

Ref. : CO PF 23

Service: Politique et gestion des prestations familiales

👤 Davy Van den Berghe

☎ 02/435.61.64

@ admin.ctrl@iriscore.brussels

Bruxelles, le 18/04/2024

Objet : Cadre déontologique pour les activités publicitaires - mention obligatoire dans les communications s'adressant au public et limitation des investissements SEA

Madame,

Monsieur,

La présente circulaire apporte des précisions sur l'interdiction de la publicité mensongère telle que prévue à l'article 30, alinéa 1^{er}, de l'ordonnance du 4 avril 2019 établissant le circuit de paiement des prestations familiales.

Tout d'abord, il convient de noter que le terme de publicité est défini au sens large par le législateur. Il s'agit de toute forme de communication ayant pour but direct ou indirect de promouvoir l'affiliation à un organisme d'allocations familiales.

De la définition légale¹, il s'avère que la publicité est trompeuse dès lors qu'elle prête ou peut prêter à confusion de manière quelle qu'elle soit, y compris dans sa présentation, et que, par son caractère trompeur, elle peut porter atteinte à la liberté de choix de l'allocataire des prestations familiales et, de ce fait, cause ou peut causer un préjudice à un ou plusieurs autres organismes d'allocations familiales.

Compte tenu de cette définition légale, il a été décidé que toute communication des organismes d'allocations familiales bruxellois adressée au grand public doit comporter une mention standard précisant que les modalités des prestations familiales bruxelloises sont fixées par la loi et que ces prestations sont financées par des fonds publics (voir point 1).

En outre, à la lumière du même contexte légal, l'achat de mots-clés sur internet (Search Engine Advertising ou SEA) est soumis à une restriction déontologique. A cet effet, elle définit les requêtes de

¹ L'article 30, alinéa 1^{er}, de l'ordonnance du 4 avril 2019 définit la publicité trompeuse comme " toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur et, qui en raison de ce caractère trompeur, est susceptible d'affecter la liberté de choix de l'allocataire et qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un ou plusieurs (autre(s) organisme(s) d'allocations familiales".

recherche qui sont exclues de toutes les formes de campagnes SEA par les organismes d'allocations familiales (voir point 2).

Ces deux points ont fait l'objet d'un accord entre les représentants de tous les organismes d'allocations familiales bruxellois.²

1. MENTION OBLIGATOIRE DANS LES COMMUNICATIONS DES ORGANISMES D'ALLOCATIONS FAMILIALES AU GRAND PUBLIC

La mention suivante doit être suffisamment **lisible et visible** dans tous les messages, publications et autres communications des organismes d'allocations familiales bruxellois adressés au grand public:

Dans les communications en français :

- " *[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 les mêmes pour tous les organismes d'allocations familiales bruxellois. Pour plus d'informations: www.iriscare.brussels/allocations-familiales* "

Dans les communications en néerlandais :

- " *[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* "

Concrètement, cette mention doit apparaître dans tous les messages, publications et autres communications adressés au grand public, et donc pas sur les communications qui sont purement et spécifiquement adressées à ses propres affiliés :

- sur les supports imprimés (flyers, dépliants, affiches, brochures d'information, annonces dans la presse imprimée, ...) : dans le message lui-même, et ce pour tous les supports imprimés qui ont été créés à partir du mois civil suivant celui au cours duquel l'indice pivot (128,11) est atteint;
- sur le site web de l'institution : sur chaque page du site;
- dans les publications audiovisuelles (par exemple spots publicitaires avec ou sans image): dans le message lui-même, si le format et la durée le permettent. Dans le cas contraire et dans la mesure où cela est applicable, en tant que légende à l'endroit où la publication est proposée (page web, ...). En tout cas, sur la ou les page(s) web ou les emplacements en ligne mentionnés dans la publication;
- dans les messages, publications et autres communications en ligne : dans le message lui-même.

Une exception s'applique aux messages sur les médias sociaux : dans ce cas, la mention doit apparaître sur la page web ou l'emplacement en ligne auquel le message fait référence, et dans tous les cas sur la page de profil de l'organisme d'allocations familiales sur ce média social.

² Réunions du groupe de travail du 6 mars 2024 et du 9 avril 2024.

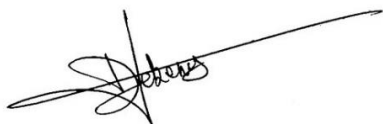
2. LIMITATION DES INVESTISSEMENTS SEA

Les marques suivantes doivent être exclues de toutes les formes de campagnes 'Search Engine Advertising' (publicité sur les moteurs de recherche) et de formes similaires de marketing en ligne payant, tant par les organismes d'allocations familiales que par un tiers en collaboration avec un organisme d'allocations familiales, à l'exception des propres marques de l'organisme concerné:

- Iriscare;
- Famifed;
- Famiris;
- Parentia;
- Kidslife;
- Brussels Family;
- Infino.

Nous vous remercions de votre collaboration.

Veuillez agréer l'expression de mes sentiments les meilleurs,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tania Dekens', with a long horizontal stroke extending to the right.

Tania Dekens

Fonctionnaire dirigeant