

SEANCES DU MERCREDI 14 JANVIER 1987  
VERGADERINGEN VAN WOENSDAG 14 JANUARI 1987ASSEMBLEE  
PLENAIRE VERGADERINGSEANCE DE L'APRES-MIDI  
NAMIDDAGVERGADERING

## SOMMAIRE:

## CONGE:

Page 678.

## COMMUNICATIONS:

Page 678.

1. Parlement européen;
2. Dépenses en marge du budget;
2. Cour des comptes:
  - Dépêches du 24 décembre 1986;
  - Dépêche du 7 janvier 1987.

## COMPOSITION DE COMMISSIONS (Modification):

Page 679.

## PROJET DE LOI (Discussion):

Projet de loi relatif au réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

Reprise du vote nominatif resté sans résultat, p. 679.

Justification de vote: *Orateur*: M. Wyninckx, p. 680.Discussion générale (reprise). — *Orateurs*: MM. Wyninckx, Grosjean, Wintgens, Van Overstraeten, Hotyat, Boël, Vaes, Seeuws, Hofman, Mme Aelvoet, p. 680.

## COMMUNICATION DE M. LE PRESIDENT:

Page 680.

Ann. parl. Sénat — Session ordinaire 1986-1987  
Parlem. Hand. Senaat — Gewone zitting 1986-1987

## INHOUDSOPGAVE:

## VERLOF:

Bladzijde 678.

## MEDEDELINGEN:

Bladzijde 678.

1. Europees Parlement;
2. Uitgaven buiten de begroting;
3. Rekenhof:
  - Dienstbrieven van 24 december 1986;
  - Dienstbrief van 7 januari 1987.

## SAMENSTELLING VAN COMMISSIES (Wijziging):

Bladzijde 679.

## ONTWERP VAN WET (Beraadslaging):

Ontwerp van wet betreffende de radiodistributie- en de teledistributietienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie.

Hervatting van de onbeslist gebleven naamstemming, blz. 679.

Stemverklaring: *Spreker*: de heer Wyninckx, blz. 680.Algemene beraadslaging (hervatting). — *Sprekers*: de heren Wyninckx, Grosjean, Wintgens, Van Overstraeten, Hotyat, Boël, Vaes, Seeuws, Hofman, mevrouw Aelvoet, blz. 680.

## MEDEDELING VAN DE VOORZITTER:

Bladzijde 680.

## PROPOSITIONS DE LOI (Dépôt):

Page 699.

**M. Van Rompaey.** — Proposition de loi réglant la répartition des dommages causés par certains actes judiciaires.

**M. Flandre.** — Proposition de loi portant identification des chiens, en vue de décourager considérablement leur perte volontaire.

## INTERPELLATIONS (Demandes):

Page 699.

**M. Dehousse** au gouvernement sur « la désignation d'un « informateur » dans les Fourons, la personne, le rôle et l'activité de cet « informateur », les suites de son action et l'existence réelle ou supposée d'une « trêve » en ce qui concerne les Fourons ».

**M. Van Ooteghem** au ministre de la Défense nationale et ministre de la Région bruxelloise sur « l'entretien des navires de la force navale par l'association momentanée Maritec ».

## VOORSTELLEN VAN WET (Indiening):

Bladzijde 699.

**De heer Van Rompaey.** — Voorstel van wet tot regeling van schadegevallen veroorzaakt door sommige rechterlijke handelingen.

**De heer Flandre.** — Voorstel van wet houdende identificering van de honden ten einde het opzettelijk achterlaten van die dieren grotendeels te verhinderen.

## INTERPELLATIES (Verzoeken):

Bladzijde 699.

**De heer Dehousse** tot de regering over « de aanstelling van een « informateur » in de Voerstreek, de persoon, de opdracht en de activiteiten van deze « informateur », de gevolgen van zijn optreden en het werkelijk of vermeend bestaan van een « godsvrede » in de kwestie Voeren ».

**De heer Van Ooteghem** tot de minister van Landsverdediging en minister van het Brusselse Gewest over « het onderhoud van de schepen van de zeemacht door de tijdelijke vereniging Maritec ».

## PRESIDENCE DE M. LEEMANS, PRESIDENT

## VOORZITTERSCHAP VAN DE HEER LEEMANS, VOORZITTER

**Mme Panneels-Van Baelen** et **M. Noerens**, secrétaires, prennent place au bureau.

**Mevrouw Panneels-Van Baelen** en **de heer Noerens**, secretarissen, nemen plaats aan het bureau.

Le procès-verbal de la dernière séance est déposé sur le bureau.

De notulen van de jongste vergadering worden ter tafel gelegd.

La séance est ouverte à 14 h 10 m.

De vergadering wordt geopend te 14 u. 10 m.

## CONGES — VERLOF

**MM. Collignon**, à l'étranger; **Péciaux** et **Schoeters**, pour d'autres devoirs, demandent d'excuser leur absence à la présente réunion.

Afwezig met bericht van verhindering: de heren **Collignon**, buitenland; **Péciaux** en **Schoeters** wegens andere plichten.

— Pris pour information.

Voor kennisgeving.

## COMMUNICATIONS — MEDEDELINGEN

*Parlement européen — Europees Parlement*

**M. le Président.** — Par lettre du 7 janvier 1987, le président du Parlement européen a transmis au Sénat:

1. Une décision modifiant le règlement du Parlement européen à la suite de la ratification de l'Acte unique européen par les Etats membres;

Bij brief van 7 januari 1987 heeft de voorzitter van het Europese Parlement aan de Senaat overgezonden:

1. Een besluit tot wijziging van het reglement van het Europese Parlement in werking tredend na ratificatie van de Europese Akte door de lid-staten:

2. Une résolution sur l'Acte unique européen.

2. Een resolutie over de Europese Akte.

— Renvoi à la commission des Relations extérieures.

Verwezen naar de commissie voor de Buitenlandse Betrekkingen.

*Dépenses en marge du budget — Uitgaven buiten de begroting*

**M. le Président.** — En application de l'article 24, alinéa 2, de la loi du 28 juin 1963 modifiant et complétant les lois sur la comptabilité de l'Etat, le Premier ministre a donné connaissance au Sénat, par dépêche du 29 décembre 1986, de la délibération n° 2965, prise par le Conseil des ministres et relative à des dépenses faites en marge du budget.

Overeenkomstig artikel 24, 2e lid, van de wet van 28 juni 1963 tot wijziging en aanvulling van de wetten op de rijkscomptabiliteit, heeft de Eerste minister, bij dienstbrief van 29 december 1986, aan de Senaat kennis gegeven van de beraadslaging nr. 2965, door de Ministerraad getroffen betreffende uitgaven gedaan buiten de begroting.

— Renvoi à la commission des Finances.

Verwezen naar de commissie voor de Financiën.

**M. le Président.** — Il est donné acte de cette communication au Premier ministre.

Van deze mededeling wordt aan de Eerste minister akte gegeven.

*Cour des comptes — Rekenhof*

**M. le Président.** — Par dépêche du 24 décembre 1986, la Cour des comptes fait connaître au Sénat ses observations au sujet du projet de loi contenant le budget du ministère des Travaux publics de l'année budgétaire 1986.

Bij dienstbrief van 24 december 1986 deelt het Rekenhof aan de Senaat zijn opmerkingen mede over het ontwerp van wet houdende de begroting van het ministerie van Openbare Werken voor het begrotingsjaar 1986.

— Renvoi à la commission des Finances.

Verwezen naar de commissie voor de Financien.

**M. le Président.** — Il est donné acte de cette communication au premier président de la Cour des comptes.

Van deze mededeling wordt aan de eerste voorzitter van het Rekenhof akte gegeven.

Par dépêche du même jour, la Cour des comptes transmet au Sénat, les fascicules III A et III B du 134<sup>e</sup> Cahier d'observations.

Bij dienstbrief van dezelfde dag zendt het Rekenhof aan de Senaat de delen III A en III B van het 134<sup>e</sup> Boek van opmerkingen.

Il est donné acte de cette communication au premier président de la Cour des comptes.

Van deze mededeling wordt aan de eerste voorzitter van het Rekenhof akte gegeven.

Par dépêche du 7 janvier 1987, la Cour des comptes transmet également ses observations au sujet de sept projets de budgets déposés jusqu'à présent pour l'année budgétaire 1986, et ce eu égard au montant des crédits provisoires ouverts par la loi du 31 octobre 1986.

Bij dienstbrief van 7 januari 1987 deelt het Rekenhof zijn opmerkingen mede over zeven begrotingsontwerpen tot nu toe ingediend voor het begrotingsjaar 1986, gelet op het bedrag van de voorlopige kredieten geopend bij de wet van 31 oktober 1986.

— Renvoi à la commission des Finances.

Verwezen naar de commissie voor de Financien.

**M. le Président.** — Il est donné acte de cette communication au premier président de la Cour des comptes.

Van deze mededeling wordt aan de eerste voorzitter van het Rekenhof akte gegeven.

**SAMENSTELLING VAN COMMISSIES**

*Wijziging*

**COMPOSITION DE COMMISSIONS**

*Modification*

**De Voorzitter.** — Bij het bureau is een voorstel ingediend om in de commissie voor de Infrastructuur de heer Swaelen te vervangen door de heer Cardoen als effectief lid.

Le bureau est saisi d'une proposition tendant à remplacer M. Swaelen par M. Cardoen comme membre effectif au sein de la commission de l'Infrastructure.

Geen bezwaar?

N'y a-t-il pas d'opposition à ce remplacement?

Dan is aldus besloten.

Il en est ainsi décidé.

**ONTWERP VAN WET BETREFFENDE DE RADIODISTRIBUTIE-  
EN DE TELE-DISTRIBUTIENETTEN EN BETREFFENDE DE  
HANDELSPUBLICITEIT OP RADIO EN TELEVISIE**

*Hervatting van de onbeslist gebleven naamstemming*

**PROJET DE LOI RELATIF AUX RESEAUX DE RADIODISTRIBUTION  
ET DE TELEDISTRIBUTION ET A LA PUBLICITE COMMERCIALE  
A LA RADIO ET LA TELEVISION**

*Reprise du vote nominatif resté sans résultat*

**De Voorzitter.** — Dames en heren, daar de tweede naamstemming onbeslist is gebleven omdat het quorum niet was bereikt, moeten wij

opnieuw overgaan tot stemming over het voorstel tot verdaging van de algemene bespreking van het ontwerp van wet betreffende de radiodistributie- en de teledistributienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie.

Le quorum n'ayant pas été atteint lors du second vote nominatif sur la proposition d'ajournement de la discussion générale du projet de loi relatif aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, il va être procédé à un nouveau vote.

— Er wordt tot naamstemming overgegaan.

Il est procédé au vote nominatif.

149 leden zijn aanwezig.

149 membres sont présents.

93 stemmen neen.

93 votent non.

54 stemmen ja.

54 votent oui.

2 onthouden zich.

2 s'abstiennent.

Derhalve is het voorstel tot verdaging niet aangenomen.

En conséquence, la proposition d'ajournement n'est pas adoptée.

Ont voté non :

Hebben neen gestemd :

MM. Aerts, Akkermans, Anthuenis, Antoine, Aubecq, Bascour, Bens, Bock, Boël, J. A. Bosmans, J. H. Bosmans, Buchmann, Mme Buyse, MM. Cardoen, Cerexhe, Chabert, Claeys, Close, Conrotte, Cooreman, Dalem, De Bondt, De Clercq, Decléty, de Clippele, De Cooman, De Kerpel, Mmes Delruelle-Ghobert, Demeulenaere-Dewilde, MM. Demuyter, Deneir, Deprez, Descamps, De Seranno, Desmarests, Mme D'Hondt-Van Opendenbosch, MM. Didden, Doumont, Evers, Falise, Flagothier, Friederichs, G. Geens, Gijs, J. Gillet, Mme L. Gillet, M. Glibert, Mme Godinache-Lambert, MM. Hansenne, Hazette, Henrion, Mme Herman-Michielsens, MM. Kelchtermans, Langendries, Laverge, Lenfant, Mme Maes-Vanrobaeys, MM. Mainil, Monfils, Nicolas, Noerens, Ottenbourg, Mme Panneels-Van Baelen, MM. Pede, Peetermans, Poulet, Remacle, Saulmont, Smeers, Mme Smitt, M. Sondag, Mme Staels-Dompas, M. Swaelen, Mme Tyberghien-Vandenbussche, MM. Van Daele, Van den Broeck, Vandenhaute, Mme Van den Poel-Welkenhuysen, MM. Vanderborgh, Vandermarliere, J. Van Eetvelt, V. Van Eetvelt, Vanha-verbeke, Van houtte, Van Nevel, Vannieuwenhuyze, Van Rompaey, Waltniel, Weckx, Willemsens, Windels, Wintgens et Leemans.

Ont voté oui :

Hebben ja gestemd :

M. Adriaenssens, Mme Aelvoet, MM. Basecq, Borremans, De Bremaeker, Mme De Pauw-Deveen, MM. De Smeyter, de Wasseige, Donnay, Egelmeers, Eicher, Flandre, A. Geens, Grosjean, Hismans, Hofman, Holsbeke, Hotyat, Knuts, Lallemand, Leclercq, Lepaffe, Mme Lieten-Croes, MM. Luyten, Meyntjens, Minet, Moens, Moureaux, Op 't Eynde, Paque, Pataer, Pinoie, Poulain, Mme Rifflet-Knauer, MM. Schellens, Seeuws, Smits, Spitaels, Swinnen, Taminiaux, Mme Thiry, M. Toussaint, Mme Truffaut, MM. Trussart, Vaes, Vandekerckhove, Vandenhove, Van Der Niepen, Van In, Van Ooteghem, Van Overstraeten, Mme Van Puymbroeck, MM. Verschueren et Vervaeke.

Se sont abstenus :

Hebben zich onthouden :

MM. Capoen en Wyninckx.

**M. le Président.** — Les membres qui se sont abstenus sont priés de faire connaître les motifs de leur abstention.

Ik verzoek de leden die zich hebben onthouden, de reden van hun onthouding mede te delen.

**De heer Capoen.** — Ik ben afgesproken met mevrouw Mayence.

**De Voorzitter.** — Het woord is aan de heer Wyninckx.

**De heer Wyninckx.** — Mijnheer de Voorzitter, het spreekt vanzelf dat ik geen stemafpraak heb. In tegenstelling met wat sommige collega's beweren: *Je n'étais pas l'auteur du crime.*

Op dezelfde dag dat een geachte lid van deze Hoge Vergadering, tevens voorzitter van de sterkste politieke formatie, de heer Swaelen, verklaarde dat 1987 het jaar zou worden van de herwaardering van het Parlement en op dezelfde dag dat de fractievoorzitters u vertrouwen hebben geschonken, mijnheer de Voorzitter — en u hebt ons vertrouwen niet beschaamd —, om ons verzet te laten blijken ten opzichte van bepaalde gedragingen van de ministers van de regering, vond ik het hoogst betreurenswaardig van de ministers van de regering, dat voor een ontwerp dat werd aangekondigd als een ontwerp waarop het hele land met ongeduld wacht, meer dan de helft van de leden van de meerderheid zich hebben veroorloofd niet aanwezig te zijn. Dat was een zeer slechte start voor een jaar waarin de herwaardering van het Parlement werkelijkheid moet worden. (*Applaus op de socialistische banken.*)

#### MEDEDELING VAN DE VOORZITTER COMMUNICATION DU PRESIDENT

**De Voorzitter.** — Wij zullen zo dadelijk de algemene beraadslaging hervatten van het ontwerp van wet betreffende de radiodistributie- en de teledistributienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie. Er zijn voor 4 à 5 uur sprekers ingeschreven.

Daarna zullen we het antwoord van de regering horen en, zo mogelijk, de artikelsgewijze bespreking aanvatten behalve de artikelen waarbij amendementen werden ingediend die voor advies naar de Raad van State werden gestuurd.

Het is nu nog onduidelijk of het ontwerp van diergezondheidswet en het ontwerp van wet houdende aanpassing van de begroting van de Gemeenschappelijke Culturele Zaken voor het begrotingsjaar 1985 vandaag nog aan de orde zullen komen.

Ik kan daarover misschien wat meer zeggen omstreeks 17 uur. Neemt u het mij echter niet kwalijk als zou blijken dat die twee ontwerpen pas morgen worden besproken.

#### ONTWERP VAN WET BETREFFENDE DE RADIODISTRIBUTIE- EN DE TELEVISIEDISTRIBUTIENETTEN EN BETREFFENDE DE HANDELSPUBLICITEIT OP RADIO EN TELEVISIE

##### *Hervatting van de algemene beraadslaging*

#### PROJET DE LOI RELATIF AUX RESEAUX DE RADIODISTRIBUTION ET DE TELEDISTRIBUTION ET A LA PUBLICITE COM- MERCIALE A LA RADIO ET A LA TELEVISION

##### *Reprise de la discussion générale*

**De Voorzitter.** — Wij hervatten de algemene beraadslaging over het ontwerp van wet betreffende de radiodistributie- en de teledistributienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie.

Nous reprenons la discussion générale du projet de loi relatif aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

Het woord is aan de heer Wyninckx.

**De heer Wyninckx.** — Mijnheer de Voorzitter, mijn uiteenzetting zal sommigen misschien verbazen.

In de eerste plaats spreek ik er mijn verwondering over uit dat dit debat eerst vandaag in deze vergadering kan beginnen. Het komt eigenlijk twintig jaar te laat en de oplossingen voor het mediabeleid, die door de huidige meerderheid worden uitgedokterd, zowel op nationaal vlak als op het vlak van de gemeenschappen, zijn reeds van voor hun eventuele toepassing zwaar gehypothekeerd.

Ik heb mij vrij voorzichtig opgesteld zowel in de Vlaamse Raad als in de commissie van de Senaat. Daar zijn verscheidene redenen voor. En ik juich niet als ik een nederlaag lijd zoals dit gisteren bij de heer De Seranno het geval was, toen hij eens te meer heeft bewezen dat hij met weinig aandacht volgt wat er in de vergadering gebeurt. Hij begon toe

te juichen op een ogenblik dat onvoldoende leden van de meerderheid aanwezig waren zodat het quorum niet werd bereikt. Eigenlijk hadden wij moeten juichen.

**De heer Windels.** — U had evenmin een meerderheid.

**De heer Wyninckx.** — Voortaan zal ik pogen niet te luisteren naar de weinig zinnige onderbrekingen van de heer De Seranno. Ik vraag wel de aandacht van de vergadering voor wat ik als woordvoerder van een oppositiepartij kom vertellen.

Ik herhaal dat ik mij in de Vlaamse Raad en ook in de senaatscommissie vrij voorzichtig heb opgesteld. Daar zijn verscheidene redenen voor, maar de voornaamste is dat ik door de politieke omstandigheden sinds het einde van de jaren 60 dag aan dag de ontwikkeling in medialand moest volgen en ik er mij ten zeerste van bewust ben dat wij allemaal een zware verantwoordelijkheid dragen in de opgelopen achterstand.

In alle politieke families waren *Real-politici*, die de commercie op de beeldbuis met geweld zagen aanrukken en die van mening waren dat het beter ware geweest het fenomeen in te dijkten, in positieve banen te leiden, dan het te negeren. Maar tegelijkertijd waren er in alle politieke families al evenzeer woordvoerders die met een uitgebreid arsenaal van argumenten de beeldbuis, alleszins de twee, later de vier nationale zenders, wisten te vrijwaren van de smetten van de commerciële publiciteit.

Het doorbreken van de kabel, einde van de jaren 60, had nochtans tot bezinning moeten leiden. Verscheidene jaren was ons land het meest bekabelde land ter wereld — wij behoren nog altijd tot de koplopers — met het meest uitgebreide programma-aanbod, publiciteit inbegrepen. Het was merkwaardig dat toen reeds de constructeurs van TV-toestellen in onze contreien slechts onder dwang van de kabelmaatschappijen aan hun toestellen de aanpassingen hebben aangebracht die omwille van de kabel noodzakelijk waren geworden.

Hetzelfde fenomeen dreigt zich vandaag trouwens te herhalen, nu de kabelmaatschappijen zich voorbereiden op de verdubbeling van hun kanaalcapaciteit en er de constructeurs nog moeten van overtuigen hun toestellen aan te passen aan dit grotere aanbod. Immers, in tegenstelling tot wat sommigen denken, zijn de toestellen die momenteel worden aangeboden nog niet aangepast aan deze nieuwe mogelijkheden. Wij moeten onze constructeurs dus nog pogen te overtuigen van de noodzaak om deze toestellen aan te passen. In Japan en ook in de Verenigde Staten is deze aanpassing volop aan de gang of reeds achter de rug.

Vandaag zijn bijvoorbeeld de abonnees van de kabelmaatschappijen aangewezen op decoders van Japanse makelij om betaaltelevisie te kunnen ontvangen. Deze decoders zijn een essentieel onderdeel van de betaaltelevisie, maar op de Europese markt vinden wij ze niet, en wanneer wij een soortgelijk apparaat in zijn experimentele vorm door een of andere Europese firma aangeboden krijgen, is het van twijfelachtige hoedanigheid en duurder dan het Japanse aanbod.

Op dezelfde wijze sleepten wij meer dan twintig jaar een koninklijk besluit mee, waarvan iedereen wist dat het niet meer toepasbaar, noch toepasselijk was. Dan wanneer op alle buitenlandse zenders publiciteit werd gebracht, vonden wij een alibi om RTL te weigeren en iedereen in dit land hield het been stijf, zowel de overheden als de kabelmaatschappijen, terwijl alle andere omringende landen publiciteit brachten. Het alibi was dat wij ons inzake RTL bevonden voor een louter privaatrechtelijke zender, dan wanneer dat voor de andere buitenlandse zenders die publiciteit brachten niet het geval was. Soms was er wel een of ander ijverig ambtenaar, die de aandacht van de kabelmaatschappijen erop vestigde dat zij de publicitaire spots moesten verwijderen, maar de Regie werd zelfs niet boos wanneer wij op die omzendbrieven niet eens antwoordden. Het was een typische Belgen-mop.

Maar erger werd het toen door de RTT alle schikkingen werden genomen om RTL tot in de uithoeken van Vlaanderen te brengen en de kabelmaatschappijen op vriendelijke, maar indringende wijze werden verzocht *stante pede* RTL aan hun programma-aanbod toe te voegen, en dit door dezelfde autoriteit die er moest over waken dat het koninklijk besluit van 1966 werd geëerbiedigd, wat overigens nooit of nergens het geval was geweest. Ook dat was een typische Belgen-mop.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Er was wel een arrest van het Hof van beroep van Luik, dat u ook kent, mijnheer Wyninckx. Aan dit arrest konden wij niet voorbijgaan.



**De heer Wyninckx.** — Daaraan kon men niet voorbijgaan. Het arrest is echter gevallen op een ogenblik dat de administratie sinds lange tijd geen rekening meer hield met het koninklijk besluit dat zij moest toepassen en waarvan ik zoëven heb opgemerkt dat het niet meer toepasbaar of toepasselijk was, gezien de evolutie in medialand.

Zo hebben wij allemaal twintig jaar lang geleuterd, terwijl hoog boven onze hoofden de media-oorlog in volle hevigheid woedde en niet alleen boven de Belgische hoofden, ook boven de Europese. Zou het niet tot 1986 duren vooraleer de Europese Commissie een bescheiden stap deed in de richting van een Europese aanpak, of vooraleer de Raad van Europa zich daarover ging bezinnen? Op dat niveau zouden nochtans beslissingen moeten worden getroffen en die zouden er dan wel eens helemaal anders kunnen uitzien dan de huidige aanpak in ons land. Ik betwijfel geenszins de goede bedoeling van de huidige minister van PTT. Ik mag hier wel bevestigen dat zij wat haar waaiertje van dit ontwerp betreft, haar oor heeft te luisteren gelegd bij de kabelmaatschappijen en dat zij in zeer ruime mate met hun verzuchtingen rekening heeft gehouden.

Eindelijk worden, na twintig jaar, een aantal anomalieën uit het koninklijk besluit van 1966 gewijzigd door een wet en wordt in een soepele vorm rekening gehouden met de behoefte van de kabelmaatschappijen om de snelle technologische evolutie bij te houden. Als uw administratie nu op dezelfde soepele wijze de nieuwe wettelijke beschikkingen helpt toepassen, dan zijn wij alleszins, wat dit aspect van het debat betreft, een goed eind opgeschoten.

Maar het is merkwaardig te moeten vaststellen dat in ons politieke wereldje nog steeds wordt gepraat over het al dan niet aanbrengen van kabels op de huisgevels, terwijl hoog boven ons een totaal ander medialandschap tot stand komt. Dat is immers het uiteindelijke onderwerp van dit debat en het valt te vrezen dat noch het wetsontwerp, noch de decreten in de Vlaamse en Franstalige gemeenschappen, lang zullen weerstaan aan deze revolutie.

Op dezelfde wijze beschouwen wij ook het debat over het invoeren van de etherreclame als achterhaald. Het zal wel zo zijn dat omwille van gevoelgeladen redenen, een meerderheid binnen mijn partij er langer heeft over gedaan dan in andere politieke families — maar ook daar heeft het dikwijls lang geduurd — om zich neer te leggen bij de financiële, de economische en de technologische feiten. Wij hebben als politici, en dit is niet alleen voor de Vlaamse socialisten het geval, het fenomeen van de publiciteit op de beeldbuis en in de ether op een veel te smalle basis beoordeeld en veroordeeld. Dit is de eigenlijke reden waarom vandaag de vraag wordt gesteld via welk kanaal de publiciteit bij de kijker zal terechtkomen, via de BRT of via een privé-zender. Onze voorkeur gaat dan naar de BRT, in een of andere vorm.

**De heer Luyten.** — En onze voorkeur gaat naar de VRT!

**De heer Wyninckx.** — Een van de argumenten van de Eerste minister is dat dit ontwerp het pluralisme zou invoeren, dat in de ons omringende landen al bestaat. Maar wij doen dat dan op zijn Belgisch. Wij willen er per se nog een zender bij, en, wat voor een soort zender, dat weten wij nog altijd niet, want degenen die de publiciteitsmarkt kennen, werden bij de voorbereiding van dit ontwerp genegeerd, en de uitgevers van dagen weekbladen blijken erg verdeeld en vooral huiverachtig te staan tegenover dit nieuwe media-avontuur. En op deze wijze komen wij in de situatie terecht dat wij de media-oorlog op typisch Belgische wijze op Europese schaal reeds dreigen te verliezen.

Er kan immers van pluralisme geen sprake zijn enkel omdat er nog een zender zou bijkomen, die snel overgeleverd zal zijn aan buitenlandse programmeerders, en die zeer dikwijls met multinationale publiciteitsbudgetten zal moeten worden gestijfd. Met andere woorden, via uw zogenaamd pluralisme sleept men een paard van Troje in het medialandschap, dat wel eens voor hoogst onvoorziene toestanden en voor hoogst onvoorziene ontgoochelingen zou kunnen zorgen. En vanaf dat moment, staan wij, als Vlaamse socialisten, argwanend tegenover dit ontwerp, en wij niet alleen! Ik zou er willen aan toevoegen: gelukkig staan wij niet alleen. En zo kom ik tot de kern van mijn betoog.

Er wordt soms gepraat over de economische oorlog van de Verenigde Staten met de rest van de wereld en voornamelijk met de Europese Gemeenschap. Het beeld dat u, als u daar hedenavond de tijd mocht voor vinden, zoudt ontdekken op uw kleine scherm, is slechts het puntje boven op de top van de ijsberg. Op alle zenders die u dank zij de kabel vandaag kunt ontvangen, en dat zijn er toch al om en nabij de twintig, zult u op een of ander ogenblik de vijand ontwaren, zonder hem gewaar te worden. Achter elke seconde Amerikaans beeld gaat een industrie

schuil die beelden en gegevens bij mekaar brengt, gaan multinationals schuil die via satellieten, en gebruik makend van de kabel, het maatschappijbeeld kneden naar Amerikaanse normen. Dit is de media-oorlog tussen de Verenigde Staten en Europa, alleszins West-Europa, maar zelfs Oosteuropese zenders ontsnappen niet langer aan dit verpletterende aanblik.

**De heer Seeuws.** — Zeer juist.

**De heer Wyninckx.** — Zou er, behoudens inlandse stammen in Zuid-Amerika, in Centraal-Afrika of in Oceanië, ergens ter wereld een man, een vrouw of een kind zijn die nooit iets hebben opgevangen uit een van die eindeloze reeks smartlappen als Dynasty, Dallas en noem maar op?

Het is een merkwaardig feit dat Europa op deze uitdaging het antwoord schuldig blijft. De media-oorlog woedt tussen de geïndustrialiseerde Staten en hij wordt uitgevochten met ongelijke middelen. Er zijn hooguit een tiental landen bij betrokken. Al de andere landen zullen de keuze ondergaan van de overwinnaars. De communicatietechnieken zullen de ware spijttechnologie van de toekomst worden en zij zullen aan het einde van de eeuw honderden miljoenen mensen tewerkstellen. Japan en de Verenigde Staten bereiden deze toekomst actief voor. Zij zijn de toekomst al binnengetrokken. West-Europa zal allicht op een mooie ochtend ontwaken en vaststellen dat het deze culturele, economische en technologische strijd heeft verloren. Voor deze nederlaag zullen wij allen samen op een later ogenblik beoordeeld en veroordeeld worden, maar zij zal ons duur te staan komen.

De vraag is immers of wij ons steeds meer zullen laten domineren door de beeldproducenten van over de oceaan, dan wel of wij de kans zullen aangrijpen om, mits de eigen volkscultuur en tradities worden behouden, op Europese schaal deze uitdaging te beantwoorden. Misschien is het een van de elementen waar het Belgische voorzitterschap in de komende maanden kan pogen iets aan te doen, want het is nodig. Maar wij hebben al begrepen uit de verklaringen van de minister van Buitenlandse Betrekkingen, de heer Tindemans, dat er zodanig veel te doen is dat dit waarschijnlijk een van de punten wordt waarmee zeer weinig zal gebeuren. De minister heeft reeds de waslijst van problemen opgegeven waarmee het Belgische voorzitterschap wordt geconfronteerd. Voor mij is dit een van de belangrijkste problemen. Het is belangrijk voor België, maar ook voor Vlaanderen en voor de Franstalige gemeenschap.

Misschien kunnen we het mediaprobleem eens bekijken in het licht van de toekomst. In de komende jaren, en dat is reeds over twee à drie jaar, zullen satellieten een paar duizend aardstations vervangen, zal een optische vezel een honderdtal TV-programma's overbrengen. De kwaliteit van de televisie zal verbeteren door nieuwe technische mogelijkheden die onschatbaar zijn en die niets te maken hebben met de scherpte van het beeld, maar wel met de presentatie, met de technieken die men zal aanwenden om het beeld aantrekkelijker te maken.

Hierdoor zullen steeds meer bewoners van onze planeet verslaafd geraken aan de beeldcultuur. Degenen die steeds meer aan het beeld verslaafd geraken, stellen een dubbele daad: zij verbruiken en zij helpen produceren. Zij ondergaan een culturele, mentale en sociale, maar ook een politieke en economische invloed. De beeldcultuur zal overigens steeds groeien in omvang en in hoedanigheid, niet qua inhoud, maar qua decor en regie en a fortiori in kostprijs.

Er zijn maar twee middelen om de prijs te betalen: via kijk- en luistergeld, belastingen en abonneegelden, of via de publiciteit! Men moet geen groot rekenaar zijn om te beseffen hoe zwaar deze uitdaging voor ons land is.

En daaromheen draait ook onze oppositie tegenover dit ontwerp in zijn geheel, alhoewel wij bepaalde onderdelen, zelfs bepaalde intenties zouden kunnen onderschrijven.

Wij beschikken in Europa over weinig exacte gegevens in verband met de kijkdichtheid, laat staan over de impact van commerciële publiciteit op de kijker. Een typisch voorbeeld is het feit dat in april 1984 de resultaten van een soortgelijk onderzoek met een welbepaalde methode, met name Meter, voor de RAI een hogere kijkdichtheid waarborgde dan voor Berlusconi — een u niet onbekende naam — terwijl op dat zelfde moment deze laatste volgens de methode Istel een omgekeerd resultaat bekam.

In de Verenigde Staten staat men op dat punt twintig jaar vooruit op Europa. Maar zelfs de kijkdichtheid dreigt een relatief gegeven te worden, zoals blijkt uit recente enquêtes in de Verenigde Staten, waar de kabel nu definitief doorbreekt en nu in bijna 50 miljoen gezinnen terechtkomt. U moet dat cijfer onthouden. Het blijkt meer en meer dat de beeldverslaving om zich heen grijpt. Men kijkt niet meer naar de beste programma's

maar naar zoveel mogelijk programma's en in hetzelfde huisgezin soms zelfs naar meerdere programma's tegelijk omdat er verschillende toestellen zijn.

Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Maar dat gebeurt niet door dezelfde mensen.

De heer Wyninckx. — Niet door dezelfde mensen, maar wel in één gezin.

Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Gelukkig is het een beperking van de mens dat hij maar naar één beeld terzelfder tijd kan kijken.

De heer Wyninckx. — Dat is juist, behalve in het geval van de anekdote, die u kent, mevrouw de minister, dat sommigen naar alle programma's tegelijkertijd kijken op het mozaïekraam van de kabel, en zelfs zeer vernuftig bepaalde programma's overlappen om er andere beter te kunnen bekijken. Dat zijn natuurlijk de extreme gevallen. De anekdote wijst erop dat sommigen zo verslaafd zijn dat zij op de mozaïek zitten te gapen naar alle programma's die op een bepaald ogenblik worden aangeboden. Dat is wel erg vreemd en heeft niet zoveel met dit debat te maken.

Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Mijnheer Wyninckx, ik zou die mensen gluurders noemen.

De heer Wyninckx. — Wat ik daarnet vertelde, mevrouw, is niet relevant voor dit debat. Wel relevant is dat het overschakelen van het betaalprogramma Filmnet van een achturenpakket naar een vierentwintigurenpakket een plotse groei van een aantal abonnees meebrengt. Ik stel daarover vragen, en u stelt waarschijnlijk dezelfde vragen. Er blijkt inderdaad dat een aantal potentiële abonnees die niet inschreven voor het achturenpakket nu het vierentwintigurenpakket wel willen. Wie zit er nu vierentwintig uur te gapen naar wat wordt geprogrammeerd door zo een betaaltelevisienet, meestal Amerikaanse films van niet altijd even goede kwaliteit en ook niet altijd even recent?

Dat is een van de indicatoren die in dit debat niet onbelangrijk zijn. Dit bewijst dat de beeldindustrie in Europa in de kinderschoenen staat en dat wij een achterstand moeten inhalen die is gekoppeld aan onze technologische achterstand. Later spreek ik opnieuw daarover.

De belangrijkste producenten zijn de Verenigde Staten en Japan, gevolgd, hoe merkwaardig ook, door Hongkong en Brazilië. De beste beeldkwaliteit — ik maak geen gewag van de inhoud — komt zonder veel problemen uiteraard uit Amerika. Het beeld van de satelliet wordt uitgevoerd uit de USA en in Europa ingevoerd zonder douanedocumenten of licenties. Geen enkele protectionistisch instrument is opgewassen tegen deze invasie. Wat is dan de plaats van Europa op de wereldmarkt en, tragisch genoeg, ook op de Europese markt? Wat kan dan de plaats van België, van Wallonië en van Vlaanderen zijn op de eigen markt, laat staan op de Amerikaanse markt? De Verenigde Staten voeren één procent, u hebt het goed gehoord, één procent van hun TV-programma's in. Op alle Europese zenders maken de Amerikaanse TV-programma's ten minste vijftig procent uit, en ook dat hebt u goed gehoord. Dit Parlement zou moeten beseffen dat het mede daarom draait: kan Europa nog een plaats veroveren op de wereldmarkt of zal het verder nalaten te pogen deze plaats te veroveren?

Ik ben de mening toegedaan — met mijn bescheiden ervaring en wetenschap op dit terrein — dat wij vandaag op Europees niveau beschikken over de technologie en over de industrie, maar dat wij wegens een volkomen gebrek aan gemeenschappelijke aanpak, dreigen alle kansen te missen.

Daar scheiden onze opvattingen over dit ontwerp van wet.

Het draagt de stempel van dit gebrek aan aanpak door zijn beperkende visie en door het ontbreken van voldoende waarborgen voor zijn uitvoering. Het zou er immers moeten om gaan een brede Europese audiovisuele ruimte tot stand te brengen die, in plaats van het doelwit te zijn van de Verenigde Staten, een pool zou worden van ontwikkeling van de Europese aanwezigheid op planetaire schaal. De weerslag van de satellieten zou wel eens vernietigend kunnen worden voor de Europese geschreven pers en voor de filmindustrie.

Binnen enkele maanden zal dit Amerikaans ruimteoffensief losbarsten. Men zal een stortvloed van beelden loslaten op Europa, met als enige

inzet de publiciteitsmarkt, zowel op Europese als op nationale schaal. Wat zal er dan nog overblijven voor onze eigen audiovisuele markt, a fortiori voor onze audiovisuele publiciteitsmarkt? Wij zullen moeten wedijveren met Amerikaanse en multinationale ondernemingen, die over enorme ervaring beschikken en vooral over enorme budgetten. Als er geen gegroepeerd Europees tegenoffensief tot stand komt, is de Europese audiovisuele markt veroordeeld.

Indien de zaken blijven zoals zij zijn, of worden zoals zij in ons land nu wettelijk en decretaal worden geregeld, indien wij, met andere woorden, onze eigen navel blijven bewonderen en niet naar omhoog kijken om te zien wat er op duizenden kilometer boven ons hoofd plaatsgrijpt, indien wij tenslotte geen Europees instrumentarium tot stand brengen, dan is vanzelfsprekend ook het risico reëel dat de publicitaire markt zal afgeschuimd zijn, vooraleer wij tot een daadwerkelijk mediabeleid zullen zijn gekomen. Dat zal al evenzeer gevolgen hebben op andere sectoren, en met name op de communicatie en de telecommunicatie in het algemeen, en de daaraan verbonden industrieën in het bijzonder.

Een ander element dat onze aandacht verdient, zijn de ongelijke kansen voor de concurrentiële openbare en commerciële zenders, en ook dat draagt een Europees accent. Een anekdote kan dat bewijzen. Op een bepaald moment heeft ITV het dubbel geboden — 60 000 pond in plaats van 30 000 pond — van de BBC voor een Dallas-reeks, wat tot een homerische strijd heeft geleid tussen de beide Britse zenders.

De BBC heeft er toen mee gedreigd de lopende Dallas-reeks stop te zetten. Ik wil er met dit voorbeeld op wijzen tot welke enorme problemen het parallel bestaan van netten binnen een zogezegde voorbeeldige pluralistische formule aanleiding kan geven. Wie zal dit alles betalen? Wat zal de kostprijs zijn van deze concurrentiële strijd tussen een commercieel privé-net en het openbaar net dat in ons land zou blijven bestaan?

Het is ingevolge dit wetsontwerp niet uitgesloten dat ook in ons land soortgelijke toestanden zullen ontstaan. Bovendien, zal onze publiciteitsmarkt ooit zoveel financiële macht kunnen geven aan een commerciële zender met een zo beperkt territorium? De publiciteitsmarkt is geen kip die gouden eieren legt, zeker niet in een klein territorium als het onze. Wij spreken hier over Vlaanderen, maar ook over België. De beperktheid van onze Belgische publiciteitsmarkt, zonder Europees elan, zal ons nooit in staat stellen op deze uitdaging te antwoorden. Wanneer morgen een tiental bijkomende zenders worden losgelaten op Europa, en dit is een harde realiteit voor zeer binnenkort, dan zullen onze dag- en weekbladers en onze eventuele commerciële zenders hun publiciteitsmarkt zien verschrompelen tot publiciteit voor een bakker, een beenhouwer en voor verloren voorwerpen.

Er moet dus dringend een Europees multimediebeleid komen, zoniet zal men enkel door verbodsbepalingen paal en perk kunnen stellen aan dit bezetten van de Europese markt door multinationale ondernemingen van Amerikaanse oorsprong. En deze verbodspolitiek heeft de voorbije jaren zijn onmacht bewezen, onder meer door de RTL-perikelen. Het zal immers vlug blijken dat verbodsbepalingen er enkel zullen zijn om omzeild te worden en dat dit zonder veel moeite zal geschieden. De Belgische wetgeving en de communautaire decreten zullen niet kunnen worden opgelegd aan satellietprogramma's die van elders op ons land worden losgelaten, wat men ook als wettelijke bepalingen moge toevoegen.

Dezelfde situatie zal zich voordoen als de situatie gecreëerd ingevolge het koninklijk besluit van 1966. Buiten de stedelijke centra, want ter zake zal men urbanistische wetten kunnen maken, kan iemand die kapitaalkrachtig genoeg is het zich veroorloven een individuele antenne aan te schaffen, — als die investering het hem waard is —, wat overigens niet zo enorm duur meer zal zijn. Ook vandaag zijn er mensen die grote bedragen besteden aan de uitrusting op dit vlak. Radio en televisie worden hoe langer hoe meer gesofisticeerd.

Er zijn zaken op de markt die fortuinen kosten, maar toch zijn daar kopers voor. Zo zullen er ook mensen zijn die zich een individuele antenne aanschaffen omdat ze het zich kunnen veroorloven. Precies zij zullen dan druk uitoefenen op de overheid, *in casu* de kabeldistributie of de RTT.

Als dit allemaal kan, hoe kunnen wij het dan beheersen? Wij zullen opnieuw in de situatie terechtkomen dat ons op een bepaald ogenblik vriendelijk gevraagd wordt niet te zeer te letten op de mogelijke beperkingen die in de wet zijn ingebouwd. Dat is mijn overtuiging omdat het mijn ervaring is uit het recente verleden. Deze verbodspolitiek is geen alternatief voor het beletten van het doorbreken van satellietprogram-



ma's van Amerikaanse en andere oorsprong op het Belgische en op het Europese territorium.

Zowel de Belgische geschreven pers als de nationale en de allicht, op dat ogenblik, reeds opgerichte commerciële zender, zijn er bij voorbaat toe gedreemd het slachtoffer te worden van deze toestand, zonder veel verdediging.

Het debat krijgt overigens nog een andere dimensie als wij even de huidige kabelsystemen vergeten en de toekomst beschouwen en deze ligt niet eens zo ver af. Ik bedoel het ogenblik waarop de interactieve communicatie via de kabel haar intrede zal doen. Dat is geen futurologie. Vandaag verkeert deze nog in een experimenteel stadium met meer of minder succes, maar ze zal doorbreken en gaan behoren tot de technische verworvenheden en dit in een zeer nabije toekomst. Zoals de rapporteur terecht heeft opgemerkt: hoe ver zijn we nu al niet verwijderd van het zwart-witkastje van dertig jaar geleden. De evolutie gaat echter steeds sneller. De evolutie naar de interactieve communicatie zal niet tien jaar in beslag nemen maar drie, vier of vijf jaar. Nemen wij zelfs tien jaar, maar wat betekenen deze dan in een soortgelijk proces?

Op dat ogenblik zullen reusachtige ontvangststations — misschien één groot station voor België, maar vermits dit in ons land wel niet mogelijk zal zijn, waarschijnlijk één groot station voor Vlaanderen, één voor Wallonië en allicht één voor Brussel, wat aanleiding zal geven tot homerische debatten — de satellietprogramma's capteren en alle mogelijke zenders van de kabel bij de abonnees brengen.

De doorbraak van de satelliet leidde in de Verenigde Staten naar de doorbraak van de kabel, hoe contradictorisch dit op het eerste gezicht moge lijken. Ik had het voorrecht om in het begin van de jaren 70 in de Verenigde Staten congressen bij te wonen over deze materie. Toen waren de meningen verdeeld. Sommigen waren van oordeel dat satelliet en schotel de kabel definitief zouden vervangen, anderen meenden dat de kabel het onmisbare aanvullende element is van de toekomstige ontwikkeling van het mediabeleid en zij kregen gelijk.

Ondertussen hebben zich andere technische evoluties voltrokken. Het interactief kabelnet staat voor de deur waarbij via optische vezels niet alleen het gesproken woord, maar ook het beeld zullen kunnen worden doorgezonden, in beide richtingen. Deze nieuwe communicatiemiddelen zullen toelaten een enorme hoeveelheid informatie los te laten op gezinnen, bedrijven en instellingen.

Maar wat zal dit betekenen tegenover het onevenwicht tussen de Amerikaanse en de Europese satellieten? De eerste laten op Europa miljoenen en miljoenen bits los, zoals die communicatie-eenheden worden genoemd in het technisch jargon — men is altijd meester in het uitvinden van nieuwe woorden. Over enkele maanden zal iedereen dat woord courant gebruiken. De Verenigde Staten beschikken vandaag over satellieten die reeds meer dan vijftig programma's verspreiden over de hele wereld. Kan u zich dat voorstellen? Er gaat geen week voorbij of nieuwe Amerikaanse maatschappijen nemen opties of contracteren een kanaal op satellieten, die ze toegang verschaffen tot de Europese markt. Er zijn nu al een twintigtal buitenlandse programma's hier te ontvangen via satelliet.

Zelfs de sovjetsatelliet Gorizont wordt her en der in Europa doorgezonden via de kabel. Ook in ons land kan deze satelliet worden ontvangen. In de maatschappij waarvan ik de eer heb voorzitter te zijn, hebben wij Gorizont gebruikt om onze stiel te leren, want het was de eerste satelliet die hier kon worden ontvangen. Wij hebben de programma's niet zoals in Amsterdam doorgezonden via de kabel, want ik geloof niet dat de doorsneekijker daar veel genoeg zou aan bevelen. De Verenigde Staten verspreiden vandaag op deze wijze echter reeds meer dan vijftig programma's.

Men kan nochtans niet beweren dat Europa afwezig is gebleven op het terrein van de communicatiesatellieten. Wij beschikken immers via het Ariane-project over een eigen lanceerraket, die wel eens onvolkomen gebleken is, maar blijkbaar technisch toch in orde is. Bij gebrek aan een Europese politiek op het vlak van de beeldindustrie, riskeren wij echter deze mogelijkheid enkel ter beschikking te kunnen stellen van concurrerende maatschappijen uit een ander continent. En dan zou wel eens kunnen blijken dat wij met het Ariane-project het eigenlijke doel missen, namelijk een instrument te hebben voor een eigen Europese mediapolitiek. Deze situatie zou zich kunnen voordoen omstreeks de jaren 90, juist wegens de snelle evolutie op technologisch gebied.

Wanneer wij ons de televisie herinneren van het begin van de jaren 50, en zien wat er nu mogelijk is geworden of weldra mogelijk zal worden, dan stellen wij vast dat de technische mogelijkheden onbeperkt zijn, maar dat de financiering van de media steeds duurder zal worden.

Het evenwicht tussen inkomsten en uitgaven lijdt onder de schaalvergroting. En dat is het zwakke punt in dit ontwerp. De uitgevers van dag- en weekbladen zijn zich daarvan bewust. Vandaar hun twijfels. Maar vandaar ook het grote risico dat een eventuele commerciële zender van eigen bodem weldra niets anders zal blijken te zijn dan het verlengstuk van een of andere multinationale onderneming, allicht van Amerikaanse oorsprong. Onze technologie zal dan tot weinig gediend hebben en ons arsenaal van wetten en decreten al evenmin.

Wij worden platgedrukt door het overwicht van de Verenigde Staten op de mediamarkt. De Amerikaanse producenten van TV-films en programma's — nu moet u toch even luisteren — besteden jaarlijks meer dan één miljard dollar voor hun produkties. Veertig miljoen Amerikaanse gezinnen zijn aangesloten op de kabel, waarvan de helft een of meerdere betaalprogramma's onderschrijven. Er zijn vandaag in de Verenigde Staten meer dan 100 programma's beschikbaar voor de ongeveer 9000 kabelmaatschappijen. Voor *Disney-channel* zijn er nu reeds een miljoen betalende abonnees. Bovendien is deze enorme commerciële markt in volle beweging. De Amerikaanse producenten recupereren immers jaarlijks 10 miljard dollar via publiciteit. Over een goede investering gesproken!

U kunt zich dus voorstellen dat de Verenigde Staten zich ten zeerste verheugen over de aangekondigde perspectieven. Zij bekleden immers op dat vlak een nagenoeg onaanvechtbare positie, die trouwens een weerslag heeft op een aantal terreinen in de Verenigde Staten. Bijna wekelijks melden de kranten er hergroeperingen in de mediawereld, in de geschreven pers, in de filmwereld of bij de kabelmaatschappijen en de zendstations. In de Verenigde Staten gaan de technologie en de beeldproductie immers hand in hand. Alles wat daarboven kan worden verkocht in Europa of elders in de wereld, is dus gemakkelijk meegenomen. Dit zijn immers allemaal extra inkomsten voor die produkties, die reeds dubbel en dik betaald werden. Ik wil hier de kwaliteit en zeker de inhoud van die produkties niet beoordelen.

Europa heeft twintig jaar achterstand en die wordt niet gemakkelijk ingelopen. Wanneer wij met Amerikaanse specialisten praten, puilen hun ogen uit van verbazing. Een mediabeleid kan in het tijdperk van satellieten en weldra van interactieve communicatie niet meer worden gevoerd met nationale en communautaire beperkingen en reglementen. Wanneer wij de toestanden bekijken in de Westeuropese landen, dan is het een optelsom van pragmatische oplossingen zonder veel visie op de toekomst.

Europa heeft dus geen keuze. Ofwel gaan de nationale Staten op de ingeslagen weg verder en dan wordt het mediabeleid een vat van de Danaïden. Ofwel gaan zij samen pogen alle technische en financiële middelen bijeen te brengen, ten einde de enorme investeringen mogelijk te maken die het media- en communicatiebeleid in de toekomst zullen vergen.

De dominerende positie van de Verenigde Staten noopt ons daartoe. Het is goed om te weten dat de Verenigde Staten praktisch geen buitenlandse produkties invoeren, maar nagenoeg hun hele produktie eerst in eigen land aan de man brengen en daarna nog eens in de rest van de wereld. De oorlog van de beeldindustrie is een oorlog tussen de Verenigde Staten en de andere geïndustrialiseerde landen, voornamelijk West-Europa. West-Europa dreigt deze oorlog te verliezen. Er moeten dringend Europese multimedia-initiatieven tot stand komen. Er is in dit verband misschien zelfs een levenskans voor een Benelux-multimedia-initiatief.

Om concurrentieel te zijn, zou een soortgelijk initiatief moeten beschikken over een zakencijfer van 3 tot 5 miljard frank. Een soortgelijke groepering kan dus enkel op een multinationale schaal tot stand komen, en daar schuilt juist het grote gevaar voor een overdreven kapitalistische concentratie. De overheid kan de vrije markt dus niet zomaar de vrije teugel laten op een zo delicaat terrein als dit van de media. Hier is minstens een gemengd economisch initiatief noodzakelijk.

De Belgische situatie is in dit Europees verband nog zwakker dan die van onze partners. Onze beeldindustrie is onvoldoende ontwikkeld, ondanks heel wat lofwaaardige inspanningen. Maar zonder doorgedreven overheidssteun zal zij nooit van de grond komen, tenzij in een of andere grensoverschrijdende samenwerking, voor de Franstalige gemeenschap misschien met Frankrijk en voor de Nederlandstalige gemeenschap wellicht met Nederland.

Hier dreigt een ander gevaar: een as Frankrijk-Luxemburg-Bondsrepubliek. Dit zou ons wel eens kunnen worden opgedrongen als Europees alternatief. Een soortgelijk initiatief zou direct voldoende financiële en technische middelen kunnen verzamelen om op een doeltreffende wijze de Amerikaanse uitdaging te lijf te gaan. Maar wat zal dan de plaats worden van België, van Vlaanderen, Wallonië of de Franstalige gemeen-

ma's van Amerikaanse en andere oorsprong op het Belgische en op het Europese territorium.

Zowel de Belgische geschreven pers als de nationale en de allicht, op dat ogenblik, reeds opgerichte commerciële zender, zijn er bij voorbaat toe gedwongen het slachtoffer te worden van deze toestand, zonder veel verdediging.

Het debat krijgt overigens nog een andere dimensie als wij even de huidige kabelsystemen vergeten en de toekomst beschouwen en deze ligt niet eens zo ver af. Ik bedoel het ogenblik waarop de interactieve communicatie via de kabel haar intrede zal doen. Dat is geen futurologie. Vandaag verkeert deze nog in een experimenteel stadium met meer of minder succes, maar ze zal doorbreken en gaan behoren tot de technische verworvenheden en dit in een zeer nabije toekomst. Zoals de rapporteur terecht heeft opgemerkt: hoe ver zijn we nu al niet verwijderd van het zwart-witkastje van dertig jaar geleden. De evolutie gaat echter steeds sneller. De evolutie naar de interactieve communicatie zal niet tien jaar in beslag nemen maar drie, vier of vijf jaar. Nemen wij zelfs tien jaar, maar wat betekenen deze dan in een soortgelijk proces?

Op dat ogenblik zullen reusachtige ontvangststations — misschien één groot station voor België, maar vermits dit in ons land wel niet mogelijk zal zijn, waarschijnlijk één groot station voor Vlaanderen, één voor Wallonië en allicht één voor Brussel, wat aanleiding zal geven tot homerische debatten — de satellietprogramma's capteren en alle mogelijke zenders via de kabel bij de abonnees brengen.

De doorbraak van de satelliet leidde in de Verenigde Staten naar de doorbraak van de kabel, hoe contradictorisch dit op het eerste gezicht moge lijken. Ik had het voorrecht om in het begin van de jaren 70 in de Verenigde Staten congressen bij te wonen over deze materie. Toen waren de meningen verdeeld. Sommigen waren van oordeel dat satelliet en schotel de kabel definitief zouden vervangen, anderen meenden dat de kabel het onmisbare aanvullende element is van de toekomstige ontwikkeling van het mediabeleid en zij kregen gelijk.

Ondertussen hebben zich andere technische evoluties voltrokken. Het interactief kabelnet staat voor de deur waarbij via optische vezels niet alleen het gesproken woord, maar ook het beeld zullen kunnen worden doorgezonden, in beide richtingen. Deze nieuwe communicatiemiddelen zullen toelaten een enorme hoeveelheid informatie los te laten op gezinnen, bedrijven en instellingen.

Maar wat zal dit betekenen tegenover het onevenwicht tussen de Amerikaanse en de Europese satellieten? De eerste laten op Europa miljoenen en miljoenen bits los, zoals die communicatie-eenheden worden genoemd in het technisch jargon — men is altijd meester in het uitvinden van nieuwe woorden. Over enkele maanden zal iedereen dat woord courant gebruiken. De Verenigde Staten beschikken vandaag over satellieten die reeds meer dan vijftig programma's verspreiden over de hele wereld. Kan u zich dat voorstellen? Er gaat geen week voorbij of nieuwe Amerikaanse maatschappijen nemen opties of contracteren een kanaal op satellieten, die ze toegang verschaffen tot de Europese markt. Er zijn nu al een twintigtal buitenlandse programma's hier te ontvangen via satelliet.

Zelfs de sovjetsatelliet Gorizont wordt her en der in Europa doorgezonden via de kabel. Ook in ons land kan deze satelliet worden ontvangen. In de maatschappij waarvan ik de eer heb voorzitter te zijn, hebben wij Gorizont gebruikt om onze stiel te leren, want het was de eerste satelliet die hier kon worden ontvangen. Wij hebben de programma's niet zoals in Amsterdam doorgezonden via de kabel, want ik geloof niet dat de doorsneekijker daar veel genoegeen zou aan bevelen. De Verenigde Staten verspreiden vandaag op deze wijze echter reeds meer dan vijftig programma's.

Men kan nochtans niet beweren dat Europa afwezig is gebleven op het terrein van de communicatiesatellieten. Wij beschikken immers via het Ariane-project over een eigen lanceerraket, die wel eens onvolkomen gebleken is, maar blijkbaar technisch toch in orde is. Bij gebrek aan een Europese politiek op het vlak van de beeldindustrie, riskeren wij echter deze mogelijkheid enkel ter beschikking te kunnen stellen van concurrerende maatschappijen uit een ander continent. En dan zou wel eens kunnen blijken dat wij met het Ariane-project het eigenlijke doel missen, namelijk een instrument te hebben voor een eigen Europese mediapolitiek. Deze situatie zou zich kunnen voordoen omstreeks de jaren 90, juist wegens de snelle evolutie op technologisch gebied.

Wanneer wij ons de televisie herinneren van het begin van de jaren 50, en zien wat er nu mogelijk is geworden of weldra mogelijk zal worden, dan stellen wij vast dat de technische mogelijkheden onbeperkt zijn, maar dat de financiering van de media steeds duurder zal worden.

Het evenwicht tussen inkomsten en uitgaven leidt onder de schaalvergroting. En dat is het zwakke punt in dit ontwerp. De uitgevers van dag- en weekbladen zijn zich daarvan bewust. Vandaar hun twijfels. Maar vandaar ook het grote risico dat een eventuele commerciële zender van eigen bodem weldra niets anders zal blijken te zijn dan het verlengstuk van een of andere multinationale onderneming, allicht van Amerikaanse oorsprong. Onze technologie zal dan tot weinig gediend hebben en ons arsenaal van wetten en decreten al evenmin.

Wij worden platgedrukt door het overwicht van de Verenigde Staten op de mediamaarkt. De Amerikaanse producenten van TV-films en programma's — nu moet u toch even luisteren — besteden jaarlijks meer dan één miljard dollar voor hun produkties. Veertig miljoen Amerikaanse gezinnen zijn aangesloten op de kabel, waarvan de helft een of meerdere betaalprogramma's onderschrijven. Er zijn vandaag in de Verenigde Staten meer dan 100 programma's beschikbaar voor de ongeveer 9000 kabelmaatschappijen. Voor *Disney-channel* zijn er nu reeds een miljoen betalende abonnees. Bovendien is deze enorme commerciële markt in volle beweging. De Amerikaanse producenten recupereren immers jaarlijks 10 miljard dollar via publiciteit. Over een goede investering gesproken!

U kunt zich dus voorstellen dat de Verenigde Staten zich ten zeerste verheugen over de aangekondigde perspectieven. Zij bekleden immers op dat vlak een nagenoeg onaanvechtbare positie, die trouwens een weerslag heeft op een aantal terreinen in de Verenigde Staten. Bijna wekelijks melden de kranten er hergroeperingen in de mediawereld, in de geschreven pers, in de filmwereld of bij de kabelmaatschappijen en de zendstations. In de Verenigde Staten gaan de technologie en de beeldproductie immers hand in hand. Alles wat daarboven kan worden verkocht in Europa of elders in de wereld, is dus gemakkelijk meegenomen. Dit zijn immers allemaal extra inkomsten voor die produkties, die reeds dubbel en dik betaald werden. Ik wil hier de kwaliteit en zeker de inhoud van die produkties niet beoordelen.

Europa heeft twintig jaar achterstand en die wordt niet gemakkelijk ingelopen. Wanneer wij met Amerikaanse specialisten praten, puilen hun ogen uit van verbazing. Een mediabeleid kan in het tijdperk van satellieten en weldra van interactieve communicatie niet meer worden gevoerd met nationale en communautaire beperkingen en reglementen. Wanneer wij de toestanden bekijken in de Westeuropese landen, dan is het een optelsom van pragmatische oplossingen zonder veel visie op de toekomst.

Europa heeft dus geen keuze. Ofwel gaan de nationale Staten op de ingeslagen weg verder en dan wordt het mediabeleid een vat van de Danaïden. Ofwel gaan zij samen pogen alle technische en financiële middelen bijeen te brengen, ten einde de enorme investeringen mogelijk te maken die het media- en communicatiebeleid in de toekomst zullen vergen.

De dominerende positie van de Verenigde Staten noopt ons daartoe. Het is goed om te weten dat de Verenigde Staten praktisch geen buitenlandse produkties invoeren, maar nagenoeg hun hele produktie eerst in eigen land aan de man brengen en daarna nog eens in de rest van de wereld. De oorlog van de beeldindustrie is een oorlog tussen de Verenigde Staten en de andere geïndustrialiseerde landen, voornamelijk West-Europa. West-Europa dreigt deze oorlog te verliezen. Er moeten dringend Europese multimedia-initiatieven tot stand komen. Er is in dit verband misschien zelfs een levenskans voor een Benelux-multimedia-initiatief.

Om concurrentieel te zijn, zou een soortgelijk initiatief moeten beschikken over een zakencijfer van 3 tot 5 miljard frank. Een soortgelijke groepering kan dus enkel op een multinationale schaal tot stand komen, en daar schuilt juist het grote gevaar voor een overdreven kapitalistische concentratie. De overheid kan de vrije markt dus niet zomaar de vrije teugel laten op een zo delicaat terrein als dit van de media. Hier is minstens een gemengd economisch initiatief noodzakelijk.

De Belgische situatie is in dit Europees verband nog zwakker dan die van onze partners. Onze beeldindustrie is onvoldoende ontwikkeld, ondanks heel wat lofwaaardige inspanningen. Maar zonder doorgedreven overheidssteun zal zij nooit van de grond komen, tenzij in een of andere grensoverschrijdende samenwerking, voor de Franstalige gemeenschap misschien met Frankrijk en voor de Nederlandstalige gemeenschap wellicht met Nederland.

Hier dreigt een ander gevaar: een as Frankrijk-Luxemburg-Bondsrepubliek. Dit zou ons wel eens kunnen worden opgedrongen als Europees alternatief. Een soortgelijk initiatief zou direct voldoende financiële en technische middelen kunnen verzamelen om op een doeltreffende wijze de Amerikaanse uitdaging te lijf te gaan. Maar wat zal dan de plaats worden van België, van Vlaanderen, Wallonië of de Franstalige gemeen-



schap en van Nederland, vermits Luxemburg, dat heeft de ervaring ons toch altijd opnieuw geleerd, op dat stuk *cavalier seul* zal spelen en zijn eigen politiek zal bepalen?

Dit alles brengt mee dat wij ons hier vandaag moeten uitspreken over een wetsontwerp dat een politiek inluidt die overal reeds wordt uitgeluid.

Dit ontwerp is geen basis om tot een Europees initiatief te komen, wat het nochtans zou moeten zijn. Wij beschikken nog nauwelijks over twee of drie jaar om een echt mediabeleid uit te stippelen, maar vooral om het te realiseren. Dit is zeer weinig tijd wanneer wij weten dat er twintig jaar achterstand is in vergelijking met de Verenigde Staten die de mediamaarkt domineren, bijna monopoliseren. Dit ontwerp schenkt ons ter zake geen waarborgen en ook geen mogelijkheden. Het is de fundamentele reden waarom wij het verwerpen. Het zal in de praktijk zijn onuitvoerbaarheid bewijzen, omdat het voor de huidige mediaproblemen, noch toepasbare, noch toepasselijke oplossingen biedt, technologisch niet, financieel niet, en zeker politiek niet. Het is jammer voor de bijna drie jaar dat de regering met dit wetsontwerp, en met zijn decretale weerslag heeft rondgezeuld. Het land zou beter hebben verdiend. (*Applaus op de socialistische banken*).

**M. le Président.** — La parole est à M. Grosjean.

**M. Grosjean.** — Monsieur le Président, je tiens tout d'abord à remercier et à féliciter le rapporteur, car il doit être effectivement difficile de rédiger un bon rapport sur un mauvais projet. La présente intervention, faite au nom de mon groupe, sera d'ordre général. Certains de mes collègues se relaieront pour discuter plus en détail les articles du projet.

Mon exposé s'articulera sur trois axes: je parlerai tout d'abord des conditions dans lesquelles s'est déroulé le débat; j'aborderai ensuite le contexte international et dirai enfin quelques mots du projet proprement dit.

Le débat d'aujourd'hui a ceci de paradoxal qu'il paraît précipité par un gouvernement agité d'un accès de fièvre pour conclure vite, mais qu'il traîne dans les faits depuis le lendemain des élections de 1981.

Que de difficultés Martens V n'a-t-il pas dû surmonter pour aboutir à un projet, au seuil des vacances 1985! Difficultés politiques au sein de ce gouvernement? Sans doute, car il faut rappeler les circonstances du premier dépôt de ce texte devant la Chambre des représentants. Le PSC sentait si bien son âme lui faire défaut qu'il s'engagea dans un de ces éphémères *forcing* dont il a le secret. Le gouvernement dut amender l'article 12 pour permettre aux sociaux-chrétiens francophones de respirer, à un moment où les mêmes se voyaient contraints de faire oublier un remarquable programme audiovisuel publié malheureusement quelques mois plus tôt, donc trop tôt.

D'autres bruits, plus extérieurs ceux-là, vinrent perturber le débat. On assistait au grand *show* Audiopresse-RTL. Invité à produire le texte d'un accord, le responsable de la chaîne luxembourgeoise en Belgique y allait même de son petit encouragement au Premier ministre, dans le style « Nous sommes prêts pour septembre; vous pouvez y aller ». Pour amusante que soit cette intervention, il était peu admissible de devoir constater combien le gouvernement «roulait» sans vergogne pour une chaîne de télévision privée.

Quoique pressé de faire voter son projet, le gouvernement choisissait alors le moins bon moment pour le faire: nous étions en fin de session parlementaire. La session suivante avorta et conduisit — je le rappelle — à des élections anticipées.

Cette fois, le scénario est encore dramatisé à souhait. Alors que le texte existe, et qu'il sera redéposé sans la modification du moindre iota, nous l'attendrons encore de longs mois. Et dans notre Sénat, passant pourtant pour une assemblée de sages, le rythme adopté fut celui de concurrents égarés d'un Paris-Dakar, qui prennent les risques les plus fous pour regagner les minutes perdues.

Admettons-le, pour vous, il s'agit vraisemblablement d'une question de jours. Voulez-vous donner par là l'impression que ceux du gouvernement sont comptés? J'en viens à penser que cette hâte a quelque chose d'indécant.

Car, enfin, voilà un mauvais projet. Il n'a d'ailleurs pour seule vertu que le gage ainsi donné au partenaire libéral francophone de la majorité gouvernementale. C'est un de ces dossiers sur lesquels MM. Gol, Michel et Monfils travaillent à l'idéologie. Peu importe les nuances, leur technique simpliste mais efficace, je le reconnais, vise à remettre partout en cause l'initiative publique. La RTBF est, à cet égard, un morceau de

choix, puisque s'il est bien une chose avec laquelle le néo-libéralisme d'aujourd'hui ne peut rimer, c'est la liberté d'opinion.

Contrairement à ce que d'aucuns croient, ces libéraux-là ont besoin d'un Etat fort. Le paradoxe vaudrait d'être démontré: le délabrement du service public organisé sciemment passe par un renforcement de l'appareil d'Etat et par la maîtrise des médias. Chacun s'y emploie à sa manière.

Une constante est cependant de privatiser les radios et télévisions de la plupart des pays avancés. L'intention n'est pas, d'ailleurs, de prêcher pour un nouveau pluralisme de l'information. A terme, par étapes successives, c'est le contraire qu'on va installer: de nouveaux monopoles de l'information qui n'auront plus à être l'expression multiforme des conflits et des compromis sociaux comme le sont les services publics de radiodiffusion.

Si le but n'était pas de confiner la liberté de presse, en définitive, dans les mains de quelques-uns, il est évident que d'autres solutions auraient au moins été l'objet de débat. Par exemple, plutôt que de conclure à la reconnaissance de chaînes privées le législateur aurait pu envisager le système de la concession de service public. Celle-ci n'exclut d'ailleurs pas l'intéressement privé: elle lui fixe un cadre et indique de manière claire les droits et devoirs réciproques.

Cette idée simple, s'inscrivant dans la continuité du mode de fonctionnement de nos sociétés de l'après-seconde guerre mondiale, choque sans doute certains qu'on dit de la droite de cette assemblée. Quant à moi, il me semble que des esprits modérés, peu enclins à jeter l'enfant avec l'eau du bain, auraient dû préférer cela à l'aventure.

Quelle aventure? Celle que nous allons vivre si nous fermons les règles du jeu trop vite, sans savoir où va mener cette efflorescence incroyable de médias nouveaux. Je vais y revenir en abordant l'aspect international du débat.

Je voudrais avant cela déplorer que, pour une matière à laquelle chacun s'accorde à reconnaître une telle importance, il n'ait pas été jugé bon par la coalition gouvernementale de faire prévaloir l'esprit de pacte. Chaque fois que la société belge a dû trancher sur un aspect important de son avenir pour assurer la pérennité de sa démocratie, elle l'a fait sous forme de compromis. Le Pacte scolaire et le Pacte culturel auraient dû trouver ici leur prolongement. Et il faut en avertir sans acrimonie ceux qui ont la mémoire courte: certaines lois ne peuvent survivre à la vie casanière des gouvernements qu'après avoir engagé, de l'intérieur ou de l'extérieur, les trois grandes familles politiques du pays. Je crois qu'il en ira ainsi pour la loi proposée à notre délibération.

En écartant la famille socialiste de la recherche d'un compromis nécessaire, vous avez scié systématiquement la branche sur laquelle vous comptiez asseoir votre loi. Certains le comprendront, mais il sera malheureusement un peu tard: il n'est pas sain de livrer aux appétits d'une seule expression politique un domaine si sensible à la liberté des citoyens et à son expression.

Enfin, je crains que bien des péripéties ne viennent ternir encore le bel allant de ces dernières semaines. Dessinée avec une précision maniaque en ce qui concerne la Communauté française, votre future carte des médias paraît offrir encore des contours bien flous en Flandre. Cette loi pourra-t-elle seulement y être appliquée? Si la majorité CVP-PVV dans le Nord du pays devait, en définitive, se résoudre à concéder la publicité à une chaîne de la BRT, le service public francophone ne serait-il pas en droit de demander des comptes? On reparlera à nouveau de la Belgique à deux vitesses!

Et il est évident que si tout ce mauvais cinéma s'organise au nom de la préservation de la presse écrite d'opinion, les conditions ainsi créées pourraient être tellement différentes que le principe de l'unicité de la loi pour tous en prendrait un mauvais coup.

Tout cela contribue-t-il vraiment à la crédibilité de nos institutions?

Au reste, une loi qui prétend aujourd'hui trancher des situations diamétralement opposées au Nord et au Sud du pays, en prévoyant une modulation de ses effets, est destinée à trouver bien vite ses limites. Que n'avez-vous été inspirés, mesdames et messieurs du gouvernement, par la proposition de votre secrétaire d'Etat, Mme Miet Smet, qui envisageait, alors qu'elle n'avait pas encore reçu la charge d'éminentes fonctions, de communautariser la publicité commerciale, en modifiant l'alinéa de l'article 4 de la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980?

Chacun doit confusément sentir, au sein de cette assemblée, que cette échéance-là est inéluctable. Sans doute ne viendra-t-elle pas isolément et un grand «brassage» institutionnel sera-t-il à nouveau nécessaire. Mais votre volonté de faire voter à tout prix un texte partisan n'est, à mon



avis, jamais justifiée. Il serait plus simple et plus conforme d'adopter un texte court autorisant généralement la publicité commerciale à la radio et à la télévision, en prévoyant — ce que vous omettez d'ailleurs — de préciser très clairement les règles relatives à la concurrence et à la concentration de presse, ceci en attendant de pouvoir communautariser en disposant d'une connaissance suffisante de la carte mondiale de l'audiovisuel.

J'en arrive au contexte international du débat.

J'ai évoqué tout à l'heure le fait que nous prenions des dispositions aventureuses. Je ne reviendrai pas sur les démonstrations que nous avons proposées à la réflexion de notre commission ni à celle que vient de faire mon collègue Jos Wyninckx. Il ne faut cependant pas être grand clerc pour comprendre à quel point rien n'est joué dans le domaine de l'audiovisuel.

Les investisseurs dynamiques veulent tous y être présents et, comme le secteur se donne volontiers en exhibition, ne fût-ce que par vocation, l'actualité nous délivre chaque jour le moindre soubresaut des prétendants: Frère, Maxwell, Murdoch, Berlusconi, Seydoux et maintenant Hersant, Lagardère, voire Tapie, chacun à sa manière tentant de s'assurer une part substantielle d'un secteur industriel qui pourrait être rentable.

Je dis bien «qui pourrait», car tout repose encore sur bien des hypothèses. Les investissements techniques sont énormes et, déjà, on voit reculer des projets mirobolants liés à des technologies nouvelles. La fibre optique nécessaire pour un réel développement de l'interactivité, par exemple, ne sera sans doute pas généralisée avant l'horizon 2000 ou 2010.

D'un autre côté, les satellites ont bien plus de réalité sur papier que dans l'éther. Une fois les moyens techniques mis en place, il faut, en effet, pouvoir utiliser le vecteur. Et là, on se retrouve devant l'énorme nécessité de la production de programmes, pour laquelle les industriels européens sont encore des nains face aux fameux *networks* d'outre-Atlantique. Le débat, à ce niveau, devient alors tant culturel qu'économique. mais qui dira comment cela va finir et comment la Communauté européenne va relever le gant en proposant des mesures d'aides adéquates pour soutenir la production?

Devant toutes ces questions, les capitalistes de service ont choisi à la fois de ne pas se laisser écarter de la manne promise et de se neutraliser. Les ramifications des multinationales de l'audiovisuel finissent en réalité par les faire ressembler à des sociétés d'assistance mutuelle.

Une chose est claire cependant et le projet le méconnaît: les mouvements de capitaux sont énormes et surtout terriblement mouvants. Rien ne dit, par exemple, que le capital de cette fameuse société TVI, aujourd'hui réparti à 66 p.c. pour la CLT et 34 p.c. pour Audiopresse, ne connaîtra pas d'énormes fluctuations. Même au sein d'Audiopresse, l'arrivée de M. Hersant au groupe Rossel fait craindre une mainmise étrangère sur le capital de notre presse quotidienne francophone.

Or, même si la société TVI modifiait considérablement sa structure financière, qui osera à l'avenir lui retirer la publicité commerciale? Qui prendra la décision corrélative de payer à cette chaîne des dommages et intérêts? Quelqu'un dans cette assemblée — et je m'adresse principalement aux représentants du gouvernement — peut-il affirmer qu'il le fera ou qu'il pourra le faire? La seule solution pour contrer une opération qui viserait à refaire de TVI une société étrangère dans les faits, serait de lui opposer une concurrence. Donc, par corollaire, la seule solution serait le retrait du monopole concédé.

Ce que nous proposons, nous, socialistes, c'est précisément de ne pas accorder ce monopole. Il n'apporte rien de plus pour l'heure, sinon qu'il interdit au service de se positionner sur l'échiquier audiovisuel de manière satisfaisante pour son avenir.

Par contre, il nous réserve bien des déboires. L'erreur fondamentale du gouvernement est de croire pouvoir figer une situation. Or, il ne maîtrise pas toutes les commandes de la manœuvre qui sont, pour la plupart, transnationales; de plus, il méconnaît les capacités d'expression du marché publicitaire; enfin, il se contente de répondre à la volonté libérale de régler ses comptes avec le service public, alors qu'il vaudrait mieux réfléchir lucidement à un débat fondamental pour les démocraties, pour la démocratie.

Parce que vous escamotez ce débat, nous voterons contre ce projet.

**M. De Bondt.** — Escamoter?

**M. Grosjean.** — Nous sommes d'autant plus amenés à le faire que des dispositions européennes devraient bientôt être prises.

La proposition de directive du Conseil est plus complète, sur bien des points, que la législation nationale proposée par le gouvernement. Il me semble que les directives laissent généralement la porte ouverte à une plus grande précision dans les textes nationaux qui en tiennent compte. Si ce n'est pas le cas, c'est en fait parce que le travail est bâclé. Il sera à recommencer à bref délai.

Les aspects internationaux du problème audiovisuel invitent d'ailleurs à se pencher plus généralement sur le mode constitutif des capitaux de presse, qu'elle soit écrite ou radiodiffusée. Etant donné que cette question est directement liée à la liberté de presse, au maintien du débat démocratique et du pluralisme des opinions, nous devrions nous interroger aussi sur les phénomènes de concentration, sur la réglementation des groupes multimédias.

Ce qui est présenté ici, à travers l'accord Audiopresse-RTL-TVI, comme une solution allant d'évidence dans le sens du maintien de la presse d'opinion n'en sera peut-être pas une à terme. Cet accord ne lie d'ailleurs pas l'ensemble de la presse écrite, ce qui me paraît grave, car en réservant le monopole publicitaire à TVI et en permettant ainsi à sa régie publicitaire de régner sur les prix, vous offrez à terme à la presse hebdomadaire l'alternative de se démettre ou de se soumettre.

Aucun garde-fou n'est prévu. Rien ne permet d'exclure que, si les projets de RTL-RVI se réalisent, le gouvernement aura par une loi fait lui-même le tri au sein de la presse écrite, en contredisant gravement l'esprit de l'article 18 de notre Constitution.

RTL-TVI ne s'arrêtera pas en si bon chemin si la Communauté française, comme c'est son intention, ouvre la voie aux télévisions régionales et aux radios commerciales.

J'en arrive au projet lui-même.

S'il est un aspect du projet qui, malgré de nombreuses retouches nécessaires mais refusées par vous, aurait pu constituer à lui seul une loi particulière réglant des dispositions techniques, c'est évidemment son chapitre II. Pour le reste, il aurait fallu attendre, négocier, chercher le compromis sur un autre projet. Pour l'heure, vous nous invitez à traiter d'un texte qui ne convient pas, qui, en outre, ne tient pas compte de l'esprit de la loi du 8 août 1980.

En 1980, les compétences audiovisuelles laissées au législateur national visaient surtout et quasi exclusivement à protéger la presse écrite. On est loin du compte. Comme dans bien des secteurs, vous vous livrez à de la renationalisation larvée; vous vous immisciez non seulement dans le choix des chaînes autorisées, mais de plus, dans la politique de programmation de celles-ci.

Pour cette raison, outre le refus de l'article 12 tel qu'il est proposé, nous avons demandé l'avis du Conseil d'Etat sur des amendements qui nous paraissent répondre très clairement au souci de préserver la compétence exclusive des Communautés. C'est notamment vrai pour la déontologie publicitaire, le code qui devrait la fonder et le conseil chargé de la proposer, toutes choses préalables à l'acte d'émettre, explicitement repris dans la loi de réformes institutionnelles, pour limiter sans équivoque la portée de l'intervention nationale.

Monsieur le Président, d'autres collègues interviendront sur les aspects plus ponctuels de ce projet non seulement néfaste, mais partisan et injuste. Il marquera d'une pierre noire supplémentaire le règne du gouvernement Martens-Gol.

J'ai parlé de règne; est-ce une fin de règne? Personnellement, c'est ce que je crois et, surtout pour tous les travailleurs, notamment ceux des services publics, c'est ce que je souhaite. (*Applaudissements sur les bancs socialistes.*)

**M. le Président.** — La parole est à M. Wintgens.

**M. Wintgens.** — Monsieur le Président, notre débat — cela déjà a été souligné — est important. Il est assez rare, en effet — trop rare même — que nous consacrons nos discussions à un enjeu de société d'une telle ampleur.

Traiter de l'audiovisuel, c'est nécessairement aborder le champ complexe des relations entre l'éthique, l'esthétique, l'économique et le technologique. Comme l'écrit Mac Luhan: «Aujourd'hui, après plus d'un siècle de technologie de l'électricité, c'est notre système nerveux central lui-

même que nous avons jeté comme un filet sur l'ensemble du globe, abolissant ainsi l'espace et le temps... ».

Dans une société de liberté, où les rapports marchands se développent de manière organisée, il n'est pas possible d'éviter la dialectique difficile du culturel et de l'économique.

Le domaine de la communication, celui de l'audiovisuel en particulier, porte non seulement sur le loisir, les services et l'éducation, mais aussi sur l'information. Il concerne à la fois le contenu des messages transmis et les supports qui doivent permettre de les acheminer.

L'audiovisuel est en même temps le champ d'intervention d'un grand nombre d'acteurs politiques, économiques, sociaux et culturels unis par des mobiles parfois éloignés l'un de l'autre et aux intérêts souvent divergents.

C'est dire la complexité du sujet auquel nous nous attachons aujourd'hui. C'est dire aussi l'ampleur des effets que telle ou telle décision peut produire. C'est dire, enfin, le soin tout particulier que requiert tout effort législatif en la matière.

Le projet que nous examinons aujourd'hui tend principalement à supprimer l'interdiction de diffuser de la publicité commerciale et à remplacer cette interdiction par un système d'autorisations à accorder par l'autorité nationale, créant ainsi le cadre juridique approprié.

Le Parti social-chrétien a publié, en 1984, ses options fondamentales en matière d'audiovisuel. Au regard des positions des sociaux-chrétiens francophones et des objectifs qu'ils poursuivent, le texte aujourd'hui soumis au Sénat rencontre notre approbation. En effet, après les amendements apportés au projet initial, tout particulièrement à la suite des initiatives de notre collègue Jean-Pierre Grafé, nous observons que le monopole de publicité commerciale au bénéfice d'une seule chaîne est rompu.

Le PSC comprend parfaitement qu'en l'absence d'une connaissance affinée du marché publicitaire belge, et particulièrement en l'absence d'une appréciation précise de son degré d'élasticité, on veuille présentement concentrer les moyens offerts par la publicité commerciale sur une seule chaîne par communauté.

Ainsi que nous pouvons le lire dans le rapport, un de nos collègues a cru pouvoir conclure de différentes observations faites en Grande-Bretagne et en Italie que l'élasticité du marché publicitaire est telle que, dès à présent, on peut garantir une croissance à ce point importante de la publicité télévisée qu'elle autoriserait une allocation du produit de celle-ci à plus d'un établissement d'émission.

La réalité économique refuse les a priori idéologiques et davantage encore des prospectives à base de comparaisons étayées sur des marchés fondamentalement différents par les dimensions. Des démonstrations doivent encore être faites. Nous ne disposons pas encore, pour notre pays, de simulations et d'études prospectives fiables. La prudence s'impose dès lors.

Cette prudence est d'ailleurs à la base du dispositif mis en place à l'article 17 du projet qui permet d'affecter à la presse écrite une partie des revenus provenant de la publicité commerciale en tant que compensation forfaitaire de la perte de revenus due à l'introduction de la publicité commerciale à la radio et à la télévision.

Le PSC ne pouvait cependant accepter que cette prudence soit absolue et générale et aboutisse à ce qu'on ne prenne pas en compte des réalités dont l'ampleur n'atteint pas la dimension d'une de nos deux communautés nationales.

Cette préoccupation a été partagée par nos collègues de la majorité et le projet que nous transmet la Chambre des représentants permet aux télévisions qui émettent pour une partie d'une communauté d'insérer de la publicité commerciale dans leurs programmes. Ce sera notamment le cas pour les télévisions locales et communautaires qui ont toujours constitué une de nos préoccupations dans la mesure où elles favorisent l'expression de la population locale.

Madame le secrétaire d'Etat, vous le savez, le PSC est particulièrement soucieux d'éviter que le choix inscrit dans ce projet de réserver la publicité commerciale à une seule chaîne par communauté n'ait pour effet de placer l'institut public de radio et de télévision dans une situation d'infériorité en termes de moyens. C'est pourquoi nous avons insisté pour que la RTBF, comme la BRT, puisse bénéficier de ce qu'on qualifie aujourd'hui de *sponsoring* et qu'on pourrait appeler patronage ou même tout simplement mécénat.

M. Grosjean. — Où cela est-il inscrit ?

M. Wintgens. — J'y arrive.

Cela signifie que publicité commerciale et... disons *sponsoring* sont à nos yeux des pratiques différentes par nature et que le *sponsoring* doit permettre de dégager des moyens en vue du développement de créations artistiques et culturelles de qualité.

Je vous demande avec insistance, madame le secrétaire d'Etat, de faire en sorte que les termes du débat qui nous occupent soient parfaitement clairs et de bien vouloir confirmer au Sénat la déclaration de M. le Premier ministre selon laquelle ce projet de loi ne concerne pas le *sponsoring* et que celui-ci n'est pas soumis aux dispositions relatives à la publicité commerciale telles qu'elles sont établies par le projet de loi.

L'introduction légale de la publicité commerciale à la radio et à la télévision pose deux problèmes : le contenu des messages publicitaires et l'indépendance des responsables et réalisateurs des programmes par rapport aux annonceurs publicitaires.

En ce qui concerne le contenu des messages publicitaires, les articles 14, 15, 16 du projet de loi constituent pour nous la base légale minimale de toute diffusion radiotélévisée de messages publicitaires. Nous attendons du gouvernement qu'il crée le Conseil de la publicité commerciale, prévu à l'article 19, dès l'entrée en vigueur de la loi. En effet, il nous paraît essentiel que le code de la publicité commerciale à la radio et à la télévision soit élaboré sans tarder. Il y va de l'intérêt tant des annonceurs que des auditeurs et téléspectateurs.

La crédibilité de ce code, comme le respect que devront lui témoigner les annonceurs, dépendra aussi de la rapidité de son élaboration et de sa publication.

Toujours en ce qui concerne le contenu de ce code, nous souhaitons que de nos travaux se dégage le plus large consensus pour exprimer la volonté de voir s'instaurer des règles qui protègent les plus faibles, tout d'abord les enfants, mais aussi les personnes qui, faute de formation et d'esprit critique suffisants, pourraient constituer des cibles faciles pour des annonceurs peu scrupuleux.

La publicité doit satisfaire aux exigences d'une éthique telle que, par exemple, celle proposée par le Conseil de l'Europe. Cette publicité-là mérite notre considération. Toute autre pratique appartient à la manipulation des esprits et des cœurs et nous la rejetons absolument.

Tout aussi importante est la question de l'indépendance des responsables et des réalisateurs des programmes par rapport aux annonceurs publicitaires. On se trouve ici confronté au poids de l'argent. Dès lors que l'existence d'une station de radio ou de télévision dépend des recettes publicitaires, il faut craindre une certaine autocensure, sinon une autocensure certaine. C'est tout le problème de la liberté d'expression qui se trouve ainsi posée. Un débat important a eu lieu à ce propos en commission de la Chambre.

A juste titre, M. le Premier ministre a indiqué que ce problème particulier ressortit au débat qui doit avoir lieu au sein de chaque communauté sur la politique menée dans le domaine de l'audiovisuel. Il me paraît toutefois important de souligner la préoccupation constante qui doit être la nôtre pour cette liberté constitutionnelle fondamentale qu'est la liberté d'expression.

Monsieur le Président, je n'ai pas l'intention d'intervenir au moment de la discussion des articles. Aussi, avant de conclure, je voudrais formuler deux observations.

La première concerne l'article 16 qui établit que celui qui est autorisé à émettre de la publicité commerciale ne peut établir une discrimination entre les annonceurs. Le libellé de cet article peut faire craindre que l'interdiction ne concerne que les groupes commerciaux ou financiers et ne vise que des exclusivités accordées à un produit ou à un service.

Une interprétation restrictive du texte autoriserait dès lors, dans le chef des émetteurs de publicité commerciale, différentes formes de discrimination vis-à-vis d'annonceurs qui n'appartiennent pas à un groupe commercial ou financier et à l'égard de messages publicitaires qui n'ont pas rapport à un produit ou à un service déterminés.

En d'autres termes, une interprétation restrictive de cet article autoriserait des discriminations à l'égard, par exemple, d'une PME ou d'un commerce de détail, ce qui, évidemment, serait inacceptable.

Madame le secrétaire d'Etat, je vous demande de vous faire notre interprète auprès de M. le Premier ministre afin qu'il nous précise bien que quiconque est autorisé à émettre de la publicité commerciale ne peut établir une discrimination entre les annonceurs sur la base de leur statut juridique.

Ma deuxième observation concerne l'article 22. Le non-respect des dispositions relatives au contenu des messages de publicité commerciale est sanctionné. Cela signifie que tous les programmes diffusés dans notre pays par le biais de réseaux de radiodistribution ou de télédistribution — ce qui peut représenter aujourd'hui, une quinzaine de chaînes, et combien demain! — devront respecter les dispositions prévues aux articles 14, 15 et 16 du projet de loi et ce serait fort bien si l'on pouvait m'en garantir la possibilité.

Je nourris toutefois à ce propos un certain doute, doute justifié par la pratique des quinze dernières années. En effet, si l'on conçoit aisément que les pouvoirs publics interviendront à l'égard des stations et des sociétés de radio et de télévision établies en Belgique qui violeraient les dispositions de la loi, on peut se demander dans quelle mesure les nombreux programmes étrangers diffusés sur le territoire national seront conformes à la loi et dans quelle mesure les distributeurs contraints au respect de la loi pour ce qui concerne le contenu publicitaire des programmes distribués.

Monsieur le Président, en présence des progrès de la technologie, qui surmultiplient les moyens d'action des hommes, ceux-ci doivent pouvoir, en toutes circonstances et en toutes matières, en garder la maîtrise.

L'audiovisuel est devenu, en quelques décennies, un vecteur extraordinairement puissant de la communication. Puisse-t-on en maîtriser tous les usages pour le plus grand bien de nos concitoyens.

Le projet de loi nous y invite et c'est pourquoi nous le voterons. *(Applaudissements sur les bancs de la majorité.)*

**M. Grosjean.** — Monsieur Wintgens, si je vous ai bien compris, vous avez déclaré au départ que ce texte rencontrait votre approbation parce qu'il rompt le monopole. Je suppose donc que vous êtes opposé à celui-ci?

**M. Wintgens.** — Ce texte rencontre, en effet, mon approbation parce que le monopole de la publicité est rompu en ce qui concerne les aspects locaux et communautaires.

**M. Grosjean.** — J'en déduis donc que le PSC est opposé au monopole?

**M. Wintgens.** — Monsieur Grosjean, je pensais avoir été suffisamment explicite. Une progression doit être réalisée. Il faut savoir que le marché publicitaire est tel qu'il est très dangereux, en Belgique, d'envisager qu'on puisse accepter une liberté totale.

Par conséquent, j'imagine que, dans un premier temps, la publicité sera réservée à un deuxième émetteur. Toutefois, des possibilités de publicité à la télévision existeront sur le plan local. On peut très facilement différencier le marché global, la diffusion totale de l'émetteur RTL, en l'occurrence, et le rayon, fatalement limité, des télévisions locales qui ne pourront avoir qu'une diffusion limitée. J'espère ainsi avoir rencontré vos préoccupations, mon cher collègue.

**De Voorzitter.** — Het woord is aan de heer Van Overstraeten.

**De heer Van Overstraeten.** — Mijnheer de Voorzitter, in de commissie die dit wetsontwerp heeft besproken, stelde de staatssecretaris voor PTT vast, dat bij de algemene beraadslaging in de Kamer, het hoofdstuk kabelistributie weinig aan bod is gekomen. Dat is te betreuren, maar het is te begrijpen. Het is te betreuren omdat het hoofdstuk kabelistributie toch ongemeen belangrijke problemen aanraakt of — naar mijn smaak althans — soms te weinig aanraakt.

Bij uw toelichting in de commissie ging u, mevrouw de staatssecretaris, ervan uit dat de thans in gebruik zijnde kabelistributienetten als wezenlijk doel hebben, het overbrengen van radio- en TV-programma's. U schetste een toekomst waarbij de mogelijkheden van de kabel fel zullen vergroten door de optische vezel en de nieuwe breedbandschakelaars. Te midden van deze technologische evolutie zegde u met dit wetsontwerp een gulden middenweg te willen bewandelen.

De huidige en toekomstige aspecten van de kabelistributie hadden verdiend hun neerslag te vinden in een afzonderlijk wetsontwerp dat geheel daaraan zou zijn gewijd, dat minder politiek geladen en controversieel zou zijn en dat des te onbevanger in de toekomst zou kunnen peilen.

Door de ontwikkelingen die u heel even schetsmatig heeft aangeraakt, krijgt de kabel — waarboven straks nog de satellieten hangen — een veel verder reikende functie dan het overbrengen van radio- en TV-programma's. De knellende vragen die hierbij rijzen, zoals de vraag naar de wenselijkheid of de noodzaak van één uniek net en de positie van de PTT ten opzichte van een dergelijk net, of de vraag aan welke technische

en administratieve eisen dit net zal moeten voldoen en de vraag wie deze eisen zou moeten stellen, worden in dit ontwerp niet behandeld.

Ik vrees dan ook dat wij inzake de kabel met dit ontwerp aan kortademig wetgevend werk doen, dat vlug door de tijd en de technische evolutie zal worden achterhaald en dan zal moeten worden overgedaan.

Daarenboven wordt een sereen technisch debat thans nog bemoeilijkt door de onduidelijke afbakening van de centrale bevoegdheden en de bevoegdheden van Gemeenschappen en Gewesten. Ik ben waarlijk niet de enige om vast te stellen dat in dit ontwerp de centrale bevoegdheden ruimschoots worden bemeten, dat het laken eenzijdig naar het midden wordt getrokken en de Gemeenschappen in de kou dreigen te liggen.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch,** staatssecretaris voor Posterijen, Telegraaf en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — De verdeling van de bevoegdheden wordt uitdrukkelijk in de wet bepaald.

**De heer Van Overstraeten.** — Ik heb aandachtig het verslag gelezen, mevrouw de staatssecretaris, en ik heb vastgesteld dat het antwoord dat werd verstrekt op de vragen en opmerkingen die werden geformuleerd bij de artikelen 5, 7, 8 en 10 niet bijzonder verhelderend was.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch,** staatssecretaris voor Posterijen, Telegraaf en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — In de wet van 8 augustus 1980 wordt uitdrukkelijk bepaald dat regeringsmededelingen, technologie en handelspubliciteit, nationale bevoegdheden zijn.

**De heer Van Overstraeten.** — Dat kan echter zeer extensief worden geïnterpreteerd.

Dat het hoofdstuk kabelistributie relatief minder aandacht heeft gekregen dan het verdient, is echter zeer goed te begrijpen. Het ons thans voorgelegde wetsontwerp is niet homogeen, het vormt geen logisch geheel, het valt uiteen in twee ongelijke delen waarbij het tweede het politieke kernstuk vormt. Het hoofdstuk kabelistributie is slechts het noodzakelijk aanloopje naar het tweede deel, dat de handelsreclame behandelt. Dit wetsontwerp heeft tot doel het wettelijk kader te scheppen voor een onafhankelijke tv-reclamezender. Om deze zender mogelijk te maken, moeten de verdelers het recht krijgen om hem op hun kabel te nemen. Ik herhaal echter dat het hoofdstuk dat gewijd is aan de kabelistributie veel te beperkt is.

Dit debat, mijnheer de Voorzitter, het debat over de handelsreclame wordt op de verkeerde plaats gevoerd. Het zou moeten gevoerd worden in de Gemeenschapsraden. Sinds 1971 geldt dat de Gemeenschappen bevoegd zijn voor radio-omroep en televisie. Het huidige debat vestigt nogmaals de aandacht op het knoepwerk van 1980. Dat de handelspubliciteit niet werd toebedeeld aan de radio- en tv-bevoegdheid van de Gemeenschappen, wordt thans extensief geïnterpreteerd. Normaal zou zijn dat het Parlement vandaag het beginsel bekrachtigt dat reclame op radio en TV is toegestaan, waarna de uitwerking van dit beginsel aan de Gemeenschappen zou worden toevertrouwd. Nu wordt echter aan de Gemeenschappen een nationale reclamevoegdij opgedrongen.

Wat ons thans wordt voorgelegd, is een bespotting van de autonomiegedachte. De Eerste minister zou de Raad van State inroepen: hij is echter niet altijd even gehaast om zich te schikken naar het oordeel van de Raad van State, maar dat overtuigt ons niet. De Raad van State heeft slechts bevestigd dat de Eerste minister zijn kronkelige logica van 1980 trouw blijft, een schuinmarsjeerderij die wij Vlaams-nationalisten verwerpen, en die al lang achterhaald is door de evolutie van de geesten. *(Applaus op de banken van de Volksunie.)*

Wat is dat voor een autonomie wanneer de Gemeenschappen zich moeten laten voorschrijven wie welk geld zal krijgen om radio- en TV-programma's te maken?

Wat is dat voor een autonomie waarbij de Gemeenschappen wel de bevoegdheid over radio en TV heten te hebben, maar uit de hand van de centrale regering moeten leven tot nu toe voor het kijk- en luistergeld, en vandaag daar bovenop nog voor de handelsreclame?

Wat is dat voor een autonomie waarbij de Gemeenschappen afhankelijk zijn van de goede of kwade luim van de centrale regering die naar goedgevoelen beschikt over het doorbetalen van het kijk- en luistergeld? Ik moge eraan herinneren dat van de zestien miljard kijk- en luistergeld vorig jaar negen miljard in de centrale kas is blijven hangen.

Ook in de aangelegenheid die ons thans bezighoudt, verloochent de Eerste minister de federalistische visie, door de praktische toewijzing van de handelsreclame aan de Gemeenschappen te onthouden.



Ik wil het thans meer speciaal hebben over artikel 12 van het ontwerp, dat niet los kan worden gezien van de parallelle decreten die in de Gemeenschapsraden reeds behandeld zijn, respectievelijk behandeld worden, en van de door de regering vooropgezette wil om, zoals het reeds in 1981 in de toenmalige regeringsverklaring heette, « het monopoliestelsel te vervangen door een stelsel van mededinging ». Maar sta me eerst een kleine omweg toe.

Mijn jarenlange ervaring als beheerder van de BRT heeft mij geleerd, op welke bevangen en vaak onvolwassen wijze de politieke wereld — en in de politieke wereld, vooral de machthebbers — reageren op het fenomeen van de elektronische media. Ik ben talloze keren de rechtstreekse of onrechtstreekse getuige geweest van brutale pogingen en bedreigingen van kabinetten of partijhoofdkwartieren om het nieuws of de duiding te beïnvloeden. Talloze vergaderingen heb ik weten besteden aan minuten- of secondentellerij omtrent de duur van verschijning van een of andere excellentie op het scherm. Ik beschuldig geen enkele partij in het bijzonder en ik maak voor geen enkele een uitzondering. De verhouding van de politieke wereld tot de media — en door de weerbots ook vice versa — is doorgaans onvolwassen en krampachtig. Indien er aan de openbare omroepen in ons land fouten kleven — en ik ben goed geplaatst om te weten dat er véél fouten aan kleven —, dan gaat de politieke wereld, dan gaat de politisering van de omroep daarbij niet vrijuit.

Het hele omroepbeleid wordt in de partijpolitieke visie vaak vernaauwd tot de nieuwsdienst en binnen de nieuwsdienst tot de behandeling van de eigen partij en de eigen persoon. Deze verengde kijk vanuit de Wetstraat naar de Reyerslaan heeft mede in de hand gewerkt dat in de Reyerslaan soms een enge kijk op de Wetstraat de boventoon ging voeren. De verste aanloop naar het huidige wetsontwerp en naar de regeringsstrijdkreet « om het monopolie te vernietigen » is terug te vinden in het ongenoegen van bepaalde politici en bepaalde politieke kringen over de radio- en TV-nieuwsdienst. De eerste echo's waren reeds in 1976 te horen. In de jaren 80 en sinds de huidige meerderheid aan het bewind kwam, is er een stroomversnelling gekomen.

Mede onder de strijdkreet « afschaffing van het monopolie » werden in 1982 de lokale radio's boven de doopvont gehouden. Een bevrijding van de ether is het niet geworden, wel integendeel. Enkele loffelijke uitzonderingen niet te na gesproken, zijn de lokale radio's vaak etherbevuilers. Van de kleinschalige droom is weinig overgebleven. Tegen de letter en de geest van de wet in wordt er bijna openlijk aan netvorming gedaan, vaak dan nog onder partijpolitieke invloed. Dubbelmandaten, gemeenschappelijke reclameregies, akkoorden met persgroepen, netvormige nieuwsdiensten zonder enige controle op deontologie of objectiviteit zijn schering en inslag. Het beeld dat geboden wordt door het landschap van de lokale radio's zou een fingerwijzing en een waarschuwing moeten zijn voor degenen die blind geloven, of voorhouden te geloven, in de verheffende kracht van de concurrentie.

Het voorbeeld van de lokale radio's is directer en welsprekender en gemakkelijker te controleren dan de dubieuze voorbeelden die de Eerste minister in de commissie voor de Infrastructuur heeft aangehaald om de zogenaamde noodzaak van mededinging te bewijzen.

Mijnheer de Voorzitter, België is een klein land. De Vlaamse en de Franse Gemeenschap, die ieder over een volwaardige openbare omroep met verschillende radio- en twee TV-netten beschikken, omvatten een grondgebied dat elders door een regionale zender zou worden bestreken. Er zijn stadszenders in het buitenland die voor groter bevolkingsgroepen werken dan de Vlaamse of de Waalse. De kleinschaligheid van ons medialandschap, de beperktheid van onze middelen aan mensen en geld zouden ons tot omzichtigheid en bescheidenheid moeten aansporen. Wij zijn in West-Europa en de wereld een der meest bekabelde gebieden. Inzake ontvangsmogelijkheden van TV, met 12 tot 16 zenders per gezin, liggen we jaren vooruit op vrijwel alle West-Europeanen. Als straks de satellieten komen, liggen wij weer in de drukst bestraalde hoek van het continent.

De geldmiddelen die wij vandaag aan onze omroepen besteden, liggen bespottelijk laag: BRT en RTBF ontvangen slechts een deel van wat de andere Westeuropese zenders kunnen besteden. Ik hoef hier geen cijfers te citeren: ze zijn algemeen bekend en niemand zou ze tegenspreken. Nochtans betalen de Belgische kijkers en de luisteraars de hoogste vergoedingen van heel West-Europa. Het kijk- en luistergeld, gevoegd bij de prijs voor de kabeldistributie die al lang geen vrije keuze meer is, vormt reeds een zware belasting, voor ettelijke modale gezinnen.

In plaats van uit al deze gegevens de nodige lessen van bescheidenheid te trekken, gedraagt de regering zich als de kikker uit de bekende fabel,

die zich een os waant. Er moet zo nodig nog een nieuwe zender bij. Betaald door de reclame, dat wil zeggen, betaald door de gebruiker, bovenop zijn dure kijk- en luister- en kabelgeld.

Om deze dagdroom mogelijk te maken, moet het BRT-monopolie worden afgebroken en vervangen door een nieuw monopolie: dat van de publiciteit.

Wie vraagt dat? Niet de gebruikers, want hun Raad heeft zich bij monde van professor Fauconnier tegen het nieuwe monopolie uitgesproken. Niet de adverteerders, want zij zouden liever scheep gaan met een bestaande omroep en een reeds bestaand kijkpubliek. Zelfs niet de schrijvende pers, uw voornaamste gegadigde, want de ene groep vindt de geboden soep te dun en de andere is wel geïnteresseerd in de reclamegelden, maar toch liefst met zo weinig mogelijk risico en allerliefst zonder het risico een eigen zender te moeten dragen. Maar hoe dan ook, weet deze groep dat hij essentieel is in de plannen van de regering en bepaalt hij reeds zijn prijs daarnaar.

Mijnheer de Voorzitter, mijn fractie is niet tegen het doorbreken van het BRT-monopolie. De stormachtige ontwikkeling van de elektronische media zal trouwens geen enkel monopolie sparen. Mijn fractie is er echter wel voorstander van dat de openbare omroep eerlijk moet gewapend zijn tegen de concurrentie, dat hij over dezelfde troeven moet beschikken als de concurrentie, dat hij met ruimere middelen en een hernieuwd élan de ongewisse toekomst van het medialandschap moet kunnen tegemoet treden. Zijn taak, zijn specifieke nutsfunctie, zijn opdracht bij de bescherming van ons cultuurpatrimonium en de aanmoediging van de artistieke schepping zie ik bezwaarlijk overgenomen door een reclamezender.

Het moet mij van het hart dat ik me geweldig stoort aan enkele van de hoogdravende doodoeners waarmee dit wetsontwerp ons wordt voorgeschoteld. Eén van die doodoeners is: het doortrekken van het pluralisme, dat reeds in de geschreven pers bestaat, naar de omroepwereld. Het pluralisme in de pers is, zoals wij Vlaams-nationalisten maar al te goed weten, een danig scheefgegroeid en teer plantje. De officiële steun aan dit scheve pluralisme is er een van het bekende Mattheuseffect. Overigens wil ik de conclusie citeren van de Duitse media-deskundige Brinkmann in zijn studie over *Der Zugang der Presse zum Rundfunk und die Chancen für Vielfalt durch Wettbewerb*, die luidt: « De verwezenlijking van de commerciële TV-plannen zal leiden tot een verdere concentratie in het medialandschap dat nu reeds sterk geconcentreerd is. Onder voorwendsel van bescherming van het medium-pluralisme wordt dit pluralisme in feite verder afgetakeld.

Ik wil besluiten.

In dit kleine land, evenals trouwens in andere landen, zal de omroepconcurrentie noch bevrijdend noch verheffend werken. De Eerste minister verwijst graag naar het Britse voorbeeld. Het ogenblik daarvoor is niet al te best gekozen nu overwogen wordt, ook de BBC tot de reclamemarkt toe te laten. Hoe dan ook ons omroepbestel is altijd geïnspireerd geweest door het Britse model, maar spijtig genoeg zijn wij geen Angelsaksers, doch kleine en dan nog eens op de koop toe verzuiilde Belgen. De insiders weten — en als BRT-beheerder had ik het geluk een beetje een insider te zijn — dat er tijdens de recente ontwikkelingen inzake mediabeleid alvast aan Vlaamse kant mogelijkheden geweest zijn om te komen tot een vruchtbare samenwerking tussen de openbare omroep en de pers, tussen BRT en privé. Een dergelijke samenwerking zou voor een beperkt cultuurgebied als het onze een zegen zijn geweest: handen ineen en samen aan de slag om in de media-explosie die zal losbarsten recht op te blijven en onze Vlaamse identiteit te bevestigen. De regering heeft dat niet gewild.

Ik verdenk de Eerste minister er niet van te willen wat de Canadees Marc Starowicz heeft moeten vaststellen over de TV in Canada.

« In menig opzicht, zegt Starowicz, heeft Canada via zijn omroepstelsel culturele zelfmoord gepleegd (...). Men heeft de kabel, de betaaltelevisie, de privé-sector gecreëerd, in naam van de keuzevrijheid, waar je natuurlijk weinig kan tegen inbrengen vanuit een democratisch standpunt. Wat we in de werkelijkheid hebben bereikt, is de vernietiging van onze eigen televisiecultuur. Er zijn hier in Toronto negentien TV-stations op de kabel. We hebben een veelheid van diensten, maar in feite is dit een valse keuzevrijheid: de vrijheid om « The Muppets » op vier kanalen te bekijken of « Barney Miller » op vijf of « Dallas » op zes stations. Een valse keuze, een valse vrijheid.

Als de regering erin slaagt haar plan door te zetten en als dit ontwerp wet wordt, dan is men nog niet zo ver als de negentien televisiestations van Toronto. Dan krijgt mijn TV-toestel er een zeventiende zender bij.

Dat is in ieder geval reeds dicht genoeg bij het Canadese voorbeeld om neen te zeggen aan deze valse vrijheid en deze valse keuze.

**De heer Luyten.** — Martens in zes dimensies:

**De heer Van Overstraeten.** — Omdat Vlaanderen, althans in dit opzicht, geen Canada mag worden, zal mijn fractie dit ontwerp niet goedkeuren. (*Applaus op de banken van de Volksunie en op sommige socialistische banken.*)

**De Voorzitter.** — Het woord is aan staatssecretaris D'Hondt.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch,** staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Mijnheer de Voorzitter, de heer Van Overstraeten verwijt de nationale regering de veelheid van het aanbod, wat vervlakkend werkt. Hij mag niet vergeten dat dit aanbod niet wordt bepaald door de nationale regering, maar door de cultuurgemeenschappen.

Mijnheer Van Overstraeten, er komt niets op de buis zonder dat de cultuurgemeenschap hiervoor toestemming heeft gegeven.

**De heer Van Ooteghem.** — En de regeringsmededelingen?

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch,** staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — De heer Van Overstraeten heeft niet gesproken over regeringsmededelingen, hij had het over programma's. Regeringsmededelingen zijn geen programma's. Daar ga ik mee akkoord. Zelf ben ik nog nooit op TV geweest en u zult er mij ook niet op zien, zeker niet in een regeringsmededeling.

**De heer Van Overstraeten.** — Ik heb niet te veel beslag op uw tijd willen leggen, maar ik zou dit debat beslist willen voortzetten. Ik ben niet zo bekrompen om overal communautaire problemen te zien.

We krijgen er een totaal overbodige commerciële zender bij. Hij zal ons brengen in een omroeplandschap dat wij nog niet kennen, maar dat vreselijk zal zijn. Ik denk alleen nog maar aan de onbetaalbaarheid van de programma's bij deze zogenaamde gezegende concurrentie. Wat zal de exclusiviteit van bepaalde gebeurtenissen — ik denk aan voetbalmatchen — kosten? Wat zal het geboorterecht van een reeks op de commerciële of de openbare omroep kosten? Wat zal de vedette, die dan kan kiezen, kosten?

In dit kleine taalgebied van 6 miljoen mensen creëren wij een totaal overbodige infrastructuur die alleen maar negatief kan werken, zowel op cultureel vlak als op het vlak der middelen. Dit is een van de redenen waarom wij geen Canadese toestanden willen in ons land.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch,** staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — De regering creëert ze niet, de Vlaamse Gemeenschap creëert ze niet, maar u doet dat.

**De heer Van Overstraeten.** — Ik heb gezegd dat ik niet overal communautaire problemen zoek.

Er zijn grote knelpunten in dit ontwerp van wet. Er zijn niettemin een aantal communautaire angelen met veel verder reikende betekenis voor het kleine landschap dat wij vandaag overzien.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch,** staatssecretaris van Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Wij zullen programma's hebben waarvan de Vlaamse en de francophone gemeenschappen het waard vinden dat ze op het scherm komen.

**De heer Van Overstraeten.** — Wij zullen programma's hebben die door de concurrentie met een handelszender worden opgedrongen door andere krachten dan die welke ons land drijven.

**M. le Président.** — La parole est à M. Hotyat.

**M. Hotyat.** — Monsieur le Président, l'article 10 du projet consacre le droit des distributeurs d'établir à demeure les câbles et équipements connexes de leurs réseaux de radiodistribution et de télédistribution sur le domaine public ou sur les biens des particuliers.

Dans le cas d'un domaine public, ce droit leur est accordé, moyennant approbation par l'autorité dont relève ce domaine, du tracé de l'emplacement et des détails d'installation des conducteurs. En cas de contestation persistante, il serait statué par arrêté royal.

En ce qui concerne un bien privé, l'accord préalable du propriétaire n'est plus requis. Les distributeurs ont le droit pur et simple d'établir à

demeure des supports et ancrages pour leurs câbles et équipements connexes sur les murs et façades donnant sur la voie publique ou de les faire passer, sans attache ni contact, au-dessus des propriétés privées.

La lecture de cette dernière disposition m'a plongé dans l'étonnement. En effet, il s'agit sans nul doute d'une modalité urbanistique. La législation de l'aménagement du territoire, qu'il s'agisse de la loi organique, encore applicable dans la Région bruxelloise et modifiée par la Région flamande, ou du décret wallon, indique clairement qu'il s'agit d'une matière couverte par les règlements sur les bâtisses. On y lit notamment que de tels règlements contiennent des dispositions relatives à la desserte des immeubles par des équipements d'intérêt général, notamment les distributions d'eau, de gaz, d'électricité, de télécommunications, et qu'ils peuvent concerner les antennes et les canalisations.

De plus, le code de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme pour la Région wallonne, par exemple, indique en son article 315 du chapitre XVII, relatif au règlement général sur les bâtisses applicable aux zones protégées de certaines communes en matière d'urbanisme: «Les câbles électriques, téléphoniques et de télédistribution seront enterrés. En cas d'impossibilité, ils seront placés sous corniche ou sur bandeau de façon à les rendre les plus discrets possibles.» Ceci confirme donc bien que la matière de poser le câble est une modalité urbanistique.

Alors que l'urbanisme est de la compétence des Régions, voilà donc une loi nationale qui fixe une disposition urbanistique! Je dis bien «fixe» car la loi fait choix d'une modalité de placement plutôt que d'une autre. En effet, la loi retient uniquement l'utilisation de câbles aériens et ne prévoit pas la mise en souterrain.

Se mêlant de ce qui ne le regarde pas, le gouvernement national fait d'ailleurs du très mauvais travail. En effet, l'établissement de supports et d'ancrages sur les façades à rue, donc visibles, et de câbles, eux aussi visibles, soit sur les façades, soit entre immeubles et au-dessus des voiries, constitue la solution la plus dommageable pour l'environnement.

De plus, le choix fait par le gouvernement constitue un recul par rapport à ce qui a été réalisé dans certaines communes avec des mises en souterrain ou des placements sur des façades arrières.

Pourquoi ce qui se fait dans beaucoup de sites urbains pour le téléphone, l'électricité, c'est-à-dire la mise en souterrain, ne se ferait-il pas aussi pour la télédistribution?

J'ai d'ailleurs cité, il y a un instant, un extrait du Code de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme pour la Région wallonne qui prévoit qu'il convient dans certaines zones, sauf impossibilité réelle, d'enterrer le câble.

En outre, au point de vue de la protection du patrimoine culturel, il n'est pas évident que l'accrochage de câbles sur les façades «donnant sur la voie publique» — pour reprendre les termes du projet de loi — d'un bâtiment classé soit un enlèvement.

Evidemment, le câblage aérien est la solution la moins onéreuse pour le télédistIBUTEUR et tant pis pour l'environnement!

C'est donc le paragraphe 2 de l'article 10, relatif aux biens privés, qui fait apparaître le plus clairement l'abus de compétence de la part du gouvernement national au détriment des Régions, compétentes en matière d'urbanisme, et aussi des Communautés, compétentes en matière de protection du patrimoine culturel.

Mais c'est également le cas pour le paragraphe 1<sup>er</sup> de l'article 10, relatif au domaine public. En effet, il y est dit que le distributeur doit demander l'approbation de l'autorité dont relève le domaine public en ce qui concerne le tracé de l'emplacement et les détails de l'installation des conducteurs, c'est-à-dire, encore une fois, des caractéristiques touchant l'urbanisme. Mais l'autorité dont relève le domaine public, c'est-à-dire l'autorité propriétaire ou gestionnaire, n'est pas souvent l'autorité compétente en matière d'urbanisme: une commune, par exemple, ne peut se délivrer de permis de bâtir à elle-même. Or, le projet de loi ne dit rien quant à l'autorisation urbanistique: il se borne à traiter la question du droit de passage à demander par le distributeur.

En omettant l'aspect urbanistique, on en arrive d'ailleurs à une hérésie. En effet, en cas de contestation persistante entre le distributeur et l'autorité dont relève le domaine public, il est statué par arrêté royal! Or, il est bien évident que, le plus souvent, le refus de la proposition du distributeur par cette autorité sera justifié par des considérations relatives à l'aménagement du territoire, l'urbanisme ou la protection du patrimoine culturel, matières qui relèvent des compétences régionales et communautaires. Il est donc juridiquement et politiquement inadmissible que le Roi puisse statuer sur la contestation.

D'ailleurs, en prévoyant la solution de la contestation par voie d'arrêté royal, on substitue aux recours existants en matière d'urbanisme, de protection du patrimoine culturel et de tutelle, un nouveau type de recours. Celui-ci n'est pas non plus admissible si, par hypothèse, le pouvoir dont relève le domaine public concerné est une Région ou une Communauté.

Nous avons donc proposé, en commission, des amendements visant à assurer le respect des dispositions applicables en matière d'urbanisme, d'aménagement du territoire et de protection du patrimoine culturel, partout où le présent projet est concerné par ces dispositions, c'est-à-dire à l'article 10, dont je viens de parler, et à l'article 3 qui dispense d'autorisation l'établissement d'antennes collectives à l'usage exclusif de certaines catégories de détenteurs et semble donc conférer à ces catégories un droit absolu à l'établissement d'une antenne collective. Or, j'ai montré tout à l'heure que les règlements sur les bâtisses concernent les antennes.

Ces amendements ont été rejetés en commission. Mme le secrétaire d'Etat nous a déclaré que l'article 10 était conforme à divers avis successifs du Conseil d'Etat. Ces avis ne démontrent pas que le problème que je soulève ait été rencontré. Le Premier ministre a renvoyé à la réponse qu'il a faite à M. Anselme en commission de la Chambre; en lisant le compte rendu de cette discussion, j'ai constaté que la réponse du Premier Ministre n'avait pas convaincu ses interlocuteurs.

J'ai d'ailleurs lu avec stupeur, à la page 77 du document 1222/19 de la Chambre, la réponse du Premier ministre à M. Anselme à laquelle nous renvoie notre propre rapport, page 43. M. Anselme disait au Premier ministre qu'il n'était pas « persuadé qu'il ne puisse pas y avoir conflit de compétence » et demandait, par analogie, « si le pouvoir national peut construire une autoroute sans permis de bâtir ». Le Premier ministre a répondu — je cite — que « la réponse est positive selon le Conseil d'Etat ».

J'ai vérifié cette affirmation auprès de juristes spécialisés. Selon eux, elle est fautive. A tel point qu'il existe actuellement plusieurs recours au Conseil d'Etat contre des permis de bâtir délivrés pour des routes d'Etat et que l'Etat n'a jamais soutenu qu'il ne fallait pas de permis de bâtir. Puisque le Premier ministre prétend néanmoins qu'il existe un avis du Conseil d'Etat étayant son affirmation, je lui demande de nous le fournir. Il est évident que ce serait un document essentiel.

*M. Henrion, vice-président, prend la présidence de l'assemblée*

Le président de la commission de l'Infrastructure de notre assemblée s'est montré plus soucieux des remarques que j'ai formulées, et donc du respect de la législation en matière d'urbanisme, en déclarant à la page 22 du rapport: « Les normes légales en matière d'aménagement du territoire et d'urbanisme, qui relèvent de la compétence exclusive des Régions, restent de toute façon applicables, ce dont il faudra absolument tenir compte dans l'exécution de la loi. Le président n'a pas inclus dans sa déclaration la protection du patrimoine culturel et, par conséquent, les Communautés, mais c'est sans doute un oubli ».

La déclaration du président de la commission de l'Infrastructure, dans le cadre des travaux parlementaires, est sans doute utile, mais elle ne vaut pas une inscription en bonne et due forme dans la loi. De plus, elle ne résout pas les problèmes que j'ai soulevés à propos des paragraphes 1<sup>er</sup> et 2 de l'article 10. Il s'agit, en ce qui concerne le paragraphe 2, du choix par la loi nationale d'une modalité urbanistique plutôt que d'une autre: pose de câbles aériens plutôt que souterrains. On ne me fera pas croire que, non amendée, cette disposition permette néanmoins aux autorités compétentes en matière d'aménagement du territoire et de protection du patrimoine culturel d'interdire ce type d'installation aérienne et d'en imposer une autre, plus respectueuse de l'environnement. En ce qui concerne le paragraphe 1<sup>er</sup> de ce même article 10, il s'agit de l'intervention d'un arrêté royal dans une matière concernée par une compétence régionale ou communautaire.

Un travail parlementaire de qualité, en vue d'une loi claire et applicable, implique l'amendement des dispositions que je vise. Dans la négative, les Communautés et les Régions pourront demander l'annulation de l'article 10 devant la Cour d'arbitrage. Si elles ne la demandent pas, chaque particulier intéressé pourra le faire par la voie d'une question préjudicielle. En refusant d'amender le projet, le gouvernement crée l'insécurité juridique et, en définitive, place ceux-là même qu'il veut favoriser, les distributeurs, dans une situation dangereuse.

Il est hautement regrettable que le gouvernement s'enferme dans son attitude tout simplement parce que son principal, sinon son seul souci dans ce projet, est de faire passer la disposition du paragraphe 2 de

l'article 12 visant à octroyer le monopole de la publicité commerciale à une institution par Communauté. Cette disposition est, en effet, un des éléments du pacte politique qui maintient la cohésion du gouvernement. Et, pour le gouvernement, du moment que cela est voté, peu importe la qualité du reste du projet.

Monsieur le Président, chers collègues, on s'apitoie régulièrement dans cette assemblée sur la dévalorisation du travail parlementaire. En voilà une belle démonstration! Sur une question purement technique, plutôt que d'améliorer la loi et donc de renvoyer le projet à la Chambre, on préfère passer outre.

Je dois avouer que, lorsque je dis « purement technique », je m'interroge. S'il en est ainsi à mes yeux, en est-il de même aux yeux de certains membres du gouvernement auxquels il ne déplairait pas d'amoindrir les compétences régionales et communautaires? (*Applaudissements sur les bancs socialistes.*)

**M. le Président.** — La parole est à M. Boël.

**M. Boël.** — Monsieur le Président, comme d'autres intervenants l'ont souligné, la Belgique, située au centre de l'Europe et disposant du réseau câblé le plus important au monde, occupe une position idéale pour recevoir une multitude de programmes, non seulement de son propre territoire mais aussi des territoires avoisinants. A toutes les personnes qui regardent la télévision ou écoutent la radio, un choix extraordinaire de programmes est proposé.

Mais jusqu'à présent, tout cela s'est déroulé dans un certain désordre légal. Comme M. Wyninckx l'a souligné, une loi normative était nécessaire depuis longtemps, dans le cadre des compétences nationales. Cette loi, précisant des points tels que l'autorisation de création des réseaux ainsi que la police des réseaux et comportant des détails techniques, fixe le cadre légal, notamment de la télédistribution, tout cela par arrêtés royaux d'application. En son chapitre III, le projet de loi autorise la publicité, en fixe le cadre légal, détermine les règles fondamentales de ce qui ne peut être émis et la façon dont la publicité doit être présentée dans les programmes. Les détails techniques, notamment quant à savoir quels biens et services doivent être exclus, seront déterminés par arrêtés royaux.

Cette loi instaure le principe d'une répartition au bénéfice de la presse écrite des revenus acquis par la télévision grâce à la publicité; ceci doit également être fixé par arrêté royal. Elle crée un conseil de la publicité commerciale et fixe les dispositions pénales.

Il y a longtemps que cette loi était nécessaire et le groupe PRL l'approuve, parce qu'elle renforce la liberté des citoyens. La liberté est notre bien le plus cher, celui que nous devons défendre coûte que coûte. Le libéral Jefferson, revenant d'une mission en France et constatant que la Constitution des Etats-Unis, écrite et votée pendant son absence, ne reprenait pas les libertés fondamentales, a imposé dix amendements. Le premier d'entre eux fut rédigé en ces termes: « *Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.* »

Cet amendement définit trois droits fondamentaux: le droit de la pensée et de la religion, le droit de la presse et le droit de rassemblement. Ces droits ont toujours constitué une donnée de base pour le Parti libéral; pour le PRL, il s'agit d'éléments fondamentaux.

La liberté de publication est également très importante. En 1848, le premier gouvernement libéral a aboli l'apposition obligatoire de timbres sur les journaux. Il ne peut y avoir de censure, sous aucun prétexte, sauf éventuellement en ce qui concerne les sujets portant atteinte aux bonnes mœurs.

Avec l'apparition de la radio et de la télévision, ce problème de la liberté se complique par le fait que les émissions sont soumises à des règles précises. Tout le monde peut imprimer un journal ou un livre, parler sur la place publique, mais la volonté d'émettre implique une organisation et l'utilisation des ondes, notamment des fréquences.

En télévision, les fréquences sont rares. Pour cette raison, le câble revêt une importance particulière en Belgique puisqu'il permet précisément de multiplier les fréquences. Il est donc nécessaire, pour que cette liberté de la radio et de la télévision soit réelle, d'abolir le monopole de l'Etat, de créer la concurrence afin de permettre le choix du public, mais aussi d'assurer le financement par la publicité.

Le PRL est d'autant plus favorable à la publicité que celle-ci est indispensable pour notre industrie, nos activités, notre commerce. Une



entreprise ne peut produire que ce qu'elle peut vendre et production signifie, bien entendu, emploi. Mais pour vendre, l'entreprise doit être connue. Talleyrand affirmait déjà que quatre éléments étaient nécessaires à une bonne gestion : savoir, savoir faire, savoir faire faire et faire savoir. Ce dernier point concerne évidemment la publicité.

Il faut donner au consommateur, à l'utilisateur, au client, la possibilité de choisir, mais également lui montrer ce qu'on produit et notamment les nouveautés. Ceci est d'ailleurs un des soucis de la loi sur la protection du consommateur, en préparation dans notre assemblée.

La publicité et le libre choix impliquent nécessairement l'augmentation des possibilités, la diminution des coûts de production, l'amélioration de la qualité de la vie.

Le gouvernement a, dans son projet, clairement évité l'écueil américain en veillant à ce que la publicité ne puisse contrôler la programmation ou le contenu des programmes. La publicité doit accompagner, sans être le maître. Le projet est très clair sur ce point.

Pourquoi le monopole de cette publicité à la télévision est-il confié à une seule chaîne privée par communauté, alors que les redevances sont uniquement attribuées à la chaîne publique ? Si nous voulons défendre cette liberté qui nous est si chère, il est impérieux de prévoir également la liberté de l'information. La liberté de récolter l'information existe, mais il faut pouvoir émettre celle-ci et la faire parvenir au citoyen par le biais de la télévision, ce qui implique non seulement des moyens coûteux, mais aussi le vote d'une loi autorisant la diffusion des informations.

Or, celles-ci n'intéresseront en l'occurrence que le marché belge francophone et seront essentiellement différentes des programmes qui peuvent être diffusés par les grandes chaînes internationales. Il s'agit d'une information ciblée sur le citoyen belge ayant ses problèmes, ses préoccupations, ses hommes politiques et ses réalisations. Le marché belge n'est pas très étendu et concerne environ 5 millions d'habitants, soit un tiers de la population du bassin parisien. Il est comparable à l'audience de la chaîne française FR3 Nord - Pas-de-Calais.

En conséquence, la publicité qui sera nécessaire pour financer cette chaîne se limitera à un créneau très petit puisqu'il ne s'adresse qu'aux citoyens belges et non aux grands marchés internationaux. Ces derniers, s'ils utilisent la publicité belge, recourront davantage aux grandes chaînes internationales voisines, qui sont présentes sur notre réseau de télédiffusion.

Toute étude de marché montre que la publicité que peut générer le marché belge ne peut servir qu'à rémunérer au maximum une chaîne. C'est pour cette raison qu'il fallait absolument accorder un monopole.

Certains ont parlé du marché italien, de l'apparition des chaînes Berlusconi et de leur coexistence avec la RAI. Mais le marché italien est vaste : il touche plus de 50 millions d'habitants, soit dix fois la population du marché belge.

La liberté doit pouvoir être exercée librement et ne peut être fragile financièrement.

Pour cette raison, le projet de loi, avec ses contraintes et ses restrictions, me paraît valable, car il répond à notre souci de liberté et de pluralisme. *(Applaudissements sur les bancs libéraux.)*

**M. le Président.** — La parole est à M. Vaes.

**M. Vaes.** — Monsieur le Président, il est toujours surprenant de devoir s'exprimer au nom d'une formation politique, représentant plus de 250 000 personnes, Agalev compris, devant une assemblée clairesmée, surtout lorsqu'il s'agit d'un projet important. En tant que jeune parlementaire, cela n'incite guère à s'investir dans le débat, car, vraiment, ceci suppose un long travail, une longue réflexion, une longue consultation et une longue écoute pour essayer de comprendre la matière et pour intervenir en restant objectif et honnête, tout en respectant ses propres convictions. Je tenais à le souligner au début de mon intervention, il est très difficile, dans ces conditions, d'effectuer avec enthousiasme son travail de parlementaire. Cet exercice doit toutefois être fait.

Le projet qui nous occupe est fort important. A preuve, l'attention qu'y apporte M. Martens pour le faire passer à la cravache, via les commissions d'abord, le Sénat ensuite. A preuve aussi, l'importance qu'y accordent les Communautés, la Communauté française en tout cas.

Nul doute d'ailleurs que dès que ce projet sera voté par les Chambres législatives, M. le ministre Monfils souhaitera faire accélérer le vote de son projet de décret, qui est encore loin d'être adopté à la Communauté française.

Pour pouvoir « se positionner » sur les propositions du gouvernement en matière audiovisuelle, il faut rappeler certaines réalités en évolution qui définissent le contexte actuel des décisions à prendre.

La première, M. Boël vient d'y faire allusion, est le surcâblage ou le câblage intensif en Belgique.

La plupart des Belges sont donc en contact avec l'Europe entière en matière de programmation de télévision, ce qui nous amène à penser qu'il nous faudrait contribuer activement à un projet européen de régulation de la communication des messages de télévision et de la publicité afin d'ordonner le paysage audiovisuel.

Mis à part les aspects techniques des réseaux de télédiffusion gérés par Mme D'Hondt, le contenu culturel de la TV, dans une perspective européenne, et ses enjeux ne sont pas traités clairement, mais bien incidemment, dans le projet qui nous est soumis.

Deuxième réalité qu'il est important d'avoir à l'esprit : les ressources actuelles du service public sont, sinon menacées, en tout cas limitées, si l'on se réfère aux contraintes drastiques de l'assainissement des crédits publics et à leurs effets sur les dotations des Communautés, ces dernières confirmant les restrictions par un budget stable par rapport à l'année antérieure, alors que, en dépit d'une inflation limitée, les coûts de production continuent à augmenter. Il en résulte un problème de diminution des ressources des services publics face aux besoins ; le service public de Radio-TV semble négligé, sinon mis en cause indirectement par le projet.

Troisième réalité, également rappelée par M. Boël au nom de la majorité : la publicité à la télévision est toujours actuellement illégale, bien que, ce qui est assez curieux, elle y ait cours depuis longtemps. Il nous paraît logique qu'on se prononce soit en confirmant son interdiction, soit en la rendant légale, ce qui nous paraît de stricte cohérence. A ce titre, le projet est bienvenu, puisqu'il éviterait l'incohérence entre les faits et le droit. Quant au contenu du choix, il s'agit d'un autre sujet.

Quatrième réalité : l'image et la production télévisuelle et radiophonique ont une influence culturelle plus importante, à l'heure actuelle, sur une grande partie de la population, que d'autres médias, ce qui justifie à notre sens l'importance du projet, qui traite des télécommunications, et d'un traitement spécifique de la publicité dans les médias télévisuels ou audiovisuels par rapport à d'autres publicités dans les médias. L'influence culturelle de la télévision sur les mentalités et sur l'emploi du temps de la population est infiniment plus importante que celle des autres médias. Cette réalité doit également être prise en considération.

Cinquième observation. Pour juger des options du projet en matière de publicité commerciale, nous devons garder à l'esprit que nous sommes en période de crise économique et donc sociale, ce qui se traduit par une frustration renforcée d'une partie de plus en plus importante de la population face aux sollicitations d'achat et de dépenses exacerbées par la publicité, alors que ses moyens sont en baisse. La publicité commerciale, qui est une incitation à la consommation, pose dès lors dans la réalité d'aujourd'hui un problème déontologique auquel nous sommes particulièrement sensibles.

Or, l'exposé des motifs est muet à ce propos. La conscience sociale de l'enjeu d'un tel projet qui semble vouloir libéraliser la publicité commerciale à la télévision, média influent, ne semble donc pas avoir effleuré le gouvernement. La question qui se pose est aussi, pour nous, de savoir s'il est opportun de donner libre cours à la publicité télévisuelle à l'heure actuelle.

Sixième réalité : la situation est différente en Flandre et en Wallonie. L'accès à plusieurs chaînes dans les deux communautés n'est pas tout à fait identique. Nous trouvons en région francophone un émetteur privé puissant et efficace qui n'existe pas en Flandre.

Devant cette réalité, le gouvernement Martens et les ministres responsables se sont clairement prononcés. Dans leur esprit, le projet de loi est destiné principalement et prioritairement à garantir la rentabilité possible d'une chaîne « alternative » à la BRT en Flandre.

Une septième réalité qu'il nous paraît utile de prendre en considération est que nous nous trouvons dans une ambiance culturelle, alimentée par la majorité actuelle et par tout un courant, qui cherche peut-être de façon quelque peu manichéenne, à opposer une certaine image du service public « budgétivore, bureaucratique et inefficace », sinon manquant d'objectivité — critique spécifique adressée à la RTBF —, au secteur privé qui aurait, lui, toutes les vertus de l'initiative, de la performance, de la garantie des libertés et *tutti quanti*.

Ce simplisme en soi est critiquable. De même que nous trouvons inacceptable de dévaloriser globalement les services publics aux yeux de la population. La part des choses est à faire.

Dans un tel contexte, les écologistes sont très clairs. Il ne peuvent pas admettre un dénigrement systématique, artificiellement orchestré, du service public, pour revaloriser aux yeux de l'opinion la performance du secteur privé, en l'occurrence de RTL ou des producteurs privés de l'audiovisuel.

Nous sommes extrêmement sensibles à cette campagne de dénigrement de la RTBF. Nous sommes d'autant plus réceptifs à la qualité de la performance de la RTBF que les scores d'audience actuels confirment et démentent cette campagne de dénigrement qui nous a paru particulièrement déplacée, notamment dans certaines publicités parues dans la presse parlant de l'autre vérité.

Tel est l'exposé, non exhaustif, mais qui reprend les points essentiels du contexte dans lequel il faut situer l'enjeu du projet et ses options pour le régler.

En évoquant ces réalités, j'ai déjà fait clairement allusion à certaines de nos réactions à l'égard du projet de loi. Je voudrais compléter l'expression de nos réactions au projet en réfléchissant plus spécialement au problème de la publicité à la télévision et aux options du gouvernement en la matière.

Il faut, je crois, se poser trois questions à ce propos. Premièrement, faut-il autoriser ou non la publicité à la télévision? Deuxièmement: si l'on autorise la publicité à la télévision, faut-il la réglementer et, dans l'affirmative, comment réglementer la publicité télévisée, sur le fond et sur la forme? Troisièmement: en cas d'accord sur l'instauration de la publicité à la télévision et sur la manière de la réglementer, faut-il ou non accorder le monopole des ressources financières, liées au marché de la publicité télévisuelle, à un seul émetteur de messages télévisuels dans les communautés francophone ou flamande? Voilà trois questions essentielles sur lesquelles le projet de loi se prononce de façon évidente.

A la première question, il répond affirmativement: oui il faut accepter la publicité commerciale à la télévision. Les écologistes ne sont pas, pour leur part, tellement convaincus de l'utilité de la publicité à la télévision. Je me suis déjà expliqué à ce sujet en me situant dans le contexte actuel de crise économique qui frappe un grand nombre de familles. J'ajouterai que si l'on pouvait se passer de la publicité à la télévision, on en serait assez fier. Il serait bon qu'une économie fonctionne sans cette incitation permanente à la création de besoins artificiels, ou pour faire acheter des produits excédentaires. Notre première critique vise donc l'incitation à la consommation.

La télévision a, par ailleurs, d'autres missions plus essentielles à remplir. Ainsi, 20 p.c. du temps de programmation consacré à la publicité serait du temps retiré à la possibilité de programmer d'autres émissions infiniment plus importantes d'information et d'éducation permanente ou consacrées aux loisirs, à la détente ou à la culture. Notre critique vise donc cette sorte de substitution, qui n'est pas à l'avantage de l'insertion de programmes de publicité commerciale.

Autre raison pour laquelle nous sommes assez réservés en ce qui concerne ce projet: les ressources publicitaires de la presse écrite — c'est acté dans le projet de loi — seraient sensiblement diminuées, de 25 à 30 p.c., par l'introduction de la publicité à la télévision. On comprend dès lors les compensations accordées et exigées par le gouvernement Martens. Il n'empêche qu'une série de journaux ne seront pas dans le « topo ». C'est le cas notamment, dans le cadre de l'accord TVI, de *La Cité*, de *La Wallonie*, du *Drapeau rouge* et de certains hebdomadaires. Par ailleurs, faute de publicité, une série de périodiques ne pourront plus, à terme, exister. De plus, une fraction du temps et de l'attention de l'homme va vers le message de type télévisuel au détriment de la presse écrite. Pourtant, la qualité de l'information me paraît supérieure dans cette dernière.

Malgré les allégations de certains, on ne peut nier la vraisemblable influence de la publicité sur la qualité des programmes télévisés; le fait est fréquemment prouvé. L'appauvrissement culturel lié à la publicité télévisée nous semble constant et ce pour diverses raisons. Je vous en citerai quelques-unes.

La première réside dans la nécessité d'obtenir une grande audience; qui dit « audience » dit facilité des programmes, principalement de divertissement, au détriment de l'éducation, de la formation permanente ou de la culture.

En deuxième lieu, pour être rentables, les émissions des chaînes privées doivent être produites à moindre coût. Une production onéreuse compro-

met le profit et la rentabilité de l'entreprise. Dès lors, comment produire à bon marché?

Tout d'abord, il faut acheter des produits, films et séries ou feuillets étrangers qui, dans les conditions techniques actuelles, sont créés à moindre coût aux Etats-Unis ou au Japon, par exemple, notamment dans ce créneau prioritaire du divertissement.

Pour produire au moindre coût, certaines chaînes décident aussi de diffuser sur tous leurs réseaux la même information, de façon à limiter le nombre de journalistes présents sur le terrain et les coûts des productions différenciées par région. C'est donc une pression économique qui pousse à la standardisation des programmes diffusés sur l'ensemble de leur *network*, ce qui entraîne également un appauvrissement culturel.

Enfin, pour les productions propres, la tendance est à l'utilisation de collaborateurs peu coûteux, ce qui débouche sur toute une problématique de sélection de l'emploi, de contrats en rotation, de missions partielles, de sous-statuts ou de non-statuts, voire de travail au noir avec des professionnels étrangers, par exemple.

Voici résumées les pratiques du secteur privé qui lui permettent, tout en ayant l'apparence d'une bonne programmation de contenu, de produire à bon marché.

Je résumerais donc notre position sur la publicité commerciale à la TV de la manière suivante: nous sommes, en principe, opposés à la publicité télévisée pour les raisons que je viens d'évoquer; mais si l'on veut se montrer réaliste, notamment envers un service public dont les ressources sont menacées par les mesures d'assainissement budgétaire, il faut admettre que ce serait peut-être un mauvais calcul de priver les émetteurs de messages télévisés de certaines ressources qui restent indispensables pour pouvoir produire des programmes de qualité.

Notre dilemme est donc le suivant: l'idée de la publicité télévisée ne nous séduit guère, mais les ressources que celle-ci procure peuvent permettre d'améliorer la qualité de la programmation. Il y a donc un choix à faire, indépendamment de la thèse du gouvernement, qui y voit l'unique façon de créer une chaîne alternative au service public; il y a donc là matière à discussion.

Ainsi, nous ne sommes pas opposés, pour cette raison-là, au projet du gouvernement qui autorise la publicité à la télévision, mais il faut considérer un second aspect: faut-il prévoir une régulation de la publicité télévisée? Notre réponse est évidemment affirmative.

Sur ce plan, le projet du gouvernement, en ses articles 14 et 15, me paraît, d'une certaine façon, acceptable. En effet, il propose des éléments minimaux essentiels de contrôle et de régulation du contenu et des formes d'insertion du message publicitaire à la télévision.

Au cours de l'examen des amendements, j'aurai l'occasion de proposer des mesures complémentaires en matière de régulation. En effet, établir une régulation correcte de la publicité commerciale télévisée consiste aussi, à mon sens, à garantir un temps d'antenne minimum aux organismes de défense des consommateurs afin de leur permettre au moins de compléter, de compenser ou de corriger les aspects excessifs inhérents aux messages publicitaires et à leur bombardement quotidien.

Les sondages d'opinion confirment d'ailleurs que les gens font plus confiance aux organismes de défense des consommateurs qu'au gouvernement ou aux entreprises elles-mêmes pour défendre leurs intérêts. Nous avons donc déposé un amendement qui complète dans ce sens la régulation prévue par le gouvernement. Dans le cas de l'article 16, nous proposons de garantir un temps gratuit d'antenne aux organisations de consommateurs et d'imposer aux chaînes de télévision, qui ont obtenu l'émission de publicité commerciale, qu'elles offrent un concours technique à ces organismes, afin qu'ils puissent effectivement produire les spots d'information onéreux. Ils doivent, en effet, avoir le droit mais aussi les moyens de produire l'information. Nous reparlerons de ce problème lors de la discussion des amendements.

En résumé, quoique réticents, nous acceptons la publicité à la télévision. Mais celle-ci doit être régulée quant au fond et quant à la forme. Le projet n'est pas mauvais en soi mais le gouvernement devrait développer ses réflexions au niveau des normes européennes. J'insiste donc à nouveau sur le contexte européen, via le câblage et les satellites. Il faudrait arriver, si possible, à une nécessaire régulation minimale de l'éthique publicitaire dans l'ensemble des émissions européennes pour protéger les consommateurs et la qualité des programmes, pour continuer à garantir des ressources indispensables à la presse écrite et, enfin, pour respecter le principe de la concurrence loyale en matière économique.

Un autre problème difficile a été discuté et rediscuté, celui de savoir qui va assurer cette régulation. Appartient-il au gouvernement national

ou aux Communautés de décider des mesures de régulation, sur le fond et sur la forme, d'insertions de la publicité dans la programmation?

Je pense que, si nous voulons profiter au maximum de certains aspects positifs d'une législation sur la publicité à la télévision, nous devons résoudre le dilemme créé par la loi du 8 août 1980, en son article 4, et par la Constitution en matière institutionnelle. Comment avancer si ce problème n'est pas réglé?

Je suis favorable au maintien d'une compétence nationale minimale, non seulement sur les conditions techniques de la publicité mais aussi sur le fond et sur la régulation des modalités d'insertion. En effet, notamment à Bruxelles, la population se trouve dans un contexte biculturel et regarde souvent indifféremment les deux chaînes nationales de télévision. Dès lors, je trouverais assez dommage de voir les deux Communautés prendre des dispositions différentes sur les matières essentielles de la réglementation sur la publicité, indépendamment des implications économiques éventuelles des coûts de production de deux spots publicitaires différents pour le même produit, suivant qu'il est vendu à la Communauté flamande ou à la Communauté française.

Mme D'Hondt-Van Opend Bosch, secrétaire d'Etat aux Postes, Télégraphes et Téléphones, adjoint au Premier ministre — Le Conseil d'Etat a été très clair à ce sujet: il s'agit d'une compétence nationale.

M. Vaes. — En effet, mais cela pourrait être discuté.

Mme D'Hondt-Van Opend Bosch, secrétaire d'Etat aux Postes, Télégraphes et Téléphones, adjoint au Premier ministre. — Lisez l'avis du Conseil d'Etat; celui-ci est très net.

M. Vaes. — Ce n'est pas la première fois que le gouvernement lui-même ne respecte pas l'avis du Conseil d'Etat. Les parlementaires ont la même latitude de ne pas considérer l'avis du Conseil d'Etat comme définitif pour l'ensemble de la communauté belge. Je comprends que l'interprétation que le Conseil d'Etat a donnée lui a été inspirée aussi par la conjoncture politique actuelle, mais permettez-moi de dire que ce n'est pas le Conseil d'Etat, mais le Parlement, qui crée le droit.

Se pose enfin la troisième question: faut-il offrir à une seule chaîne le monopole des ressources de la publicité? Je ne m'entendrai pas longuement sur ce sujet mais j'affirme que l'opposition refuse le monopole — j'ai d'ailleurs déposé des amendements à l'article 12 en ce sens — non seulement pour des raisons de principe, mais même pour des raisons économiques, à savoir que les producteurs et les annonceurs sont eux-mêmes demandeurs de concurrence en matière d'accès à la publicité télévisée.

Par ailleurs, la concurrence peut exercer une pression influente à la baisse sur les tarifs. Or, toute baisse des tarifs facilite l'accès au médium publicitaire, s'il y a lieu, à des entreprises ayant moins de ressources. Il est évident, si le prix est de 100, voire de 500 francs au lieu de 1 000 francs, qu'un nombre plus important d'entreprises pourront recourir à un moyen plus efficace de publicité en espérant que ce soit limité à de l'information objective sur les produits et les services présentés. Cette concurrence a donc également un effet économique à la baisse sur les prix, ce qui peut être important, puisque, pour l'instant, on n'envisage pas de compétence explicite du ministre des Affaires économiques sur la régulation des tarifs publicitaires.

Je trouve enfin que le monopole est également exclu, indépendamment du problème de liberté de choix et de théorie économique. Mais c'est bien entendu aussi pour des raisons de principe que nous refusons ce monopole, la liberté d'expression devant être accordée à toute personne répondant aux conditions minimales imposées. C'est enfin pour défendre le service public en ne le privant pas de certaines ressources possibles qu'il faut exclure le monopole. C'est là, à mon sens, une distorsion de concurrence que le gouvernement prétend établir sur des bases légales que de garantir des ressources en expansion au seul secteur privé, laissant le service public confronté aux restrictions drastiques imposées par l'assainissement des finances publiques. Nous répondons donc négativement au monopole envisagé par le gouvernement.

Je terminerai cet exposé par quelques questions permettant de mettre en lumière certaines dispositions qu'il importe de prendre, face à ce projet. La première concerne le Conseil de la publicité.

Une question qui se pose est tout d'abord de savoir quand il sera mis sur pied, ce qui me paraît important. Je propose d'ailleurs, par voie

d'amendement, d'avancer assez rapidement une fois la loi votée. Nombre d'articles prévoyant l'intervention du Roi, il importe, à mon avis, que celui-ci puisse, dans les délais les plus brefs, prendre les arrêtés d'application sinon le système antérieur, c'est-à-dire celui de «non-loi», restera en vigueur.

Quelle sera aussi la composition du Conseil de la publicité? Je voudrais notamment insister sur une représentation importante des femmes dans ce conseil. Pourquoi? Parce qu'elles sont, en quelque sorte, particulièrement concernées par le message télévisuel. Souvent, elles guident les enfants dans le choix des programmes. Bon an mal an, par bonheur ou par malheur, elles sont souvent les plus exposées aux messages publicitaires ou à la télévision, considérée dans son ensemble. Elles ont souvent une vision alternative de la culture ainsi que des choses importantes dont il faudrait plus parler et, notamment, d'elles-mêmes. Elles souhaiteraient donc, qu'à travers la réflexion critique sur la publicité, elles soient appelées à participer plus globalement à la discussion sur le message diffusé par la télévision.

J'insiste dès lors, comme écologiste, sur l'importance de la représentation des femmes au sein du Conseil de la publicité et, si possible, du Conseil supérieur de l'audiovisuel, mais cela relève du domaine communautaire.

Autre question: un recours du téléspectateur serait-il possible s'il avait des plaintes à formuler concernant la publicité à la télévision? S'il y a des règles à respecter, alors que peuvent faire, individuellement ou en groupe, les téléspectateurs lorsqu'ils se sentent agressés par rapport à la manière dont la publicité est émise?

S'il y a des normes, le problème se pose toujours de savoir qui contrôle les règlements et quel recours peuvent introduire des particuliers sur le plan du respect des règles établies? Le projet n'est pas clair à ce sujet. La compétence juridictionnelle du Conseil de la publicité, par exemple, n'est pas précisée.

Troisième question: pourquoi n'avoir pas prévu, à l'article 14, un avis des Communautés sur les produits ou les services interdits de publicité?

Un des amendements déposés par le groupe socialiste aborde ce problème et cela me paraît parfaitement justifié. Il est, en effet, important de savoir si certains produits ou services ont accès à la publicité télévisuelle ou à la publicité commerciale, considérée dans son ensemble.

Pour ma part, je souhaiterais que la Communauté soit associée à toutes les réflexions sur le fond ou la forme de la publicité et, en tout cas, sur le b, de l'article 14, ce qui n'est pas prévu explicitement et ce qui me paraît poser un problème.

Par ailleurs, pour obtenir de la publicité commerciale sur une chaîne, il faut un accord d'association avec la majorité de la presse. Mais sur quels critères objectifs le Premier ministre se base-t-il pour décider de cette «majorité» représentative de la presse? Jugera-t-on en termes de tirage des journaux vendus, du nombre de lecteurs estimés, ou aussi de la représentation réelle du pluralisme idéologique ou d'information des différents organes de presse? Le pluralisme n'est pas une question de majorité ou de tirage. Il y a là une contradiction à éclaircir.

De toute façon, je voudrais que des critères plus objectifs soient fixés en ce qui concerne les conditions requises, notamment en Flandre, pour la représentation de la majorité de la presse avant de permettre la publicité sur une chaîne flamande.

Enfin, j'aimerais que le Premier ministre nous informe des suites de la Conférence européenne, tenue à Vienne les 9 et 10 décembre 1986, où il a été discuté de l'évolution des perspectives en matière de programmation télévisée et de l'intégration de l'Europe à ce niveau. Ces précisions seraient utiles pour la suite des travaux en la matière.

Permettez-moi de revenir au Conseil de la publicité. Il me paraît important d'élargir le débat sur les réglementations en matière de publicité. La difficulté de cette question est prouvée par les accrochages actuels entre les participants au Conseil national de la consommation. Il ne serait pas mauvais de discuter au Parlement de ces points d'accrochage.

Premier point: la durée maximum journalière des émissions de publicité?

Deuxième point: faut-il un contrôle préalable des émissions publicitaires ou simplement un recours a posteriori dans le cas où l'on estime que les réglementations n'ont pas été respectées?



Troisième point: peut-on ou non interrompre les films pour passer de la publicité à la télévision? Une fois, deux fois, ou plus? L'enjeu économique est important, vu l'audience à ce moment, et l'enjeu culturel n'est pas négligeable non plus.

Par ailleurs, comment arbitrer en la matière? Au Conseil de la consommation ou ailleurs?

Je souhaiterais quant à moi que, sur tous les points de divergence qui se sont manifestés au Conseil national de la consommation, un débat ait lieu au Parlement, à tout le moins en commission.

Voilà, monsieur le Président, quelques précisions, dont il serait utile de disposer sur certains aspects de détail du projet qui nous occupe. *(Applaudissements sur les bancs Ecolo et Agalev.)*

**De Voorzitter.** — Het woord is aan de heer Seeuws.

**De heer Seeuws.** — Mijnheer de Voorzitter, vooraf moet het mij toch van het hart dat ik het beschamend vind dat zo weinig collega's belangstelling tonen voor de toekomst van het meest in ons leven ingrijpend medium, met name de televisie. Wellicht had de televisie hier moeten aanwezig zijn om de belangstelling van de leden te activeren.

Het debat over het nieuwe medialandschap kent in Kamer en Senaat en in de gemeenschapsraden reeds een lange lijdensweg. Misschien is die nog niet ten einde. De huidige ontwerpen van wet en decreet zijn echter tot stand gekomen op basis van een eenzijdig akkoord tussen de huidige meerderheidspartijen, zowel in de nationale regering als in de executieven, op basis van een regeerakkoord, waarbij de oppositie helemaal niet werd betrokken bij de voorbereidende gesprekken. Dat komt bij ons over, mevrouw de staatssecretaris, als een zware en onvergeeflijke fout. Het heeft inderdaad lang geduurd, al te lang wellicht, vooraleer er enige duidelijkheid kwam omtrent de standpunten van de politieke partijen over het eventueel invoeren van reclame op de beeldbuis.

Ook bij de huidige meerderheidspartijen was daarover geen duidelijkheid. Althans niet bij de CVP waar de ACW-vleugel zich bleef, en terecht nog blijft, verzetten tegen de invoering van handelsreclame, ook op de BRT, terwijl de rechterzijde van die partij, net zoals de liberale partner, voorstander was van de oprichting van een commerciële zender met inkomsten uit handelspubliciteit.

Ook in onze partij, onze fractievoorzitter heeft dat duidelijk onderstreept, zijn er heel lang aarzeling en verzet geweest. Ondertussen echter hebben de Vlaamse socialistische, ondanks de blijvende bekommerning voor mogelijke negatieve invloed van de reclame op de kwaliteit en de eigenheid van de programma's, een voorstel uitgewerkt dat in de Kamer van volksvertegenwoordigers in 1983 werd ingediend, waarbij onder bepaalde voorwaarden handelsreclame op de BRT wordt toegestaan, onder beding dat een belangrijk deel van de reclame-inkomsten overgeheveld zou worden naar de schrijvende pers als compensatie voor het geleden publiciteitsverlies.

Maar de huidige coalitie heeft van haar tijdelijke meerderheid gebruik gemaakt om het principe van de handelsreclame in te voeren via een commerciële zender zonder daarover vooraf met de oppositie van gedachten te wisselen, zonder een poging te doen om tot een brede consensus te komen en zonder zich uit te spreken over de toekomstige plaats van de openbare omroep in dit nieuwe medialandschap.

Onze fractie verzet zich dan ook tegen dit ontwerp om de redenen die ik zal trachten toe te lichten en die in samenhang moeten worden gezien met de tegenvoorstellen die we daaromtrent in de Vlaamse Raad op het decreet hebben ingediend die we ook bij dit ontwerp door middel van enkele fundamentele amendementen zullen trachten te realiseren.

Het eerste deel van het ontwerp dat handelt over de radiodistributie en de teledistributienetten is vooral van technische aard. Wij zullen er dan ook niet te lang blijven bij stilstaan, aangezien het reeds breedvoerig werd besproken in de Kamer van volksvertegenwoordigers en zelfs grondig verbeterd tot een bijna-consensus.

De enige fundamentele bedenking die er voor ons blijft, hebben wij omgezet in een principieel amendement bij artikel 1, waarbij wij een duidelijker omschrijving voorstellen van het statuut van de mogelijke verdelers van de programma's om er — gezien de nieuwe mogelijkheden, verantwoordelijkheden en verplichtingen tegenover de gebruikers — een openbaar of een gemengd karakter aan te geven.

Het tweede deel van het ontwerp echter, dat slaat op de inwoners van handelsreclame op radio en televisie, heeft — zoals de Eerste minister zelf het zo vaak onderstreept — een duidelijker politieke inhoud en raakt, vooral in artikel 12, het wezen zelf van de door de meerderheid

gekozen optie, die echter niet de onze is. Vooraf zou ik echter een viertal opmerkingen willen herhalen die mij fundamenteel lijken bij dit debat, als men bij dit dovemansgesprek tenminste nog wil luisteren naar een andere zienswijze.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegraaf en Telefoon, toegevoegd aan de Eerste minister. — Ik luister toch.

**De heer Seeuws.** — U luistert inderdaad, mevrouw de staatssecretaris, anders zouden wij hier niet zijn. Ik heb het echter over de afwezigen.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegraaf en Telefoon, toegevoegd aan de Eerste minister. — U weet toch dat de Eerste minister op het ogenblik in de Kamer van volksvertegenwoordigers aanwezig moet zijn.

**De heer Seeuws.** — Ik had het niet over de Eerste minister, maar wel over de afwezige collega's.

**De heer De Bondt.** — Ik luister van 's morgens tot 's avonds naar u. Dat is weliswaar zeer vermoeiend. Wat kunnen wij nog meer doen?

**De heer Seeuws.** — Wij mogen de draagwijdte van de verklaringen van de Eerste minister over het al of niet lukken van de door de meerderheid gekozen optie niet onderschatten. Hij heeft er onder meer op gewezen dat, indien er in Vlaanderen geen privé-groepen worden gevonden om een commerciële omroep op te richten, omdat de kandidaat-investeerders die enkele jaren geleden nog sterk gemotiveerd waren nu blijkbaar hun belangstelling op een waakvlam hebben gezet, of indien de regering niet de «grote meerderheid van kranten» vindt, die volgens haar een meerderheidsparticipatie moeten nemen in het nieuwe omroepbestel, dat men dan het dossier opnieuw zal moeten bekijken en de BRT zelf gemachtigd zou kunnen worden om handelsreclame uit te zenden en met deze inkomsten haar potentiële mogelijkheden te vergroten.

Dit heeft de Eerste minister zelf duidelijk gezegd en dit is trouwens ook herhaaldelijk in de pers verschenen. Het staat ook in het verslag.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegraaf en Telefoon, toegevoegd aan de Eerste minister. — Dat staat immers in de wet.

**De heer Seeuws.** — De nieuwe administrateur-generaal van de BRT heeft tijdens de jaarlijkse algemene persconferentie gepleit voor het opnemen in het huidige wetsontwerp van de mogelijkheid van overgangsbepalingen die reclame op de BRT mogelijk moeten maken. Hij stelde daarbij voor dat een onafhankelijke instelling naar Nederlands model de Vlaamse etherreclame zou kunnen beheren en dat de opbrengst van het invoeren van reclame zou worden verdeeld onder de openbare omroep, de schrijvende pers en de beeldindustrie.

Ook in de reclamewereld werden gelijkaardige uitlatingen gehoord. Wij hebben herhaaldelijk belangrijke pogingen ondernomen om contact te hebben met de hele mediawereld, onder meer bij de voorbereiding van het debat in de Vlaamse Raad. Verschillende deskundigen uit de reclamewereld hebben blijkbaar hun twijfels over de aantrekkelijkheid van een nieuwe commerciële zender als bron om snel hoge inkomsten te realiseren. Sommigen drukken de vrees uit dat een commerciële zender, die volgens de redenering van de regering gefinancierd zou worden met privé-kapitaal voor meer dan de helft afkomstig van een nu al meestal in liquiditeitsproblemen verkerende geschreven pers, wel eens een soort Cockerill-Sambre van de televisie zou kunnen worden. Zo'n commerciële operatie kost inderdaad veel geld en er is veel kans dat de adverteerders twijfelen om erin te stappen indien zij de garantie niet hebben dat er een voldoende kijkdichtheid wordt bereikt.

Er zijn ook verklaringen afgelegd door de RTL-verantwoordelijken, bij een voorbereidend bezoek van de mediacommissie van de Vlaamse Raad. Zij hebben erop gewezen dat de nationale reclamecampagnes slechts mogelijk zijn indien deze publiciteit ook in Vlaanderen kan worden uitgezonden en dat dit wellicht onmiddellijk zou kunnen worden gerealiseerd, eventueel als overgangsfase, door middel van de openbare omroep, gezien de hoge kijkdichtheid van het Vlaams publiek bij de BRT.

Tijdens de bespreking in de commissie was er een voortdurende vermenging in de bewijsvoering van niet altijd gelijklopende belangen.

Er is het zogenaamde probleem van de objectieve informatie — ik kom daar straks nog op terug — waarbij het grote ongenoegen van de CVP-PVV-meerderheid, rond de BRT-nieuwsdienst centraal staat; de traditionele en doctrinaire liberale afkeer in beide meerderheidspartijen — dat is geen eigenheid van de PVV — van elk overheidsmonopolie, dan wanneer echter bij wet een nieuw commercieel monopolie wordt gevestigd; — het financieel en commercieel belang van de invoering van handelsreclame op radio en televisie voor de publiciteitswereld en voor de binnenlandse beeldindustrie; — het belang van de steun aan de pers voor het eventueel verlies aan publiciteitsinkomsten.

Ik wijs echter op de verklaringen van een vertegenwoordiger van de kandidaat-financiers van de Vlaamse pers, die als voorwaarde stelde dat gelijktijdig door de Vlaamse executieve een herstructureringsfonds van 5 miljard voor de pers zou worden ingesteld.

Vervolgens, is er de misleidende argumentatie dat, door het invoeren van de mededinging, het principe van de concurrentie zou borg staan voor kwaliteitsverbetering en voor meer pluriformiteit in de informatie-verstrekking. Wanneer de commerciële omroep volledig mag beschikken over de opbrengst van de reclame, wat trouwens logisch is indien men zo'n zender leefbaar wil houden, waar de BRT als openbare omroep uitsluitend kan rekenen op wat de regering, via de executieve, uit de opbrengst van het kijk- en luistergeld wil toestaan, dan ontstaat er, in tegenstelling met wat er in de commissie werd gezegd, een ongelijke en onbetaalbare concurrentie waarbij het risico groot is dat de productiekosten van de openbare omroep verhogen wegens het opbod in de uitkoop-sommen voor het mogen uitzenden van voetbalmatches en andere sport-manifestaties, van premiefilms en van de televisiereeksen en dergelijke.

Tenslotte, stellen we vast dat in bijna alle Europese landen een sterke openbare omroep wordt gewenst, niet het minst in Groot-Brittannië, Frankrijk, Italië zelfs, Canada en andere landen. En dit terwijl de argumentatie voor het doorbreken van het omroepmonopolie en het invoeren van handelsreclame op een commerciële zender bij ons gepaard ging met een permanente campagne tegen de BRT als openbare omroep.

Zoals onze collega's in de Vlaamse Raad onlangs nog betoogden, werd de BRT de schietschijf van de woordvoerders van de meerderheid...

**De heer De Bondt.** — U mag oorzaak en gevolg niet verwarren.

**De heer Seeuws.** — ... die notabene ook sinds jaar en dag de meerderheid uitmaken van de leiding zelf van de openbare omroep.

De BRT zou te duur zijn, te traag, bureaucratisch, onaangepast, gepolitiseerd inefficiënt, overgesyndiceerd, slecht geleid, en zo dit nog niet volstond, dan komt het grote argument: het is een linkse, rode burcht. Daarmee is de discussie gedaan. Er moet iets anders komen.

**Mevrouw D'Hondt-Van Openbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Dat is een fenomeen waarmee de openbare diensten ook in andere landen geconfronteerd worden, mijnheer Seeuws.

**De heer Seeuws.** — Voorstanders van de commerciële zender met handelsreclame hebben zodoende het niveau van de mediadiscussie grotendeels verlegd naar een wit-zwartverhouding waardoor de besprekingen die daarop volgden, de illustratie werden van wat we onder elkaar moeten kunnen noemen een gemiste historische kans voor een ernstig overleg tot het bereiken van een politieke consensus over een nieuw mediabeleid.

Het is daarom, mijnheer de Voorzitter, geachte collega's, dat wij ook in de Senaat een nieuwe poging hebben ondernomen om paragraaf 1 van artikel 12 te vervangen door een nieuwe tekst die stelt dat de vergunning om handelsreclame uit te zenden op radio en televisie enkel kan worden verleend aan openbare radio- en televisiediensten, die daartoe bij decreet de machtiging van de respectieve gemeenschapsraden hebben bekomen. Wij zijn inderdaad van oordeel dat de openbare omroep structureel en financieel de mogelijkheid moet worden geboden om zijn taak naar behoren te vervullen om daardoor de mogelijkheid te krijgen uit te groeien tot een dynamisch openbaar mediabedrijf.

*De heer Leemans treedt opnieuw als voorzitter op*

Iedereen weet dat de huidige middelen waarover de omroep beschikt ontoereikend zijn om zijn cultuur-politieke functie ten aanzien van de betrokken gemeenschappen zowel kwalitatief als kwantitatief te verzorgen. Wij geloven niet dat de oprichting van een concurrentieel en com-

mercieel net dit euvel kan verhelpen, integendeel. Wij herhalen dat deze ongelijke concurrentie zal leiden tot versnippering van creatief talent en van financiële middelen, tot verhoging van de produktiekosten en van de prijzen in de audiovisuele sector en tot verschraling van het televisie-aanbod wegens de noodzaak voor een zo hoog mogelijke kijkdichtheid, die zal heersen op het niveau en de verscheidenheid van het programma-aanbod.

Wij zijn integendeel van oordeel dat aan de openbare omroep grotere financiële armslag moet worden gegeven en dat de nodige extra middelen daarvoor geput kunnen worden uit de inkomsten uit omroepreclame, zoals dat gebeurt in de ons omringende landen.

Indien de regering en haar meerderheid echter op hun doctrinair standpunt blijven, namelijk dat het wetsontwerp dat we heden bespreken een verlengstuk vindt in een decreet, dat notabene in de Vlaamse Gemeenschap de handelsreclame uitsluitend toelaat op één enkele commerciële zender, dan stellen we in een subsidiair amendement voor, paragraaf 2 van hetzelfde artikel te herschrijven, zodat de machtiging om handelspubliciteit op te nemen in de TV-programma's kan worden verleend aan elke privaatrechtelijke of publiekrechtelijke rechtspersoon die voldoet aan de voorwaarden die door de regering inzake handelspubliciteit zouden worden vastgelegd.

Inderdaad, verwijzend naar het zogenaamde «Groenboek» van de Europese Economische Gemeenschap, kunnen we stellen dat privé-uitzendingen, met inbegrip van reclame, beschouwd moeten worden als een economische activiteit, die als dusdanig onder het EEG-verdrag valt, en in die geest zijn alle commerciële omroeporganisaties ondernemingen en vallen ze dus onder de mededingingsregels van het verdrag.

Door het toekennen van een monopolie aan één commerciële zender per Gemeenschap wordt het uitzenden van TV-programma's buiten elke vorm van concurrentie geplaatst. Aangezien het ontwerp van wet niet aantoonde dat de bedoelde commerciële vereniging belast is met een dienst van algemeen economisch belang, is het om communautaire redenen noodzakelijk het ontwerp zodanig aan te passen dat meerdere commerciële zendverenigingen door de overheid kunnen worden erkend of dat hun een licentie kan worden verstrekt.

**De heer De Bondt.** — Dat is een zaak van de Vlaamse Gemeenschap.

**De heer Seeuws.** — Dat is juist, maar wij moeten de opening maken.

Mijnheer de Voorzitter, nog in verband met paragraaf één van artikel 12, vestig ik uw aandacht en die van de minister op een moeilijkheid die naar voren is gekomen bij het lezen en herlezen van het ontwerp van wet. In dit artikel wordt in de Nederlandse tekst een onderscheid gemaakt tussen de «vergunning» om een klank- of televisieprogramma of een programma-onderdeel via een radiodistributie- of een teledistributienet over te brengen, en een «machtiging» om handelspubliciteit in het programma op te nemen. In de Franse tekst daarentegen wordt slechts één term gebruikt om de beide Nederlandse begrippen aan te duiden. De Franse term «autorisation» kan inderdaad voor de twee begrippen «vergunning» en «machtiging» worden gebruikt. Het zou wellicht de duidelijkheid bevorderen mocht men ook in de Franse tekst een differentiatie in de terminologie aanbrengen om later elke verkeerde interpretatie te vermijden.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Het gaat om de begrippen «vergunning» en «machtiging»?

**De heer Seeuws.** — Ja, mevrouw de staatssecretaris. Volgens mij is de Nederlandse tekst juist en duidelijk.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Inderdaad.

**De heer Seeuws.** — De minister zou ten minste moeten verklaren welke de officiële taal is waarin het wetsontwerp moet worden gelezen, het Nederlands of het Frans.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Ik herinner mij dat hierover een langdurige discussie werd gevoerd bij de lezing van het eerste verslag. Met instemming van de Franstaligen werd overeengekomen de terminologie toch maar te behouden.

U heeft voor een deel gelijk. In het Frans wordt hetzelfde woord in een andere context gebruikt.

**De heer De Bondt.** — De Nederlandse tekst is beter.

**De heer Seeuws.** — Ik denk dat het belangrijk zou zijn voor latere juridische discussies mocht hier de verklaring worden afgelegd dat de Nederlandse tekst de basis is.

Mijnheer de Voorzitter, ook bij artikel 14 hebben we een amendement ingediend dat ons voldoende fundamenteel lijkt om bij de meerderheid vooralsnog erop aan te dringen ons voorstel van tekstwijziging te aanvaarden, omdat het gaat over de toepassing van een grondwetsprincipe aangaande de niet-discriminatie.

Ons voorstel om het primo van artikel 14 te vervangen is gesteund op de overtuiging dat de tekst van ons amendement minder beperkend is en de mogelijkheid geeft tot een ruimere interpretatie dan de ontwerp-tekst, die het risico inhoudt dat alle niet-opgesomde discriminaties en stereotyperingen wel zijn toegelaten. Dat is natuurlijk niet de bedoeling.

Daarenboven sluit onze tekst dichter aan bij de formulering die in het ontwerp van decreet op unaniem advies van de commissie voor Mediabeleid van de Vlaamse Raad werd goedgekeurd.

De Eerste minister verwees in zijn antwoord aangaande ons amendement weliswaar naar een advies van de Raad van State op een gelijkaardig amendement. We durven ons echter afvragen op grond van welke tekst de Raad van State meent te mogen besluiten dat het woord «godsdienstige» niet begrepen is in de algemene term «filosofische strekking», en het woord «syndicale» niet begrepen zou zijn in het algemeen begrip «ideologische». Het lezen van de uitgebreide besprekingen over de totstandkoming van de Cultuurpactwet wijst nochtans volgens ons op een ruimere interpretatie, die door de tekst die wij voorstellen, en die door de Vlaamse Raad werd aangenomen, wordt beoogd.

Een laatste fundamentele opmerking gaat over de principes die in artikel 15 van het ontwerp zijn vervat. Wij stellen voor, de derde paragraaf van artikel 15 te vervangen door een gelijkaardige tekst, maar waarbij bepaald wordt dat onderdelen van televisieprogramma's die in het bijzonder bestemd zijn voor jongeren beneden de 16 jaar, alsmede de uitzendingen van de schooltelevisie die op deze leeftijdsgroep betrekking hebben, niet onmiddellijk mogen worden voorafgegaan of gevolgd door handelspubliciteit.

De Eerste minister heeft in zijn repliek betwist dat de Raad van State zich ter zake in zijn advies van 4 februari 1985 zou hebben uitgesproken. De Eerste minister, of u, mevrouw de staatssecretaris, moeten ons dan wel uitleggen waarom de leeftijd van 16 jaar in de oorspronkelijke tekst werd teruggebracht tot 12 jaar in het huidige ontwerp. Die oorspronkelijke tekst hebben wij trouwens nooit gezien. Wij moeten voortgaan op wat men ons daarover heeft gezegd.

Indien onze veronderstelling niet juist zou zijn, dat deze wijziging gebeurde op grond van een onderzoek dat in 1982 door de Kul is verricht bij 522 leerlingen uit het Nederlandstalig en het Franstalig landsgedeelte, naar de invloed van de TV-reclame op de jeugd en vooral op zeer jonge kinderen, wil ik verwijzen naar een vroegere studie die in binnen- en buitenland werd uitgevoerd door de Hoge Raad voor het verbruik en waarin duidelijk de wezenlijke rechtstreekse of onrechtstreekse invloed werd omschreven van handelsreclame via publiciteit op de televisie, precies op de leeftijdsgroep van 12 tot 16 jaar, als klant nr. 1 van de moderne reclamejongens.

Het is zonder meer duidelijk dat de regering, of sommige leden van de regering, gewicht is voor de belangen van de commerciële groepen die deze leeftijdsverlaging als een van de voorwaarden hebben gesteld voor het slagen van een commerciële zender met handelreclame en hun participatie daarin. Zoniet zie ik niet in waarom de regering het geweer van schouder heeft veranderd.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Al u het mij toestaat, mijnheer de Voorzitter, wil ik op deze vraag van de heer Seeuws reeds antwoorden.

Zoals ik reeds heb gezegd werd de beslissing om de leeftijd te verlagen van 16 jaar tot 12 jaar niet beïnvloed door de studie van de Kul. Ik heb dienaangaande in de openbare vergadering in de Kamer wel een verklaring afgelegd. Ik weet niet of die verklaring goed is weergegeven in het verslag dat u, zoals ik vaststel, hebt gelezen. De beslissing om de leeftijd te verlagen werd in geen geval genomen op grond van die studie. Ik kan u echter niet zeggen op basis van welke gegevens de Ministerraad die

wijziging dan wel heeft beslist, want zoals u weet, maak ik geen deel uit van de Ministerraad.

**De heer Pataer.** — U vertegenwoordigt hier toch de regering.

**Mevrouw D'Hondt-Van Opdenbosch**, staatssecretaris voor Posterijen, Telegrafie en Telefonie, toegevoegd aan de Eerste minister. — Ik wil nu enkel inpikken op de vraag die de heer Seeuws stelt. De Eerste minister zal daarop uitvoerig antwoorden.

Ter voorbereiding van het openbaar debat in de Kamer heb ik een boek uit de bibliotheek van het Parlement geraadpleegd waarin ik heb vastgesteld dat de invloed van televisiereclame op die leeftijdsgroep zoals was gebleken uit die studie van Leuven, werd bevestigd. Ik heb dat als argument gebruikt, en wel als argument *post factum*. Ik herhaal dus dat die beslissing niet werd genomen op grond van de resultaten van die studie. Ik heb enkel gezegd dat het mij genoeg deed vast te stellen dat die studie ons gelijk gaf.

Voor het overige, mijnheer Pataer, zal de Eerste minister mededelen waarom en door wie beslist werd de leeftijd te verlagen.

**De heer De Bondt.** — Wij bespreken hier de tekst die werd ingediend en niet de ene of andere niet-gepubliceerde ontwerp-tekst.

**De heer Seeuws.** — Inderdaad, mijnheer de Bondt. En daarom stellen wij dan ook voor, de leeftijd terug te brengen op 16 jaar, zoals in de oorspronkelijke tekst was bepaald.

In tegenstelling tot wat in het verslag is vermeld, is het niet op 25 juni maar wel op 28 november dat de Raad voor het verbruik een omstandig advies heeft uitgebracht met betrekking tot het invoeren van handelsreclame in de audiovisuele middelen. De Eerste minister baseert zich blijkbaar in zijn antwoord op het «interimair» advies dat beperkt blijft tot de bepaling van de grote principes, en niet op het meer diepgaande omstandig advies, dat na de bespreking, einde november, is ingediend.

**De heer De Bondt.** — Ik ben blij dat u daarover spreekt.

**De heer Seeuws.** — Inhoudelijk is het omstandig advies van de Raad voor het verbruik vooral belangrijk voor het opstellen van een code-ontwerp met betrekking tot de inhoud van de reclameboodschappen, de manier waarop de handelsreclame in de audiovisuele middelen wordt uitgezonden en tenslotte de controle op het uitzenden van deze reclame, namelijk de representativiteit en de autonomie van de controle-organen.

Tot daar, mijnheer de Voorzitter, mijn commentaar op het wetsontwerp en meteen reeds een toelichting bij de belangrijkste amendementen die wij hebben ingediend.

Ik zou willen besluiten met een aantal persoonlijke beschouwingen die ik ook bij de bespreking van het mediadecreet in de Vlaamse Raad heb geopperd. Sommigen van mijn goede vrienden verklaren dat wij ons vroeger met het afwijzen van de invoering van televisiereclame hebben vergist. Met een belangrijk deel van de huidige meerderheid zouden we daarvoor collectief verantwoordelijk zijn. Het zij zo. Het is inderdaad ieders recht op een bepaald ogenblik een vermeende dwaling in te zien.

Ik ben er echter nog altijd niet van overtuigd dat in ons overbekabelde, bol van handelspubliciteit staande medialandschap, reclame op onze binnenlandse televisieposten een onvermijdelijk kwaad is, dat we maar bij onze beschavingsvorm moeten nemen als een gevolg van de onstuitbare en blijkbaar ook onmisbare technische vooruitgang.

Het hoeft echt niet voor mij, zeker niet als het moet gebeuren door middel van een commerciële omroep waarvan we weten dat het enkel gaat om geld, meestal zelfs om grof geld. Nogmaals, voor mij, en wellicht ook voor vele anderen, die geen spreekbuis hebben in dit halfroed, hoeft het niet. Voor mij moet de omroep prioriteit een informatieve, culturele en ontspannende opdracht vervullen, zoals die ook oorspronkelijk aan onze omroep is toegewezen. Ik zal met de woorden van mediaspecialist Johan Opdebeeck blijven *Omroepen in de woestijn* voor de sociale en cultuurpolitieke functie van de omroep die rekening houdt met het publiek. Ik ben mij er echter van bewust dat dit soort overwegingen in onze «cool man-business-maatschappij» niet aan de orde komen.

Maar ik spreek hiermee, mevrouw de staatssecretaris, ook in dit debat mijn bezorgdheid uit over de te verwachten negatieve invloeden van de niet-controleerbare en wellicht ook onstuitbare invoer van televisiereclame op de programmering en op de programma-onderdelen.



Ik betreur het dat een belangrijk amendement, dat wij in de Vlaamse Raad hadden ingediend, niet werd aanvaard. Het had de bedoeling een soort « hoge commissie » in te stellen, die naar het Engelse ITA-model zou zijn samengesteld uit onafhankelijke deskundigen, die zou moeten waken over de kwaliteit en over het niveau van de programma's, over de evenwichtige programmering tussen informatie, culturele en educatieve programma's en ontspanning, en niet in het minst over de culturele eigenheid van onze gemeenschappen.

Niemand zal ontkennen dat door de invoering van handelsreclame op een commerciële televisieomroep op een vrij massale wijze goedkope en gemakkelijk verteerbare, vooral Amerikaanse programma's zullen worden aangetrokken. Recente voorbeelden uit Frankrijk, Italië, Japan, Canada en andere landen wijzen op het reëel gevaar van een onafwendbare en snel om zich heen grijpende ethervervuiling en het ons opdringen van een *other way of life*. In dit geval zou de reactie van onze openbare omroep er dan ook een kunnen zijn van begrijpelijk verweer voor het bestaansrecht, door eveneens op de populaire toer te gaan. Ook daarvoor moeten we oog en oor hebben. Er dreigt dan een echte prijzenoorlog voor de aankoop van commerciële beeldcultuur en populaire programma's van het soort « brood en spelen ».

Het publiek, de kijker-luisteraar, de consument zal dan de steeds duurder rekening betalen om de onmisbaar geworden televisie te mogen ontvangen: een eerste keer als belastingbetaler van het zogenoemde kijk- en luistergeld; een tweede keer voor de onvermijdelijk geworden kabeldistributie en haar technische varianten, zoals betaaltelevisie, en een derde keer als consument van noodzakelijke en andere minder noodzakelijke opgedrongen consumptiegoederen, om de dure, peperdure televisiereclame onrechtstreeks mee te betalen.

Dit is de sociale werkelijkheid van het dossier dat wij bespreken.

Ik besef ten volle dat mijn mening als hopeloos achterhaald zal worden gedoodverfd.

**De heer Nicolas.** — Helemaal niet, ze is zeer actueel.

**De heer Seeuws.** — Ik heb toch één medestander.

Ik mag dan ook besluiten met de overweging dat, als er dan toch handelsreclame moet komen op onze binnenlandse zenders, dit best kan gebeuren op de openbare televisieomroep, omdat we daarop toch nog enige temperende greep hebben.

Ik vraag u, mevrouw de minister, samen met de Eerste minister en uw collega's van de executieven uw invloed zo nodig aan te wenden opdat in de uitvoeringsbesluiten voldoende waarborgen worden ingeschreven inzake het noodzakelijke niveau van de programma's en de culturele eigenheid van onze gemeenschappen, naar ik hoop met eerbied voor een ieders overtuiging. (*Applaus op de socialistische banken.*)

**M. le Président.** — La parole est à M. Hofman.

**M. Hofman.** — Monsieur le Président, mon intervention sera consacrée au chapitre III du projet de loi et plus précisément au paragraphe 2 de l'article 12. Il s'agit d'un des points principaux du projet qui concerne l'octroi à une seule personne par communauté de la publicité commerciale dans les programmes de télévision destinés à toute la communauté.

Deux questions directes et fondamentales ont été posées lors de l'examen du projet en commission, à savoir: peut-on étendre le marché de la publicité en Belgique? Peut-on développer la part de la télévision dans ce marché?

Les réponses du Premier ministre, reprises dans le rapport de la commission, ne peuvent obtenir que la mention « insuffisant ».

Mais avant de revenir à ces réponses, je me permettrai quelques brefs constats préliminaires.

En premier lieu, compte tenu des intentions clairement affirmées, d'ailleurs déjà suivies de premières décisions concrètes, qui existent dans le chef de l'actuel exécutif de la Communauté française, le vote de ce projet de loi créera, au sein de cette communauté, une situation sans doute unique au monde. La chaîne télévisée publique s'y verra, en effet, interdire l'accès à la publicité commerciale dont le monopole sera attribué à une chaîne privée étrangère.

En deuxième lieu, et toujours dans la Communauté française, les défenseurs de ce projet estiment qu'il s'agit d'une compensation: le monopole de la publicité commerciale à RTL contre le double monopole de la RTBF, à savoir celui de la dotation et celui de l'information.

Permettez-moi, à cet égard, de formuler deux remarques. D'abord, le principe de la dotation à une chaîne nationale de radio-télévision est admis par tous les Etats puisque, aussi bien, il ne fait que répondre aux exigences de service public qu'elle doit remplir.

En passant, je rappellerai, comme cela a très souvent été souligné, que la comparaison entre les moyens mis à la disposition tant de la RTBF que de la BRT et ceux octroyés aux chaînes des autres pays montre, en général, que nos chaînes ne sont pas favorisées. La dotation, matière communautaire, n'est heureusement pas remise en question par ce projet.

Ensuite, on se demande comment il est encore possible d'avancer sérieusement l'argument du prétendu monopole de la RTBF en matière d'information télévisuelle alors que le câble, qui couvre pratiquement tout le territoire belge, permet l'accès non seulement aux chaînes françaises, anglaises, allemandes, néerlandaises, italiennes mais aussi à l'information spécifiquement belge diffusée par RTL. Cette dernière bénéficie, faut-il le rappeler, d'un faisceau hertzien lui permettant d'émettre à partir de Bruxelles.

Troisième et dernier constat préliminaire: l'arrêté royal du 24 décembre 1966 interdit aux télédiffuseurs de diffuser des émissions de publicité des chaînes nationales ou étrangères. Ils sont obligés de censurer ces messages par la diffusion d'une grille. Depuis de nombreuses années, et malgré des jugements et des arrêts qui condamnent le distributeur à respecter cet arrêté royal, les messages publicitaires sont largement diffusés sur les réseaux de télédistribution. Cela a permis à RTL-TV de se développer et de devenir rentable. C'est ainsi que les recettes publicitaires de RTL-TV sur le marché belge — ou plus exactement sur le marché Wallonie-Bruxelles — s'élevaient, en 1984, à quelque 2,6 milliards de nos francs.

L'objet du présent projet n'est donc nullement, comme le prétendent ses auteurs, d'octroyer la publicité à une chaîne par communauté mais bien, du côté francophone en tout cas, de protéger un monopole de fait du secteur privé, en empêchant l'accès du secteur public à un marché. L'argument invoqué pour ce faire est le caractère non extensible du marché.

Le rapport de la commission nous apprend qu'en réponse à la question sur l'extension du marché publicitaire, le Premier ministre s'est borné à déclarer — et je le cite —: « Les perspectives sont contradictoires. » Pourtant, il nous semble qu'une comparaison avec les autres pays industrialisés constitue une base des plus sérieuses quant à l'évolution future des recettes publicitaires.

Parmi ces comparaisons, celle établie avec la Grande-Bretagne paraît très indicative. En effet, les revenus nationaux nets par habitant sont très semblables, les taux de pénétration de la télévision dans les foyers sont très proches; la situation des médias, et celle de la télévision en particulier, sont assez similaires, et l'on note l'existence à côté de la BBC d'une chaîne commerciale privée. Les législations et les comportements en matière de publicité commerciale ne sont pas plus laxistes qu'en Belgique. Voilà autant de paramètres qui confèrent toute sa valeur à cette comparaison.

Qu'en est-il alors quand on met en parallèle la part des dépenses publicitaires dans le produit intérieur brut et la dépense publicitaire par habitant? Il se trouve qu'ici les différences sont considérables. Qu'on en juge! La dépense publicitaire par habitant est de 54 écus en Belgique contre 123 écus en Grande-Bretagne. Quant au pourcentage des dépenses de publicité dans le PIB, il est de 0,53 p.c. en Belgique pour 1,27 p.c. en Grande-Bretagne. A capacités économiques globalement semblables, avec des situations médiatiques proches l'une de l'autre, la Belgique consacre donc, actuellement, 2,3 fois moins de dépenses de publicité commerciale qu'en Grande-Bretagne.

Prétendre, dans ces conditions, qu'il n'existe plus de possibilité d'extension du marché publicitaire audiovisuel me paraît une affirmation qui ne repose pas sur une analyse sérieuse de notre marché, mais qui est seulement guidée par la volonté de justifier au moyen de raisons fausement objectives, la volonté de confier une chasse gardée, un pur monopole à une chaîne dont les rapports privilégiés avec l'un des quatre partis de la coalition actuelle sont bien connus.

Deuxième question: dans ce marché, la part relative de la télévision peut-elle s'accroître ou bien, comme l'affirment les partisans du monopole de RTL, est-elle condamnée à stagner? Ici aussi une étude comparative donnera de précieuses indications. Les chiffres cités dans l'étude *Euromonitor*, publiés début 1985 et relatifs à l'année 1983 sont, en effet, très éloquentes.

Ce qui ressort de tout ceci, c'est donc : 1° que la comparaison avec la Grande-Bretagne démontre la possibilité d'une extension considérable du marché publicitaire global dans notre pays : facteur 2,3 environ; 2° qu'à l'intérieur de ce développement général, la part relative de la télévision est même susceptible d'un certain accroissement.

J'ajoute qu'en ce qui concerne la communauté Wallonie-Bruxelles, des circonstances particulières liées à une participation des secteurs économiques peu ou pas présents sur RTL et aux atouts télévisuels de la RTBF ne peuvent que jouer en faveur du développement de la publicité à la télévision.

Il résulte de toutes ces considérations qu'il y a bien de la place, dans la Communauté française notamment, pour que d'autres chaînes puissent diffuser de la publicité commerciale à côté de RTL.

Nous présenterons, dès lors, des amendements tendant à supprimer le paragraphe 2 de l'article 12 et subsidiairement tendant à permettre la présence d'au moins deux personnes morales dans le domaine de la publicité commerciale à la TV.

Monsieur le Président, prétendre qu'il n'y a pas de place pour une deuxième chaîne, comme on vient encore de le faire — et ceci sera ma conclusion —, c'est sacrifier à des considérations que je ne qualifierai pas d'idéologiques. Le vrai libéralisme n'est-il pas de refuser tout monopole ?

L'examen des potentialités du marché publicitaire repose sur la comparaison de données objectives. Se limiter à déclarer que « les perspectives sont contradictoires » est un peu court et démontre un manque flagrant de véritables arguments.

M. Wintgens, au nom du PSC, l'a d'ailleurs reconnu dans son intervention. Précisant que le monopole rompt l'indispensable équilibre entre les chaînes, M. Wintgens a avoué ne pas disposer d'études prospectives fiables. Est-ce pour cela qu'il faut alors voter un projet de loi octroyant un monopole, et pour une durée indéterminée ?

Se servir de l'étroitesse éventuelle du marché publicitaire pour créer un monopole dans la loi, c'est un mauvais argument. MM. Wintgens et Boël justifient, en effet, ce monopole — qui gêne, il est vrai, un certain nombre de nos collègues de la majorité — par l'étroitesse du marché belge. Ils nient la valeur de la comparaison établie en commission entre la Belgique et la Grande-Bretagne, par exemple. Mais, chers collègues, cette comparaison repose sur des rapports et non sur des valeurs absolues. Alors, pourquoi citer ici le nombre d'habitants de la Grande-Bretagne ou de l'Italie par rapport à la Belgique ? Ce sont, vous en conviendrez, ces rapports qui sont importants dans la comparaison.

Monsieur le Président, chers collègues, le Conseil de la consommation, à l'occasion d'une conférence de presse, vient de rappeler ses avis du 25 juin et du 28 novembre. Il a insisté sur la qualité et l'indépendance des programmes en évoquant notamment l'absence de toute influence du parrainage sur le contenu des programmes. Il a utilisé les termes de « parrainage » et de *sponsoring*, d'où l'ambiguïté entre le *sponsoring* et la publicité, une fois de plus. Il s'est, à nouveau, prononcé contre tout monopole accordé à une seule chaîne.

L'opinion publique — une enquête de la CSC l'a notamment démontré — est massivement opposée à l'octroi d'un monopole à RTL en matière de publicité télévisée. S'ils sont sincères avec eux-mêmes, la plupart de nos collègues de la majorité devront d'ailleurs admettre qu'ils sont, eux aussi, de cet avis. En adoptant ce projet tel quel, ils ne feraient que donner force de loi à un texte qui ne répond pas aux vœux de l'ensemble de la majorité actuelle, mais bien aux désirs d'un seul des quatre partis qui la composent.

Je terminerai en soumettant cette évidence à nos collègues démocrates-chrétiens et en leur demandant de prendre en compte la volonté de ceux qui les ont élus pour les représenter au Parlement. (*Applaudissements sur les bancs socialistes.*)

**De Voorzitter.** — Het woord is aan mevrouw Aelvoet.

**Mevrouw Aelvoet.** — Mijnheer de Voorzitter, bij de algemene bespreking van dit ontwerp wens ik mij uitsluitend tot het aspect van de handelspubliciteit op radio en televisie te beperken.

Het is voor niemand van u een geheim dat wij afkerig zijn van reclame in het algemeen, en van opdringerige en agressieve reclame in het bijzonder. In onze cultuur wordt de grote massa van de bevolking bereikt door beelden die sterke suggesties moeten overbrengen. Grote pancartes spelen hierbij een rol, maar in het gewone dagelijkse leven is de televisie een belangrijk instrument wat dit betreft. Niets dringt zo diep in mensen in als suggestieve beelden; ze worden opgeslagen in de diepten van het

onderbewustzijn. De TV speelt een groeiende rol in de tijdsbesteding van mensen en dus in het leven van de mensen. Alleen, welke beelden biedt de TV aan de bevolking? Welke waarden worden in *Dynasty*, *Dallas*, *Falcon Crest*, *Mannix* aangebracht? Ik zie vooral machtsstrijd, platte consumptieseks, geld. Er zijn natuurlijk andere programma's, maar ze vallen mager uit in het geheel en schijnen dan weer relatief weinig mensen aan te trekken.

De bedenkelijke cocktail die we nu al hebben, zal in de toekomst opgefleurd worden met reclamespots. Deze komen nu al uit het buitenland op ons af, maar de mogelijkheden worden verder uitgebreid. De sterkste media, TV en radio, zullen in de toekomst hun indringende mogelijkheid ook ten dienste stellen van de Belgische zendstations. Volgens de termen van het ontwerp zullen de reclamespots een soort « neutrale » boodschap moeten hebben, ze zullen geen politieke, godsdienstige, ideologische of filosofische of syndicale strekking mogen vertonen noch enige stereotypering of discriminatie voor ras, geslacht, filosofische of politieke overtuiging.

De vraag is echter of er wel reclame bestaat, of er wel reclame kan worden gemaakt, die ideologisch neutraal is.

De reclame in onze samenleving is immers onlosmakelijk verbonden met het bestaande productie- en consumptiesysteem. Voor de groenen, die dit systeem fundamenteel in discussie brengen, is reclame onvermijdelijk een ideologisch produkt bij uitstek, het is als het ware de liturgie van de fundamentele geloofsbelijdenissen van onze maatschappij, waarbij men zelfs geen vragen meer stelt.

Daarom kunnen alle politieke krachten, die geen fundamenteel probleem hebben met ons productie- en consumptiesysteem, gemakkelijk zeggen dat met reclame geen ideologie gemoeid hoeft te zijn.

Los van om het even welk produkt, dat aangeprezen wordt, bouwt de reclame voort op de volgende geloofsbelijdenissen van onze maatschappij.

Ten eerste, de beloften, de verlangens van het individu, zijn de motor die zijn handelen bepalen. Dat individu is een consument, die ook producent moet zijn om zijn behoeften te bevredigen. Ten tweede, de behoeftenbevrediging van het individu is de motor van de economie en van de samenleving in haar geheel. Ten derde, het bestaande productie- en consumptiesysteem kan onbeperkt een beroep doen op grondstoffen, energie enzovoort. Er zijn geen grenzen aan de groei, het feest kan eeuwig doorgaan. Vanuit de socialistische invalshoek en vanuit de sociale organisaties van christelijke zijde wordt daarbij wel de kanttekening gemaakt dat het feest zich niet mag beperken tot de sterken; als het er voor iedereen komt, dan is er niets aan de hand. Ten vierde, wat technisch mogelijk is, is meteen ook wenselijk en zelfs noodzakelijk.

Deze uitgangspunten zijn zeer diep in onze samenleving ingebakken en komen als vanzelfsprekend over. Het kenmerk van een geslaagde, goed ingebakken ideologie is dat de verkondigde stellingen verschijnen als de werkelijkheid zelf. En dat is precies wat er in dit geval aan de hand is.

De groenen zijn op het ogenblik de politieke uitdrukking van de maatschappelijke stroming die vragen stelt bij deze uitgangspunten van de moderne industriestaten. Daarom hebben wij moeilijkheden met reclame in het algemeen. Wij voelen zeer sterk aan dat wij daarin alleen staan. Onze bezwaren tegen reclame in het algemeen en a fortiori tegen de zeer indringende reclame op de televisie, zijn gebaseerd op onze bezwaren tegen het doldraaiende productie- en consumptiesysteem waarin onze maatschappij vastloopt.

Welke zijn onze voornaamste bezwaren die ingaan tegen deze zo algemeen verspreide « geloofsbelijdenis » ?

De welvaart die de naoorlogse samenleving in onze landen kende, heeft ons de verkeerde opvatting bijgebracht dat de mens over een onuitputtelijke voorraad van goederen zou kunnen beschikken, op voorwaarde dat hij genoeg geld heeft om te kopen wat de technologische vooruitgang voortdurend bijmaakt. De bijhorende levenshouding is er een van verspilling en van revindicatie van koopkracht. De prijsmechanismen zelf hebben een dergelijke opvatting een stevige basis gegeven: nieuw kopen is goedkoper dan herstellen; de prijs van het privé-vervoer zet niet aan om de ongemakken van het openbaar vervoer te verkiezen; de installatie van alternatieve energiebronnen voor bijvoorbeeld huisverwarming is economisch niet renderend; de verlichting op de autosnelwegen hoeft ook 's nachts zelden te worden beperkt want de elektriciteit is toch voorhanden. Ondanks de protesten die hiertegen ingaan en die vooral sinds de publicatie van het rapport van de club van Rome terrein

hebben gewonnen, moet worden vastgesteld dat de rooibouw van de moderne industriestaten verder gaat.

Deze rooibouw gebeurt ten koste van de meerderheid van de huidige wereldbevolking en van de komende generaties. Rekenen op de technologische vooruitgang om de eindigheid te overwinnen, is in het beste geval een gok. Het blijft vandaag een fundamentele ecologische overtuiging dat het beter is dat de mens de aarde en de vruchten van het werk van de mens niet verspilt, maar er sober mee omgaat en het verbruik ervan niet alleen afhankelijk maakt van zijn koopkracht, maar ook van de noden van anderen en van de komende generaties. Het is dus niet voldoende te wijzen op het lange-termijneffect van onze schuldenlast, het is nog belangrijker te wijzen op het lange-termijneffect van de rooibouw waarmee we bezig zijn. Deze zou het overleven van ons allen onmogelijk kunnen maken. In reclame vinden wij nooit een boodschap die in deze richting gaat.

Het volume en de aard van productie en verbruik in onze maatschappij beschadigen of vernietigen het levensmilieu van de mens. In die zin zou ook de veralgemeende overvloed allesbehalve een oplossing bieden voor de ecologische problemen. Naast de goed waarneembare beschadiging van het milieu zijn er diepere vernietigingsprocessen aan de gang: het afsterven van flora en fauna, de contaminatie van de lucht, de aantasting van de ozonlaag, wat net nog in de actualiteit is geweest, de onmerkbaar gevolgen van de geluidshinder.

De gezondmaking van het levensmilieu van de mens kan slechts gedeeltelijk door technologische verbeteringen in de bestaande productiewijze worden gerealiseerd. De groenen willen het probleem aan de orde stellen dat, zelfs indien de doorsneeburger liever meer zou hebben dan gezond te leven, hij het recht niet heeft om het leven van de komende generaties zo sterk in gevaar te brengen als men nu bezig is te doen.

Het effect van wetenschappelijke en technologische vooruitgang dient een bredere maatschappelijke toetsing te krijgen. In steeds ruimere kring worden er vragen gesteld over het wetenschappelijk opgefokte prestatieniveau van sportlui, de weggeautomatiseerde arbeidsplaatsen, de democratisering van de kernwapens, de zich aandienende mogelijkheden van biogenetische manipulaties, het gigantisme en de concentratietendenzen als gevolg van betere controle- en informatiesystemen.

Ik wens hier uitdrukkelijk te stellen dat de groenen niet gekant zijn tegen technologische vernieuwing en wetenschappelijke ontdekkingen, maar wij willen er even uitdrukkelijk aan toevoegen dat er voor ons ethische en psychische grenzen zijn aan de manipuleerbaarheid van mensen en andere levende wezens.

In de welvaartsstaat heeft de behoefte van de mens om bepaalde dingen de zijne te kunnen noemen zulksdanige bevredigingsmogelijkheden gekregen en is zij zo eenzijdig gestimuleerd geweest, dat hieruit een ware bezitsdrang gegroeid is, die in vele gevallen de dominerende levenshouding geworden is. De wereld wordt ervaren als één grote markt, een geheel van koopbare, bezitbare, consumeerbare objecten. Een dergelijke levenshouding is moeilijk verenigbaar met eerbied voor natuur en leven, met zorg om te bewaren, met zin voor soberheid, met aandacht vooral voor behoeften waarvan de bevrediging niet kan worden gekocht. Voor dergelijke behoeften zal wel niemand reclame maken, nietwaar?

De gevolgen van deze bezittersmentaliteit uiten zich niet alleen in de verschrompeling van de menselijke persoon; zij maken hoe langer hoe meer het genieten zelf van de koopwaar onmogelijk. Als een groot deel van de bevolking een flat aan zee of een chalet in de bossen kan verwerven, blijft er op den duur weinig genietbaars aan zee of in het woud. Als de massaproductie van waren hoe langer hoe meer natuur ongenietbaar maakt, blijven er weinig plaatsjes over waar men met zijn modern campinggerief naartoe kan. Stilte, ruimte, ongerepte natuur zal het exclusieve voorrecht worden van de rijken. In de reclame heb ik nog nooit een boodschap gevonden die in deze richting gaat.

Wij zijn er nochtans grondig van overtuigd, want wij zijn optimisten, dat het nog mogelijk is, de werkelijkheid in een andere richting te oriënteren. Wij geloven in de realiseerbaarheid en in de efficiëntie van alternatieve systemen, zowel op het vlak van energie, technologie als economie. Wij zijn tevens de mening toegedaan dat vele mensen liever «anders» zouden leven, hoewel er nog enorm veel zal moeten gebeuren

om een kader te scheppen waarin deze andere verwachtingen echt kansen krijgen.

Om al deze redenen wensen wij tot slot, de kern van ons betoog nog eens samen te vatten: reclame is en kan geen neutrale operatie zijn; reclame gaat uit van de belangen en de waarden die in ons huidig productiesysteem zijn ingebakken en kan dus nooit een ideologisch neutrale aangelegenheid zijn. (*Applaus op de banken van Agalev, Ecolo, de Volksunie en op de socialistische banken.*)

**De Voorzitter.** — Wij zetten deze bespreking voort vanavond te 19 uur 30.

Nous poursuivons cette discussion ce soir à 19 heures 30.

## VAN VOORSTELLEN VAN WET — PROPOSITIONS DE LOI

### Indiening — Depot

**De Voorzitter.** — De volgende voorstellen van wet werden ingediend:

1<sup>o</sup> Door de heer Van Rompaey, tot regeling van schadegevallen veroorzaakt door sommige rechterlijke handelingen;

Les propositions de loi ci-après ont été déposées:

1<sup>o</sup> Par M. Van Rompaey, réglant la réparation des dommages causés par certains actes judiciaires;

2<sup>o</sup> Door de heer Flandre, houdende identificering van de honden ten einde het opzettelijk achterlaten van die dieren grotendeels te verhinderen.

2<sup>o</sup> Par M. Flandre, portant identification des chiens, en vue de décourager considérablement leur perte volontaire.

Deze voorstellen van wet zullen worden vertaald, gedrukt en rondgedeeld.

Ces propositions de loi seront traduites, imprimées et distribuées.

Er zal later over hun inoverwegingneming worden beslist.

Il sera statué ultérieurement sur leur prise en considération.

## INTERPELLATIONS — INTERPELLATIES

### Demands — Verzoeken

**M. le Président.** — Le bureau a été saisi des demandes d'interpellation suivantes:

1<sup>o</sup> De M. Dehousse au gouvernement sur « la désignation d'un informateur; dans les Fourons, la personne, le rôle et l'activité de cet informateur, les suites de son action et l'existence réelle ou supposée d'une trêve en ce qui concerne les Fourons »;

Het bureau heeft de volgende interpellatieverzoeken ontvangen:

1<sup>o</sup> Van de heer Dehousse tot de regering over « de aanstelling van een informateur in de Voerstreek, de persoon, de opdracht en de activiteiten van deze informateur, de gevolgen van zijn optreden en het werkelijk of vermeend bestaan van een godsvrede in de kwestie Voeren »;

2<sup>o</sup> De M. Van Ooteghem au ministre de la Défense nationale et ministre de la Région bruxelloise sur « l'entretien des navires de la force navale par l'association momentanée Maritec ».

2<sup>o</sup> Van de heer Van Ooteghem tot de minister van Landsverdediging en minister van het Brussels Gewest over « het onderhoud van de schepen van de zeemacht door de tijdelijke vereniging Maritec ».

La date de ces interpellations sera fixée ultérieurement.

De datum van die interpellaties zal later worden bepaald.

De vergadering is gesloten.

La séance est levée.

(De vergadering wordt gesloten te 18 u.20 m.)

(La séance est levée à 18 h 20 m.)



700