

**Advies Sectorraad Media**

11 juni 2010

Betaalde boodschappen van politieke partijen

De Sectorraad Media van de SARC brengt op eigen initiatief advies uit aangaande het toestaan van betaalde boodschappen van politieke partijen tijdens de sperperiode voor de verkiezingen, zoals beschreven in artikel 49 van het decreet betreffende radio-omroep en televisie (hierna 'Mediadecreet') van 27 maart 2009.

De Sectorraad Media is van oordeel van dit artikel om diverse redenen legistiek onzorgvuldig is, en formuleert een voorstel ter verbetering.

Dit voorstel tot wijziging van art. 49 van het Mediadecreet werd in uitvoering van overleg en consensus bereikt tijdens de vergaderingen van de Sectorraad Media op 23 maart 2010 en 3 juni 2010.

ADVIES

Art. 49 bepaalt:

"Het is toegestaan om tegen betaling aan politieke mandatarissen of kandidaat-mandatarissen en aan politieke partijen commerciële communicatie ter beschikking te stellen tijdens de sperperiode voor de verkiezingen mits naleving van de wetgeving betreffende de verkiezingen".

De Sectorraad Media is het erover eens dat de formulering van art. 49 van het Mediadecreet van 27 maart 2009 om diverse redenen legistiek onzorgvuldig is. De kritiek op art. 49 betreft zowel de gebrekkige normatieve formulering, de tegenstrijdigheid tussen de ratio en de effectieve formulering van de betwiste bepaling en het niet-pertinent gebruik van de term commerciële communicatie. Ook is gewezen op het al te virtueel karakter van deze bepaling, aangezien de effectieve toepassing immers afhankelijk is van een wetswijziging op federaal niveau. Ten slotte stelt zich een probleem vanuit het perspectief van art. 10 EVRM, aangezien de huidige situatie neerkomt op een verbod van politieke reclame op radio en televisie in aanloop naar de verkiezingen en aan de politieke partijen ook geen zendtijd meer beschikbaar is via de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap (VRT). Dit leidt tot een toestand die vergelijkbaar is met een situatie die door het Europees Mensenrechtenhof in een zaak tegen Noorwegen als strijdig is beoordeeld met de vrijheid van politieke expressie in toepassing van art. 10 EVRM.

Toelichting

Het Mediadecreet van 27 maart 2009 gaat uit van het principe van de vrijheid van omroepactiviteiten, behoudens wat volgens het decreet verboden is (art. 37). Dit principe geldt ook expliciet voor commerciële communicatie (art. 48). Wat niet verboden is, is toegelaten. Artikel 49 is vanuit dit perspectief verkeerd geformuleerd. Artikel 49 is namelijk als toelating geformuleerd voor politieke 'commerciële communicatie' tijdens de sperperiode, mits naleving van de (federale) wetgeving betreffende de verkiezingsuitgaven. Art. 49 laat dus iets toe voor een bepaalde periode wat niet verboden was, wat getuigt van een gebrekkige normatieve formulering.

Niet enkel getuigt deze formulering van een verkeerde aanpak om iets toe te laten wat in principe al toegelaten is, de formulering van art. 49 komt bovendien niet tegemoet aan de wil van de decreetgever. Over de periode buiten de sperperiode is immers niets bepaald, wat impliceert dat buiten de sperperiode geen verbod geldt, want het algemene regime van toelating is van toepassing. Daardoor zijn de Vlaamse omroeporganisaties dus in elk geval vrij om betaalde politieke boodschappen buiten de sperperiode uit te zenden. De mogelijkheid is effectief, aangezien op federaal niveau geen verbod geldt van verkiezingspropaganda buiten de sperperiodes. Uit de parlementaire voorbereiding betreffende art. 49 blijkt evenwel dat dit niet de bedoeling was van de leden van het Vlaams Parlement die de afschaffing van het verbod op politieke reclame hebben gestemd en enkel een toelating op het oog hadden die zou gelden tijdens de (bij federale wet bepaalde) sperperiode (*Parl. Hand.*, 18 maart 2009).

Een derde probleem is dat de nieuwe bepaling van art. 49 van het mediadecreet is geformuleerd als een toelating aan de omroepen om tegen betaling 'commerciële communicatie' ter beschikking te stellen aan de politieke partijen en hun kandidaten, hoewel betaalde boodschappen van politieke partijen geenszins als commerciële communicatie zijn te beschouwen volgens de definitie van de Richtlijn 2007/65 en het Mediadecreet (art. 2, 5°). Onder commerciële communicatie wordt immers verstaan: "beelden en/of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke persoon of rechtspersoon **die een economische activiteit verricht**, te promoten. Dergelijke beelden en/of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of voor zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing". Bij betaalde boodschappen van politieke partijen of hun kandidaten gaat het duidelijk niet om het promoten van (rechts)personen die een economische activiteit verrichten.

Zolang de federale wetgeving betreffende de verkiezingspropaganda niet aangepast wordt, blijft art. 49 bovendien zonder enig nuttig effect. Het nieuwe art. 49 van het Vlaamse Mediadecreet laat betaalde boodschappen van politieke partijen en hun kandidaten immers enkel toe tijdens de sperperiodes in aanloop naar de verkiezingen, terwijl de federale wetgeving juist aan de politieke partijen, hun kandidaten en derden (enkel) in die periode een verbod oplegt tot 'commerciële reclamespots' op radio en televisie.

De Sectorraad Media waarschuwt daarom dat Vlaanderen in een situatie verkeert die gelijkaardig is aan de situatie in Noorwegen, die aanleiding gaf tot een veroordeling van Noorwegen door het Europees Mensenrechtenhof wegens een inbreuk op art. 10 EVRM (EHRM 11 december 2008, *TV Vest SA en Rogaland Pensjonistparti t. Noorwegen*). Art. 49 Mediadecreet leidt er immers toe, in de huidige stand van de federale wetgeving in verband met het verbod van verkiezingspropaganda op radio en televisie tijdens de sperperiode, dat politieke partijen en hun kandidaten geen aanspraak kunnen maken op betaalde boodschappen via de radio en televisie. Daar komt bij dat, door de opheffing van de vroegere bepaling in het Vlaamse Mediadecreet die politieke partijen via de openbare omroeporganisatie van de Vlaamse Gemeenschap gratis zendtijd verleende in aanloop naar de verkiezingen (het vroegere art. 29 en 30 § 6), er geen zendtijd aan politieke partijen meer beschikbaar is in aanloop naar de verkiezingen.

Voorstel tot wijziging van het Mediadecreet 2009

Met onderhavig voorstel wordt het verbod van 'political advertising' op de Vlaamse omroepen als principe bevestigd en op correcte wijze geherformuleerd en wordt, volgens de geest van het huidige Mediadecreet, de mogelijkheid gecreëerd van betaalde boodschappen van politieke partijen tijdens de sperperiode.

Ook wordt ervoor geopteerd om een gewijzigd stelstel van gratis zendtijd voor politieke partijen via de VRT in de periode van 2 maanden voor de verkiezingen opnieuw in te voeren, inzonderheid om kleine en/of nieuwe politieke partijen de kans te geven om via de radio en de televisie hun politiek programma aan het publiek kenbaar te maken. Met deze decreetaanpassing wordt tegemoet gekomen aan het arrest van het EHRM in *TV Vest SA en Rogaland Pensjonistparti t. Noorwegen*, 11 december 2008. Het wordt aan de Vlaamse Regering overgelaten om verder de modaliteiten (duur en voorwaarden) hiervan te bepalen.

Voorstel

Art. 1.

Onder:

DEEL III. - Radio-omroep en televisie, (..), TITEL II. - BEPALINGEN OVER OMROEPDIENSTEN, HOOFDSTUK III. – Boodschappen van algemeen nut

Benaming van Hoofdstuk III wijzigen als volgt

Hoofdstuk III. – Boodschappen van algemeen nut en boodschappen van politieke partijen

Art. 2

Aansluitend bij art. 46, **art. 46 bis** toevoegen:

“Het is de omroeporganisaties verboden om tegen betaling of soortgelijke vergoeding aan politieke mandatarissen of kandidaat-mandatarissen en aan politieke partijen zendtijd ter beschikking te stellen. Dit verbod is niet van toepassing tijdens de sperperiode voor de verkiezingen zoals bepaald in de wetgeving betreffende verkiezingspropaganda en de financiering van politieke partijen.

De VRT stelt in een periode van 2 maanden voor de verkiezingen zendtijd ter beschikking aan politieke partijen. De Vlaamse regering bepaalt de duur en de voorwaarden betreffende het toewijzen van deze zendtijd”.

Art. 3

Art. 49 wordt opgeheven.

Namens de Sectorraad Media,

David Stevens, voorzitter
Hilde Van den Bulck, ondervoorzitter
Hanne Schuermans, secretaris