

**CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE**

24 avril 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**

(déposée par M. Mathieu Bihet et consorts)

**BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS**

24 april 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 te beperken**

(ingediend door de heer Mathieu Bihet cs.)

RÉSUMÉ

La présente proposition de loi vise à limiter les dépenses électorales des partis politiques et des candidats sur les réseaux sociaux et à interdire aux associations et organisations subventionnées par l'État, autres que les partis politiques, à faire des dépenses qui peuvent être assimilées à des dépenses de propagande électorale.

SAMENVATTING

Dit wetsvoorstel strekt ertoe de verkiezingsuitgaven van de politieke partijen en van de kandidaten op de sociale media te beperken en de door de Staat gesubsidieerde verenigingen en organisaties, met uitzondering van de politieke partijen, te verbieden uitgaven te doen die kunnen worden gelijkgesteld met uitgaven voor verkiezingspropaganda.

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

Abréviations dans la numérotation des publications:		Afkorting bij de nummering van de publicaties:	
DOC 55 0000/000	Document de la 55 ^e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 55 0000/000	Parlementair document van de 55 ^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 (beigegekleurig papier)

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La présente proposition de loi vise à modifier 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”, d’une part, en introduisant une limite aux dépenses et aux engagements financiers des partis politiques et des candidats afférents à des messages diffusés sur les réseaux sociaux pendant la période réglementée et, d’autre part, en empêchant des associations et des organisations subventionnées par l’État, autres que les partis politiques, de faire des dépenses qui peuvent être assimilées à des dépenses de propagande électorale.

La loi du 4 juillet 1989 précitée fixe un cadre juridique en matière de dépenses de propagande électorale. Tandis que l’article 2 fixe les règles relatives aux montants maxima que les partis politiques et les candidats peuvent affecter pendant la période réglementée à la propagande électorale, l’article 4 définit la notion de “propagande électorale”.

L’article 4 de la loi entend par “propagande électorale”: “toute 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 et qui, selon le cas, sont émis dans les quatre mois [qui] précèdent les élections [...]”.

Ce dispositif légal fixe les dépenses électorales des partis politiques ainsi que celles des candidats pendant la période réglementée, à savoir durant les quatre mois précédant l’élection des mandataires de la Chambre des représentants.

Ce plafonnement des dépenses électorales durant la période réglementée a pour objectif de garantir une concurrence loyale entre les différents partis et les différents candidats, en fixant des pratiques électorales équitables.

Toutefois, cette loi ne tient pas compte de tous les acteurs concernés ni de l’ensemble de l’espace médiatique où s’exercent ces dépenses de propagande électorale. Cette proposition de modification de la loi du 4 juillet 1989 précitée a donc pour ambition de corriger cela en l’adaptant aux enjeux actuels du monde numérique.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Dit wetsvoorstel strekt ertoe 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” te wijzigen, ten eerste door een beperking in te voeren voor de uitgaven en de financiële verbintenissen van de politieke partijen en van de kandidaten betreffende boodschappen die tijdens de sperperiode via de sociale media worden verspreid, en ten tweede door te verbieden dat door de Staat gesubsidieerde verenigingen en organisaties, met uitzondering van de politieke partijen, uitgaven doen die kunnen worden gelijkgesteld met uitgaven voor verkiezingspropaganda.

De voormelde wet van 4 juli 1989 stelt een juridisch kader vast inzake uitgaven voor verkiezingspropaganda. Artikel 2 stelt de regels vast betreffende de maximumbedragen die de politieke partijen en de kandidaten mogen uitgeven aan verkiezingspropaganda tijdens de sperperiode. Artikel 4 definieert het begrip “verkiezingspropaganda”.

Zo omschrijft artikel 4 van de voormelde wet verkiezingspropaganda als “alle uitgaven en financiële verbintenissen voor mondelinge, schriftelijke, auditieve en visuele boodschappen die erop gericht zijn het resultaat van een politieke partij en haar kandidaten gunstig te beïnvloeden en die naargelang van het geval verricht worden tijdens de periode van vier maanden voor de verkiezingen (...)”.

Die wettelijke regeling stelt de verkiezingsuitgaven van de politieke partijen en van de kandidaten vast tijdens de sperperiode, te weten gedurende de vier maanden vóór de verkiezing van de leden van de Kamer van volksvertegenwoordigers.

De plafonnering van de verkiezingsuitgaven tijdens de sperperiode strekt ertoe een eerlijke kiesstrijd tussen de diverse partijen en kandidaten te waarborgen, door billijke verkiezingspraktijken te bepalen.

De voormelde wet van 4 juli 1989 houdt echter geen rekening met alle betrokken spelers en evenmin met de mediaruimte waarin die uitgaven voor verkiezingspropaganda worden gedaan. Dit wetsvoorstel tot wijziging van de voormelde wet strekt er dan ook toe dat aspect bij te sturen, door de regels aan te passen aan de huidige uitdagingen van de digitale wereld.

La présente proposition de loi prévoit deux volets:

1. limiter les dépenses des partis politiques et des candidats sur les réseaux sociaux pendant la période réglementée, en garantissant qu'elles ne puissent excéder cinquante pour cent des montants autorisés d'ordinaire pendant la période réglementée;

2. intégrer les organisations subventionnées par l'État, et donc par le contribuable, parmi les acteurs concernés afin qu'elles ne puissent plus diffuser des publicités à caractère électoral durant la période réglementée.

Pour le premier volet de cette proposition de loi, il nous apparaît essentiel d'adapter la loi du 4 juillet 1989 précitée à la transition numérique. Pour de multiples raisons, les réseaux sociaux fonctionnant dans le monde numérique sont à inclure dans la loi du 4 juillet 1989 précitée; les plateformes qui se développent en leur sein sont des médias d'information à part entière et constituent à présent des sortes de nouveaux forums; elles hébergent ou diffusent de grandes quantités de propagandes électorales et, grâce aux multiples fonctionnalités du web, leur efficacité devient redoutable. Cette proposition de loi n'a pas pour but de bâillonner la libre expression politique sur le web; nous sommes, bien entendu, soucieux de préserver ce principe. Les réseaux sociaux jouent d'ailleurs un rôle positif pour mettre le citoyen et le monde politique en dialogue de manière directe. Cependant, cette absence d'intermédiaires entre l'électeur et l'élu ou le candidat réduit considérablement le filtrage de l'information (rôle clé de la presse, quatrième pouvoir de notre démocratie). Le risque est d'entraîner la diffusion de fausses informations mettant en péril notre société. Nous le savons, les dépenses sur les réseaux sociaux effectuées par certaines formations politiques atteignent des montants importants. Il semble donc urgent de baliser la communication politique des partis sur les réseaux sociaux durant la période réglementée. Les montants autorisés de dépenses électorales ont été fixés à une époque où les réseaux sociaux n'existaient pas. Il convient dès lors d'adapter les règles relatives aux plafonds de loi du 4 juillet 1989 précitée en contraignant les partis politiques et les candidats à ne pas consacrer plus de cinquante pour cent de leurs dépenses autorisées pour leur propagande électorale sur les réseaux sociaux, durant la période réglementée.

Enfin, le second volet, omis par la loi du 4 juillet 1989 précitée, semble primordial pour garantir un climat serein, équitable et démocratique en période de campagne électorale, durant la période réglementée. Nous le savons tous, diverses associations, organisations, syndicats,

Dit wetsvoorstel omvat twee onderdelen:

1. het beoogt de uitgaven van de politieke partijen en van de kandidaten op de sociale media tijdens de sperperiode te beperken, door ervoor te zorgen dat die uitgaven niet meer mogen bedragen dan vijftig procent van de bedragen die tijdens de sperperiode gewoonlijk zijn toegestaan;

2. het wil regels instellen voor de door de Staat (en dus door de belastingbetaler) gesubsidieerde organisaties, opdat die tijdens de sperperiode niet langer verkiezingsgerelateerde reclame zouden verspreiden.

Wat het eerste onderdeel van dit wetsvoorstel betreft, achten de indieners het cruciaal om de voormelde wet van 4 juli 1989 aan te passen aan de digitale transitie. Om tal van redenen moeten de onlosmakelijk met de huidige digitale wereld verbonden sociale media worden opgenomen in de voormelde wet van 4 juli 1989. De platforms die zich op digitaal vlak ontwikkelen, zijn volwaardige informatiemedia en vormen thans nieuwsoortige forums; ze hosten of verspreiden grote hoeveelheden verkiezingspropaganda en dankzij de vele functionaliteiten van het web worden zij vervaarlijk doeltreffend. Dit wetsvoorstel strekt er niet toe de vrije politieke meningsuiting op het web te beknotten; de indieners willen uiteraard de vrijheid van meningsuiting vrijwaren. De sociale media spelen overigens een positieve rol bij het tot stand brengen van een rechtstreekse dialoog tussen de burgers en de politici. Vastgesteld wordt echter dat het ontbreken van tussenpersonen tussen de kiezer en de verkozenen of de kandidaat ervoor zorgt dat de informatie veel minder wordt gefilterd (de sleutelrol van de pers, de vierde macht van onze democratie). Aldus ontstaat het risico dat onjuiste informatie wordt verspreid, hetgeen onze maatschappij in gevaar brengt. Het is geweten dat sommige politieke partijen enorme bedragen uitgeven om op de sociale media aanwezig te zijn. Bijgevolg lijkt het dringend noodzakelijk de politieke communicatie van de partijen op de sociale media tijdens de sperperiode aan banden te leggen. De toegestane bedragen voor verkiezingsuitgaven werden vastgesteld toen er nog geen sprake was van sociale media. Bijgevolg komt het erop aan de regels met betrekking tot de maximumbedragen uit de voormelde wet van 4 juli 1989 aan te passen, door de politieke partijen en de kandidaten op te leggen dat zij tijdens de sperperiode niet meer dan vijftig procent van hun toegestane uitgaven mogen besteden aan verkiezingspropaganda op de sociale media.

Het tweede onderdeel van dit wetsvoorstel komt tot dusver niet aan bod in de voormelde wet van 4 juli 1989, maar lijkt essentieel met het oog op een sereen, billijk en democratisch klimaat tijdens de sperperiode van de verkiezingscampagne. Zoals algemeen bekend is, nemen

féderations, mutuelles, corporations de métiers, etc... bénéficiant de financements publics ou ayant la gestion d'argent public, participent, parfois considérablement, au débat public et politique; cela, sans pour autant devoir respecter des limitations. Cependant, nous ne pouvons pas perdre de vue que cela se fait au bénéfice d'un ou de plusieurs partis. En effet, ces organisations subventionnées et autres groupements divers gérant de l'argent public n'avancent pas à visage découvert et peuvent ainsi contourner les règles et mettre en péril les objectifs de la législation du 4 juillet 1989 précitée.

La proposition de loi ne porte pas atteinte à la liberté d'expression et d'action de ces derniers. Elle entend simplement encadrer le fonctionnement de ces organisations (bénéficiant de financement public ou ayant la gestion d'argent public) sur la base d'un principe clair: l'interdiction des publicités explicites et implicites pour des partis présentant des candidats aux élections durant la période réglementée. La présente limitation des communications partisans de ces organisations est motivée par le fait que l'État et le contribuable sont la source de financement principale de leurs missions publiques. Il apparaît donc évident d'exiger de ces organisations une communication neutre et apolitique pendant la période réglementée. De la sorte, on peut garantir que ces organisations puissent agir sans discrimination, en toute transparence vis-à-vis de tous les citoyens et sans influencer le cours des élections. Cette proposition de loi concerne donc toutes les organisations qui reçoivent des subsides, lesquels figurent sur un acte officiel signé par le ministre qui les attribue. Nous avons choisi ce mécanisme car, grâce à cela, ces organisations peuvent être clairement informées dès le départ de leurs devoirs et de leurs obligations.

Cela signifie que si ladite organisation bénéficie de deniers publics, il lui est interdit de faire de la publicité pour un parti politique ou pour un candidat.

Nous souhaitons préciser que cette proposition de loi ne concerne aucunement les partis politiques puisqu'ils sont déjà visés par la loi du 4 juillet 1989 précitée et que le fait de faire la publicité de leurs candidats et de leur programme fait partie de leurs objectifs.

Si toutefois, l'organisation bénéficiant de financements publics se mettait en porte à faux par rapport à cette nouvelle disposition, toute infraction serait passible de poursuites soit à l'initiative du procureur du Roi, soit (sur dénonciation) de la Commission de contrôle ou (sur plainte) de toute personne justifiant d'un intérêt, comme le prévoit l'article 14 de la loi du 4 juillet 1989 précitée.

allerhande verenigingen, organisaties, vakbonden, federaties, ziekenfondsen, beroepsverenigingen enzovoort die overheidsfinanciering ontvangen of overheidsgeld beheren, deel aan het publieke en politieke debat, soms in aanzienlijke mate, maar zonder dat zij zich daarbij aan enige beperking hoeven te houden. Men mag echter niet over het hoofd zien dat zulks steeds ten voordele van een of meerdere partijen gebeurt. Die gesubsidieerde organisaties en diverse andere overheidsgeld beherende groeperingen treden immers niet openlijk voor een partij op, waardoor zij de regels kunnen omzeilen en de doelstellingen van de voormelde wet van 4 juli 1989 in het gedrang kunnen brengen.

Het wetsvoorstel strekt er niet toe hun vrijheid van meningsuiting en handelen aan te tasten. Het beoogt louter de werking van die organisaties (die overheidsgeld ontvangen of beheren) te reguleren op basis van een duidelijk principe: tijdens de sperperiode geldt een verbod op expliciete en impliciete reclame voor partijen die kandidaten voordragen voor de verkiezingen. Het voorstel om de partijdige communicatie van die organisaties aan banden te leggen wordt ingegeven door het feit dat het vooral de Staat en dus de belastingbetaler is die hun openbare taken financiert. Bijgevolg ligt het voor de hand dat men van die organisaties een neutrale en apolitieke communicatie mag eisen tijdens de sperperiode. Zo kan ervoor worden gezorgd dat die organisaties optreden zonder discriminatie, volledig transparant ten aanzien van alle burgers en zonder het verloop van de verkiezingen te beïnvloeden. Dit wetsvoorstel betreft dus alle organisaties die subsidies ontvangen, vastgelegd in een officieel document dat is ondertekend door de minister die ze toekent. Er werd voor dit mechanisme gekozen omdat de organisaties in kwestie zo vanaf het begin duidelijk op de hoogte kunnen worden gesteld van hun plichten en verplichtingen.

Een en ander betekent ook dat een organisatie die overheidsgeld ontvangt, geen reclame mag maken voor een politieke partij of voor een kandidaat.

Er weze verduidelijkt dat dit aspect van het wetsvoorstel niet geldt voor de politieke partijen, aangezien zij al onder de voormelde wet van 4 juli 1989 vallen en het tot hun doelstellingen behoort reclame te maken voor hun kandidaten en hun programma.

Zo een organisatie die overheidsmiddelen ontvangt deze nieuwe bepaling niet zou naleven, kan zij worden vervolgd, hetzij op initiatief van de procureur des Konings, hetzij op grond van een aangifte gedaan door de Controlecommissie of een klacht ingediend door elke persoon "die van enig belang doet blijken", zoals bepaald in artikel 14 van de voormelde wet van 4 juli 1989.

La présente proposition de loi garde intact l'esprit de loi du 4 juillet 1989 précitée mais la modernise grâce aux deux volets présentés. En effet, d'une part, elle apporte davantage d'équité et de clarté, eu égard aux financements des campagnes électorales sur les réseaux sociaux par les partis politiques et les candidats, en limitant les dépenses de ceux-ci. D'autre part, il apparaît également légitime d'exiger des organisations qui gèrent de l'argent public un devoir de réserve durant la période réglementée, en leur interdisant les publicités à caractère électoral et prenant parti (implicitement ou explicitement) pour l'un ou l'autre candidat aux élections. Enfin, nous concluons en disant que l'inclusion dans cette loi des réseaux sociaux, fonctionnant dans le monde numérique, est nécessaire et urgente car, nous le savons, les réseaux sociaux sont devenus incontournables dans notre société actuelle.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Art. 2

Cet article vise à introduire une limite aux dépenses et aux engagements financiers des partis politiques afférents à des messages diffusés sur les réseaux sociaux. Il est proposé que ce montant ne puisse pas excéder cinquante pour cent des montants maxima que les partis politiques et les candidats peuvent affecter à la propagande électorale pendant la période réglementée.

Art. 3

Cet article a pour objectif d'empêcher des associations et des organisations subventionnées par les pouvoirs publics, autres que les partis politiques, de faire des dépenses qui peuvent être assimilées à des dépenses de propagande électorale, dans la mesure où ces dépenses visent à influencer le résultat d'un parti ou d'un candidat, même si ces derniers ne sont pas clairement nommés ou identifiables.

Dit wetsvoorstel doet geen afbreuk aan de geest van de voormelde wet van 4 juli 1989; beide voorgestelde onderdelen brengen die wet louter bij de tijd. Enerzijds wordt de financiering van de verkiezingscampagnes op de sociale media door de politieke partijen en de kandidaten immers billijker en duidelijker gemaakt, via de beperking van de uitgaven van die actoren. Anderzijds is het terecht om van de organisaties die overheidsgeld beheren, te vereisen dat zij tijdens de sperperiode blijf geven van terughoudendheid, door hun te verbieden verkiezingsreclame te maken en het (impliciet of expliciet) op te nemen voor een kandidaat bij de verkiezingen. Tot slot wijzen de indieners erop dat het dringend nodig is de sociale media op te nemen in de voormelde wet, want die zijn, zoals bekend, in onze huidige samenleving onontkoombaar geworden.

TOELICHTING BIJ DE ARTIKELN

Art. 2

Dit artikel beoogt met betrekking tot via de sociale media verspreide boodschappen een beperking in te voeren voor de uitgaven en de financiële verbintenissen van de politieke partijen. Voorgesteld wordt dat die uitgaven niet meer mogen bedragen dan vijftig procent van de maximumbedragen die de politieke partijen en de kandidaten tijdens de sperperiode mogen uitgeven aan verkiezingspropaganda.

Art. 3

Dit artikel strekt ertoe te verhinderen dat verenigingen en organisaties die door de overheid worden gesubsidieerd, met uitzondering van de politieke partijen, uitgaven doen die kunnen worden gelijkgesteld met uitgaven voor verkiezingspropaganda, voor zover die uitgaven het resultaat van een partij of van een kandidaat beogen te beïnvloeden, zelfs zo zij niet duidelijk met naam worden genoemd of kunnen worden herkend.

Art. 4

La présente proposition de loi vise à compléter l'article 14 de la loi du 4 juillet 1989 précitée; celle-ci a pour objectif d'étendre le régime de sanctions prévu par cet article 14 à quiconque ne respecte pas les dispositions de l'article 5/1, inséré par la présente proposition de loi.

Mathieu Bihet (MR)
Sophie Wilmès (MR)
Emmanuel Burton (MR)
Michel De Maegd (MR)
Daniel Bacquellaine (MR)
Christophe Bombled (MR)
Benoît Piedboeuf (MR)

Art. 4

Dit artikel van het wetsvoorstel beoogt artikel 14 van de voormelde wet van 4 juli 1989 aan te vullen. Het is de bedoeling de sanctieregeling van artikel 14 uit te breiden tot eenieder die de bepalingen van het bij dit wetsvoorstel ingevoegde artikel 5/1 niet naleeft.

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 de 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, modifié en dernier lieu par la loi du 6 janvier 2014, est complété par un paragraphe 7, rédigé comme suit:

"§ 7. Le montant imputé aux dépenses et aux engagements financiers afférents à des messages verbaux, écrits, sonores et visuels diffusés sur les réseaux sociaux ne pourra pas excéder cinquante pour cent des montants prévus aux §§ 1^{er} et 2."

Art. 3

Un article 5/1, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

"Art. 5/1. Il est interdit aux associations et aux organisations subventionnées par l'État, autres que les partis politiques, de faire des dépenses qui peuvent être assimilées à des dépenses de propagande électorale visées à l'article 4, § 1^{er}."

WETSVOORSTEL**Artikel 1**

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

Art. 2

Artikel 2 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 6 januari 2014, wordt aangevuld met een paragraaf 7, luidende:

"§ 7. Het totaal van de uitgaven en de financiële verbintenissen voor op de sociale media verspreide mondelinge, schriftelijke, auditieve en visuele boodschappen mag niet meer bedragen dan vijftig procent van de in de §§ 1 en 2 bepaalde uitgaven."

Art. 3

In dezelfde wet wordt een artikel 5/1 ingevoegd, luidende:

"Art. 5/1. Het is de verenigingen en de organisaties die door de Staat worden gesubsidieerd, met uitzondering van de politieke partijen, verboden uitgaven te doen die kunnen worden gelijkgesteld met uitgaven voor verkiezingspropaganda zoals bedoeld in artikel 4, § 1."

Art. 4

Dans l'article 14 de la même loi, modifié en dernier lieu par la loi du 6 janvier 2014, le paragraphe 1^{er} est complété par un 5°, rédigé comme suit:

“5° quiconque n'aura pas respecté les dispositions prévues à l'article 5/1.”

29 mars 2024

Mathieu Bihet (MR)
Sophie Wilmès (MR)
Emmanuel Burton (MR)
Michel De Maegd (MR)
Daniel Bacquellaine (MR)
Christophe Bombled (MR)
Benoît Piedboeuf (MR)

Art. 4

In artikel 14 van dezelfde wet, het laatst gewijzigd bij de wet van 6 januari 2014, wordt paragraaf 1 aangevuld met een bepaling onder 5°, luidende:

“5° eenieder die de bepalingen van artikel 5/1 niet naleeft.”

29 maart 2024