



CONSEIL DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Session 1982-1983

3 FEVRIER 1983

PROPOSITION DE DECRET

REGLEMENTANT LA PUBLICITE NON COMMERCIALE
PAR LES MOYENS DE L'AUDIO-VISUEL
DEPOSEE PAR M. **A. LAGASSE** ET CONSORTS

DEVELOPPEMENTS

La publicité commerciale sur les ondes est actuellement interdite, et dans son principe elle dépend encore d'une autorisation du législateur national. En revanche, tout ce qui se rattache à la publicité non commerciale — parfois appelée « publicité collective » ou « émissions compensées » — est de la compétence du législateur communautaire.

Jusqu'à présent, aucune réglementation ne gouverne cette matière.

En fait, dès à présent, de façon très pragmatique, la RTBF a pris diverses initiatives (émissions parrainées par le Crédit communal, par l'ONDAH...). Avant que des initiatives ne se développent de façon dispersée, avec le risque de compromettre ce que les auditeurs et téléspectateurs sont en droit d'attendre de la RTBF, des radios locales et des télévisions communautaires, il paraît utile de dégager un certain nombre de principes généraux.

A. LAGASSE.

PROPOSITION DE DECRET

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

ARTICLE 1^{er}

La publicité non commerciale à la radio ou à la télévision n'est autorisée que si elle est diffusée dans le but exclusif de servir l'intérêt général, à l'initiative de pouvoirs publics, d'institutions internationales de droit public, d'organisations ou d'associations professionnelles, sociales, culturelles, scientifiques ou sportives.

ART. 2

Le contenu des messages publicitaires doit répondre aux conditions suivantes :

a) ne comporter aucune indication de marque; les produits et services doivent être présentés au public sous leur dénomination générique;

b) ne comporter aucune allusion à des marques de produits ou de services, ni à des noms d'entreprises ou organismes privés identifiables;

c) ne pas faire apparaître ou suggérer des qualités fictives de produits et services. Il doit être conçu et réalisé de telle sorte qu'il ne soit pas susceptible, directement ou indirectement, par exagération, par omission ou en raison de leur caractère ambigu, d'induire en erreur l'auditeur. Les termes techniques, scientifiques et les statistiques doivent être utilisés de manière qu'aucune interprétation erronée ne puisse en résulter;

d) ne présenter aucun élément, aucune allusion de nature à heurter les convictions morales, religieuses, philosophiques ou politiques des auditeurs et téléspectateurs;

e) être exempt de toute vulgarité ou élément de mauvais goût;

f) éviter de présenter les scènes de violence et celles qui peuvent provoquer la peur;

g) exclure toutes les scènes qui pourraient encourager directement ou indirectement ou de façon détournée les abus, imprudences ou négligences;

h) respecter le bon usage de la langue française;

i) exclure toute allusion favorable aux boissons alcoolisées, au tabac, cigares et cigarettes;

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

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

l) respecter la personnalité de l'enfant, ne pas nuire à son épanouissement ni profiter de l'impressionnabilité et la faculté de croire propres aux enfants;

m) lorsqu'il s'adresse aux femmes ou dans lequel elles figurent, tenir compte du rôle essentiel qu'elles jouent dans la société et contribuer à assurer le respect et la dignité de leur condition.

ART. 3

Est soumis à l'autorisation préalable du membre de l'Exécutif, ministre de la Santé, tout message concernant un type de médicament, de soins, traitement médical et paramédical, objet ou méthode présentés comme ayant des effets bénéfiques pour la santé.

ART. 4

L'institution à l'initiative de laquelle a été diffusée la publicité non commerciale doit être à même de produire les preuves nécessaires pour établir le bien-fondé de toute description, déclaration, attestation, illustration ou expérimentation au sujet desquelles elle serait interrogée.

ART. 5

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 vingt mille francs, ceux à la demande de qui a été radiodiffusée ou télévisée de la publicité non conforme aux prescriptions du présent décret.

A. LAGASSE.

I. PETRY.

G. CUDELL.

H. MORDANT.

J. NAGELS.