



---

# CONSEIL DE LA COMMUNAUTE FRANÇAISE

Session 1982-1983

---

22 JUIN 1983

---

## PROPOSITION DE DECRET

REGLEMENTANT LA PUBLICITE NON COMMERCIALE  
PAR LES MOYENS DE L'AUDIO-VISUEL (1)

---

## RAPPORT COMPLEMENTAIRE

PRESENTE AU NOM DE LA COMMISSION  
DE LA RADIO-TELEVISION  
PAR MM. **O. DELEUZE** ET **R. COLLIGNON**

---

(1) Voir Doc. Conseil 90 (1982-1983) - Nos 1 à 10.

MESDAMES, MESSIEURS,

En sa séance plénière du mardi 14 juin 1983, le Conseil de la Communauté française a décidé de renvoyer à la Commission de la Radio-télévision l'examen des articles de la proposition de décret réglementant la publicité non commerciale par les moyens de l'audio-visuel, tels qu'ils résultaient du texte adopté par cette Commission le 10 mai 1983. Ceci, suite au dépôt de nouveaux amendements.

Votre Commission(1) s'est réunie le 15 juin 1983 afin de procéder à ce nouvel examen.

Article 1<sup>er</sup>

1. § 1

A) *Amendement de M. Grafé* (doc. 90 (1982-1983) n° 9)

Cet amendement tend à remplacer, dans l'intitulé et dans les dispositions de la proposition, les termes « publicité » et « publicitaire » par « promotion » et « promotionnel ».

L'auteur de l'amendement a énuméré les trois raisons qui l'ont amené à déposer celui-ci.

En premier lieu, l'amendement a pour but de mieux faire correspondre l'intitulé de la proposition et l'objet de celle-ci. Le terme « publicité » prête à confusion: le Conseil d'Etat prend d'ailleurs soin de préciser, dans son avis, que le terme « publicité », employé seul, vise la publicité non commerciale; quant au dictionnaire *Larousse*, il définit la publicité comme l'« ensemble des moyens employés pour faire connaître une entreprise industrielle ou commerciale, pour vanter un produit, etc. » Bref, annoncer au grand public que la RTBF va pouvoir « faire de la publicité », c'est laisser subsister l'équivoque.

En deuxième lieu, l'intitulé de la proposition va à l'encontre de l'article 4 de la loi du 18 mai 1960 qui stipule que les informations doivent se faire « dans un esprit de rigoureuse impartialité ». Comme le note le Conseil d'Etat dans son avis de 1960, « la publicité commerciale ne saurait être rigoureusement impartiale, car elle souligne toujours les avantages sans jamais divulguer les défauts ».

(1) Ont participé aux travaux de la Commission: MM. Biefnot (président), Burgeon, De Decker, Detremmerie, Ducarme, Grafé, Lagasse, Mme Pétry, MM. Piérard, M. Remacle, Wauthy, Deleuze et Collignon (rapporteurs).

Ont assisté aux travaux de la Commission:

M. Hendrick, membre du Conseil; le ministre-président de l'Exécutif de la Communauté française et des membres de son Cabinet.

En troisième lieu enfin, dans sa note au Comité permanent du Conseil d'administration de la RTBF, M. Wangermée veille à ne jamais parler de « publicité » mais de « message promotionnel ». L'objet même de la note parle de la « collaboration avec des organismes publics et des asbl pour la promotion d'objectifs d'intérêt général ». C'est là une prudence intelligente et juridiquement fondée.

Le représentant du ministre-président s'est dit peu persuadé de ce que le terme « promotion » soit plus limpide, pour le grand public, que celui de « publicité ». Il a notamment rappelé que les annonces publicitaires parlent fréquemment de « promotion » ou de « ventes promotionnelles ».

D'autre part, le Conseil d'Etat reconnaît que les communautés sont compétentes en matière de publicité non commerciale; enfin, en ce qui concerne l'impartialité, la « promotion » ne saurait davantage répondre à ce critère que la « publicité ». Cette disposition, en fait, concerne les émissions d'information.

Quant à la note de M. Wangermée, ce n'est pas à l'administrateur général de la RTBF — a conclu le représentant du ministre-président — de guider les travaux de la Commission.

L'auteur principal de la proposition a ajouté que le décret s'adressait davantage à la RTBF, aux radios locales et aux télévisions communautaires, ainsi qu'aux annonceurs, plutôt qu'au grand public. Les termes « publicité non commerciale », a-t-il ajouté, sont moins ambigus que celui de « promotion »: alors que la publicité peut recourir à la promotion, toute promotion n'est pas de la publicité.

A l'appui de sa thèse, l'auteur principal de la proposition a fait remarquer que le législateur a supprimé la référence à la « publicité... autre à but lucratif » qui figurait dans les anciennes lois organiques des instituts publics de radio-télévision, parce que précisément, cette expression était source de confusion. En effet, une publicité non commerciale — la publicité collective pour l'achat de charbon en été, par exemple — a nécessairement un aspect lucratif. Ce qui la différencie de la publicité commerciale, c'est qu'elle n'est pas faite au bénéfice d'une firme déterminée.

A l'occasion de l'examen de cet amendement, une discussion s'est ensuite engagée sur la possibilité, pour des organismes contrôlés par les pouvoirs publics, de recourir à la publicité non commerciale. Un membre a notamment demandé si la CGER, par exemple, pourrait faire de la promotion pour certains de ses services.

L'auteur principal de la proposition a répondu qu'un produit ou un service ne pourrait être cité que si c'est « sous forme générique », comme l'indique 1 § 3 (c).

L'auteur de l'amendement a alors déposé un sous-amendement reprenant textuellement les termes de M. Wangermée et remplaçant donc, dans l'intitulé et les dispositions de la proposition, les termes « publicité » et « publicitaire » par : « promotion d'objectifs d'intérêt général » et « promotionnel d'objectifs d'intérêt général ».

Ce sous-amendement a été rejeté par 7 voix contre 3 et 1 abstention.

L'amendement de M. Grafé a été rejeté par 7 voix contre 3 et 1 abstention.

#### B) *Amendement de l'Exécutif* (doc. 90 (1982-1983) n° 8)

Cet amendement, a expliqué le représentant du ministre-président, vise à mettre le texte en conformité avec l'avis du Conseil d'Etat.

L'auteur principal de la proposition s'est dit prêt à accepter l'amendement, à condition qu'il soit bien entendu que la publicité non commerciale devrait répondre non seulement aux critères définis à l'article 2, mais aussi aux critères définis à la suite de l'article 1<sup>er</sup>.

Cet amendement a été adopté par 6 voix et 2 abstentions.

#### C) *Amendement de M. Grafé* (doc. 90 (1982-1983) n° 5)

Pour l'auteur de cet amendement, il convient d'écarter du champ d'application de la proposition les radios locales et les télévisions communautaires. En commission, l'auteur de la proposition lui-même a reconnu que des « dérapages » étaient possibles dans le chef de ces dernières : leur statut doit donc être différent.

Comment, par ailleurs, les dispositions de l'article 3, § 3 s'appliqueront-elles à des radios libres qui n'ont pas de personnalité juridique ?

L'auteur principal de la proposition a répondu que son objectif n'avait assurément pas été de limiter le champ d'application de celle-ci à la seule RTBF. Si, ultérieurement, les règles proposées se révélaient insuffisantes pour répondre aux problèmes que posent les émissions des secteurs privés, elles pourraient être complétées. L'auteur a rappelé — le rapport en fait foi — qu'il a parlé de « dispositions complémentaires » qui pourraient s'appliquer aux radios locales. C'est d'ailleurs la position qu'il a défendue en séance publique.

Un membre a rappelé que le décret qui fixe les conditions de reconnaissance des radios locales contraint celles-ci à garder une trace de toutes leurs émissions, ne fût-ce que pour respecter la loi sur le droit de réponse. La charge de la preuve pourra donc être établie, même par des radios locales qui n'ont pas la personnalité juridique.

L'amendement a été rejeté par 6 voix contre 2.

Le § 1 de l'article 1<sup>er</sup> a ensuite été adopté, tel qu'amendé, par 6 voix contre 2.

#### 2. § 2

#### *Amendement de l'Exécutif* (doc. 90 (1982-1983) n° 8)

A propos de cet amendement — que le représentant de l'Exécutif a justifié par le souci de répondre à l'avis du Conseil d'Etat — un membre a souhaité savoir ce que l'Exécutif entend par le « parrainage » d'émission. L'amendement pose le problème de la pratique concrète qui existe à ce jour à la RTBF, et à propos de laquelle la Commission n'a pas suffisamment été informée. Le membre a demandé à avoir communication des contrats-types utilisés par la RTBF. Il est certain, a-t-il ajouté, que les accords de collaboration entre la RTBF et les firmes qui pratiquent dès à présent la publicité non commerciale ne se font pas sur base de conventions verbales; il est donc inadmissible que le Conseil d'administration de la RTBF et son président n'aient pas voulu donner réponse aux questions de la Commission.

La RTBF ne se rappelle à notre bon souvenir que lorsqu'il s'agit d'augmenter sa dotation : comment pouvons-nous, cependant, déterminer le montant de celle-ci si la RTBF nous dissimule ses recettes ?

L'intervenant a encore demandé s'il ne convenait pas que le téléspectateur voie apparaître, sur l'écran, la quote-part de prise en charge de l'organisme payeur dans le coût global de l'émission.

Même si l'émission « Visa pour le monde », par exemple, est réalisée avec le concours de la Sabena, il est certain que cette dernière n'intervient que pour une infime partie dans son prix de revient global.

Enfin, il a souhaité connaître les modalités du parrainage. S'agit-il simplement du nom d'une firme dans le générique, ou celle-ci est-elle co-auteur du message, ou — dernière hypothèse — retire-t-on à la RTBF toute maîtrise des séquences publicitaires ?

Le représentant de l'Exécutif et l'auteur principal de la proposition ont rétorqué que ces questions étaient hors du sujet: il faudra y répondre lors de l'examen du budget de la RTBF, ont-ils affirmé.

Un autre membre a déclaré que cet amendement allait à l'encontre de l'avis du Conseil d'Etat de 1960, qui dispose notamment: « le ministre n'a pas expliqué suivant quelles modalités l'Institut national belge de Radio-diffusion « collaborerait » avec certains services publics. Si le but de cette collaboration était d'obtenir une source de revenus que le législateur lui a délibérément interdite, il faudrait réviser la loi ».

Le représentant de l'Exécutif lui a répondu que, depuis lors, la législation organique de la RTBF avait changé. Il a ajouté que le Conseil d'Etat n'a pas fait d'observation en ce sens dans son avis de 1983.

Le premier intervenant a rappelé que le décret de 1977 organique de la RTBF impose à celle-ci de réaliser elle-même toutes ses émissions, à l'exception des émissions dites « concédées ». L'amendement est-il en conformité avec ce décret — ou, en d'autres termes, les émissions de publicité non commerciale seront-elles des émissions de la RTBF ou des « émissions concédées » ?

Le représentant de l'Exécutif a répondu que la proposition permettait de déroger au décret de 1977.

L'amendement de l'Exécutif a été adopté par 6 voix et 2 abstentions; l'article 2, amendé, a ensuite été adopté par 6 voix contre 2.

### 3. § 3 (a)

#### A) *Amendement de M. Hendrick* (doc. 90 (1982-1983) n° 4)

L'auteur de l'amendement a considéré que la Communauté n'était pas compétente pour de la publicité qui aurait pour objet des activités commerciales. Les campagnes de promotion collective ne sont pas des actes de commerce tels qu'ils sont définis par le Code de commerce.

En effet, le Code de commerce définit le caractère commercial non pas en fonction du caractère de celui qui exerce l'acte, mais en fonction de l'acte lui-même. L'auteur a estimé que, si son amendement était rejeté, la proposition outrepasserait les compétences du Conseil de la Communauté française.

L'auteur principal de la proposition a souligné que cet amendement était identique, à quelques détails de forme près, à un amendement déjà rejeté à l'unanimité par la Commission.

Un autre membre a rappelé que la loi du 14 juillet 1971 définit la publicité commerciale comme « toute information diffusée dans le but direct ou indirect de promouvoir la vente d'un produit ou d'un service auprès du public, quel que soit le lieu ou le moyen de communication mis en œuvre ». Par ailleurs, les deux premiers articles du Code de commerce définissent ce que sont les commerçants et les actes commerciaux.

La publicité non commerciale étant, de l'avis de ce membre, tout ce que le législateur n'a pas défini comme publicité commerciale, l'amendement doit être retenu.

Au ministre-président de l'Exécutif, qui lui objectait que le Conseil d'Etat avait dissipé toute équivoque à propos de la compétence de la Communauté en cette matière, l'auteur de l'amendement a fait remarquer que rien n'établit que les dispositions de la proposition ne vont pas au-delà de la « mesure » dont parle le Conseil d'Etat lorsqu'il dit: « Dans cette mesure et en raison du libellé de son article 1<sup>er</sup>, le décret proposé relève de la compétence de la communauté ». C'est sur ce point précis, a-t-il ajouté, qu'il aurait fallu consulter le Conseil d'Etat.

Un autre intervenant a alors demandé si l'Exécutif considérait que la publicité faite par une personne jugée par lui non commerçante en faveur d'actes commerciaux était, de ce fait, non commerciale ?

Le ministre-président a fait référence, à cet égard, à l'avis du Conseil d'Etat. L'intervenant ayant jugé cette réponse insuffisante, un autre membre a déclaré qu'au contraire, elle le satisfaisait.

Un commissaire s'est dit convaincu que si l'on posait au Conseil d'Etat la question de savoir s'il a voulu écarter de la compétence de la Communauté tous les actes commerciaux tels que définis par le Code de commerce tout en excluant les organismes publics, sa réponse serait négative. Il a donc proposé, en même temps que d'autres membres, que la Commission demande au Président du Conseil de solliciter l'avis du Conseil d'Etat sur ce point.

Cette demande était rédigée comme suit :

« La Commission de la Radio-télévision du Conseil de la Communauté française demande au Président du Conseil de solliciter l'avis du Conseil d'Etat sur les amendements à la proposition de décret réglementant la publicité non commerciale par les moyens de l'audio-visuel, suivants :

1° L'amendement de M. Hendrick (90 (1982-1983) n° 4);

2° L'amendement de M. Ducarme et consorts (90 (1982-1983) n° 6);

3° L'amendement de M. Grafé (90 (1982-1983) n° 9);

4° L'amendement de M. Hendrick et consorts (90 (1982-1983) n° 10).

La demande d'avis du Conseil d'Etat doit porter sur la question de savoir, d'une part, si cette proposition de décret est compatible avec les articles 1 et 2 du Code de commerce, 19 de la loi du 14 juillet 1971 et avec la réglementation européenne en matière de concurrence et, d'autre part, sur la question de savoir si le champ d'application du décret, tel que défini par l'article 3, n'empiète pas sur le domaine de la publicité commerciale.

La Commission demande au Président de joindre à cette demande le compte rendu de la séance publique du 14 juin 1983 et le procès-verbal de la réunion de la Commission du 15 juin 1983.»

Le ministre-président de l'Exécutif a alors annoncé qu'il consulterait le Conseil d'Etat sur tous les amendements déposés, en demandant l'urgence.

Une discussion s'est ensuite engagée sur l'opportunité d'adresser malgré tout une demande de consultation du Conseil d'Etat au Président du Conseil de la Communauté française. Certains membres ont exprimé la crainte que l'avis du Conseil d'Etat, tel que sollicité par le ministre-président de l'Exécutif, ne réponde pas aux questions précises qui, à leur estime, restent en suspens. Ils ont souligné qu'il ne s'agissait pas, dans leur chef, de chercher à ralentir les travaux du Conseil et ont rappelé que la déclaration de l'Exécutif contenait un passage réservé, portant précisément sur l'audio-visuel; ce qui montre bien que les divergences d'opinions en cette matière n'ont jamais été dissimulées.

D'autres membres, et le ministre-président de l'Exécutif, ont attiré l'attention de la Commission sur le fait que le Conseil d'Etat ne peut être consulté que sur des propositions ou projets de loi ou de décrets, ou sur des amendements à de tels projets ou propositions. Ils ont également indiqué que la demande soumise au vote de la Commission était devenue sans objet du fait de l'initiative prise par le ministre-président de l'Exécutif.

La demande a ensuite été repoussée par 7 voix contre 6.

L'amendement de M. Hendrick a été rejeté par 7 voix contre 6.

B) *Amendement de M. Grafé* (doc. 90 (192-1983) n° 5)

L'auteur de l'amendement a rappelé que le texte original de la proposition, amendé par la suite, parlait du «but *exclusif* de servir l'intérêt général». Si cet adjectif paraît en effet excessif, a estimé l'auteur de l'amendement, il ne faudrait pas pour autant que, sous couvert de servir l'intérêt général, on puisse faire n'importe quoi: d'où l'adjonction du mot «manifeste».

L'auteur principal de la proposition a considéré que cet amendement introduirait une ambiguïté.

L'amendement a été rejeté par 7 voix contre 6.

Le texte du littéra (a) a été adopté par 7 voix contre 6.

4. § 3 (b)

A) *Amendement de l'Exécutif* (doc. 90 (1982-1983) n° 8)

Un membre a souhaité savoir ce qu'il fallait entendre exactement par: «établissement public ou d'utilité publique» et «organisme placé sous le contrôle, la tutelle ou la dépendance des pouvoirs publics».

Le représentant du ministre-président de l'Exécutif a répondu que cette formulation a été reprise à dessein des arrêtés de pouvoirs spéciaux de 1982.

Le même membre a alors demandé si les termes «établissements d'utilité publique» doivent être entendus au sens de la loi de 1921.

L'auteur principal a répondu par la négative: il faut entendre ces mots au sens large.

Le membre a déclaré que, si c'est dans cet esprit, il fallait utiliser les termes «organisme d'intérêt public»; que, faute de cette modification, les établissements d'utilité publique sont expressément prévus à la loi de 1921: ce sont des personnes morales de droit privé qui résultent de l'affectation par une personne de tout ou partie de ses biens à la création d'un établissement, à l'exclusion de la poursuite d'un gain matériel, dans la réalisation d'une œuvre d'un caractère philanthropique, religieux, scientifique, artistique et pédagogique.

Un autre commissaire s'est interrogé à propos de la remarque du Conseil d'Etat qui a amené l'Exécutif à proposer cet amendement: quand l'auteur de la proposition a-t-il déclaré qu'il entendait «maintenir la pratique actuelle»?

Il lui a été répondu par plusieurs membres, dont votre rapporteur, citant notamment le rapport (doc. 90 (1982-1983) n° 3), pages 2 et 7: «l'objectif de la proposition n'est pas de s'opposer à la diffusion de la publicité non commerciale sur les antennes de la radio et de la télévision. Actuellement, seule la publicité commerciale est interdite à la RTBF et, en conséquence, celle-ci émet de la publicité non commerciale, en se basant sur l'avis du Conseil d'Etat déjà cité, sans que cette pratique ne soit réglementée. Il convient de mettre fin à ce vide juridique, qui peut être à la source de nombreux dérapages» (p. 2) et «pour éviter que le littéra b) du nouvel article 1<sup>er</sup>, § 3, ne soit interprété dans un sens trop restrictif, il a annoncé le dépôt d'un sous-amendement» (p. 7).

L'auteur principal de la proposition a ajouté que la Commission n'avait pas à commenter l'avis du Conseil d'Etat, mais à se prononcer sur un amendement.

Un membre a demandé si une société commerciale — une société anonyme par exemple — était un «organisme» au sens de ce littéra ?

Le représentant du ministre-président de l'Exécutif a répondu que faute d'indication contraire, en l'absence de définition, c'était le sens courant qui s'appliquait. Un autre membre a ajouté que cette formule était fréquemment employée, notamment dans les arrêtés de pouvoirs spéciaux.

L'amendement de l'Exécutif a été adopté par 7 voix contre 4.

B) *Amendements de M. Grafé* (doc. 90 (1982-1983) n° 5)

L'auteur de l'amendement a souligné que les organisations patronales, syndicales, des classes moyennes et des indépendants ne défendent pas l'intérêt général, mais des intérêts particuliers. En outre, ils ont accès à des tribunes de la RTBF. Il serait donc anormal de leur permettre, complémentirement, de diffuser des séquences publicitaires.

En ce qui concerne le second amendement, il s'agit d'ajouter un garde-fou qui manque au texte: il se pourrait en effet qu'une asbl groupant des amateurs de voyages serve de paravent à une agence de voyages poursuivant des buts commerciaux.

Ces amendements ont été rejetés par 6 voix contre 3.

C) *Amendement de M. Ducarme et consorts* (doc. 90 (1982-1983) n° 6)

Cet amendement a été rejeté par 6 voix contre 3.

Le littéra b), tel qu'amendé, a été ensuite adopté par 6 voix contre 3.

5. § 3 (c)

Le littéra c) a été adopté sans observations par 6 voix contre 3.

6. § 3 (d)

*Amendement de M. Hendrick et consorts* (doc. 90 (1982-1983) n° 10)

L'auteur principal de l'amendement a expliqué que la publicité faite par des organismes contrôlés par les pouvoirs publics en faveur de produits qu'ils offrent ou de services qu'ils présentent était, à son estime, de la publicité commerciale.

Il a rappelé en outre que, dans son avis de 1960, le Conseil d'Etat a bien précisé que c'est parce que la CGER ou la Loterie coloniale sont des organismes bien spécifiques que la RTB pouvait être autorisée à réaliser des cycles d'émissions en vue de mieux les faire connaître. Parlant de la Caisse Générale d'Épargne et de Retraite, le Conseil d'Etat dit notamment: «Cet établissement public se distingue nettement de toute institution bancaire», ce qui n'est certainement plus le cas aujourd'hui. Plus loin, l'avis du Conseil d'Etat dit encore: «Ici encore (à propos de la Loterie coloniale) nous nous trouvons en présence d'une institution qui n'est comparable à aucune autre».

De plus, dans son avis de 1972, le Conseil d'Etat s'est déclaré dans l'impossibilité de dire «si des contrats qui ne lui avaient pas été soumis tombent sous le coup de l'interdiction visée à l'article 28, § 3, de la loi du 18 mai 1960».

Le représentant du ministre-président a rétorqué que c'était là oublier que le Conseil d'Etat, dans l'avis rendu sur la proposition de décret, concluait à la compétence de la Communauté» en raison du libellé de l'article 1<sup>er</sup>» de la proposition.

L'auteur principal de l'amendement a objecté que, dans sa réponse, le Conseil d'Etat n'avait pas établi que le libellé de l'article 1<sup>er</sup>, § 3, ne dépassait pas ce qu'autorise l'article 28, § 3, de la loi de 1960.

L'auteur principal de la proposition a ajouté que le champ d'application du décret est défini par l'application des quatre conditions du § 3 de l'article 1<sup>er</sup>, qui sont cumulatives. Il a demandé que l'on ne démantibule pas le système de l'article 1<sup>er</sup> en réintroduisant une notion qui a été écartée par le rejet d'un précédent amendement (v. ci-dessus).

Un membre a demandé si une entreprise comme Cockerill-Sambre, dans laquelle les pou-

voirs publics sont majoritaires, pourra faire de la publicité pour vendre de l'acier.

L'auteur principal de la proposition lui a répondu par l'affirmative: à condition qu'il s'agisse de promouvoir l'utilisation d'un produit désigné uniquement de façon générique et pour autant que soient respectées les autres conditions de l'article 1<sup>er</sup> et de l'article 2.

Les Forges de Clabecq ou l'entreprise Boël de La Louvière le pourront-elles également? a encore interrogé le même membre.

L'auteur principal a constaté que, dans l'état actuel des choses, les conditions de l'article 1<sup>er</sup>, § 3, ne seraient pas réunies.

L'amendement de M. Hendrick et consorts a été rejeté par 6 voix contre 3; le *littera d)* a ensuite été adopté par 6 voix contre 3.

#### 7. § 3 (e)

*Amendement de M. Ducarme et consorts* (doc. 90 (1982-1983) n° 6)

Cet amendement, ont déclaré ses auteurs, a pour objet de mettre le décret en concordance avec le législateur européen.

L'auteur principal de la proposition a jugé cet amendement superflu. L'article 1<sup>er</sup>, § 3, *b)*, qui parle d'« associations professionnelles, sociales, culturelles, scientifiques... » ne limite pas les annonceurs à ceux qui auraient la nationalité belge. Il est bien entendu d'autre part qu'un décret ne peut pas modifier les règles de droit international: il est superflu de rappeler expressément ces règles.

Sur base de cette réponse, a affirmé un membre, je considère inacceptable que, dans ces conditions, la sidérurgie française ou allemande nationalisée ait accès à la publicité non commerciale à la radio et à la télévision alors qu'elle sera refusée à des entreprises telles que Boël ou les Forges de Clabecq.

L'auteur principal a rétorqué que cette comparaison prouve que l'on déforme délibérément la portée de la proposition.

L'amendement a été rejeté par 7 voix contre 3.

#### 8. Article 1<sup>er</sup> (vote sur l'ensemble)

L'ensemble de l'article 1<sup>er</sup>, tel qu'amendé, a été adopté par 7 voix contre 3.

#### Article 2

##### 1. *Littera a)*

La première phrase de l'article 2 a été adoptée par 8 voix et 2 abstentions; le *littera a)* a été

adopté sans observations par 8 voix contre 1 et 1 abstention.

##### 2. *Littera b)*

M. Grafé ayant retiré son amendement à ce *littera*, l'amendement de l'Exécutif (doc. 90 (1982-1983) n° 8) a été adopté à l'unanimité des membres présents.

L'auteur principal de la proposition a souligné que cette suppression n'implique aucunement que le message pourrait ne pas respecter les prescriptions de la Convention européenne et des conventions internationales relatives aux droits de l'homme.

##### 3. *Litteras b)* et *c)* nouveaux (anciens *c)* et *d)*)

Les *litteras c)* et *d)* ont été adoptés par 9 voix et 1 abstention.

##### 4. *Littera d)* nouveau (ancien *e)*)

*Amendement de M. Grafé* (doc. 90 (1982-1983) n° 5)

L'auteur de l'amendement a expliqué que les investissements faits par des firmes de cigarettes notamment en matière d'infrastructures sportives (par exemple au circuit de Francorchamps) pourraient être compromis si le texte original de la proposition était adopté.

L'auteur principal de la proposition a objecté que la retransmission d'une manifestation sportive au cours de laquelle des panneaux publicitaires apparaîtraient non intentionnellement sur l'écran n'est pas une forme de publicité, ni commerciale ni non commerciale. C'est ce qui ressort notamment de l'avis du Conseil d'Etat de 1972: « les émissions n'ayant ni pour objet ni pour but de faire de la publicité commerciale mais transmettant non intentionnellement de la publicité commerciale, ne tombent pas sous l'interdiction de l'article 28, § 3, de la loi du 18 mai 1960 ».

L'amendement de M. Grafé a été rejeté par 7 voix contre 3.

##### 5. *Littera f)* ancien

A propos de l'amendement de l'Exécutif tendant à supprimer le *littera f)*, l'auteur principal de la proposition a estimé que l'argument juridique du Conseil d'Etat qui est à la base de cet amendement n'est pas convaincant. S'il est vrai que la liberté d'exprimer son opinion est fondamentale et qu'elle peut avoir pour résultat que l'on heurte les convictions d'autrui, cela ne signifie pas que l'on doit admettre que quiconque autorisé à faire une émission radio ou télé devrait avoir nécessairement le droit de heurter les téléspectateurs. C'est moins une question

juridique qu'une question d'opportunité. Les auteurs de la proposition estimaient que les émissions de publicité non commerciale ne devraient pas servir de cadre à des émissions engagées. Celles-ci trouvent plus naturellement leur place dans des émissions politiques, religieuses...

Mis au voix, l'amendement a été rejeté par 8 voix contre 2.

#### 6. Littera g) nouveau

*Amendement de M. Grafé* (doc. 90 (1982-1983) n° 5)

L'auteur de l'amendement a rappelé que la disposition qu'il demande à ajouter aux conditions auxquelles doit répondre la publicité non commerciale figurait dans le texte original de la proposition de décret.

L'auteur principal de la proposition a confirmé ce fait mais a répliqué qu'il se ralliait au texte tel qu'amendé en Commission.

L'amendement a été rejeté par 6 voix contre 2 et 2 abstentions.

#### 7. Article 2 (vote sur l'ensemble)

L'ensemble de l'article 2, tel qu'amendé, a été adopté par 7 voix et 3 abstentions.

#### Article 2bis (nouveau)

A propos de l'amendement de M. Grafé introduisant un nouvel article 2bis, l'auteur principal de la proposition a déclaré qu'il était en effet souhaitable qu'il n'y ait pas confusion entre les messages publicitaires et les autres émissions. Néanmoins, il a répété qu'il convenait, à son avis, de laisser aux responsables des stations de radio-télévision le soin de s'autodiscipliner.

L'amendement a été rejeté par 6 voix contre 3 et 1 abstention.

#### Article 3

L'amendement de l'Exécutif à cet article a été adopté à l'unanimité des 10 membres présents.

A une question d'un membre demandant quelle est l'institution visée à l'article 3, § 3, il a été répondu que c'est l'institution à l'initiative de laquelle la publicité a été diffusée.

Un amendement déposé en Commission par MM. Ducarme, Grafé et Hendrick (v. annexe) a été rejeté par 7 voix contre 2 et 1 abstention. Un membre a déclaré que cet amendement était superflu, le Pacte culturel étant de toutes façons d'application.

L'article 3 tel qu'amendé a ensuite été adopté par 7 voix contre 2 et 1 abstention.

#### Article 4

A) *Amendement de M. Grafé* (doc. 90 (1982-1983) n° 5)

L'auteur de l'amendement a précisé qu'à son estime, les conditions de l'article 1<sup>er</sup> étaient suffisantes.

L'auteur principal de la proposition, au contraire, a considéré qu'en matière de santé, des dispositions particulières étaient nécessaires. L'amendement de M. Grafé, a-t-il ajouté, ouvre en fait la possibilité de pratiquer une publicité non commerciale pour des types de médicaments ou de traitement médical ou paramédical, sans aucun frein, ce qui est dangereux.

L'amendement de l'Exécutif et l'article amendé ayant été adoptés, cet amendement est devenu sans objet.

B) *Amendement de M. Hendrick* (voir annexe)

L'auteur de l'amendement a expliqué que, la publicité pour les traitements médicaux étant jusqu'ici interdite, cet article transgressait une protection fondamentale du consommateur. Il a ajouté que l'article 4 pourrait servir à promouvoir les produits d'une industrie pharmaceutique nationalisée, comme le souhaitent certains partis.

Cet amendement a été rejeté par 6 voix contre 2 et 2 abstentions.

C) *Amendement de l'Exécutif* (doc. 90 (1982-1983) n° 8)

Cet amendement a été adopté par 7 voix contre 3.

L'ensemble de l'article 4 tel qu'amendé a été adopté par 7 voix contre 2 et 1 abstention.

#### Article 5

A) *Amendement de M. Ducarme et consorts* (doc. 90 (1982-1983) n° 6)

Un des auteurs de l'amendement a expliqué que le texte original donnait au seul Exécutif la police du respect du décret, ce qui est contraire à tous les principes. Les citoyens doivent pouvoir défendre leurs droits et le Parquet doit pouvoir prendre des initiatives.

Pour le représentant du ministre-président, cet amendement vise à confirmer bien inutilement les droits du ministère public.

L'amendement a été rejeté par 7 voix contre 3.

B) *Amendements subsidiaires de M. De Decker*  
(voir annexe)

L'auteur principal de la proposition a jugé ces amendements inutiles : en cas d'infraction, le droit pénal commun est applicable.

Les amendements subsidiaires ont été rejetés par 6 voix contre 3.

C) *Amendement de l'Exécutif* (doc. 90 (1982-1983) n° 8)

Ces amendements, a précisé le représentant du ministre-président de l'Exécutif, tendent à mettre le texte en conformité avec l'avis du Conseil d'Etat.

Ils ont été adoptés par 7 voix contre 1 et 2 abstentions; l'auteur principal de la proposition a déclaré qu'il ne s'y ralliait qu'à condition que le terme « élaboré » soit interprété dans un sens large, à savoir « élaboré ou fait élaborer ». Il a indiqué par ailleurs une erreur matérielle : la conjonction « et » est superflue dans l'amendement modifiant le premier alinéa.

L'article 5, tel qu'amendé, a ensuite été adopté par 7 voix contre 2 et 1 abstention.

Article 6

L'amendement de l'Exécutif, et l'article amendé, ont été adoptés par 6 voix et 3 abstentions.

Article 7

L'amendement de M. Grafé (doc. 90 (1982-1983) n° 9) a été rejeté par 7 voix contre 2 et 1 abstention.

### VOTE SUR L'ENSEMBLE

L'ensemble de la proposition de décret, tel qu'amendé, a été adopté par 7 voix contre 3.

### LECTURE ET APPROBATION DU RAPPORT

Le présent rapport a été adopté, lors de la réunion du 22 juin 1983, par 8 voix et 3 abstentions.

*Les rapporteurs,*  
R. COLLIGNON  
O. DELEUZE

*Le Président,*  
Y. BIEFNOT

## TEXTE ADOPTE PAR LA COMMISSION

### *Proposition de décret réglant la publicité non commerciale à la radio et à la télévision*

#### ARTICLE 1<sup>er</sup>

§ 1<sup>er</sup>. La publicité non commerciale est autorisée à la radio et à la télévision si elle répond aux critères définis à l'article 2.

§ 2. Pour l'application du présent décret sont considérés comme actes de publicité le parrainage de tout programme et la diffusion de tout message, qui sont faits contre paiement d'un prix en argent ou d'un avantage en nature. Est notamment considéré comme avantage en nature consenti à l'émetteur l'attribution aux auditeurs ou aux téléspectateurs de sommes d'argent, de biens ou de services, à l'exception de biens de caractère culturel dont la valeur est minimale.

§ 3. La publicité est non commerciale au sens du présent décret lorsqu'elle réunit les conditions suivantes :

a) Si elle est diffusée dans le but de servir l'intérêt général;

b) Si elle est demandée par un pouvoir public ou par un établissement public ou d'utilité publique, par un organisme placé sous le contrôle, la tutelle ou la dépendance des pouvoirs publics, par une institution internationale de droit public ou par une organisation ou association professionnelle, sociale, culturelle, scientifique ou sportive;

c) Si elle ne comporte aucune indication de marque de produits ou de services ni aucune allusion à une telle marque; des produits ou des services ne peuvent être présentés que sous une dénomination générique;

d) Si elle ne mentionne aucun nom d'entreprise non visée au littéra b) ci-dessus et qu'elle ne fasse aucune allusion à une telle entreprise.

#### ART. 2

Le contenu des messages publicitaires doit se conformer aux conditions suivantes :

a) Ne pas faire apparaître ou suggérer des qualités fictives de produits et services;

b) Respecter les règles en vigueur en ce qui concerne la propriété littéraire, artistique et industrielle et les droits de la personne sur son image;

c) Ne contenir aucune référence à une personne ou institution déterminées, ni déclaration ou attestation émanant d'elles, sans leur autorisation ou celle de leurs ayants droits;

d) Exclure toute allusion favorable aux boissons alcoolisées et au tabac.

e) Ne présenter aucun élément, aucune allusion de nature à heurter les convictions morales, religieuses, philosophiques ou politiques des auditeurs et téléspectateurs.

#### ART. 3

§ 1<sup>er</sup>. Auprès de l'Exécutif, il est créé un Conseil supérieur de l'éthique publicitaire, dont les membres sont nommés par le Conseil de la Communauté et qui a pour tâche de donner son avis sur le respect ou non-respect des conditions définies à l'article 2.

§ 2. La composition et le fonctionnement du Conseil supérieur sont fixés par arrêtés.

§ 3. A la demande du président du Conseil supérieur, l'institution à l'initiative de laquelle a été diffusée la publicité non commerciale est tenue de produire les preuves nécessaires pour établir le bien-fondé de toute description, déclaration, attestation, illustration ou expérimentation se rapportant à une émission publicitaire.

#### ART. 4

Tout message concernant un type de médicament, de soins, de traitement médical ou paramédical doit être préalablement communiqué à l'Exécutif.

#### ART. 5

L'Exécutif dénonce les infractions en cas de messages revêtant un caractère de publicité non commerciale ne répondant pas aux conditions définies par les articles 1<sup>er</sup>, § 3, et 2.

Seront punis d'une amende de vingt-six à dix mille francs ceux qui auront radiodiffusé ou télévisé de la publicité non conforme aux prescriptions du présent décret.

Seront punis d'une amende de vingt-six à dix mille francs, ceux qui ont élaboré un message qui a été radiodiffusé ou télévisé et qui n'est pas conforme aux prescriptions du présent décret.

#### ART. 6

Sans préjudice des dommages et intérêts alloués éventuellement aux personnes morales ou physiques, privées ou publiques, le tribunal prononce la confiscation des recettes perçues par ceux qui ont émis des messages revêtant un caractère de publicité non commerciale ne répondant pas aux conditions définies par les articles 1<sup>er</sup>, § 3, et 2.

#### ART. 7

A l'article 13, alinéa 1<sup>er</sup>, du décret fixant les conditions de reconnaissance des radios locales du 8 septembre 1981, ajouter, après les mots « horaires attribués », les mots « ou en cas de condamnation pour infraction au décret réglementant la publicité non commerciale à la radio et à la télévision. »

## ANNEXE

### AMENDEMENTS DEPOSES EN COMMISSION

#### 1. *Amendement de M. Ducarme et consorts*

A l'article 3, 2<sup>e</sup> alinéa, ajouter après « arrêtés » :

« Dans le respect de la loi du 16 juillet 1973 garantissant la protection des tendances idéologiques et philosophiques. »

#### *Justification*

Cet amendement permet de garantir le pluralisme.

D. DUCARME.  
J.-P. GRAFE.  
R. HENDRICK.

#### 2. *Amendement de M. Hendrick*

Remplacer l'article 4 par le texte suivant :

« Tout message concernant un type de médicament, de soins, de traitement médical ou paramédical est interdit dans le cadre de la publicité non commerciale réglementée par le présent décret. »

R. HENDRICK.

#### 3. *Amendements subsidiaires de M. De Decker à l'amendement de M. Ducarme et consorts à l'article 5 (doc. 90 (1982-1983) n° 10)*

##### 1. Nouvel alinéa 2.

« Toute personne physique ou morale dont les intérêts auraient été lésés par le non-respect de l'article 1<sup>er</sup> et de l'article 2 peut introduite devant le tribunal compétent une action en cessation et réclamer des dommages et intérêts. »

##### 2. Nouvel alinéa 2.

« En outre, à défaut de plainte, le ministère public poursuivra les manquements dont il aurait connaissance. »

Les alinéas 2 et 3 actuels deviennent respectivement les alinéas 4 et 5.

#### *Justification*

1. Afin de permettre à chacun de faire respecter ses droits, il est essentiel que tout citoyen lésé puisse introduire une action en justice.

2. Il revient au parquet de défendre l'intérêt général et de faire respecter la législation communautaire et ce en dehors de toute intervention politique de l'Exécutif.

A. DE DECKER.