

Chambre des Représentants

SESSION 1985-1986

23 JUILLET 1986

PROJET DE LOI

relatif aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision

AMENDEMENTS AU TEXTE DU PROJET

(Doc. n° 1222/1, 1984-1985)

N° 28 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Article 1^{er}.

Au 9°, premier alinéa, entre les mots « le service de radiocommunications » et les mots « dont les émissions sont destinées » insérer les mots « par fil ou sans fil ».

JUSTIFICATION

Cette addition est nécessaire pour confirmer une situation qui existe depuis que des textes déjà anciens ont autorisé le fonctionnement des télévisions dites communautaires.

La précision figure désormais dans tous les textes adoptés par les pays voisins et dans les dispositions adoptées par l'U.E.R.

Il ne peut, de toute façon, y avoir d'équivoque quant aux compétences exclusives des Communautés d'autoriser ou non la radiodiffusion, qu'elle s'opère par fil ou sans fil.

N° 29 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Article 1^{er}.

Au n° 9, supprimer le second alinéa.

JUSTIFICATION

Cet amendement complète un premier amendement (voir amendement n° 28 *supra*) relatif au premier alinéa du 9°. L'usage du câble, pour assurer la transmission de programmes de radiodiffusion est par ailleurs une réalité qui dépasse largement le seul cas de la transmission par satellite. On peut penser, notamment, aux télévisions locales et communautaires, reconnues par un décret de 1985, dans la Communauté française, mais aussi à la plupart des organismes étrangers, dont

Votr :

536 (1985-1986): N° 1.

— N° 2 et 3: Amendements.

Kamer van Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1985-1986

23 JULI 1986

WETSONTWERP

betreffende de radiodistributie- en teledistributienet-ten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie

AMENDEMENTEN OP DE TEKST VAN HET ONTWERP

(Stuk nr. 1222/1, 1984-1985)

Nr. 28 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Artikel 1.

In het 9°, eerste lid, tussen de woorden « de dienst voor radioverbinding » en de woorden « die uitzendingen doet » de woorden « via de kabel of draadloos » invoegen.

VERANTWOORDING

Die toevoeging is noodzakelijk ter bevestiging van een toestand die bestaat sedert in vroegere teksten de werking van zogenaamde gemeenschapstelevisies is toegestaan.

Die bepaling staat nu in alle door onze buurlanden aangenomen teksten en in de door de E.R.U. goedgekeurde bepalingen.

Er mag in elk geval geen dubbelzinnigheid bestaan over de uitsluitende bevoegdheid van de Gemeenschappen om al dan niet machtiging te verlenen tot radio-omroep, ongeacht of deze via de kabel of draadloos gebeurt.

Nr. 29 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Artikel 1.

In het 9°, het tweede lid weglaten.

VERANTWOORDING

Dit amendement is een aanvulling op een eerste amendement (zie amendement nr. 28 *supra*) betreffende het eerste lid van het 9°. Het gebruik van de kabel voor het overbrengen van radio-omroepprogramma's is een realiteit die heel wat verder reikt dan alleen overbrenging per satelliet. Met name kan worden gedacht aan de bij een decreet van 1985 in de Franse Gemeenschap erkende lokale en gemeenschapstelevisie, maar ook aan de meeste buitenlandse instellingen waar-

Zie :

536 (1985-1986): Nr. 1.

— Nrs. 2 en 3: Amendementen.

la réception hertzienne est impossible sur une grande partie de notre territoire. En ce qui concerne ces dernières elles font l'objet en Belgique d'une distribution par câble autorisée par les émetteurs d'origine, souvent après transport par les faisceaux hertziens de la région des P.T.T. Il existe également en Flandre des projets d'établissement de radiodiffuseurs transmettant uniquement par le câble.

N° 30 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 2.

Au quatrième alinéa, supprimer les mots « les programmes autorisés ainsi que les fréquences sur lesquelles ils sont transmis ».

JUSTIFICATION

Il n'appartient pas aux autorités nationales de fixer les programmes autorisés ni, partant, les canaux utilisés pour la distribution de chaque programme.

La compétence des autorités nationales est strictement limitée à l'autorisation de la publicité commerciale, en fonction de la loi du 8 août 1980. Si ce texte était maintenu, il semble qu'il entrerait en contradiction avec la volonté de l'exécutif de la Communauté française de fixer des exigences à travers un cahier de charges, envers la télévision communautaire privée qui voudrait obtenir une autorisation.

N° 31 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 6.

Remplacer les mots « sous réserve de ne pas porter atteinte » par les mots « à condition de ne pas porter atteinte ».

N° 32 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 7.

1) Entre les mots « peut être utilisé » et les mots « à une autre fin » insérer le mot « accessoirement ».

2) Compléter cet article par ce qui suit : « à condition de ne pas porter atteinte aux programmes sonores et de télévision transmis par le réseau ».

JUSTIFICATION

Il convient de protéger le but essentiel assigné par l'article 1, 3° et 4°, aux réseaux de distribution par câble.

N° 33 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 12.

Remplacer le § 1^{er} par la disposition suivante :

« § 1^{er}. Les établissements et les sociétés autorisés en Belgique à exploiter un service de radiodiffusion ne peuvent diffuser de la publicité commerciale que dans les limites et conditions fixées par la présente loi. »

JUSTIFICATION

Il convient ici d'établir un régime général fixant les conditions objectives, générales, impersonnelles d'exploitation de la publicité en radiodiffusion.

Ni le principe constitutionnel de la liberté du commerce et de l'industrie, ni celui de la liberté d'opinion, ni les règles impératives de la Convention européenne des droits de l'homme, ni celui du Traité de Rome, ne sont compatibles avec un régime qui soumettrait à autorisation et moins encore à monopole, l'activité spécifique que constitue la diffusion de messages d'information ou de publicité commerciale.

van de hertz-ontvangst op een groot gedeelte van ons grondgebied onmogelijk is. Die laatste worden in België, vaak na overbrenging door de hertzbundelnetten van de Regie van P.T.T. met toestemming van de buitenlandse zenders, via de kabel uitgezonden. Ook in Vlaanderen zijn er plannen om uitsluitend via de kabel uitzendende omroepen op te richten.

Nr. 30 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 2.

In het vierde lid, de woorden « de overgebrachte programma's waarvoor machtiging is verleend alsmede de frequenties waarop zij worden overgebracht » weglaten.

VERANTWOORDING

Het komt niet aan de nationale overheid toe te bepalen welke programma's zijn toegestaan en welke kanalen voor de overbrenging van elk programma moeten worden gebruikt.

De bevoegdheid van de nationale overheid is strikt beperkt tot het verlenen van de machtiging voor handelsreclame overeenkomstig de wet van 8 augustus 1980. Als de hier bedoelde tekst gehandhaafd blijft, is dat blijkbaar in strijd met het voornemen van de Franse gemeenschapsexecutieve de vereisten in een lastenko-hier vast te leggen ten behoeve van de particuliere gemeenschapstelevisie, die een machtiging zou willen krijgen.

Nr. 31 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 6.

Het woord « mits » vervangen door de woorden « op voorwaarde dat ».

Nr. 32 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 7.

1) Tussen het woord « teledistributienet » en de woorden « mag worden gebruikt » het woord « bovendien » invoegen.

2) Het artikel aanvullen met de volgende woorden « op voorwaarde dat de langs het net overgebrachte klank- en televisieprogramma's niet worden gehinderd ».

VERANTWOORDING

Het bij artikel 1, 3° en 4°, bepaalde wezenlijke doel van de draadomroepnetten dient te worden beschermd.

Nr. 33 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 12.

Paragraaf 1 vervangen door de volgende bepaling :

« § 1. De in België tot de exploitatie van een radio-omroepdienst gemachtigde instellingen en vennootschappen mogen slechts handelsreclame uitzenden binnen de door deze wet bepaalde perken en voorwaarden. »

VERANTWOORDING

Hier dient een algemene regeling te worden vastgelegd die de objectieve, algemene, voor iedereen gelijke voorwaarden voor de exploitatie van de etherreclame bepaalt.

Het grondwettelijke beginsel van de vrijheid van handel en nijverheid, noch het grondwettelijke beginsel van de meningsvrijheid, noch de gebiedende voorschriften van het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens, noch de gebiedende voorschriften van het Verdrag van Rome zijn verenigbaar met een regeling waarbij de specifieke bedrijvigheid waarin de verspreiding van informatieboodschappen of handelsreclame bestaat, aan een machtiging of een monopolie wordt onderworpen.

N° 34 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 12.

Compléter le § 2 par un nouvel alinéa, rédigé comme suit :

« Néanmoins, pour des produits qu'il détermine, le Roi peut autoriser également l'insertion de publicité commerciale dans les programmes d'autres personnes morales, publiques ou privées. »

JUSTIFICATION

Cet amendement vise à introduire la notion de publicité sélective uniquement autorisée pour des produits déterminés par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres.

Il répond au souci de clarifier les termes de la concurrence entre personnes morales, en fonction de données objectives sur la situation du marché, telle que la laisse apparaître, notamment, l'étude de Marketing Unit de 1985.

Il est conforme, en outre, à l'esprit du « Livre Vert-C.E.E., télévisions sans frontières » et de la proposition de directive du Conseil qui en découle. Il faut rappeler que le « Livre Vert » introduit une notion d'équilibre dans la concurrence qui est rencontrée ici, en permettant, par exemple, de moduler l'application de la publicité commerciale entre sociétés privées, dont la ressource exclusive serait cette publicité, et sociétés publiques bénéficiant de dotations.

Enfin, dans la mesure où la Communauté française s'apprêterait à prévoir une sélectivité dans l'application de la publicité commerciale, (notamment en ce qui concerne les T.V. locales et communautaires), alors que celle-ci n'entre pas dans sa sphère de compétences, il est important que la loi autorise cette sélectivité.

Cet amendement tient compte également de l'expansion probable du marché publicitaire et permet de ne pas instituer un monopole pour une seule personne morale. Il s'agit d'établir la libre concurrence entre services de radiodiffusion dans des conditions équitables, en tenant compte d'un marché transfrontalier, lui aussi en expansion.

N° 35 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 14.

Ajouter un 4° rédigé comme suit :

« 4° consister dans la mention de la personne ou de l'organisme qui finance un élément de programme déterminé. »

JUSTIFICATION

Il s'agit d'établir une distinction nette entre ce que l'on appelle communément le « sponsoring » et la publicité commerciale.

N° 36 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 14.

Ajouter un 4° et un 5° libellés comme suit :

« 4° chercher indûment à tirer profit de la peur;

» 5° encourager des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité. »

JUSTIFICATION

Il s'agit là de dispositions relevées dans la proposition de directive européenne.

L'ajout de ces règles est conforme à l'application du droit communautaire européen concernant la publicité en général et notamment à la directive 84/450/C.E.E. du Conseil, datée du 10 septembre 1984, relative à la publicité trompeuse.

N° 37 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 15.

Compléter le § 4 par les mots « et par la radio. »

Nr. 34 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 12.

Paragraaf 2 aanvullen met een nieuw lid, luidend als volgt :

« De Ministerraad kan echter ook toelating geven om handelsreclame op te nemen in de programma's van andere publiekrechtelijke of privaatrechtelijke rechtspersonen, voor door Hem bepaalde produkten. »

VERANTWOORDING

Dit amendement wil het begrip selectieve reclame, dit wil zeggen reclame die enkel voor door de Ministerraad bepaalde produkten toegelaten is, invoeren.

Het wil de concurrentievoorwaarden tussen rechtspersonen verduidelijken op grond van objectieve gegevens in verband met de marktsituatie, zoals die onder meer blijkt uit het Marketing Unit-onderzoek van 1985.

Bovendien strookt het met de geest van het « E.E.G.-groene boek, televisie zonder grenzen » en met het daaruit voortvloeiende voorstel van richtlijn van de Raad. Er zij op gewezen dat het « Groene boek » het begrip evenwicht in de concurrentie invoert waaraan hier wordt tegemoet gekomen, doordat bijvoorbeeld de toepassing van de handelsreclame tussen particuliere vennootschappen, die uitsluitend op die reclame bestaan, en gesubsidieerde overheidsbedrijven wordt gemoduleerd.

Ten slotte is het van belang dat de wet die selectiviteit mogelijk maakt aangezien de Franse Gemeenschap graag een selectiviteit zou doorvoeren in de toepassing van de handelsreclame (met name wat de lokale en gemeenschapstelevisiestations betreft), terwijl ze daartoe niet bevoegd is.

Het houdt ook rekening met de vermoedelijke expansie van de reclamemarkt en werkt de monopolisatie van één enkele rechtspersoon tegen. De vrije concurrentie tussen radiozenders moet onder billijke voorwaarden tot stand komen met inachtneming van een grensoverschrijdende markt die eveneens in volle expansie is.

Nr. 35 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 14.

Een 4° toevoegen luidend als volgt :

« 4° niet bestaan in de vermelding van de persoon of de organisatie die een onderdeel van een bepaald programma financiert. »

VERANTWOORDING

Er dient een duidelijk onderscheid te worden gemaakt tussen wat gewoonlijk « sponsoring » wordt genoemd en handelsreclame.

Nr. 36 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 14.

Een 4° en een 5° toevoegen, luidend als volgt :

« 4° niet op ongeoorloofde wijze voordeel willen halen uit angst;

» 5° geen voor de gezondheid en de veiligheid schadelijke gedragingen aanmoedigen. »

VERANTWOORDING

Die bepalingen komen uit het voorstel van Europese richtlijn.

De toevoeging van die regels strookt met de toepassing van het Europese gemeenschapsrecht betreffende de reclame in het algemeen, en met name met richtlijn 84/450/E.E.G. van de Raad van 10 september 1984 betreffende bedrieglijke reclame.

Nr. 37 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 15.

In § 4, tussen de woorden « over de televisie » en de woorden « mag verspreid worden », de woorden « en de radio » invoegen.

JUSTIFICATION

Rien ne justifie que le nombre de périodes de publicité à la radio soit limité.

N° 38 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 15.

Compléter le § 4, par ce qui suit :

« Il peut également interdire la publicité commerciale pour des biens ou services à certaines heures et/ou certains jours. »

JUSTIFICATION

Cette mesure complète les amendements introduisant des art. 15bis et 15ter, nouveaux, relatifs à l'interdiction de la publicité commerciale pour les marques de cigarettes ou dérivés du tabac, et limitant strictement la publicité commerciale des boissons alcoolisées.

Conformément aux propositions de directive européenne, une jurisprudence pourrait s'installer dans les Etats membres en ce qui concerne l'interdiction de la diffusion de publicité commerciale les dimanches et jours fériés. Sans aller jusqu'à penser que l'interdiction puisse être totale, elle pourrait toucher certains produits. On pense particulièrement aux boissons alcoolisées, pendant ces périodes où les programmes sont généralement destinés aux familles, aux enfants et aux adolescents. L'amendement renforcerait les mesures de protection prévues au § 3 du même article et compléterait les dispositions de l'article 14, 2°.

Dans un même souci, on pourrait souhaiter exclure de telles publicités de la grille horaire avant une certaine heure, par exemple 21 heures. L'amendement prévoit également cette possibilité.

N° 39 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 15bis (nouveau).

Insérer un article 15bis (nouveau), libellé comme suit :

« Art. 15bis. — La publicité radiodiffusée pour les marques de cigarettes, ou allusives à celles-ci, aux autres produits du tabac est interdite. »

JUSTIFICATION

La plupart des Etats membres de la C.E.E. ont adopté des législations de plus en plus draconiennes en ce qui concerne le tabac. Les effets néfastes de celui-ci n'ont plus à être démontrés. Il serait fâcheux que des campagnes menées en vue de protéger le consommateur par les services de Santé publique, ou les ministères compétents, puissent être contrecarrées par une publicité commerciale relative à l'usage de produits nocifs, même s'ils sont d'un usage culturellement admis.

Cette disposition serait conforme à l'esprit du Livre vert européen et au contenu de la proposition de directive datée du 29 avril 1986. Si cette disposition n'était pas admise, il se créerait en Belgique une distorsion de concurrence.

N° 40 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 15ter (nouveau).

Insérer un article 15ter (nouveau), libellé comme suit :

« Art. 15ter. — La publicité radiodiffusée pour les boissons alcoolisées, si elle est autorisée, ne doit pas :

« — suggérer que celles-ci sont dotées de propriétés thérapeutiques, ou qu'elles ont un effet stimulant, sédatif ou anticonflictuel;

« — encourager leur consommation immodérée ou donner une image négative de l'abstinence ou de la sobriété;

« — susciter l'impression que la consommation d'alcool favorise la convivialité, la réussite sociale ou sexuelle;

« — associer leur consommation à des performances physiques ou à la conduite d'un véhicule;

VERANTWOORDING

Er is geen reden om het aantal tijdsblokken van handelsreclame op de radio niet te beperken.

Nr. 38 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 15.

Paragraaf 4 aanvullen met wat volgt :

« Tevens kan Hij handelsreclame voor goederen of diensten op bepaalde uren en/of bepaalde dagen verbieden. »

VERANTWOORDING

Deze maatregel vormt een aanvulling van de amendementen tot invoeging van de artikelen 15bis en 15ter (nieuw) betreffende het verbod van handelsreclame voor sigarettenmerken of tabaksderivaten en tot beperking van de handelsreclame voor alcoholhoudende dranken.

Overeenkomstig de voorstellen van Europese richtlijn zou in de Lid-Staten een rechtspraak kunnen tot stand komen betreffende het verbod om handelsreclame uit te zenden op zon- en feestdagen. Zonder aan de mogelijkheid van een volledig verbod te denken, zou het toch op bepaalde produkten kunnen slaan. In 't bijzonder wordt daarbij gedacht aan alcoholhoudende dranken gedurende die perioden waarin de programma's doorgaans bestemd zijn voor gezinnen, kinderen en jeugd. Het amendement zou de beschermende maatregelen in § 3 van hetzelfde artikel kracht bijzetten en de bepalingen van artikel 14, 2°, aanvullen.

Om dezelfde reden ware het eveneens wenselijk bepaalde reclamespots vóór een bepaald uur, bijvoorbeeld 21 uur, uit het uurschema te weren. Het amendement voorziet tevens in die mogelijkheid.

Nr. 39 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 15bis (nieuw).

Een artikel 15bis (nieuw) toevoegen luidend als volgt :

« Art. 15bis. — Radioreclame voor sigarettenmerken of reclame die op die merken en andere tabakprodukten alludeert, is verboden. »

VERANTWOORDING

De meeste Lid-Staten van de E.E.G. hebben hoe langer hoe drastischer wetten goedgekeurd met betrekking tot de tabak. De noodlottige gevolgen van het tabaksverbruik hoeven niet meer te worden aangetoond. Het zou erg zijn mochten campagnes met het oog op de bescherming van de consument die door de diensten van Volksgezondheid of door de bevoegde ministeries opgezet worden, worden gedwarsboord door handelsreclame voor het verbruik van schadelijke produkten zelfs indien dat gebruik uit een cultureel oogpunt aanvaard wordt.

Deze bepaling zou stroken met de geest van het Europese groene boek en met de inhoud van het voorstel van richtlijn van 29 april 1986. Mocht die bepaling niet worden aanvaard, dan zou de concurrentie in België scheef getrokken worden.

Nr. 40 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 15ter (nieuw).

Een artikel 15ter (nieuw) invoegen, luidend als volgt :

« Art. 15ter. — Wanneer de radioreclame voor alcoholhoudende dranken toegelaten is, mag zij :

« — niet suggereren dat deze dranken therapeutische eigenschappen bezitten of een stimulerend of kalmerend effect hebben of nog van die aard zijn dat zij conflicten verzachten;

« — het overdadig gebruik ervan niet aanmoedigen of een negatief beeld ophangen van de onthouding of de soberheid;

« — niet de indruk wekken dat het verbruik van alcoholhoudende dranken de gezelligheid of het maatschappelijk of sexueel succes in de hand werkt;

« — het verbruik ervan niet in verband brengen met fysieke prestaties of het besturen van een wagen;

« — encourager leur consommation par des enfants et des adolescents;

« — souligner indûment leur teneur en alcool. »

JUSTIFICATION

Dans la mesure où aucune réglementation européenne ou commune à tous les Etats membres n'interdit ou n'interdirait la publicité pour les boissons alcoolisées, il convient cependant de limiter celles-ci dans un cadre strict.

L'inscription dans la loi même de ces mesures souligne le souci du législateur de protéger la santé des consommateurs.

Néanmoins, il faut conserver la faculté de pouvoir interdire toute publicité pour des boissons alcoolisées. Cet article 15ter (nouveau) ne se justifie donc que « si elle est autorisée ». La possibilité d'interdiction fera l'objet d'un amendement à l'article 15, § 4.

Sur le fond, il serait d'ailleurs souhaitable que le législateur interdise toute publicité pour les boissons alcoolisées, quel que soit le média utilisé. La mesure viserait la protection de la santé du consommateur. Elle serait cependant contradictoire avec l'intérêt de producteurs nationaux, principalement des brasseries placées ainsi en porte-à-faux par rapport à la concurrence du secteur. Dans un premier temps, il serait néanmoins possible d'interdire toute publicité pour les boissons dépassant un certain degré d'alcool.

A l'appui de cet amendement, il faut noter que la consommation de boissons alcoolisées augmente graduellement, dans notre pays, depuis la fin de la seconde guerre mondiale. Si la consommation de bière paraît stabilisée (à ± 125 litres/an par habitant), il n'en va pas de même pour le vin ou les boissons spiritueuses.

Des extrapolations fondées sur des analyses étrangères, permettent de chiffrer le coût pour la société de la consommation abusive d'alcool. En effets directs et indirects (accidents, absentéisme, maladies, frais d'hospitalisation ...), on peut avancer une somme globale de quelque 120 milliards par an, ou $\pm 12\ 000$ francs par an et par habitant.

« — het verbruik ervan door kinderen en jongeren niet aanmoedigen;

« — niet de nadruk leggen op het alcoholgehalte. »

VERANTWOORDING

Aangezien geen enkele Europese of enige aan de Lid-Staten gemeenschappelijke reglementering reclame voor alcoholhoudende dranken verbiedt, past het die reclame zo strikt mogelijk te reglementeren.

Indien die maatregelen in de wet zelf worden ingeschreven, zal beter tot uiting komen dat de wetgever erg begaan is met de bescherming van de gezondheid van de consumenten.

Niettemin dient de mogelijkheid te worden gehandhaafd om iedere reclame voor alcoholhoudende dranken te verbieden. Dit artikel 15ter (nieuw) is dus slechts verantwoord « indien de reclame toegelaten is ». De mogelijkheid om een desbetreffend verbod op te leggen maakt het voorwerp uit van een amendement op artikel 15, § 4.

Ten gronde zou het trouwens wenselijk zijn dat de wetgever iedere reclame voor alcoholhoudende dranken verbiedt, ongeacht het gebruikte medium. De maatregel zou de bescherming van de gezondheid van de consument op het oog hebben. Doch hij zou strijdig zijn met het belang van nationale producenten, hoofdzakelijk de brouwerijen, die aldus in de hoek worden geduwd door de in die sector heersende concurrentie. In een eerste fase zou het niettemin mogelijk zijn iedere reclame te verbieden met betrekking tot dranken waarvan het alcoholgehalte een bepaalde graad overschrijdt.

Tot staving van dit amendement dient erop te worden gewezen dat het verbruik van dergelijke dranken sedert het einde van de Tweede Wereldoorlog in ons land gestadig toegenomen is. Terwijl het bierverbruik gestabiliseerd lijkt (± 125 liter/jaar per inwoner), is dat niet het geval met wijn of geestrijke dranken.

Extrapolaties op grond van buitenlandse analyses maken het mogelijk te berekenen hoeveel het alcoholmisbruik de maatschappij kost. Qua rechtstreekse en onrechtstreekse gevolgen (ongevallen, afwezigheid op het werk, ziekten, ziekenhuiskosten...) kunnen die kosten op circa 120 miljard of $\pm 12\ 000$ frank per jaar en per inwoner worden geraamd.

N° 41 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 17.

A) En ordre principal :

Remplacer cet article par ce qui suit :

« Art. 17. — *Aucune taxe, imposition ou contribution de quelque nature que ce soit ne peut être prélevée par l'Etat sur les recettes publicitaires des organismes publics de radiodiffusion relevant des Communautés.* »

JUSTIFICATION

Cette disposition rencontre les intentions expressément formulées par le Parlement lors de l'adoption de la loi du 21 juillet 1971, et par référence à cette dernière, de la loi du 8 août 1980.

Elle laisse la liberté à chaque Communauté d'affecter au financement de sa politique les recettes réalisées grâce à ses investissements dans le domaine de la radiodiffusion.

Il va de soi que chaque Communauté dispose, dans ce cas, en ce qui la concerne, de l'affectation précise des recettes.

B) En premier ordre subsidiaire :

Au § 1^{er}, supprimer le deuxième alinéa.

JUSTIFICATION

Rien ne justifie, a priori, que l'introduction de la publicité commerciale dans les programmes de radios locales fasse subir des pertes de revenus à la presse écrite.

Par ailleurs, la notion de « radio locale » pourrait disparaître de la législation des Communautés. Il sera, sans doute, plus exact de parler de « radios commerciales ». Dans ce cas, on ne voit pas pourquoi les revenus publicitaires de ces radios ne seraient pas en partie affectés à la presse écrite.

C) En second ordre subsidiaire :

Au § 1^{er}, remplacer le premier alinéa par ce qui suit :

Nr. 41 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 17.

A) In hoofdorde :

Dit artikel vervangen door de volgende bepaling :

« Art. 17. — *Geen heffing, belasting of bijdrage van enige aard mag door het Rijk worden geheven op de reclameïnkomen van onder de Gemeenschappen ressorterende openbare radio-omroepdiensten.* »

VERANTWOORDING

Die bepaling strookt met de bedoelingen die door het Parlement uitdrukkelijk te kennen zijn gegeven bij de goedkeuring van de wet van 21 juli 1971 en, onder verwijzing naar deze laatste, van de wet van 8 augustus 1980.

Zij biedt elke Gemeenschap de mogelijkheid om de dank zij haar investeringen op het gebied van de radio-omroep verkregen inkomsten voor de financiering van haar beleid aan te wenden.

Elke Gemeenschap beslist uiteraard zelf over de juiste bestemming van die inkomsten.

B) In eerste bijkomende orde :

In § 1, het tweede lid weglaten.

VERANTWOORDING

Niets bewijst, a priori, dat de invoering van handelsreclame in de programma's van de plaatselijke radio een verlies van inkomsten betekent voor de schrijvende pers.

Bovendien zal het begrip « plaatselijke radio's » misschien verdwijnen uit de wetgeving van de Gemeenschappen. Wellicht zal het juist zijn te spreken van « commerciële radiozenders ». In dat geval zien wij niet in waarom de reclameontvangsten niet gedeeltelijk ten goede zouden kunnen komen van de schrijvende pers.

C) In tweede bijkomende orde :

In dezelfde § 1, het eerste lid vervangen door de volgende bepaling :

« Le Roi détermine annuellement, par arrêté délibéré en Conseil des Ministres, les modalités de perception et d'affectation selon lesquelles une partie des montants des revenus bruts provenant de la publicité commerciale sont affectés à la presse écrite en tant que compensation forfaitaire, si et dans la mesure où l'introduction de la publicité commerciale à la radio et à la télévision entraîne une perte de revenus de la presse écrite. »

JUSTIFICATION

L'expérience vécue à l'étranger ne conclut pas nécessairement à la perte de revenus de la presse écrite due à la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

Le Gouvernement semble s'être rendu à cette conclusion en introduisant, lui-même, un amendement qui ne retient « la compensation forfaitaire prévue pour la presse écrite que comme une possibilité ».

Nous proposons cependant un libellé qui évite toute interprétation arbitraire. Les modalités de « perception et d'affectation » sont précisées. En effet, la détermination des montants des revenus bruts affectés, provenant de la publicité commerciale, dépendra à la fois de la manière dont seront évalués ces revenus et de la manière dont ils seront répartis entre les différents organismes de la presse écrite.

Si nous envisageons également la compensation forfaitaire comme une possibilité, nous pensons qu'il faut préciser le cadre dans lequel elle s'applique. Il s'agit bien d'envisager la seule possibilité où la presse écrite subit une perte de revenus du fait de l'introduction de la publicité commerciale à la radio et à la télévision, à l'exclusion d'autres justifications.

N° 42 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 16.

Remplacer le mot « Quiconque » par les mots « Tout radiodiffuseur ».

JUSTIFICATION

Seuls les radiodiffuseurs doivent être autorisés à insérer de la publicité commerciale dans leurs programmes, à l'exclusion des sociétés de radiodiffusion, telles qu'elles sont définies à l'article 1^{er}, 8^o, et des distributeurs.

Voir également : amendement à l'article 1^{er}, 8^o (Doc. n° 1222/5-II).

N° 43 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 12.

Remplacer le § 1^{er} par ce qui suit :

« § 1. Les services de radiodiffusion peuvent insérer de la publicité commerciale, dans leurs programmes dont la diffusion ou la distribution ne sont pas interdites par les Communautés, aux conditions fixées par la présente loi et dans le respect de toutes dispositions légales ou réglementaires prises par l'Etat, les Communautés et les Régions. »

JUSTIFICATION

Il résulte des travaux préparatoires de la loi du 21 juillet 1971 relative à la compétence et au fonctionnement des Conseils culturels pour la Communauté culturelle française et pour la Communauté culturelle néerlandaise, ainsi que de la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980, que l'exception à la plénitude des compétences des communautés en matière de radiodiffusion et de télévision que constitue la publicité commerciale, n'autorise les autorités nationales qu'à interdire ou autoriser, dans son principe, la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

Cette exception est d'interprétation restrictive.

Le pouvoir d'interdire ou d'autoriser, dans son principe, la publicité commerciale sur les ondes fut laissé aux autorités nationales, essentiellement, même si cela ne résulte pas expressément des travaux préparatoires des lois précitées, parce que la publicité commerciale était trop controversée. Il le fut également, argument expressément invoqué à l'époque, pour éviter à la fois que la publicité commerciale soit autorisée dans une communauté et pas dans l'autre et que la « libéralisa-

« De Koning bepaalt jaarlijks, bij in Ministerraad overlegd besluit, de bedragen van de bruto inkomsten uit de handelsreclame die aan de schrijvende pers als forfaitaire tegemoetkoming worden toegekend, indien en voor zover de invoering van handelsreclame op radio en televisie voor de schrijvende pers een verlies aan inkomsten tot gevolg heeft. »

VERANTWOORDING

De ervaring in het buitenland blijkt niet aan te tonen dat invoering van handelsreclame op radio en televisie noodzakelijkerwijze tot een verlies aan inkomsten voor de schrijvende pers leidt.

De Regering is blijkbaar tot die conclusie gekomen aangezien zij zelf een amendement heeft ingediend die de aan de schrijvende pers toegekende forfaitaire tegemoetkoming enkel als een mogelijkheid beschouwt.

Toch stellen wij een tekst voor die alle arbitraire interpretatie uitsluit. De wijze waarop de inning en de bestemming gebeurt, wordt aangeduid. De vaststelling van het bedrag van de toegekende bruto-inkomsten uit commerciële reclame zal niet alleen afhangen van de wijze waarop die inkomsten zullen geraamd worden, maar ook van de manier waarop zij onder de verschillende organen van de schrijvende pers zullen worden verdeeld.

Ook wij beschouwen die forfaitaire tegemoetkoming als een mogelijkheid, maar wij zijn van oordeel dat het kader moet worden vastgesteld binnen hetwelk zij toepassing moet kunnen vinden. Het is de bedoeling alleen de mogelijkheid in overweging te nemen dat de schrijvende pers inkomsten verliest ingevolge de invoering van commerciële reclame op radio en televisie. Andere redenen kunnen hier niet aan bod komen.

Nr. 42 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 16.

De woorden « Al wie » vervangen door de woorden « Elke radiozender ».

VERANTWOORDING

Alleen radiozenders mogen worden gemachtigd om handelsreclame in hun programma's op te nemen, met uitsluiting van de radio-omroepverenootschappen, zoals zij in artikel 1, 8^o, zijn omschreven, en van de verdelers.

Zie ook de verantwoording van het amendement op artikel 1, 8^o (Stuk nr. 1222/5-II).

Nr. 43 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 12.

Paragraaf 1 vervangen door de volgende bepaling :

« § 1. Radio-omroepdiensten mogen in programma's waarvan de uitzending of de distributie niet door de gemeenschappen verboden zijn, handelsreclame opnemen op de bij deze wet bepaalde voorwaarden en met inachtneming van alle door de Staat, de Gemeenschappen en de Gewesten uitgevaardigde wets- of verordeningbepalingen »

VERANTWOORDING

Uit de werkzaamheden ter voorbereiding van de wet van 21 juli 1971 betreffende de bevoegdheid en de werking van de Cultuurraden voor de Nederlandse en de Franse Cultuurgemeenschap, alsmede van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen blijkt dat de uitzondering, ten aanzien van de handelsreclame, op de onverkorte bevoegdheid der gemeenschappen op het stuk van radio-omroep en televisieuitzending, de nationale instanties slechts machtigt om handelsreclame op radio en televisie in beginsel te verbieden of toe te staan.

Deze uitzondering moet op beperkende wijze worden geïnterpreteerd.

De bevoegdheid om handelsreclame in de ether in beginsel te verbieden of toe te staan werd vooral overgelaten aan de nationale gezagdragers, zelfs indien een en ander niet uitdrukkelijk blijkt uit de werkzaamheden ter voorbereiding van de voormelde wetten, omdat handelsreclame te zeer omstreden was. Dat gebeurde ook — en dat argument werd destijds uitdrukkelijk aangevoerd — om te voorkomen dat handelsreclame in de ene Gemeenschap wel en in de andere niet

tion - éventuelle de la publicité s'accompagne de mesures de sauvegarde des intérêts économiques de la presse écrite.

Aussi convient-il que le Parlement se borne à autoriser la publicité commerciale, moyennant le respect des conditions qu'il est habilité ou invité par le législateur spécial à arrêter. L'on songe essentiellement aux aspects fiscaux et à l'aide à la presse écrite.

Pour le reste, il convient que les communautés arrêtent les dispositions qu'elles jugeront utiles.

En tout état de cause, il ne peut dépendre des autorités nationales d'autoriser les distributeurs à diffuser leurs programmes propres ou produits par des personnes tierces qui ne font que de la production, à y insérer de la publicité commerciale et à se transformer en radiodiffuseur.

Le conseil d'Etat a remis un avis sur un amendement similaire (Doc. n° 1222 - n° 23) en jugeant la mention des « dispositions légales ou réglementaires » superflues. Il est pourtant nécessaire de préciser ici que la publicité commerciale ne peut contrevenir à des dispositions prises tant par l'Etat que par les Communautés ou les Régions. On songe par exemple, pour ces dernières institutions, à des dispositions relatives à la protection de la santé des citoyens par les Communautés, ou à des matières relevant des compétences économiques des Régions.

N° 44 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 18.

Remplacer cet article par ce qui suit :

« Art. 18. — § 1^{er}. L'Etat ristourne 50 % des recettes fiscales ou autres qu'il prélève sur les revenus de la publicité commerciale radiodiffusée et télévisée, à la Communauté française, pour ce qui concerne la publicité intégrée dans des programmes de langue française, à la Communauté flamande, pour ce qui concerne la publicité intégrée dans des programmes de langue néerlandaise et à la Communauté germanophone, pour ce qui concerne la publicité intégrée dans des programmes de langue allemande.

» § 2. Par dérogation à l'article 1^{er}, § 2, de la loi ordinaire de réformes institutionnelles du 9 août 1980, les ristournes visées au paragraphe précédent ne peuvent être affectées qu'au financement du budget pour les matières visées à l'article 59bis de la Constitution.

» § 3. Par arrêté délibéré en Conseil des Ministres et pris de l'avis des Exécutifs des Communautés, le Roi détermine les taxes, impôts et prélèvements de toutes natures relatifs à la publicité commerciale ainsi que leurs modalités de perception.

» Toutefois, ces taxes, impôts et prélèvements ne peuvent pas, globalement être inférieurs aux taxes et impositions de droit commun.

» § 4. Le solde des recettes fiscales ou autres fixées aux §§ 1^{er} et 3 est affecté, à l'aide à la presse écrite belge, dans la mesure et suivant les modalités définies par la loi dans l'année qui suit celle de l'entrée en vigueur de la présente loi. A défaut, ce solde sera ristourné intégralement aux Communautés suivant les modalités visées au § 1^{er}.

» § 5. En outre, les modalités visées au paragraphe 4, ne seront définies par la loi qu'après que le Gouvernement aura communiqué, à la Chambre et au Sénat, un rapport circonstancié relatif à la presse écrite belge rédigé, notamment, sur la base d'une consultation des organisations représentatives des travailleurs et des employeurs du secteur. »

JUSTIFICATION

Le Conseil d'Etat (Doc. parl. n° 1222/23, point 26) a fait remarquer que le § 3 du texte propose pour l'article 18 est en contradiction avec l'article 110 de la Constitution.

En effet le § 1^{er} de cet article 110 dispose : « Aucun impôt au profit de l'Etat ne peut être établi que par une loi ». La correction de l'amendement en ce sens porterait : « La loi détermine les taxes ... »

En son § 1^{er}, cet article prévoit la restitution aux Communautés d'une partie des recettes fiscales prélevées par l'Etat sur les revenus de la publicité commerciale

toegestaan zou zijn en tegelijkertijd om de eventuele « liberalisering » van de reclame gepaard te doen gaan met maatregelen ter vrijwaring van de economische belangen van de schrijvende pers.

Het verdient dan ook aanbeveling dat het Parlement er zich toe beperkt de handelsreclame toe te staan mits de voorwaarden die het gemachtigd is te stellen of tot het stellen waarvan het door de bijzondere wetgever uitgenodigd wordt, nageleefd worden. Wij denken hier voornamelijk aan de fiscale aspecten en aan de steun aan de schrijvende pers.

Overigens dienen de gemeenschappen de maatregelen vast te stellen die zij nuttig achten.

Hoe dan ook, de machtiging voor de verdelers hun eigen programma's of die welke zijn geproduceerd door derden die alleen de produktie verzorgen, te verspreiden, er handelsreclame in op te nemen en zich tot radio-omroeper om te vormen, mag niet van de nationale overheid afhankelijk worden gemaakt.

De Raad van State heeft over een gelijkaardig amendement (Stuk nr. 1222/23) een advies uitgebracht waarin hij de woorden « wets- en verordeningbepalingen » overbodig achtte. Nochtans moet hier absoluut worden gepreciseerd dat de handelsreclame niet in strijd mag zijn met zowel door de Staat als door de Gemeenschappen of Gewesten uitgevaardigde bepalingen. Men denke b.v. aan de bepalingen die de Gemeenschappen hebben uitgevaardigd met betrekking tot de gezondheid van de burgers of aan aangelegenheden die tot de economische bevoegdheid van de Gewesten behoren.

Nr. 44 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 18.

Dat artikel vervangen door de volgende bepaling :

« Art. 18. — § 1. Vijftig procent van de fiscale of andere inkomsten die het Rijk op de inkomsten van de etherreclame heeft, wordt uitgekeerd aan de Vlaamse Gemeenschap voor de in Nederlandstalige programma's opgenomen reclame, aan de Franse Gemeenschap voor de in Franstalige programma's opgenomen reclame, en aan de Duitse Gemeenschap voor de in Duitstalige programma's opgenomen reclame.

» § 2. In afwijking van artikel 1, § 2, van de gewone wet van 9 augustus 1980 tot hervorming van de instellingen mogen de in de vorige paragraaf bedoelde bedragen alleen worden aangewend voor de financiering van de begroting voor de bij artikel 59bis van de Grondwet bedoelde aangelegenheden.

» § 3. De Koning bepaalt bij in Ministerraad overlegd en op advies van de Gemeenschapsexecutieven uitgevaardigd besluit van taksen, belastingen en heffingen van enige aard op de handelsreclame en de wijze waarop zij worden geïnd.

» Die taksen, belastingen en heffingen mogen echter in totaal niet lager zijn dan de taksen en belastingen van gemeen recht.

» § 4. Het saldo van de in de paragrafen 1 en 3 bedoelde fiscale of andere inkomsten wordt als steun aan de Belgische pers aangewend zoals bij de wet is bepaald in het jaar volgend op het jaar van de inwerkingtreding van deze wet. Zo niet wordt dat saldo integraal aan de gemeenschappen uitgekeerd op de bij § 1 bedoelde wijze.

» § 5. De bij § 4 bedoelde modaliteiten worden bovendien pas bij de wet bepaald nadat door de Regering aan Kamer en Senaat een omstandig verslag over de toestand van de Belgische pers is overgelegd, dat onder meer is opgesteld na raadpleging van de representatieve werknemers- en werkgeversorganisaties van de perssector. »

VERANTWOORDING

De Raad van State (Stuk nr. 1222/23, 26) heeft opgemerkt dat § 3, van de voor artikel 18 voorgestelde tekst strijdig is met artikel 110 van de Grondwet.

Paragraaf 1 van dat artikel 110 bepaalt immers het volgende : « Geen belasting ten behoeve van de Staat kan worden ingevoerd dan door een wet ». De dienovereenkomstige verbetering van het amendement zou luiden : « De wet bepaalt de belastingen ... ».

Paragraaf 1 van dit artikel bepaalt dat een gedeelte van de belastingen die het Rijk op de reclameinkomsten van andere dan de bij artikel 17 bedoelde personen

réalisés par les personnes et organismes autres que ceux visés à l'article 17. Il n'est que juste en effet, que les recettes fiscales réalisées grâce à ces vecteurs essentiels de communication spécifique à chaque Communauté que sont la radio et la télévision soient affectées à la promotion des politiques menées par celles-ci.

En son § 2, cet article, suivant la logique qui préside au paragraphe 1^{er}, précise que les ristournes fiscales ne peuvent être affectées qu'aux matières communautaires.

En son § 3 cet article détermine comment les recettes fiscales seront prélevées.

Les §§ 4 et 5 concrétisent les intentions des législateurs de juillet 1971 et d'août 1980. Ils prévoient l'affectation d'une partie des recettes fiscales à la presse écrite suivant des modalités à définir par le Parlement après que celui-ci sera mis en mesure d'apprécier de manière précise l'impact de la publicité radiodiffusée, sur cette presse.

Comme l'exception à la plénitude des compétences des Communautés en matière de radiodiffusion et télévision que constitue la publicité commerciale se justifie essentiellement par le souci de protéger la presse écrite et, et comme par ailleurs, cette presse écrite est en droit de réclamer des mesures urgentes, il s'indique de sanctionner une éventuelle inertie du Parlement en la matière par une ristourne intégrale des recettes fiscales aux communautés.

N° 45 DE MM. ANSELME ET M. HARMEGNIES

Art. 14.

1) Remplacer le 2° par ce qui suit :

« 2° avoir trait à des biens ou services que le Roi désigne par arrêté délibéré en Conseil des Ministres, ou par les Communautés et les Régions ».

JUSTIFICATION

Outre ce qui serait explicitement inscrit dans la loi, le législateur doit se réserver la possibilité d'interdire purement et simplement la publicité de certains biens ou services. On pense à une politique qui deviendrait plus volontariste en matière de boissons alcoolisées (éventuellement en fonction du degré d'alcool des produits); mais aussi à des substances médicamenteuses, voire à des produits de consommation qui contiendraient des additifs nocifs pour la santé ou à des produits, engins ou ustensiles ne répondant pas aux normes de sécurité imposées par notre législation, ou une instance internationale reconnue, ou encore à des biens ou services portant atteinte à l'environnement ou à la qualité de l'habitat.

Ceci est, encore une fois, particulièrement important quand les produits sont destinés à des jeunes enfants, quoique ces mesures visent plus globalement à protéger l'ensemble des consommateurs.

Néanmoins, il se peut que l'interdiction de vanter certains biens ou services par la publicité commerciale, à la radio et à la télévision, soit nécessaire à l'exercice des compétences communautaires et régionales. En effet, en raison des différences de langues, notamment, certains produits ou marques de produits ne sont pas diffusées uniformément sur le marché belge.

2) Compléter cet article par un 4°, 5° et 6° libellés comme suit :

« 4° faire apparaître ou suggérer des qualités fictives de produits ou services;

« 5° contenir une quelconque référence à une personne ou institution, ni déclaration ou attestation émanant d'elles, sans leur autorisation ou celle de leurs ayants droit;

« 6° contrevenir aux règles en vigueur en ce qui concerne la propriété littéraire, artistique et industrielle et les droits de la personne sur son image ».

JUSTIFICATION

A supposer que les autorités nationales puissent régler les aspects déontologiques de la publicité commerciale à la radio et à la télévision sans violer les compétences des Communautés, ce dont on peut raisonnablement douter, il convient que le Parlement arrête toutes les mesures pour lesquelles il n'est pas nécessaire de recourir à une délégation en faveur du Roi.

D'autres dispositions plus précisément relatives au tabac et à ses dérivés, ainsi qu'aux boissons alcoolisées, sont proposées dans des amendements introduisant des articles séparés.

B. ANSELME.
M. HARMEGNIES.

en instelling heft, naar de gemeenschappen teruggaat. Het is inderdaad maar billijk dat de fiscale inkomsten die dank zij de eigen radio en televisie van elke gemeenschap worden gerealiseerd, voor het door die gemeenschap gevoerde beleid worden aangewend.

Paragraaf 2 van het artikel preciseert, met dezelfde logica als in paragraaf 1, dat de teruggestorte belastingen slechts voor communautaire aangelegenheden mogen worden gebruikt.

Paragraaf 3 bepaalt hoe de belastingen worden gegeven.

De §§ 4 en 5 concretiseren de bedoelingen van de wetgevers van juli 1971 en augustus 1980. Zij bepaalt dat een gedeelte van de geïnde belastingen naar de pers gaat op de wijze die het Parlement omschrijft na in staat te zijn gesteld om de juiste weerslag van de etherreclame op de pers te beoordelen.

Daar de uitzondering, die op de volstrekte bevoegdheid van de gemeenschappen inzake radio en televisie is gemaakt voor reclame, vooral is ingegeven door de zorg om de pers te beschermen, en daar die pers terecht dringend maatregelen vraagt, is het aangewezen als sanctie voor het mogelijk in gebreke blijven van het Parlement op dat stuk in een integrale uitkering van de belastingopbrengst aan de gemeenschappen te voorzien.

Nr. 45 VAN DE HEREN ANSELME EN M. HARMEGNIES

Art. 14.

1) Het 2° vervangen door de volgende bepaling :

« 2° geen betrekking hebben op goederen of diensten die door de Koning bij in Ministerraad besproken besluit of door de gemeenschappen en de gewesten zijn aangewezen. »

VERANTWOORDING

Naast alles wat in de wet expliciet staat vermeld, moet de wetgever voor zichzelf de mogelijkheid openlaten om reclame voor bepaalde goederen of diensten zonder meer te verbieden. Hierbij denken we aan een beleid dat voluntaristischer zou kunnen worden inzake alcoholhoudende dranken (eventueel op grond van het alcoholgehalte van de produkten); maar ook aan geneeskundige substanties, of zelfs aan verbruiksprodukten die voor de gezondheid schadelijke additieven bevatten of aan produkten, tuigen of gebruikvoorwerpen die niet beantwoorden aan de veiligheidsnormen welke door de Belgische wet of door een erkende internationale instantie zijn opgelegd, of nog aan goederen of diensten die het leefmilieu of de kwaliteit van het woonmilieu schade berokkenen.

Dat is eens te meer van bijzonder belang wanneer de produkten bestemd zijn voor jonge kinderen, hoewel dergelijke maatregelen meer in 't algemeen alle verbruikers willen beschermen.

Toch kan het gebeuren dat het verbod om bepaalde goederen of diensten via handelsreclame op radio en televisie aan te prijzen, noodzakelijk is voor de uitoefening van de bevoegdheden der Gemeenschappen en Gewesten. Wegens de verschillende talen worden met name bepaalde produkten of merken van produkten immers niet eenvormig over de Belgische markt verspreid.

2) Het artikel aanvullen met de volgende bepalingen :

« 4° niet op denkbeeldige kwaliteiten van produkten of goederen wijzen of zinspelen;

« 5° geen verwijzing naar een persoon of instelling of naar een daarvan uitgaande verklaring of getuigenis bevatten zonder toestemming van de betrokkene of zijn rechthebbenden;

« 6° geen geldende regels inzake letterkundige, artistieke en industriële eigendom en inzake de beschikking van een persoon over zijn visuele afbeelding overtreden; »

VERANTWOORDING

Gesteld dat de nationale overheid de deontologische aspecten van de etherreclame zou kunnen regelen zonder de bevoegdheden van de Gemeenschappen te schenden, wat redelijkerwijze kan worden betwijfeld, dan dient het Parlement alle maatregelen te treffen waarvoor geen volmacht voor de Koning nodig is.

Andere bepalingen die meer bepaald betrekking hebben op tabak en tabaksderivaten evenals op alcoholhoudende dranken, worden voorgesteld in amendementen die afzonderlijke artikelen invoegen.

N° 46 DE M. FÉAUX

Art. 2.

Au § 1^{er}, remplacer le premier alinéa par ce qui suit :

« § 1^{er}. Les réseaux de radiodistribution ou de télédistribution autorisés font l'objet d'une agréation technique du Ministre autorisant leur exploitation, après vérification de la conformité aux prescriptions prévues en fonction de l'application des articles 8 et 9 de la présente loi. »

N° 47 DE M. FÉAUX

Art. 2.

Compléter le deuxième alinéa par ce qui suit :

« Elle vaut pour une première période de 9 ans, renouvelable pour des périodes de 4 ans. »

N° 48 DE M. FÉAUX

Art. 2.

Remplacer chaque fois le mot « autorisation » par le mot « agréation ».

JUSTIFICATION

Cette justification vaut pour les amendements n° 46 à 48.

La loi doit s'appliquer dans le cadre des compétences du législateur national. Aussi, il est bon de préciser les limites des conditions de l'autorisation du Ministre. Celles-ci ne peuvent faire référence qu'à des données techniques de l'exploitation.

Des normes communautaires doivent fixer les conditions de gestion culturelle de la diffusion, ainsi que les conditions d'établissement.

Il ressort en effet de l'avis du Conseil d'Etat sur la proposition de décret relatif aux émissions de radiodiffusion sonore et télévisuelle diffusées par voie du câble (Doc. C.C.F. 108 (1982-1983), n° 2) qu'il est « incontestable qu'en principe, la distribution d'émissions de radiodiffusion sonore ou d'émissions de radiodiffusion télévisuelle est de la compétence des communautés ». Le même avis conclut en précisant « sauf en ce qui concerne la fixation des conditions de nature technique ».

On rappellera, en outre, les remarques formulées par l'exécutif de la Communauté française, en sa séance du 23 janvier 1985. Il fait référence aux articles 8 et 10 de la loi spéciale du 8 août 1980. Les dispositions contenues dans ces articles autorisent les Communautés à prendre les mesures relatives à l'infrastructure nécessaire à l'exercice de leurs compétences.

Il faut en conclure que l'établissement d'un réseau de radiodistribution ou de télédistribution est de compétence Communautaire. Il appartient donc à chaque Communauté de l'autoriser, sous réserve de l'agrément relative aux prescriptions techniques donnée par le Ministre du Gouvernement national, en ce qui concerne l'exploitation.

L'amendement n° 47 (*supra*) introduit également une durée d'agrément. Il importe en effet de fixer une durée d'agrément suffisante pour justifier les investissements au moment de l'établissement.

Enfin, la terminologie employée est modifiée afin de mieux délimiter les champs de compétences respectifs. Le Conseil d'Etat avait proposé une modification du texte sur lequel il a rendu avis, en ce sens. Malheureusement, il introduisait lui-même une ambiguïté (Doc. 1222/1, p. 14), en proposant l'usage des termes autorisé/autorisation pour des matières différentes.

Si on considère l'autorisation d'établissement, du nombre et du choix des programmes, ainsi que des normes de diffusion, comme relevant de compétences communautaires, il est plus judicieux d'utiliser, pour ce qui concerne la compétence nationale, le terme « agrément », communément admis dans nos textes législatifs.

V. FEAUX.

Nr. 46 VAN DE HEER FÉAUX

Art. 2.

Het eerste lid vervangen door de volgende tekst :

« De radiodistributie- en kabeltelevisienetten waarvoor machtiging is verleend, zijn onderworpen aan de technische erkenning van de Minister die tot de exploitatie ervan machtigt na te hebben nagegaan of zij beantwoorden aan de voorschriften waarin is voorzien op grond van de artikelen 8 en 9 van de onderhavige wet. »

Nr. 47 VAN DE HEER FÉAUX

Art. 2.

In hetzelfde artikel na de eerste zin van het tweede lid de volgende zin invoegen :

« Zij geldt voor een eerste periode van 9 jaar die telkens voor perioden van 4 jaar kan worden hernieuwd. »

Nr. 48 VAN DE HEER FÉAUX

Art. 2.

In hetzelfde artikel overal het woord « vergunning » vervangen door het woord « erkenning ».

VERANTWOORDING

Deze verantwoording geldt voor de amendementen nrs. 46 tot 48.

De wet moet in het raam van de bevoegdheden van de nationale wetgever worden toegepast. Ook dienen de voorwaarden voor de vergunning van de Minister te worden omschreven. Zij mogen slechts op technische gegevens van de exploitatie slaan.

Voor het culturele beheer van de zender en de vestigingsvoorwaarden moeten gemeenschapsnormen worden vastgelegd.

Uit het advies van de Raad van State over het voorstel van decreet betreffende de radiodistributie- en kabeltelevisieuitzendingen (*Stuk R.F.G. 108 (1982-1983)*, nr. 2) blijkt immers dat de distributie van klank- of beeldradio-uitzendingen in beginsel ontegenzeggelijk tot de bevoegdheid van de gemeenschappen behoort, behalve voor wat de bepaling van de voorwaarden van technische aard betreft. Het voorgestelde amendement brengt die verduidelijking in de tekst.

Voorts verwees de executieve van de Franse Gemeenschap op haar vergadering van 23 januari 1985 naar de artikelen 8 en 10 van de bijzondere wet van 8 augustus 1980 waarbij de Gemeenschappen gemachtigd worden om maatregelen te treffen op het stuk van de voor de uitoefening van hun bevoegdheden vereiste infrastructuur.

Daaruit dient te worden afgeleid dat de oprichting van een radiodistributie- of kabeltelevisienet tot de bevoegdheid van de Gemeenschappen behoort. Het komt dus aan elke Gemeenschap toe daarvoor machtiging te verlenen, onder voorbehoud van de erkenning door de Minister van de nationale Regering op het gebied van de technische voorschriften, voor de exploitatie.

Het amendement voert ook een looptijd voor de erkenning in, waarin het ontwerp niet voorziet. De looptijd voor de erkenning moet lang genoeg zijn om de investeringen bij de oprichting te verantwoorden.

De gebruikte bewoordingen worden ten slotte gewijzigd om het domein van de onderscheiden bevoegdheden beter af te bakenen. De Raad van State had een tekstwijziging voorgesteld in die zin. Maar jammer genoeg zat daar een onduidelijkheid in (*Stuk 1222/1*, blz. 14) waar voor verschillende aangelegenheden het gebruik van de woorden « machtiging » en « vergunning » wordt voorgesteld.

Als wordt aangenomen dat de machtiging tot vestiging, van het aantal en de keuze van de programma's en de normen voor de uitzending tot de bevoegdheid van de Gemeenschappen behoort, dan is het beter voor de nationale bevoegdheid het woord « erkenning » te gebruiken, zoals het in onze wetsteksten gewoonlijk gebeurt.

N° 49 DE M. BIEFNOT

Art. 2.

Au dernier alinéa, insérer le mot « techniques » entre le mot « conditions » et le mot « qui ».

JUSTIFICATION

Compte tenu de la compétence attribuée aux Communautés dans le secteur audiovisuel, le législateur national ne saurait imposer ses critères culturels au demandeur d'une autorisation d'établissement et d'exploitation d'un réseau de radiodistribution ou de télédistribution; il doit nécessairement se limiter à imposer des conditions techniques.

Y. BIEFNOT.

N° 50 DE M. MOTTARD

Art. 2.

Au quatrième alinéa, supprimer les mots « les programmes autorisés ainsi que les fréquences sur lesquelles ils sont transmis ».

JUSTIFICATION

Il n'appartient pas aux autorités nationales de fixer les programmes ni, partant, les canaux utilisés pour la distribution de chaque programme.

La compétence des autorités nationales est strictement limitée à l'autorisation de la publicité commerciale, en fonction de la loi du 8 août 1980.

N° 51 DE M. MOTTARD

Art. 5.

A la deuxième ligne du second alinéa, supprimer les mots « ou économique ».

J. MOTTARD.

Nr. 49 VAN DE HEER BIEFNOT

Art. 2.

In het laatste lid tussen de woorden « de » en « voorwaarden », het woord « technische » invoegen.

VERANTWOORDING

Gelet op de op het audiovisuele vlak aan de Gemeenschappen toegekende bevoegdheid kan de nationale wetgever aan de aanvrager van een machtiging voor de oprichting en de exploitatie van een radiodistributie- of kabeltelevisienet geen culturele criteria opleggen, maar moet hij zich noodzakelijkerwijze tot technische voorwaarden beperken.

Nr. 50 VAN DE HEER MOTTARD

Art. 2.

In het vierde lid de woorden « de overgebrachte programma's alsmede de frequenties waarop zij worden overgebracht » weglaten.

VERANTWOORDING

Het komt niet aan de nationale overheid toe de programma's vast te leggen en te bepalen welke kanalen voor de overbrenging van elk programma moeten worden gebruikt.

De bevoegdheid van de nationale overheid is strikt beperkt tot het verlenen van de machtiging voor handelsreclame overeenkomstig de wet van 8 augustus 1980.

Nr. 51 VAN DE HEER MOTTARD

Art. 5.

Op de eerste regel van het tweede lid de woorden « of economisch » weglaten,