

Ref. : CO GB 23

Dienst: dienst Beleid en Beheer Gezinsbijslag

👤 Davy Van den Berghe

☎ 02/435.61.64

@ Admin.ctrl@iriscore.brussels

Brussel, 18/04/2024

Onderwerp: Deontologisch kader voor reclame-activiteiten - verplichte vermelding in publicaties die zich tot het publiek richten en inperking SEA-investeringen

Geachte mevrouw,

Geachte heer,

Deze omzendbrief verduidelijkt het verbod op bedrieglijke reclame zoals bedoeld in artikel 30, eerste lid, van de ordonnantie van 4 april 2019 tot vaststelling van het betaalcircuit voor de gezinsbijslag.

Vooreerst moet erop worden gewezen dat het begrip reclame door de wetgever in ruime zin gedefinieerd wordt. Het gaat om elke vorm van communicatie met het rechtstreekse of onrechtstreekse doel de aansluiting bij een kinderbijslaginstelling te bevorderen.

Uit de wettelijke definitie¹ blijkt dat de reclame een bedrieglijk karakter vertoont zodra ze op een of andere wijze, met inbegrip van haar voorstelling, tot verwarring leidt of kan leiden en, door haar bedrieglijke aard, de keuzevrijheid van de bijslagtrekkende kan aantasten en, daardoor, schade berokkent of kan berokkenen aan een of meer andere kinderbijslaginstellingen.

Met het oog op deze wettelijke begripsomschrijving werd beslist dat in elke communicatie van de Brusselse kinderbijslaginstellingen die zich tot het algemene publiek richt, een standaardformulering moet worden opgenomen die verduidelijkt dat de modaliteiten van de Brusselse gezinsbijslagprestaties wettelijk zijn vastgelegd en dat die prestaties met publieke middelen worden gefinancierd (zie punt 1).

Daarnaast wordt, in het licht van dezelfde wettelijke context, de aankoop van trefwoorden op het internet (Search Engine Advertising of SEA) aan een deontologische beperking onderworpen. Daartoe wordt er bepaald welke zoekopdrachten er worden uitgesloten van alle vormen van SEA-opdrachten door de kinderbijslaginstellingen (zie punt 2).

Beide punten maakten het voorwerp uit van een akkoord tussen de vertegenwoordigers van alle Brusselse kinderbijslaginstellingen.²

¹ Art. 30, eerste lid, van de ordonnantie van 4 april 2019 definieert bedrieglijke reclame als 'elke reclame die, op een of andere wijze, met inbegrip van haar voorstelling, tot verwarring leidt of kan leiden en die, door haar bedrieglijke aard, de keuzevrijheid van de bijslagtrekkende kan aantasten en die, daardoor, schade berokkent of kan berokkenen aan een of meer andere kinderbijslaginstellingen'.

² Werkgroepvergadering van 6 maart 2024 en van 9 april 2024.

1. VERPLICHTE VERMELDING IN DE COMMUNICATIES DOOR DE KINDERBIJSLAGINSTELLINGEN AAN HET ALGEMENE PUBLIEK

De volgende vermelding moet **voldoende leesbaar en zichtbaar** worden vermeld in al de boodschappen, publicaties en overige communicatie van de Brusselse kinderbijslaginstellingen die zich richten tot het algemene publiek:

In Nederlandstalige communicaties:

- " *[Kinderbijslaginstelling X] betaalt de kinderbijslag uit in opdracht van de GGC-regering. De bedragen en de voorwaarden zijn bij ordonnantie bepaald en zijn gelijk voor alle Brusselse kinderbijslaginstellingen. Meer info: www.iriscare.brussels/kinderbijslag* "

In Franstalige communicaties:

- " *[Organisme d'allocations familiales X] verse les allocations familiales en exécution d'une mission confiée par le gouvernement de la COCOM. Les montants et les conditions sont déterminés par ordonnance et sont identiques pour tous les organismes bruxellois d'allocations familiales. Pour plus d'informations www.iriscare.brussels/allocations-familiales* "

Concreet moet deze vermelding voorkomen op alle boodschappen, publicaties en overige communicatie die gericht zijn aan het algemene publiek, en dus niet op dergelijke communicatie die louter en specifiek aan de eigen aangeslotenen is gericht:

- drukwerk (flyers, folders, affiches, infobrochures, advertenties in de gedrukte pers, ...): in de boodschap zelf, en dit voor alle drukwerk dat gecreëerd wordt vanaf de kalendermaand volgend op deze waarin de spilindex (128,11) wordt bereikt;
- de eigen website: op elke pagina van de site;
- audiovisuele publicaties (bijvoorbeeld reclamespots met of zonder beeld): In de boodschap zelf, indien het formaat en de lengte dit toelaten. In het andere geval en voor zover dit van toepassing is, als bijschrift op de locatie waar de publicatie aangeboden wordt (webpagina, ...). In ieder geval op de webpagina('s) of online locatie(s) waarnaar verwezen wordt in de publicatie;
- online boodschappen, publicaties en andere communicaties: in de boodschap zelf.

Er geldt een uitzondering voor boodschappen op sociale mediakanalen: daar moet de vermelding voorkomen op de webpagina of online locatie waar de boodschap naar doorverwijst, en in ieder geval op de profielpagina van de kinderbijslaginstelling op dit sociaal mediakanaal.

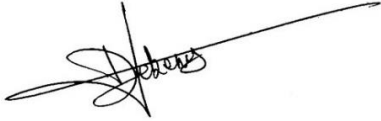
2. INPERKING SEA-INVESTERINGEN

De volgende merknamen dienen te worden uitgesloten van alle vormen van Search Engine Advertising-opdrachten en gelijkaardige vormen van betalende online marketingopdrachten, door zowel de kinderbijslaginstellingen als door een derde in samenwerking met een kinderbijslaginstelling, met uitzondering van de eigen merkna(a)m(en) van de betreffende instelling:

- Iriscare;
- Famifed;
- Famiris;
- Parentia;

- Kidslife;
- Brussels Family;
- Infino.

Ik dank u voor uw medewerking.

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Tania Dekens

Leidend ambtenaar