

Chambre des Représentants

SESSION 1972-1973.

13 MARS 1973.

PROPOSITION DE LOI

imposant aux sociétés anonymes l'obligation de publier chaque année leurs dépenses de publicité.

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les économistes ont souvent souligné l'utilité de la publicité commerciale qui fait connaître les produits mis sur le marché, assure une meilleure information des consommateurs et permet à ceux-ci de mieux choisir. En outre, la publicité accroît les ventes et, compte tenu des avantages de la production de masse, peut donc amener une baisse des prix.

Dans la mesure où la publicité fournit une information, cette observation est exacte. Mais la publicité excessive qui a pour but d'enfoncer un nom de marque dans la tête des gens est injustifiée, parce qu'elle porte atteinte à la liberté du consommateur et entend conditionner complètement celui-ci. Il arrive trop fréquemment que les gens fassent des achats inconsidérés, chose d'autant plus grave s'il s'agit de personnes économiquement faibles.

De plus, le recours massif à la publicité ne se solde pas par une baisse de prix mais, au contraire, grève le prix de revient et le prix de vente.

Le devoir des autorités est d'empêcher que les psychologues publicitaires n'influencent les cerveaux, voire même ne violent ceux-ci.

Dans le but de combattre la publicité excessive et injustifiée, il est souhaitable de connaître le montant exact des dépenses que les firmes affectent à la publicité. Il serait en tout cas instructif de comparer les dépenses de publicité et le coût de production.

C'est pourquoi nous proposons d'imposer aux sociétés anonymes — la plupart des firmes qui ont recours à cette publicité de masse sont constituées en sociétés anonymes — l'obligation de publier chaque année, plus particulièrement aux annexes du *Moniteur Belge*, le montant qu'elles consacrent à la réclame et à la publicité.

Les syndicats et les associations de consommateurs disposeraient ainsi d'une source d'information digne d'intérêt.

Kamer van Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1972-1973.

13 MAART 1973.

WETSVOORSTEL

houdende verplichting voor de naamloze vennootschappen om hun uitgaven voor reclame en publiciteit jaarlijks openbaar te maken.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

De economen hebben er vaak op gewezen dat handelsreclame nuttig kan zijn omdat zij bekendheid geeft aan de producten die op de markt worden gebracht. Op die wijze zijn de verbruikers dan beter op de hoogte en kunnen zij beter kiezen. Bovendien verhoogt de reclame de afzet en gelet op de voordelen van de massaproductie, kan dit tot prijsverlaging leiden.

In de mate waarin de reclame informatie verschaft is dit juist. Een buitensporige reclame die de naam van een merk in het hoofd van de verbruikers wil hameren, is echter niet verantwoord, omdat zij de vrijheid van de consument aantast en deze volledig wil conditioneren. Al te vaak gebeurt het dat de mensen onverantwoorde aankopen doen, wat des te erger is als het om economisch zwakken gaat.

Daarbij komt dat massale aanwending van de reclamemiddelen niet tot prijsvermindering aanleiding geeft, maar integendeel de kostprijs en de verkoopprijs bezwaart.

Het is de plicht van de overheid te beletten dat psychologen in de reclame de geesten bewerken, ja zelfs verkrachten.

Om de buitensporige en onverantwoorde publiciteit tegen te gaan, is het wenselijk dat met nauwkeurigheid zou weten zijn hoeveel de firma's aan reclame spenderen. Een vergelijking van de reclameuitgaven met de productiekosten zou alleszins leerrijk zijn.

Wij stellen daarom voor, aan de naamloze vennootschappen — de meeste firma's die hun toevlucht nemen tot een dergelijke massapubliciteit, zijn opgericht in de vorm van naamloze vennootschap — de verplichting op te leggen jaarlijks het bedrag dat zij uitgeven voor reclame en publiciteit, openbaar te maken, meer bepaald in de bijlagen van het *Staatsblad*.

De vakbonden en de verbruikersverenigingen zouden aldus over een interessante bron van informatie beschikken.

La présente proposition ne constitue qu'une première étape en vue de l'assainissement des procédés publicitaires.

PROPOSITION DE LOI

Article unique.

Dans le Livre I^{er}, au Titre IX — « Des sociétés » —, du Code de Commerce est inséré un article 80*bis*, libellé comme suit :

« Au bilan est annexé une attestation mentionnant avec précision les dépenses consenties pour la réclame et la publicité au cours de l'exercice.

Cette attestation est certifiée sincère et véritable par un administrateur et un commissaire au moins.

Elle est publiée de la manière prévue à l'article 10. »

22 février 1973.

Dit voorstel is slechts een eerste stap tot de sanering van de op het stuk van reclame gevolgde procédés.

H. BOEL.

WETSVOORSTEL

Enig artikel.

In Boek I, Titel IX — Handelsvennootschappen — van het Wetboek van Koophandel wordt een artikel 80*bis* ingevoegd luidend als volgt :

« Bij de balans wordt een attest gevoegd met een nauwkeurige opgave van de tijdens het boekjaar gedane uitgaven voor reclame en publiciteit.

Dit attest wordt voor echt verklaard door tenminste één beheerder en één commissaris.

Het wordt openbaar gemaakt op de wijze bepaald in artikel 10 ».

22 februari 1973.

H. BOEL,
J. COOLS,
A. VAN HOORICK,
J. M. DEHOUSSE,
C. DEJARDIN.