

**BELGISCHE SENAAAT****ZITTING 1986-1987**

6 JANUARI 1987

**Ontwerp van wet betreffende de radiodistributie-  
en de teledistributienetten en betreffende de  
handelspubliciteit op radio en televisie**

**AMENDEMENTEN VAN  
DE HEER WYNINCKX c.s.**

**ARTIKEL 1bis**

Een artikel 1bis (nieuw) in te voegen, luidende :

« De verdeler is :

- ofwel de Regie van Telegrafie en Telefonie;
- ofwel het provinciebestuur, een provinciale dienst of een provinciale regie;
- ofwel het gemeentebestuur, een gemeentelijke dienst of een gemeentelijke regie;
- ofwel een intercommunale, al dan niet in samenwerking met het provinciebestuur. »

**Verantwoording**

In het licht van de nieuwe verantwoordelijkheden, mogelijkheden en verplichtingen van de verdeler, past het zijn statuut duidelijk te omschrijven.

**ART. 12**

A. Paragraaf 1 van dit artikel te vervangen als volgt :

« §.1. De machtiging om handelsreclame uit te zenden op radio en televisie kan enkel verleend worden aan de instituten belast met openbare radio- en televisiedienst, die opgericht werden bij decreet van de Vlaamse Raad, resp. de Franse Gemeenschap.

**R. A 13712***Zie :***Gedr. St. van de Senaat :**

397 (1986-1987) :

N° 1 : Ontwerp overgezonden door de Kamer van Volksvertegenwoordigers.  
N° 2 : Verslag.

**SENAT DE BELGIQUE****SESSION DE 1986-1987**

6 JANVIER 1987

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

**AMENDEMENTS PROPOSES PAR  
M. WYNINCKX ET CONSORTS**

**ARTICLE 1<sup>er</sup>bis**

Insérer un article 1<sup>er</sup>bis (nouveau), libellé comme suit :

« Le distributeur est :

- soit la Régie des Télégraphes et des Téléphones;
- soit l'administration provinciale, un service provincial ou une régie provinciale;
- soit l'administration communale, un service communal ou une régie communale;
- soit une intercommunale, en collaboration ou non avec l'administration provinciale.

**Justification**

Eu égard aux responsabilités, possibilités et obligations nouvelles des distributeurs, il s'indique de définir clairement leur statut.

**ART. 12**

A. Remplacer le § 1<sup>er</sup> de cet article par les dispositions suivantes :

« § 1<sup>er</sup>. L'autorisation de diffuser de la publicité commerciale à la radio et à la télévision ne peut être accordée qu'aux instituts chargés du service public de la radio et de la télévision, créés par décret du Conseil de la Communauté française ou du Conseil flamand.

**R. A 13712***Voir :***Documents du Sénat :**

397 (1986-1987) :

N° 1 : Projet transmis par la Chambre des Représentants.  
N° 2 : Rapport.

§ 1bis. De Koning kan, bij een in Ministerraad overlegd besluit, de voorwaarden bepalen binnen welke het bij wet opgerichte centrum voor uitzendingen in de Duitse taal handelsreclame kan uitzenden. »

#### Verantwoording

Om zijn taken naar behoren te kunnen uitvoeren moet de openbare omroep structureel en financieel de mogelijkheid geboden worden om uit te groeien tot een dynamisch openbaar mediabedrijf. De huidige middelen, waarover de openbare omroep beschikt zijn ontoereikend voor de opgedragen taak wat zich zowel kwalitatief als kwantitatief wrekt.

Het is niet door een concurrentieel net op te richten dat aan dit euvel verholpen wordt. Integendeel.

Concurrentie zal leiden tot :

- versnippering van creatief talent en financiële middelen;
- verhoging van de produktiekosten en van de prijzen in de audiovisuele sector;
- vervlakking van het televisie-aanbod.

Het komt er op aan de openbare omroep een grotere financiële armslag te geven : de middelen daartoe kunnen geput worden uit de opbrengsten van omroepreclame, zoals dat in de ons omringende landen gebeurt.

B. Paragraaf 2 van hetzelfde artikel te vervangen als volgt :

« § 2. De machtiging om handelspubliciteit op te nemen in de T.V.-programma's die gericht zijn tot de gehele gemeenschap, kan slechts gegeven worden aan één publiekrechtelijke rechtspersoon binnen die betrokken gemeenschap. »

#### Verantwoording

Om zijn taken naar behoren te kunnen uitvoeren moet aan de openbare omroep structureel en financieel de mogelijkheid geboden worden om uit te groeien tot een dynamisch mediabedrijf.

De nodige extra-middelen daarvoor kunnen geput worden uit de inkomsten uit omroepreclame, zoals dat gebeurt in de ons omringende landen. Ook de adverteerders geven de voorkeur aan de publicitaire markten die via de openbare zenders zijn te bereiken. Ten einde de geschreven pers te behoeden voor al te grote verliezen, kan een zekere vorm van samenwerking overwogen worden met privaatrechtelijke rechtspersonen.

#### Subsidiar :

Paragraaf 2 van hetzelfde artikel te vervangen als volgt :

« § 2. Per Gemeenschap worden die privaatrechtelijke of publiekrechtelijke rechtspersonen gemachtigd om handelspubliciteit op te nemen in T.V.-programma's die zich richten tot de gehele Gemeenschap en die voldoen aan de voorwaarden gesteld in het ter zake uitgevaardigde lastenboek door de betrokken gemeenschap. »

#### Verantwoording

1. T.V.-uitzendingen met inbegrip van reclame kunnen beschouwd worden als een economische activiteit die valt onder het E.E.G.-Verdrag als dusdanig.

§ 1<sup>er</sup>bis. Le Roi peut, par un arrêté délibéré en Conseil des ministres, définir les conditions dans lesquelles le centre d'émissions en langue allemande, créé par la loi, peut diffuser de la publicité commerciale. »

#### Justification

Si l'on souhaite qu'il puisse s'acquitter convenablement de sa mission il faut accorder au service public de radiodiffusion des moyens structurels et financiers qui lui permettront de devenir un média public dynamique. Les moyens actuels du service public de radiodiffusion sont insuffisants par rapport à la mission qui lui est confiée, ce qui a des répercussions tant qualitatives que quantitatives.

Ce n'est pas en créant un réseau concurrent qu'on résoudra ce problème, bien au contraire.

La concurrence entraînera :

- le morcellement de talent créatif et des moyens financiers;
- l'augmentation des coûts de production et des prix dans le secteur de l'audiovisuel;
- le nivellement de l'offre en matière de télévision.

Il convient d'augmenter les moyens financiers du service public de radiodiffusion. Cet objectif peut être atteint en exploitant les ressources de la diffusion d'émissions publicitaires, ainsi que le font nos voisins.

B. Remplacer le § 2 du même article par la disposition suivante :

« § 2. L'autorisation d'insérer de la publicité commerciale dans les programmes de télévision qui sont destinés à toute la communauté, ne peut être donnée qu'à une seule personne morale publique de cette communauté. »

#### Justification

Pour être à même de remplir correctement les tâches qui leur incombent, les institutions publiques de télédiffusion doivent disposer de moyens structurels et financiers leur permettant de devenir des entreprises médiatiques dynamiques.

Les moyens nécessaires à ce développement peuvent être fournis par la publicité, comme c'est le cas dans les pays qui nous entourent. Les annonceurs ont d'ailleurs une préférence pour les marchés publicitaires couverts par les émetteurs publics. Une certaine forme de collaboration avec des personnes morales de droit privé peut toutefois être envisagée afin que la presse écrite ne souffre pas trop de cette concurrence.

#### Subsidiairement :

Remplacer le § 2 du même article par la disposition suivante :

« § 2. Par Communauté, sont autorisées à insérer de la publicité commerciale dans les programmes de télévision qui sont destinés à toute la Communauté, les personnes morales privées ou publiques qui satisfont aux conditions fixées dans le cahier des charges établi en la matière par la Communauté concernée. »

#### Justification

1. La diffusion de programmes de télévision, y compris la publicité, peut être considérée comme une activité économique relevant en tant que telle du Traité C.E.E.

In de zin van het E.E.G.-Verdrag zijn alle omroeporganisaties ondernemingen en vallen ze dus onder de mededingingsregels van artikel 85 tot en met 90.

Artikelen 85 en 86 moeten in drieërlei betekenissen worden verstaan :

— Zij hebben tot doel de verwijdering van de bestaande en het voorkomen van nieuwe hinderpalen in het vrije verkeer van goederen, diensten, personen en kapitaal tussen de lidstaten.

— Zij moeten concurrentievervalsingen voorkomen.

— Zij beogen mede de handelsbelemmeringen weg te werken.

2. Door het toekennen van een monopolie aan één commerciële zender per Gemeenschap wordt het uitzenden van T.V.-programma's buiten elke vorm van concurrentie geplaatst.

Artikel 86 verbiedt evenwel het misbruik van een machtspositie door één of meer ondernemingen, er kan niet over getwijfeld worden dat één commerciële T.V.-vereniging over dergelijk met het E.E.G.-Verdrag strijdige machtspositie beschikt.

3. Eén uitzondering op de mededingingsregels is mogelijk voor « ondernemingen belast met het beheer van diensten van algemeen economisch belang » (artikel 90, § 2, E.E.G.-Verdrag).

Het Hof heeft evenwel beslist dat ondernemingen alleen in dat geval verkeren wanneer zij daarmee op grond van een overheidsbesluit zijn belast.

Het verstrekken van een eenvoudige vergunning, toelating, concessie of licentie vanwege de overheid inzake T.V.-uitzendingen zal evenwel niet als een dusdanig besluit kunnen worden beschouwd.

4. Het verlenen van een monopoliepositie aan een commerciële vereniging is strijdig met de vrije concurrentieregels van het E.E.G.-Verdrag. De uitzondering van artikel 90, § 2, E.E.G.-Verdrag wordt strikt geïnterpreteerd. Het ontwerp van wet toont niet aan dat de commerciële vereniging belast is met een dienst van algemeen economisch belang.

Het is derhalve om communautaire redenen noodzakelijk het ontwerp van wet aan te passen in die zin dat meerdere commerciële zendverenigingen door de overheid kunnen worden erkend of waaraan een licentie kan worden verstrekt.

#### ART. 13

Dit artikel aan te vullen als volgt :

« Deze machtiging geldt voor een periode van maximum negen jaar. »

##### Verantwoording

De tekst wordt aangevuld met de bepaling dat de machtiging kan verleend worden voor een periode van negen jaar. Op deze manier weet de maatschappij die de machtiging bekomt waar zij staat. De periode van negen jaar komt overeen met de duur van een handelshuurovereenkomst.

#### ART. 14

Het 1° van dit artikel te vervangen als volgt :

« 1° geen politieke, ideologische of filosofische strekking vertonen, geen enkele vorm van discriminatie in de programma's inhouden, noch enige belediging voor de menselijke waardigheid vormen. »

##### Verantwoording

1. De tekst van het amendement is minder beperkend, en geeft de mogelijkheid tot een ruimere interpretatie dan de tekst in het ontwerp.

Au sens du Traité C.E.E., toutes les organisations de radiodiffusion sont des entreprises et ressortissent donc aux dispositions des articles 85 à 90 relatifs à la concurrence.

Les articles 85 et 86 ont une triple signification :

— Ils visent à supprimer les obstacles existants et à prévenir les obstacles nouveaux susceptibles d'entraver la libre circulation des biens, des services, des personnes et du capital entre les Etats membres;

— Ils doivent permettre de prévenir tout ce qui pourrait fausser la concurrence;

— Enfin, ils visent à éliminer les limitations dont le commerce peut se trouver affecté.

2. En octroyant un monopole à un seul diffuseur commercial par Communauté, on prive le secteur de la diffusion de programmes de télévision de toute forme de concurrence.

L'article 86 condamne le fait, pour une ou plusieurs entreprises, d'exploiter de façon abusive une position dominante. A n'en pas douter, une position dominante est conférée à une société unique, ce qui est contraire au Traité C.E.E.

3. Une exception aux règles de la concurrence est possible pour « les entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général » (article 90, § 2, du Traité C.E.E.).

La Cour a toutefois jugé que des entreprises ne se trouvent dans cette situation que si elles en sont chargées en application d'une décision des pouvoirs publics.

Or, l'octroi d'une simple autorisation, concession ou licence par les pouvoirs publics en matière de programmes de télévision ne pourra toutefois pas être considéré comme une telle décision des pouvoirs publics.

4. L'octroi d'une position de monopole à une seule association commerciale est contraire aux règles du Traité C.E.E. en matière de libre concurrence. L'exception de l'article 90, § 2, du Traité est interprétée au sens strict. Il ne ressort pas du projet de loi que l'association commerciale est chargée d'un service d'intérêt économique général.

Il convient dès lors, pour des raisons communautaires, d'adapter le projet de loi en ce sens que plusieurs diffuseurs commerciaux puissent être reconnus par les pouvoirs publics ou obtenir une licence.

#### ART. 13

Compléter cet article par la phrase suivante :

« Cette autorisation vaut pour une période maximale de neuf ans. »

##### Justification

Le texte est complété par une disposition prévoyant que l'autorisation peut être accordée pour une période de neuf ans. Ainsi, la société qui obtient cette autorisation sait à quoi s'en tenir. La période de neuf ans correspond à la durée d'un bail commercial.

#### ART. 14

Remplacer le 1° de cet article par ce qui suit :

« 1° présenter de tendance politique, idéologique ou philosophique, ni contenir la moindre forme de discrimination dans les programmes ou la moindre offense à la dignité humaine. »

##### Justification

1. Le texte de l'amendement est moins restrictif et permet une interprétation plus large que le texte du projet. D'après celui-ci, toutes les

Volgens het ontwerp zijn alle niet vernoemde discriminaties en stereotyperingen wel toegelaten.

2. De tekst van het amendement sluit nauwer aan bij de formulering gehanteerd in het ontwerp van decreet opgesteld door de Commissie Mediabeleid van de Vlaamse Raad (Vlaamse Raad — 152 (1985-1986), nr. 10, artikel 9, § 2).

3. De begrippen « godsdienstige, politieke en syndicale » zijn begrepen in de noties « ideologische of filosofische strekking », die steunen op levensbeschouwelijke opvattingen of maatschappijvisies.

4. Reclameboodschappen werken voortdurend met stereotypen : zowel in woord, voorstelling en beeld. Stereotypering is in de praktijk moeilijk te vermijden, en is niet noodzakelijk beledigend.

#### ART. 15

Paragraaf 3 te vervangen als volgt :

« § 3. Onverminderd de toepassing van § 2 mag de handelspubliciteit een televisieprogramma niet onderbreken. Onderdelen van televisieprogramma's in het bijzonder bestemd voor jongeren beneden zestien jaar evenals uitzendingen van schooltelevisie mogen niet onmiddellijk voorafgegaan of gevolgd worden door handelspubliciteit. »

#### Verantwoording

In haar advies van 4 februari 1985 heeft de Raad van State zelf voorgesteld de leeftijdsgrens van twaalf tot zestien jaar op te trekken : « Onderdelen van televisieprogramma's bestemd voor kinderen beneden zestien jaar mogen niet onmiddellijk voorafgegaan of gevolgd worden door handelspubliciteit » (Advies van de Raad van State van 4 februari 1985 — Kamer van Volksvertegenwoordigers — 1222 (1984-1985), nr. 1, p. 21).

Uiteraard hebben de uitzendingen van schooltelevisie betrekking op deze leeftijdsgroep.

#### ART. 19

In dit artikel § 1, *b*, te doen vervallen.

#### Verantwoording

Zoals tot uiting komt in de punten *a*, *b* en *c* blijkt de Raad voor handelspubliciteit zowel een adviserende, normerende, controlerende en rechtsprekende bevoegdheid te hebben. Het is evenwel duidelijk dat de bevoegdheid er voor te zorgen dat de voorschriften inzake handelspubliciteit worden nagekomen niet kan toekomen aan de Raad voor handelspubliciteit die een louter advies-controle en normeringsorgaan behoort te zijn (*cf.* het advies van de Raad van State (3 november 1986, Kamer van Volksvertegenwoordigers 536/11, (1985-1986), p. 3) betreffende het amendement nr. 90 van de heer Derijcke, c.s. (Gedr. St. 536/10) op artikel 19 van het ontwerp : « De instantie die belast is met het beslechten van de geschillen zou onafhankelijk moeten zijn van de Nationale Raad. »

Daarom is het aangewezen deze controletaken toe te vertrouwen aan daartoe aangeduide ambtenaren die door het ter zake bevoegde departement worden toegewezen.

J. WYNINCKX.  
W. SEEUWS.  
A. OP t' EYNDE.  
M. SCHOETERS.  
G. MOMMERENCY.

discriminations et tous les stéréotypes non cités sont bel et bien autorisés.

2. Le texte de l'amendement est plus proche de la formulation figurant dans le projet de décret rédigé par la Commission « Mediabeleid » du Conseil flamand (Conseil flamand — 152 (1985-1986) — n° 10, article 9, § 2).

3. Les tendances religieuses, politiques ou syndicales sont comprises dans les tendances idéologiques ou philosophiques, qui se basent sur des conceptions morales ou de société.

4. Les messages publicitaires recourent sans cesse à des stéréotypes, tant dans les mots que dans la présentation ou les images. Il est difficile, dans la pratique, d'éviter ces stéréotypes, qui ne sont pas nécessairement offensants.

#### ART. 15

Remplacer le § 3 par ce qui suit :

« § 3. Sans préjudice de l'application du § 2, la publicité commerciale ne peut pas interrompre un programme de télévision. Les éléments de programme de télévision destinés en particulier aux jeunes de moins de seize ans, ainsi que les émissions de télévision scolaire, ne peuvent être immédiatement précédés ou suivis de publicité commerciale. »

#### Justification

Dans son avis du 4 février 1985, le Conseil d'Etat a proposé lui-même de porter la limite d'âge de douze à seize ans : « Les éléments de programme de télévision destinés aux enfants de moins de seize ans ne peuvent être immédiatement précédés ou suivis de publicité commerciale » (Avis du Conseil d'Etat du 4 février 1985 — Chambre des Représentants — 1222 (1984-1985) — n° 1, p. 21).

Il va de soi que les émissions de télévision scolaire sont destinées à ce groupe d'âge.

#### ART. 19

Supprimer le § 1<sup>er</sup>, *b*, de cet article.

#### Justification

Les points *a*, *b* et *c* révèlent que le Conseil de la publicité commerciale est habilité tant à émettre des avis qu'à fixer des normes, exercer des contrôles et dire le droit. Cependant, il est évident que le pouvoir de veiller au respect des prescriptions en matière de publicité commerciale n'appartient pas au Conseil de la publicité commerciale qui doit simplement être un organe chargé d'émettre des avis, d'exercer des contrôles et de fixer des normes (*cf.* l'avis du Conseil d'Etat, 3 novembre 1986, Chambre des Représentants 536/11, 1985-1986, p. 3) relatif à l'amendement n° 90 de M. Derijcke et consorts à l'article 19 du projet (Doc. 536/10) : « L'instance chargée de régler les différends devrait être indépendante du Conseil national. »

Il convient dès lors de confier ces missions de contrôle à des fonctionnaires désignés à cette fin, qui y sont affectés par le département compétent en la matière.