

et de télévision, et, dans la mesure du possible, offre à la demande des contenus audiovisuels, en vue de contribuer notamment à la formation, l'éducation, l'information des consommateurs, la sensibilisation à l'environnement et au cadre de vie, l'éducation à la santé et la vulgarisation scientifique, la compréhension de la vie sociale, politique et économique, l'information et l'engagement des jeunes, la parentalité, les questions éducatives, l'éducation aux médias et à la citoyenneté.

22.2. En matière d'éducation permanente, la RTBF veille à traiter de manière transversale, dans ses programmes et contenus audiovisuels, et notamment dans ses magazines et documentaires:

a) les questions relatives à la pédagogie des enjeux démocratiques en vue de la rendre accessible au plus grand nombre, et notamment les questions liées au renforcement du lien social, à la responsabilisation individuelle et collective, au rôle des relations familiales et intergénérationnelles, à l'intérêt de l'engagement citoyen et des jeunes en particulier en Communauté française [...].

B.9.3. L'article 36, § 1^{er}, du décret de la Communauté française sur les services de médias audiovisuels, coordonné le 26 mars 2009 dispose:

«L'éditeur de services dont le service de médias audiovisuels est distribué via une plateforme de distribution fermée doit:

[...]

3° s'il diffuse de l'information, établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et s'engager à le respecter;

[...]

5° être indépendant de tout gouvernement, de tout parti politique

ou organisation représentative des employeurs ou des travailleurs».

L'article 67, § 1^{er}, du même décret dispose:

«Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit remplir les conditions suivantes:

[...]

8° être responsable de sa programmation et assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un esprit d'objectivité, sans censure préalable ou quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée;

9° assurer dans le traitement de l'information un équilibre entre les diverses tendances idéologiques respectant les principes démocratiques, présentes dans la zone de couverture;

10° assurer, dans sa programmation, son indépendance par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et intercommunaux, aux distributeurs de services, aux partis politiques, aux organisations représentatives des employeurs ou de travailleurs et aux mouvements philosophiques ou religieux;

B.10. Sans qu'il soit nécessaire de statuer sur la question de savoir s'il est ou non raisonnablement justifié d'interdire aux partis politiques, aux candidats et aux tiers qui souhaitent faire de la publicité en faveur de partis politiques ou de candidats de diffuser des spots publicitaires commerciaux à la radio et à la télévision, il faut constater que l'interdiction en cause frappant la publicité pour les partis politiques a une portée absolue et permanente et qu'elle ne se limite pas à la campagne électorale. En raison de son caractère absolu et permanent, cette interdiction faite aux médias audiovisuels de diffuser de la publicité pour les partis

politiques et les organisations représentatives d'employeurs et de travailleurs n'est pas raisonnablement justifiée. Elle peut en effet avoir pour conséquence d'empêcher certaines formations d'accéder à un moyen important pour elles de faire connaître leurs positions au public (voy. C.E.D.H., 11 décembre 2008, précité, § 73).

B.11. Le premier moyen est fondé.

B.12. Dans la mesure où le second moyen et le moyen soulevé d'office ne peuvent aboutir à une annulation plus étendue, il n'y a pas lieu de les examiner.

Par ces motifs,

La Cour

Annule l'article 12, § 1^{er}, première phrase, du décret de la Communauté française du 27 février 2003 sur les services de médias audiovisuels, tel qu'il a été modifié par le décret du 5 février 2009.

[...]

Publicité des partis politiques hors période électorale: l'interdiction est désormais levée⁽¹⁾

1. Le décret de la Communauté française du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, devenu, depuis le décret coordonné du 26 mars 2009, le décret sur les services de médias audiovisuels (ci-après, décret S.M.A.)⁽²⁾, disposait en son article 12, § 1^{er}, 1^{re} phrase que «la communication commerciale ne peut avoir pour objet ni les partis politiques, ni les organisations représentatives des employeurs ou des travailleurs»⁽³⁾.

(1) Voy. les articles parus récemment dans cette revue, portant sur la même thématique: D. VOORHOOF, «Arrêts récents de la C.E.D.H. se rapportant à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (liberté d'expression et d'information) – septembre-octobre 2007», *A&M*, 6/2007, pp. 597 et s.; D. VOORHOOF, «Europees Mensenrechtenhof niet langer op de bres voor persvrijheid», *A&M*, 1/2009, pp. 7 et s.; D. VOORHOOF, «Arrêts récents de la C.E.D.H. se rapportant à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (liberté d'expression et d'information) – Novembre-décembre 2008», *A&M*, 1/2009, pp. 113 et s.;

D. VOORHOOF, «Verbod van politieke en syndicale reclame op radio en televisie ter discussie», *A&M*, 1/2009, pp. 211 et s.; D. VOORHOOF, «Arrêts récents de la C.E.D.H. se rapportant à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (liberté d'expression et d'information) – Juin-juillet 2009», *A&M*, 5/2009, pp. 545 et s.; D. VOORHOOF, «Arrêts récents de la C.E.D.H. se rapportant à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (liberté d'expression et d'information) – Février-mars 2010», *A&M*, 3/2010, pp. 283 et s.

(2) *M.B.*, 17 avril 2003 et *M.B.*, 24 juillet 2009. L'article 16 du décret

du 26 mars 2009 modifie l'article 12, § 1^{er}, première phrase du décret du 27 février 2003. C'est d'ailleurs grâce à cette modification que le recours en annulation devant la Cour constitutionnelle a été rendu possible, étant donné que l'interdiction de ce type de publicité n'est pas neuve.

(3) Pour un cas d'application, voy. C.S.A. (C.A.C.), 23 octobre 2008, disponible à l'adresse: http://www.csa.be/system/documents_files/920/original/CAC_20081023_decision_RTL-TVi_pub1299596395. Club RTL avait reçu un avertissement pour avoir diffusé une publicité pour le syndicat

Un recours en annulation contre cette disposition avait été introduit par trois sociétés (la s.a. Inadi, la s.a. Cobelfra, et la s.a. Nostalgie) qui représentent les trois principaux réseaux privés de radio en Communauté française (Bel RTL, Contact et Nostalgie). Celles-ci reprochaient à la disposition attaquée d'avoir «pour effet de les priver d'une activité publicitaire»⁽⁴⁾. La contestation ne venait donc pas des partis politiques ou des organisations représentatives des employeurs ou des travailleurs, mais bien des éditeurs de services souhaitant ne pas être privés de potentielles recettes financières supplémentaires importantes. La logique était donc purement économique...

Le recours s'appuyait d'abord sur le principe fondamental de la liberté d'expression visé par les articles 10 de la Convention européenne des droits de l'homme et 19 de la Constitution, un second moyen étant pris de l'inégalité de traitement entre les médias⁽⁵⁾. Selon les parties requérantes, cette liberté s'entend «tant dans sa dimension d'exprimer une opinion librement que dans celle, pour le public, d'en recevoir une»⁽⁶⁾. Dès lors, «les destinataires de la liberté d'expression sont [d'une part] les éditeurs de services de télévision et de radiodiffusion [et d'autre part] les

partis politiques et les organisations représentatives des employeurs ou des travailleurs»⁽⁷⁾.

2. Définir la publicité politique n'est pas chose aisée. D'une manière générale, la communication commerciale est définie à l'article 1^{er}, 7^o, du décret S.M.A. comme «toute forme de message inséré dans un service de médias audiovisuels qui est conçu pour promouvoir ou vendre, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale qui exerce une activité économique. Ces messages sont insérés dans un service de médias audiovisuels moyennant paiement ou autre contrepartie, ou des fins d'auto-promotion».

Au vu de cette définition, il est permis de se demander dans quelle mesure le recours en annulation était indispensable. En effet, la définition précise que la personne, physique ou morale, qui bénéficie de la publicité doit «exercer une activité économique», ce qui n'est pas le cas des partis politiques et des organisations représentatives des travailleurs ou des employeurs. Leur promotion n'entre donc pas dans les limites de la définition⁽⁸⁾.

Cette objection n'est pas neuve puisque déjà la définition donnée par le décret de 2003 soulignait que la publicité était établie «dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale dans le but de promouvoir la fourniture contre le paiement de biens ou de services» (article 1, 29^o). La publicité politique entre à nouveau difficilement dans l'esprit de cette définition.

À l'instar de la plupart des États européens, la Communauté française ne définit pas la publicité politique. Quelques arrêts de la Cour européenne des droits de l'homme (ci-après C.E.D.H.) permettent toutefois de préciser la notion⁽⁹⁾: elle ne s'entend pas seulement des communications commerciales faites par les différentes forces politiques d'un État – ce qui correspond à la propagande⁽¹⁰⁾, mais comprend également tout message touchant des opinions controversées tenant à l'intérêt général et participant au débat démocratique et politique de la société moderne⁽¹¹⁾.

Dans le présent arrêt de la Cour constitutionnelle, il faut pourtant comprendre la publicité politique dans son sens strict, à savoir des communications commerciales émanant des organisations politiques ou représentatives

FG.T.B. Toutefois, la décision du C.S.A. a été retirée le 14 mai 2009 dans le cadre du retrait global des décisions prises à l'encontre de la s.a. TVi à la suite de sa délocalisation au Luxembourg (http://www.csa.be/system/documents_files/1017/original/CAC_20090514_retrait_20081023_36_1299596411).

(4) C. const., 22 décembre 2010, n° 161/2010, § A.1.

(5) Dans ce second moyen, fondé sur les articles 10, 11 et 19 de la Constitution combinés aux articles 10 et 14 de la Convention européenne des droits de l'homme, les requérantes soulignaient que seule la presse télévisuelle et radiophonique était soumise à cette interdiction, la presse écrite jouissant d'une totale liberté en la matière. La Cour n'examinera pas ce moyen étant donné qu'il n'aurait pas eu pour conséquence une annulation plus étendue. À cet égard, il faut néanmoins souligner que plusieurs arrêts de la Cour européenne des droits de l'homme précisent que «l'impact potentiel du moyen d'expression concerné doit être pris en considération dans l'examen de la proportionnalité de l'ingérence» et que les médias audiovisuels «ont un effet

plus immédiat, envahissant et puissant, y compris [...], à l'égard du destinataire passif de l'information», Voy. notamment C.E.D.H., 11 décembre 2008, *TV Vest as & Rogaland Pensjonistparti c. Norvège*, §§ 60 et 76. S'agissant des spécificités des médias audiovisuels, voy. aussi C. const., 26 novembre 2009, n° 194/2009: dans cette affaire, la Cour constitutionnelle avait rejeté un recours en annulation introduit par les s.a. Inadi, Cobelfra et Nostalgie portant sur une disposition interdisant aux seuls médias télévisuels et radiophoniques toute publicité relative aux hautes écoles (article 29 du décret de la Communauté française du 18 juillet 2008 démocratisant l'enseignement supérieur, œuvrant à la promotion de la réussite des étudiants et créant l'Observatoire de l'enseignement supérieur, *M.B.*, 1^{er} septembre 2008, modifié par le décret de la Communauté française du 30 avril 2009 organisant le transfert de l'enseignement supérieur de l'architecture à l'université, *M.B.*, 15 septembre 2009). La Cour considère en effet qu'il n'est pas contraire au principe d'égalité et de non-discrimination prévu aux articles 10 et 11 de la Constitution que ce genre de publicité ne soit interdite qu'aux seuls médias audiovisuels, tenant

compte des spécificités de ces médias, et notamment du caractère bref et éphémère des publicités audiovisuelles et radiophoniques (§ B.6).

(6) § A.2.1.

(7) § A.2.2.

(8) Voy. D. VOORHOOF, «Verbod van politieke en syndicale reclame (...)», *op. cit.*, p. 211.

(9) Voy. C.E.D.H., 28 juin 2001, *Vgt Verein gegen Tierfabriken c. Suisse*; C.E.D.H., 10 juillet 2003, *Murphy c. Irlande*; C.E.D.H., 11 décembre 2008, *TV Vest as & Rogaland Pensjonistparti c. Norvège*.

(10) Ce terme s'entend de «l'action exercée sur l'opinion pour l'amener à avoir certaines idées politiques et sociales, à soutenir une politique, un gouvernement, un représentant. *Propagande d'un parti politique – Propagande électorale. Instruments, moyens de propagande* (discours, journaux, cinéma, télévision)», in *Le Petit Robert*, v° «Propagande».

(11) C.E.D.H., 28 juin 2001, *Vgt Verein gegen Tierfabriken c. Suisse*, § 57. Dans cette affaire, un spot exhortant les téléspectateurs à réduire leur consommation de viande a été considéré comme publicité politique.

des travailleurs et employeurs, à l'exclusion donc des messages promotionnels d'intérêt général participant au débat démocratique⁽¹²⁾.

3. L'interdiction de la publicité pour les partis politiques et organisations représentatives des travailleurs et des employeurs n'est pas neuve. Elle apparaît pour la première fois dans le décret de la Communauté française du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel⁽¹³⁾. L'article 27bis dispose que «la publicité ne peut avoir pour objet ni les partis politiques, ni les organisations professionnelles»⁽¹⁴⁾. Lorsque le décret du 27 février 2003 est adopté, son article 12, § 1^{er}, première phrase pose le principe suivant: «la communication publicitaire ne peut avoir pour objet ni les partis politiques, ni les organisations représentatives des employeurs ou des travailleurs». Enfin, le décret du 5 février 2009⁽¹⁵⁾ préfère l'expression «communication commerciale» à la notion de «communication publicitaire» car sa définition «vise non seulement la publicité mais aussi le téléachat, le parrainage, l'autopromotion, etc.»⁽¹⁶⁾.

La Communauté française interdisait, jusqu'à l'arrêt commenté, la publicité politique payante. Les partis politiques ainsi que les organisations représentatives des travailleurs et des employeurs ne pouvaient pas obtenir du temps d'antenne moyennant rétribution. Il semble que nombre de pays occidentaux européens établissent une

interdiction similaire⁽¹⁷⁾. La justification la plus souvent avancée se base sur la discrimination qu'il pourrait exister entre les partis ou organisations ayant plus de moyens financiers qui seraient en mesure de proposer significativement plus de publicité que les partis minoritaires ou nouveaux⁽¹⁸⁾. L'interdiction préserve non seulement l'égalité entre les différentes forces politiques, mais aussi la qualité du débat politique⁽¹⁹⁾.

4. Dans les travaux préparatoires du décret du 19 juillet 1991 par lequel l'article 27bis précité a été ajouté au décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, il est établi que ni les directives européennes ni les législations nationales n'interdisent spécifiquement l'utilisation de la publicité pour les partis politiques et les organisations représentatives des employeurs et des travailleurs⁽²⁰⁾. À l'époque, il existe cependant une législation du 6 février 1987 visant l'interdiction pour la publicité commerciale de présenter des tendances politiques, religieuses, syndicales, idéologiques ou philosophiques⁽²¹⁾. Toutefois, «une publicité clairement identifiée politiquement n'est [...] pas nécessairement couverte par ce libellé»⁽²²⁾. Et de rajouter qu'«afin d'éviter toute discrimination entre les tendances politiques et de favoriser l'accès du citoyen à une information politique équilibrée, il est dès lors proposé d'interdire la publicité pour les partis politiques, tout en consi-

dérant que l'organisation d'une information politique au moyen d'espaces concédés sous une forme équilibrée, à l'occasion des campagnes électorales, n'est pas concernée par cette interdiction»⁽²³⁾.

5. Selon la Cour constitutionnelle, les objectifs de l'interdiction sont légitimes, mais la mesure se révèle disproportionnée. En effet, lors du test de proportionnalité, la Cour rappelle d'abord que chaque État dispose d'une marge d'appréciation certaine mais pas illimitée, et semble soutenir le principe établi par la C.E.D.H. selon lequel «l'article 10, § 2, de la Convention laisse très peu de place aux restrictions qui visent les discours politiques ou les débats sur des questions d'intérêt général»⁽²⁴⁾. Elle ajoute ensuite que la marge d'appréciation est encore plus restreinte lorsque le législateur entend entraver «la liberté d'exprimer des opinions qui [...] relèvent d'un débat touchant à l'intérêt général, même lorsqu'elles se matérialisent sous une forme publicitaire» et qu'«un contrôle strict de proportionnalité doit également être appliqué lorsque le législateur entend limiter le recours par les partis politiques aux moyens publicitaires»⁽²⁵⁾.

Pour étayer son raisonnement, la Cour constitutionnelle se réfère à la jurisprudence strasbourgeoise. La C.E.D.H. s'est en effet déjà prononcée sur la publicité politique de partis politiques⁽²⁶⁾: ainsi, dans l'affaire *TV Vest AS & Rogaland Pensjonistparti c.*

(12) En effet, ce second type de publicité politique n'est soumis à aucune restriction, si ce ne sont les dispositions légales classiques en matière de publicité.

(13) Décret de la Communauté française du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, *M.B.*, 22 août 1987.

(14) L'article 27bis a été inséré par l'article 30 du décret de la Communauté française du 19 juillet 1991 modifiant la loi du 6 février 1987 relative aux réseaux de distribution et de télédiffusion et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, le décret du 12 décembre 1978 portant statut de la Radio-télévision belge de la Communauté française (RTBF) et le décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, *M.B.*, 2 octobre 1991.

(15) Décret du 5 février 2009 modifiant le décret du 27 février 2003 sur la radio-diffusion et le décret du 9 janvier 2003 relatif à la transparence, à l'autonomie et au contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui

dépendent de la Communauté française, *M.B.*, 18 mars 2009.

(16) Article 1^{er}, 7^o, du décret S.M.A.; *Doc. parl.*, Parlement de la Communauté française, 2008-2009, n° 634/1, p. 8.

(17) Voy. «Publicité électorale payée», www.aceproject.org/main/francais/mec/mec04b.htm.

(18) European Platform of Regulatory Authorities, «Political advertising: case studies and monitoring», 23rd EPRA meeting, Elsinore, Denmark, 17-19 mai 2006, http://www.rtdh.eu/pdf/20060517_epra_meeting.pdf.

(19) *Ibidem*. Les pays qui autorisent la publicité politique payante soulignent que cela constitue une possibilité pour les nouveaux partis d'obtenir une certaine reconnaissance, et que cette faculté fait partie intégrante du droit à la liberté d'expression et d'information.

(20) *Doc. parl.*, Parlement de la Communauté française, 1990-1991, n° 196/1, pp. 8 et 33.

(21) Loi du 6 février 1987 relative aux réseaux de radiodistribution et de télédiffusion et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, *M.B.*, 3 avril 1987.

(22) *Doc. parl.*, Parlement de la Communauté française, 1990-1991, n° 196/1, pp. 8 et 33.

(23) *Ibidem*, p. 8.

(24) Voy. entre autres C.E.D.H., 8 juillet 1986, *Lingens c. Autriche*, §§ 38 et 42; C.E.D.H., 25 novembre 1996, *Wingrove c. Royaume-Uni*, § 58; C.E.D.H., 28 juin 2001, *Vgt Verein gegen Tierfabriken c. Suisse*, §§ 66 et 71; C.E.D.H., 10 juillet 2003, *Murphy c. Irlande*, § 67; C.E.D.H., 11 décembre 2008, *TV Vest as & Rogaland Pensjonistparti c. Norvège*, § 64.

(25) § B.8; Voy. aussi C.E.D.H., 10 juillet 2003, *Murphy c. Irlande*, 10 juillet 2003, § 67; C.E.D.H., 11 décembre 2008, *TV Vest AS & Rogaland Pensjonistparti c. Norvège*, § 64.

(26) Voy. C.E.D.H., 11 décembre 2008, *TV Vest AS & Rogaland Pensjonistparti c. Norvège*.

Norvège, elle a admis que l'interdiction de la publicité politique était une ingérence dans la liberté d'expression. Dans ce cas précis, toutefois, il s'agissait d'un petit parti politique qui n'avait aucune autre voie que celle de la communication commerciale télévisuelle pour se faire connaître. Rappelant les motifs louables de l'interdiction légale, la C.E.D.H. avait néanmoins souligné que le parti politique en question «appartient à une catégorie que l'interdiction était censée protéger»⁽²⁷⁾, et avait accepté, dans ces circonstances particulières, d'admettre la violation de la liberté d'expression.

La Cour constitutionnelle constate que, en l'espèce, «l'interdiction en cause frappant la publicité pour les partis politiques a une portée absolue et permanente et qu'elle ne se limite pas à la campagne électorale»⁽²⁸⁾. En raison de son caractère absolu et permanent, la Cour estime que l'interdiction faite aux radios et aux télévisions de pouvoir diffuser les publicités politiques, interdiction établie par l'article 12, § 1^{er}, première phrase du décret S.M.A., n'est pas raisonnablement justifiée. Selon la haute juridiction constitutionnelle, l'interdiction peut «avoir pour conséquence d'empêcher certaines formations d'accéder à un moyen important pour elles de faire connaître leurs positions au public»⁽²⁹⁾.

La Cour annule donc l'article 12, § 1^{er}, première phrase, ouvrant dès lors le vaste champ de la publicité aux partis politiques, aux organisations représentatives des travailleurs et aux organisations représentatives des employeurs.

6. Est-ce à dire que les télévisions et radios de la Communauté française seront à l'avenir envahies de publicités à caractère politique? Rien ne permet de l'affirmer, d'autant que l'annulation de l'interdiction ne s'applique qu'en dehors des périodes électorales. Lors des campagnes électorales, des lois fédérales ayant trait au contrôle des dépenses

électorales régissent l'accès aux médias. Ainsi, la loi du 4 juillet 1989 relative à la limitation des dépenses électorales pour les chambres fédérales établit que durant les trois mois précédant les élections, «les partis politiques, les candidats ainsi que le tiers qui souhaitent faire de la propagande pour des partis politiques ou des candidats: 5° ne peuvent pas diffuser de spots publicitaires à caractère commercial à la radio, à la télévision et dans les salles de cinéma ni de messages payants sur internet»⁽³⁰⁾. De même, la loi du 7 juillet 1994 qui concerne les élections communales et provinciales contient une interdiction similaire pour les «spots publicitaires à la radio, à la télévision et dans les salles de cinéma»⁽³¹⁾. Enfin, la loi du 19 mai 1994 concernant les élections pour les entités fédérées interdit durant le même délai «les spots publicitaires à caractère commercial à la radio, à la télévision et dans les salles de cinéma»^{(32) (33)}.

7. Depuis l'arrêt d'annulation du 22 décembre 2010 rendu par la Cour constitutionnelle, les partis politiques, les organisations représentatives des travailleurs et les organisations représentatives des employeurs ont la faculté d'utiliser, comme moyen de propagande, la publicité télévisuelle ou radiophonique, sauf durant les trois mois précédant les élections. Cette ouverture crée une nouvelle dichotomie selon que l'on soit hors ou en période électorale. Jusqu'à l'arrêt, l'interdiction était le principe. Depuis le 22 décembre 2010, à des périodes d'interdiction se succèdent des périodes d'autorisation. Qui seront les bénéficiaires de cette annulation? On peut penser que les éditeurs de services en tireront peut-être des bénéfices importants, mais pour le reste? Il est en effet à craindre que les partis politiques financièrement les mieux dotés, ceux qui jouissent déjà d'une reconnaissance importante, soient, sur la scène politique, ceux qui profiteront le plus de la disparition de

cette interdiction, au détriment des petites formations.

Edouard Cruysmans

Voorz. Rb. Antwerpen
(eenz. verz.)
24 november 2010

Zetel: Mahieu

B. DEBIE en V. SEYNS (mr. Wille)

A.R. nr. V. 10/4218/B/598

Expressievrijheid – Lasterlijk artikel – Schending van de eer en goede naam – Verwijdering van artikel op website (neen) – Rectificatiebericht – Verplichting tot inlassing van tekst op nieuwswebsite (ja)

Als reactie op een lasterlijk artikel op een nieuwswebsite kan aan de verantwoordelijke rechtspersoon bevel opgelegd worden om een rectificatiebericht te publiceren, onder verbeurte van een dwangsom, per dag vertraging. In casu wordt bevel opgelegd tot rectificatiebericht; de vordering tot verwijdering van het artikel wordt niet gegrond verklaard.

Liberté d'expression – Article calomnieux – Atteinte à l'honneur et à la réputation – Suppression de l'article sur le site internet (non) – Avis rectificatif – Obligation

Bruxelles-Capitale et du Conseil de la Communauté germanophone, et fixant le critère de contrôle des communications officielles des autorités publiques, M.B., 25 mai 1994.

(33) Seule la loi relative aux élections du Parlement européen ne mentionne pas cette interdiction. Voy. la loi du 19 mai 1994 relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales engagées pour l'élection du Parlement européen, M.B., 25 mai 1994.

(27) *Ibidem*.

(28) § B.10.

(29) *Ibidem*.

(30) Article 5, § 1^{er}, de la loi du 4 juillet 1989 relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales engagées pour les élections des Chambres fédérales ainsi qu'au financement et à la comptabilité ouverte des partis politiques, M.B., 20 juillet 1989.

(31) Article 7, § 1^{er}, 3°, de la loi du 7 juillet 1994 relative à la limitation

et au contrôle des dépenses électorales engagées pour les élections des conseils provinciaux, communaux et de districts et pour l'élection directe des conseils de l'aide sociale, M.B., 16 juillet 1984.

(32) Article 5, § 1^{er}, 5°, de la loi du 19 mai 1994 réglementant la campagne électorale, concernant la limitation et la déclaration des dépenses électorales engagées pour les élections du Conseil de la Région wallonne, du Conseil flamand, du Conseil de la Région de