is na overheveling van de bevoegdheid inzake handelsreclame naar de gemeenschappen.

Tevens kan die overheveling een nieuwe impuls betekenen voor de omroepen, gezien de opbrengst van die reclame.

De mogelijkheid bestaat dat de gemeenschappen niet voor eenzelfde reclamesysteem opteren. Men kan zich de vraag stellen of dit voor één van beide gemeenschappen nadelige gevolgen zou hebben — wellicht niet — aangezien het kijken luistergedrag zeer taalgebonden is.

Etant donné que les Exécutifs ne font plus partie du Gouvernement national depuis le 1^{er} janvier 1982, l'introduction par le législateur national de la publicité dans les émissions de radio et de télévision relevant des communautés ne fera qu'accroître les difficultés pratiques et/ou les conflits.

Il convient de rappeler à ce propos qu'une matière pourtant clairement délimitée, à savoir les communications du Gouvernement national, a déjà fait l'objet d'un litige. Les administrateurs généraux de la B. R. T. et de la R. T. B. F. ont en effet contesté les modalités d'exécution prévues par le Gouvernement.

Il ne fait aucun doute que l'introduction de la publicité, dont les répercussions seront autrement considérables, provoquera des difficultés encore bien plus importantes.

2. L'introduction de la publicité commerciale par les autorités nationales est limitée aux émissions des instituts de radiodiffusion ou de télévision créés ou autorisés par les communautés.

Le pouvoir des autorités nationales est par conséquent limité.

Elles ne peuvent créer une chaîne commerciale ni en autoriser la création étant donné que cette compétence appartient aux communautés.

3. La présente proposition de loi n'a aucune incidence financière négative pour le Trésor.

Quelle que soit la répartition des compétences, la plus grande partie des recettes reviendra toujours aux autorités nationales (impôt des sociétés, T. V. A. sur l'ensemble des factures, O. N. S. S. sur les salaires, réduction des allocations de chômage).

Le bénéfice net, après déduction de l'impôt des sociétés, sera versé aux communautés.

Même si cette compétence demeurerait nationale, il faudrait établir un système de coopération financière dans le cadre duquel les communautés réclameraient sans aucun doute une partie des recettes.

4. Les Gouvernements nationaux ont opté pour l'instauration de la publicité commerciale depuis le printemps de 1981.

Le Gouvernement actuel s'était également proposé de déposer un projet de loi.

Nous constatons — sans en faire le reproche — que cette intention n'a pas encore été mise en pratique.

Les déclarations divergentes faites à la presse par des hommes politiques éminents des deux communautés nous ont montré à plusieurs reprises qu'il est extrêmement difficile d'élaborer un projet de loi.

* * *

Nous avons la conviction qu'une politique cohérente en matière de radio et de télévision n'est possible que si l'on transfère aux communautés la compétence en matière de publicité commerciale.

Par ailleurs, ce transfert donnerait une impulsion nouvelle aux instituts de radio et de télévision, qui bénéficieraient des recettes provenant de cette publicité.

Les communautés n'opteront peut-être pas pour le même système de publicité. Il est toutefois peu probable que cette différence ait une incidence défavorable pour une des communautés étant donné que la langue dans laquelle les émissions sont diffusées conserve une importance déterminante pour les auditeurs et les téléspectateurs.

Misschien is het niet overbodig eraan te herinneren dat, als dit voorstel wordt aangenomen, de bestaande verbodsbepalingen betreffende de reclame die over de openbare omroep en in lokale en niet-openbare radiostations wordt uitgezonden, van kracht blijven tot ze door de gemeenschap eventueel worden gewijzigd.

M. SMET

WETSVOORSTEL

Enig artikel

In artikel 4 van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen worden in het 6° de woorden « en van handelspubliciteit » weggelaten.

14 oktober 1982.

M. SMET
E. BEYSEN
H. SUYKERBUYK
A. DE BEUL
L. VAN DEN BRANDE
J. L. THYS
F. WILLOCKX
Y. YLIEFF

Il n'est peut-être pas inutile de rappeler que, si la présente proposition est adoptée, les interdictions existantes en ce qui concerne l'émission de publicité par les chaînes publiques de radio et de télévision et par les radios locales et privées resteront en vigueur jusqu'à leur modification éventuelle par la communauté compétente.

PROPOSITION DE LOI

Article unique

A l'article 4, 6°, de la loi spéciale du 8 août 1980 de réformes institutionnelles, les mots « ainsi que de publicité commerciale » sont supprimés.

14 octobre 1982.