

# **Ethische Commissie voor de telecommunicatie**

**Ellipse Building – Gebouw C  
Koning Albert II-laan 35  
1030 BRUSSEL**

**Beslissing nr. D-2011-09**

-

**28/03/2012**

-

**inzake**

**Music Hall Goup NV**

## 1. Voorwerp

In deze beslissing doet de Ethische Commissie voor de telecommunicatie (hierna ook: "de Ethische Commissie") uitspraak over een dossier geopend ten laste van dienstenaanbieder Music Hall Group NV in het kader van een procedure opgestart op eigen initiatief van de Ethische Commissie.

## 2. Context, feiten en procedure

Music Hall Group NV (hierna kortweg ook "Music Hall") is in hoofdzaak een organisator, promotor en producent van musicals, concerten en theater. Het organiseert ook bedrijfsevenementen en levert in-house catering<sup>1</sup>. Stadsschouwburg Antwerpen NV, Zuiderkroon Antwerpen, Capitole Gent NV, Vorst Nationaal NV, Music Hall Promotions NV, Bouffe NV (Gusto) en Opera Hall NV maken deel uit van Music Hall Group NV<sup>2</sup>.

Bij het promoten van de musical "Fiddler on the Roof" plaatste Music Hall onder meer een advertentie in de Metro van 7 oktober 2011, die zich presenteerde als volgt:



Op 18 november 2011, omstreeks 14u00, werden er van de website [www.musichall.be](http://www.musichall.be) ook 2 screenshots gemaakt.

Het eerste screenshot betreft een screenshot van de rubriek 'Contact Algemeen' van de website van Music Hall, waarop de bezoeker uitgenodigd wordt om te bellen naar het nummer 0900 69 900 "[v]oor vragen i.v.m. tickets" (stuk 2).

Het tweede screenshot betreft een screenshot van de rubriek 'Contact Bedrijven' van de website [www.musichall.be](http://www.musichall.be), waar bedrijven "[v]oor vragen aangaande VIP pakketten, huur locaties of organisatie bedrijfsevents" onder meer verwezen werden naar het contactnummer 070 22 44 22 (stuk 3).

Met een aangetekend schrijven, ontvangen door Music Hall op 23/12/2011, werd Music Hall op de hoogte gebracht van deze feiten samen met de ten laste gelegde inbreuken (zie punt 3).

<sup>1</sup> Zie <http://www.musichall.be/nl/over-ons/music-hall-group>

<sup>2</sup> Zie <http://www.musichall.be/nl/disclaimer-en-privacy>

Na telefonisch onderhoud dd. 06/01/2012 werd op 11/01/2012 door het secretariaat van de Ethische Commissie een schriftelijk verweer ontvangen (eveneens ontvangen per e-mail op 12/01/2012) waarin de gevraagde informatie werd overgemaakt alsook bewijzen van de aanpassingen door Music Hall.

Op 01/02/2012 werd door Music Hall een aangetekend schrijven ontvangen van het Secretariaat van de Ethische Commissie met het verslag van het secretariaat over onderhavig dossier en waarin zij opnieuw om informatie werd verzocht (aangetekend schrijven verstuurd op 27/01/2012).

Op 13/02/2012 werd door het Secretariaat van de Ethische Commissie een aangetekend schrijven ontvangen van Music Hall nv waarin de gevraagde informatie werd overgemaakt.

Op zitting van 27/02/2012 werd na verslag van de zaak de wettelijke vertegenwoordiger van Music Hall, de heer Dominick Allaert, bestuurder van Music Hall Group NV, gehoord in hun verweermiddelen. De Nederlandse taal werd gebruikt.

### **3. Ten laste gelegde inbreuk(en)**

Aan Music Hall werd ten laste gelegd dat de artikelen 20, 1<sup>ste</sup> lid, 2<sup>de</sup> lid en 3<sup>de</sup> lid, 22, 1<sup>ste</sup> lid en 45 van het Koninklijk Besluit van 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie werden overtreden.

### **4. Standpunt van Music Hall Group NV**

Vooreerst dankt Music Hall de Ethische Commissie om haar te wijzen op de correcte schrijfwijze binnen het kader van de in de vaststelling aangehaalde feiten. Zowel in het aangetekend schrijven van 11/01/2012 als 13/02/2012 deelt Music Hall mee voortaan de correcte schrijfwijze te zullen hanteren in haar communicatie. Music Hall zegt alle aangeduide mogelijke overtredingen gecorrigeerd te hebben en voegt screenshots van de aangebrachte verbeteringen toe en een voorbeeld van nieuwe gedrukte communicatie, die volgens Music Hall de richtlijnen respecteert.

Music Hall zegt de foute vermeldingen gedaan te hebben uit onwetendheid, en zeker niet met opzettelijk karakter. Music Hall excuseert zich voor het begaan van deze overtreding en bevestigt dat zij nooit de intentie heeft gehad om de eindgebruikers te misleiden.

In haar verweer stelt Music Hall verder dat haar core business het exploiteren van zalen en het in de markt brengen van spektakels is. De ticketverkoop hiervoor besteedt ze uit aan een gespecialiseerde firma, Sherpa.be nv. Tickets voor de spektakels van Music Hall kunnen worden gekocht via de website van Music Hall, mits een rechtstreekse link naar de website van Sherpa.be, via de website van Sherpa.be, via de verdeelpunten in handen van Sherpa.be, via telefonisch contact met het call center van Sherpa.be en tenslotte rechtstreeks in de zalen van Music Hall nv. Hoewel het nummer waarop tickets kunnen worden betalend nummer een nummer is van Music Hall, bevestigt Music Hall tenslotte dat het 0900 69 900 - nummer wordt behandeld door Sherpa.be en dat het uitsluitend dient voor de aankoop van tickets. Op vraag van Music Hall wordt de duur van een gesprek naar het betalend nummer door Sherpa kort gehouden.

Music Hall voert aan een betalend nummer te hanteren op vraag van Sherpa. Zij stelt ter verdediging dat ook bellen naar een zonenummer niet geheel kosteloos is. De keuze voor het hanteren van een betalend nummer is volgens Music Hall dan ook zeker niet uit winstbejag, uit cijfers voorgelegd aan de Ethische Commissie blijkt dat de uitbating van haar 070-nummer zelfs verlieslatend is.

Music Hall voert vervolgens aan dat de op de website geafficheerde geografische nummers bedoeld zijn om andere praktische vragen te beantwoorden, zoals: hoe kan ik de zaal

bereiken, waar is er parkeergelegenheid, is er een pauze,...etc. Het zijn de receptionisten van Music Hall die op deze vragen antwoorden. Zij kunnen omwille van het risico op dubbele boekingen via deze geografische nummers geen bestellingen voor tickets aannemen.

## 5. Beoordeling door de Ethische Commissie

### 5.1. Wat betreft de inbreuken

De inbreuken die Music Hall in de vaststelling ten laste gelegd worden draaien in essentie rond 3 vragen:

1. Worden de betaalnummers gebruikt om een dienst zonder voorwerp aan te bieden?
2. Is het eindgebruikerstarief op de reclamadrager(s) van Music Hall voor de door haar georganiseerde show(s) correct weergegeven, wat betreft:
  - a) het gebruik van afkortingen
  - b) de leesbaarheid en/of zichtbaarheid
3. Vermeldt Music Hall op alle relevante plaatsen het toepasselijke (maximale) eindgebruikerstarief wanneer zij melding maakt van de betaalnummers die zij gebruikt ?

#### 5.1.1. Inbreuk op artikel 45 van de Ethische Code (deelaspect: verbod op het aanbieden van diensten zonder voorwerp)

Gezien (i) het eindgebruikerstarief (van 50 eurocent per minuut), dat via dit betaalnummer aangerekend wordt<sup>3</sup>, (ii) de beperking van de duur van oproepen naar dergelijke nummers tot maximum 10 minuten<sup>4</sup> en (iii) de informatie over de prijzen van tickets op de website [www.musichall.be](http://www.musichall.be) (die allen hoger liggen dan 5 € (oftewel 10 minuten bellen aan 0,50 € per minuut)), dient in ieder geval uitgesloten worden dat tickets betaald worden via het betaalnummer 0900 69 00.

Centraal bij de beoordeling van het al dan niet bestaan van een inbreuk op artikel 45 van de Ethische Code staat de vraag of tegenover het betaalnummer 0900 69 900 een andere dienst staat dan wel of dit nummer enkel gebruikt wordt om de oproeper het mogelijk te maken in te gaan op het commerciële aanbod van Music Hall (te weten het aanbod van toegangstickets voor evenementen door haar georganiseerd).

De Ethische Commissie ziet in casu geen feitelijke grondslag voor de toepassing van artikel 45 van de Ethische Code.

#### 5.1.2. Inbreuken op de artikelen 20, tweede en derde lid van de Ethische Code (gebruik van afkortingen)

De Ethische Commissie verklaart de in de vaststelling aangehaalde feiten en verweten inbreuk op artikelen 20, tweede en derde lid van de ethische code bewezen. Music Hall erkent in haar verweer in essentie de inbreuk.

---

<sup>3</sup> Dit eindgebruikerstarief is overigens het maximale tarief dat voor deze nummerreeks kan aangerekend worden: zie bijlage bij de Ethische Code, punt 3, b, tweede streepje.

<sup>4</sup> Zie artikel 50, §6, eerst lid, van het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers, zoals gewijzigd door artikel 5 van het koninklijk besluit van 24 maart 2009: "Oproepen naar de nummers van de nummer-reeksen waarvan de tarifiering tijdsgebonden is worden automatisch afgebroken na 10 minuten."

Dit verweer neemt niet weg dat in het verleden de Ethische Code werd overtreden op de wijze zoals beschreven in secties 4.2 en 4.3. van de vaststelling van 24 november 2011.

Welnu, in zijn beslissing nr-2011-03 van 21 december 2011 inzake Europabank NV<sup>5</sup> besliste de Ethische Commissie dat:

“[d]e aangekondigde intentie van Europabank om tegen 1 december 2011 over te schakelen naar een 0800-nummer [...] geen invloed [heeft] op het bestaan van de inbreuk, die voor de periode vanaf de inwerkingtreding van de Ethische Code (op 1 juli 2011) sanctioneerbaar is door de Ethische Commissie.”) (aangehaalde beslissing, sectie 5.1, p. 5).

Naar analogie met het voorgaande zal de Ethische Commissie de ten laste gelegde inbreuken dan ook definitief weerhouden.

#### *5.1.3. Inbreuk op artikel 22, eerste lid, van de Ethische Code (gebruik van leesbare en goed zichtbare karakters)*

De Ethische Commissie verklaart de in de vaststelling aangehaalde feiten en verweten inbreuk op artikel 22, eerste lid van de ethische code bewezen. Music Hall erkent in haar verweer in essentie de inbreuk.

Dienstenaanbieders die tarieven aanbrengen op een reclame dienen dit zorgvuldig te doen en met name op een zodanig wijze dat de tariefvermelding door de lezer of kijker, die de advertentie, affiche, reclamespot, enzovoort... bekijkt, geen minutieus onderzoek dient te verrichten om de betekenis van de geschreven vermelding te vatten.

Gezien plaats waar de vermelding “50 CPM” is opgenomen in de advertentie, met name gewrongen tussen de vermelding van het betaalnummer “0900 69 900” en de vermelding “MUSICHALL.BE” (zie tenlastelegging in punt 4.4 van de vaststelling van 24 november 2011 en stuk 1) was een minutieus onderzoek nodig.

Ook hier geldt dat de intentie van Music Hall om in de toekomst de Ethische Code te respecteren geen invloed heeft op het bestaan van de inbreuk (in het verleden) en de mogelijkheid voor de Ethische Commissie om een dergelijke inbreuk te sanctioneren, onder meer om aan de overtreder (en andere potentiële overtreders) een prikkel te geven om in de toekomst de Ethische Code te respecteren en/of niet te recidiveren.

Gelet op het voorgaande weerhoudt de Ethische Commissie dan ook de ten laste gelegde inbreuk definitief.

#### *5.1.4. Inbreuk op artikel 20, eerste lid, van de Ethische Code (vermelding van het tarief in alle reclames)*

De Ethische Commissie verklaart de in de vaststelling aangehaalde feiten en verweten inbreuk op artikel 20, eerste lid van de Ethische Code bewezen. Music Hall erkent in haar verweer in essentie de inbreuk.

Music Hall erkent de inbreuk in het verleden gepleegd te hebben en hier geldt, naar analogie met de beslissing Europabank, dat het corrigeren van de inbreuk geen invloed heeft op het bestaan van de inbreuk (in het verleden) en de mogelijkheid om een dergelijk inbreuk te sanctioneren, (opnieuw) onder meer om aan de overtreder (en andere potentiële overtreders) een prikkel te geven om in de toekomst de Ethische Code te respecteren en/of niet te recidiveren.

---

<sup>5</sup> Zie [www.telethicom.be](http://www.telethicom.be), rubriek “officiële publicaties” – “beslissingen”.

De inbreuk is dan ook vanaf de inwerkingtreding van de Ethische Code (op 1 juli 2011) of minstens vanaf het nemen van het screenshot op 18 november 2011 (zie stukken 2 en 3) tot eind december 2011 - begin januari 2012 (periode onmiddellijk voorafgaand aan het schriftelijk verweer waarin de "correcties" werden overgemaakt) sanctionneerbaar door de Ethische Commissie.

## **5.2. Wat betreft de ernst van de inbreuken en het al dan niet opzettelijk karakter ervan**

Artikel 134, §3, derde lid, van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie schrijft voor dat de Ethische Commissie bij het uitspreken van de sancties rekening houdt met de ernst van de inbreuk alsook met het al dan niet opzettelijke karakter ervan.

Aangaande die twee criteria, overweegt de Ethische Commissie het volgende:

### **5.2.1. Opzettelijk karakter**

#### **a) *Inbreuken op artikel 20, tweede en derde lid, Ethische Code***

De Ethische Commissie is van mening dat de inbreuken op het tweede en derde lid van artikel 20 van de Ethische Code (verboden gebruik van afkortingen) niet bewust noch opzettelijk gepleegd zijn.

Er is volgens de Ethische Commissie dan ook geen sprake van kwade trouw.

#### **b) *Inbreuk op artikel 22, eerste lid, Ethische Code***

Wat betreft de inbreuk op artikel 22, eerste lid, van de Ethische Code (gebruik van leesbare en goed zichtbare karakters) is het een gegeven dat dat artikel niet exact voorschrijft hoe groot een tariefmelding precies moet zijn (dit opdat het artikel toepasbaar zou zijn op verschillende reclamemedragers van verschillende grootte – zie ook het Verslag aan de Koning bij dit artikel<sup>6</sup>).

Dienstenaanbieders die tarieven aanbrengen op een reclame dienen dit echter zorgvuldig te doen (en met name op een zodanig wijze dat de tariefvermelding door de lezer of kijker, die de advertentie, affiche, reclamespot, etc... bekijkt, geen minutieus onderzoek dient te verrichten om de betekenis van de geschreven vermelding te vatten; zie hierboven).

In casu is die zorgvuldigheidsplicht volgens de Ethische Commissie niet in acht genomen (zie eveneens hierboven; een minutieus onderzoek was nodig).

#### **c) *Inbreuk op artikel 20, eerste lid, Ethische Code***

Ook wat betreft de niet-vermelding van het eindgebruikerstarief op verschillende plaatsen op de website is er volgens de Ethische Commissie sprake van onzorgvuldig handelen in hoofde van Music Hall.

### **5.2.2. Ernst van de overtreding**

---

<sup>6</sup> "Het idee dat aan de basis ligt van artikel 22 is dat, indien de eindgebruikerstarieven op geschreven wijze vermeld worden, de karakters van dien aard moeten zijn dat geen minutieus onderzoek nodig is om de betekenis van de geschreven vermelding te vatten. De vereiste van duidelijkheid van de vermelding houdt in dat een voldoende lettergrootte gebruikt wordt, dat er voldoende onderscheiding van de tekst is tegen de achtergrond, enzovoort." (Belgisch Staatsblad, 21 juni 2011, p. 36.516)

De ernst van een overtreding kan in het algemeen worden beoordeeld rekening houdend met de aard van de overtreding en met de manier waarop die invloed heeft op de belangen van de eindgebruikers.

*a) Inbreuken op artikel 20, tweede en derde lid, Ethische Code*

In sectie 5 van de beslissing Carmax.be bvba, op 21 december 2011 uitgevaardigd in dossier D-2011-02<sup>7</sup>, stelde de Ethische Commissie onder meer:

“Door de niet of gebrekkige vermelding van het tarief voor het gebruik van het bewuste betaalnummer wordt de gebruiker essentiële informatie onthouden. Elke informatie aangaande de kosten die hij kan ondergaan, is van primordiaal belang.”

Ook hier wordt door het (onwettig) afkorten van de vermelding “50 eurocent per minuut” in “50 CPM” essentiële informatie aan de gebruiker onthouden.

De Ethische Commissie oordeelt dan ook dat deze inbreuk als ernstig valt aan te merken.

*b) Inbreuk op artikel 22 Ethische Code*

Het onzichtbaar of minstens niet leesbaar vermelden van het eindgebruikerstarief komt neer op een gebrekkige vermelding.

Eenzelfde redenering als onder punt b) hierboven kan worden gevolgd.

*c) Inbreuk op artikel 20, eerste lid, Ethische Code*

Naar analogie met de redenering gemaakt in sectie 5.2.2 van de beslissing Europabank NV, op 21 december 2011 uitgevaardigd in dossier D-2011-03, kan ook hier gesteld worden dat

- artikel 20, eerste lid, van de Ethische Code duidelijk is en geen verschillende interpretaties toelaat.
- het niet vermelden van tarieven voor oproepen naar 0900 en 070-nummers, de belangen van de eindgebruikers schaadt, omdat eindgebruikers bij het oproepen van die nummers geen gesproken tariefwaarschuwingsboodschap krijgen en de gemiddelde consument doorgaans niet uit de prefix en de dienstidentiteit het toepasselijke tarief kan afleiden.

Die beslissing stelt vervolgens:

“De afwezigheid van een tariefvermelding zorgt er dan ook voor dat de eindgebruiker niet de transparantie en de informatie krijgt die hem wettelijk gegarandeerd is, met onverwacht hoge facturen tot gevolg.”

Wat betreft het 070-nummer is het risico op het krijgen van onverwacht hoge facturen bovendien nog groter, nu overeenkomstig artikel 50, §6, van het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers (zoals gewijzigd)<sup>8</sup>, oproepen naar 070-nummers niet automatisch afgebroken moeten worden na verloop van 10 minuten.

---

<sup>7</sup> Zie [www.telethicom.be](http://www.telethicom.be) – rubriek “Officiële publicaties” – “Beslissingen”

<sup>8</sup> “§ 6. Oproepen naar de nummers van de nummer-reeksen waarvan de tarifiering tijdsgebonden is worden automatisch afgebroken na 10 minuten.

Deze paragraaf is niet van toepassing op de dienstidentiteit 70.”

De intentie van Music Hall om het 070 – nummer niet meer te gebruiken en te visualiseren heeft geen invloed op het bestaan van de inbreuk, die voor de periode vanaf de inwerkingtreding van de Ethische Code op 1 juli 2011 sanctioneerbaar is door de Ethische Commissie.

De Ethische Commissie oordeelt dan ook dat deze inbreuk als ernstig valt aan te merken.

### 5.2.3. Conclusie

Gelet op het voorgaande beschouwt de Ethische Commissie de overtredingen als **onopzettelijk doch ernstig**.

## **5.3. Wat betreft de sanctie**

### 5.3.1. Algemeen

Overeenkomstig artikel 134, §3, eerste lid, van de wet van 13 juni 2005 kan de Ethische Commissie de inbreuken op de Ethische Code bestraffen met een administratieve geldboete ten belope van 125 tot 125.000 € en/of een schorsing van de activiteiten van 1 tot 90 dagen.

In geval van een zware of herhaalde inbreuk kan de Ethische Commissie voor de telecommunicatie (of een van haar kamers) een of meer van de volgende maatregelen opleggen :

- 1° een administratieve geldboete ten belope van 250 tot 250.000 euro;
- 2° een schorsing van de betrokken diensten tot één jaar;
- 3° de opheffing van de betrokken dienst;
- 4° het verbod om nieuwe diensten aan te bieden.

(artikel 134, §3, tweede lid, wet 13 juni 2005)

### 5.3.2. Kwalificatie van de inbreuk als zwaar of herhaaldelijk

a. De inbreuk is volgens de Ethische Commissie **niet** te beschouwen als **herhaaldelijk**, gezien de inbreuk nog niet eerder werd vastgesteld.

b. Op vraag van het secretariaat van de Ethische Commissie in haar aangetekend schrijven van 27/01/2012 heeft Music Hall de gevraagde informatie over de reclamevoering overgemaakt via een aangetekend schrijven van 10/02/2012. Hieruit blijkt dat de reclame die gevoerd werd voor het spektakel 'Fiddler on the Roof' enorme proporties heeft aangenomen. Zo werd reclame gevoerd via bachen, flyers, op voertuigen van vervoersmaatschappij De Lijn, via televisie, etc... De reclamecampagne werd opgestart in november 2011, met uitzondering van een bache die reeds in mei 2011 werd opgehangen.

De schaal waarop de inbreuk werd gepleegd is dan ook groot.

De schade voor de consument, eindgebruiker van het betalend nummer, is echter veel minder groot. Uit de cijfers die door Music Hall werden voorgelegd kan de Ethische Commissie niet afleiden dat deze gesprekken lang duurden of dat door de receptionisten getracht werd de gesprekken zo lang mogelijk te laten duren.

De Ethische Commissie heeft in het licht van deze feiten dan ook beslist de inbreuk **niet** aan te merken als **zwaar**.

c. De Ethische Commissie houdt in haar beoordeling ook rekening met de goede medewerking van Music Hall, die steeds alle door het secretariaat gevraagde informatie



toezond. Music Hall heeft vervolgens verklaard het 070 – nummer niet meer te zullen gebruiken en te visualiseren.

## **6. Besluit**

De Ethische Commissie voor de telecommunicatie,

1. stelt vast dat Music Hall geen inbreuk beging op artikel 45 van het Koninklijk Besluit van 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie;
2. stelt daarentegen wel vast dat Music Hall een inbreuk pleegde op artikelen 20, 1<sup>ste</sup> lid, 2<sup>de</sup> lid en 3<sup>de</sup> lid, 22, 1<sup>ste</sup> lid van het Koninklijk Besluit van 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie;
3. legt om die reden en overeenkomstig artikel 134, §3, van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie een boete op aan Music Hall ten bedrage van duizend euro;
4. beveelt dat dit bedrag binnen 30 dagen na ontvangst van dit besluit betaald moeten worden op rekeningnummer IBAN: BE12 6790 0007 7192 - BIC: PCHQBEBB op naam van het BIPT, Koning Albert II-laan 35, B – 1030 BRUSSEL , met als mededeling “Boete aan de Ethische Commissie”, gevolgd door het beslissingsnummer vermeld op de titelpagina van deze beslissing.

## **7. Beroepsmogelijkheden**

Overeenkomstig de wet van 6 juli 2005 betreffende sommige juridische bepalingen inzake elektronische communicatie heeft u de mogelijkheid om beroep in te stellen bij het hof van beroep van Brussel, Poelaertplein 1, B-1000 Brussel. Het beroep wordt, op straffe van nietigheid die ambtshalve wordt uitgesproken, ingesteld door middel van een ondertekend verzoekschrift dat wordt ingediend ter griffie van het hof van beroep van Brussel binnen een termijn van zestig dagen na de kennisgeving van het besluit of bij gebreke aan een kennisgeving, na de publicatie van het besluit of bij gebreke aan een publicatie, na de kennisname van het besluit.

Het hoger beroep wordt ingesteld: 1° bij akte van een gerechtsdeurwaarder die aan de tegenpartij wordt betekend; 2° bij een verzoekschrift dat, in zoveel exemplaren als er betrokken partijen zijn, ingediend wordt op de griffie van het gerecht in hoger beroep; 3° bij ter post aangetekende brief die aan de griffie wordt gezonden; 4° bij conclusie, ten aanzien van iedere partij die bij het geding aanwezig of vertegenwoordigd is. Met uitzondering van het geval waarin het hoger beroep bij conclusie wordt ingesteld, vermeldt de akte van hoger beroep, op straffe van nietigheid de vermeldingen van artikel 1057 van het gerechtelijk wetboek.

Voor de Ethische Commissie voor de telecommunicatie

Willem Debeuckelaere  
Voorzitter