

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. DENNIS VAN PEEL

(dossier nr. 2023/581A)

BESLISSING nr. 2023/027

22 mei 2023



## In de zaak van VRM tegen Dennis Van Peel,

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,  
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 22 mei 2023,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

### PROCEDURE

1. De onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) heeft de online video's van 'Dennis Van Peel' op de platformdiensten Instagram en TikTok aan een onderzoek onderworpen in de periode van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023.

Het monitoringsonderzoek betrof de volgende profielen: 'dennisvanpeel' (Instagram) en 'dennisvanpeel' (TikTok).

De aanleiding voor het onderzoek waren indicaties dat commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt in eerdere door Dennis Van Peel online geplaatste video's op deze platformen.

2. Op 19 april 2023 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving.
3. Op 24 april 2023 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, Dennis Van Peel in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 april 2023 aan Dennis Van Peel meegedeeld. Hij krijgt de kans om schriftelijke opmerkingen in te dienen. Aan Dennis Van Peel wordt gevraagd of hij akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak.
5. Op 2 mei 2023 ontvangt de VRM schriftelijke opmerkingen van Dennis Van

Peel. Hij maakt geen gebruik van de mogelijkheid om gehoord te worden.

6. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 22 mei 2023 op basis van de schriftelijke stukken.

## DE FEITEN

7. Op 18 mei 2022, op 20 oktober 2022 en op 5 december 2022 werd Dennis Van Peel per e-mail gecontacteerd door de onderzoekscel van de VRM, naar aanleiding van door hem online geplaatste video's waarin mogelijk commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt.

Daarbij werd telkens duidelijk gewezen op de betreffende verplichtingen uit het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) en werd ook verwezen naar de VRM-website voor meer informatie rond de regelgeving en meer bepaald het 'Content Creator Protocol' van de VRM.

8. Volgens de onderzoekscel bleven het eerste en het tweede bericht onbeantwoord. Het derde bericht werd de dag zelf beantwoord door Dennis Van Peel met de vermelding dat hij bij een video de "*disclosure feature*" van het Instagram-platform ("*paid partnership*" of "*betaald partnerschap*") geactiveerd had. Daarop heeft de onderzoekscel geantwoord dat ook de andere stappen van het 'Content Creator Protocol' opgevolgd dienen te worden, onder meer het gebruik van het label "*advertentie*" of "*publiciteit*".
9. Vervolgens heeft de onderzoekscel de video's onderzocht die door Dennis Van Peel online geplaatst werden in de periode van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023 op het Instagram-profiel 'dennisvanpeel' (met ongeveer 148.000 volgers) en het TikTok-profiel 'dennisvanpeel' (met ongeveer 163.000 volgers).
10. In totaal werden in de onderzochte periode twee video's geüpload die volgens de onderzoekscel commerciële communicatie bevatten.

De onderzoekscel heeft de herkenbaarheid van de commerciële communicatie in deze video's getoetst aan de drie stappen van het 'Content Creator Protocol' (CCP), waarvan de resultaten in onderstaande tabel zijn weergegeven:

	Datum video	Platform		Merk	STAP 1.A. 'advertentie' of 'publiciteit'	STAP 1.B. Aan het begin van de beschrijving/ duidelijk zichtbaar	STAP 2. Vermelding partner of merk	STAP 3. Platform disclosure	Conform/niet conform CCP
1	24 maart	TikTok	(17,9K views)	Dopper en GStar	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
2	5 april	Instagram	Story	loan	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform

11. Bij haar analyse van deze vaststellingen verduidelijkt de onderzoeksceel dat met de omzetting in het Mediadecreet in 2021 van de herziene Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, kanalen en profielen op sociale mediadiensten zoals Instagram en TikTok ook beschouwd kunnen worden als audiovisuele mediadiensten of omroepdiensten (overeenkomstig artikel 2, 26°, van het Mediadecreet).

Volgens de onderzoeksceel voldoen het Instagram- en TikTok-profiel van Dennis Van Peel aan de voorwaarden om beschouwd te worden als een omroepdienst (en meer bepaald een niet-lineaire televisiedienst: een niet-lineaire audiovisuele omroepdienst of audiovisuele omroepdienst op aanvraag).

De dienst heeft een economisch karakter: er worden inkomsten verworven door de activiteiten die uitgeoefend worden op deze diensten. Er is sprake van redactionele verantwoordelijkheid: Dennis Van Peel oefent effectieve controle uit op de keuze van de video's en de organisatie ervan. Het hoofddoel van de dienst bestaat erin om audiovisuele programma's te leveren voor het algemene publiek: de video's worden openbaar online geplaatst voor het algemene publiek, ter informatie, vermaak, educatie of met culturele inslag door middel van elektronische communicatienetwerken.

Dennis Van Peel is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het Instagram-profiel 'dennisvanpeel' en het TikTok-profiel 'dennisvanpeel'. Volgens de onderzoeksceel is hij dus een omroeporganisatie (overeenkomstig artikel 2, 27°, van het Mediadecreet), die (niet-lineaire) omroepdiensten aanbiedt en bijgevolg de bepalingen uit het Mediadecreet met betrekking tot commerciële communicatie moet naleven.

12. De onderzoeksceel meent dat de bovenvermelde video's commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) bevatten voor 'Dopper' en 'GStar' en voor 'loan'. In deze video's worden

deze producten, diensten of merken gepromoot waarvoor Dennis Van Peel een betaling of een andere vergoeding ontving.

De onderzoeksceel wijst erop dat commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut gemakkelijk als zodanig herkenbaar moeten zijn (overeenkomstig artikel 53 van het Mediadecreet).

Zoals bepaald door de algemene kamer van de VRM op de vergadering van 27 september 2021 is er sprake van een duidelijk herkenbare aanduiding indien volgende drie elementen cumulatief aanwezig zijn in elke video:

1. Het woord *“advertentie”* of *“publiciteit”* staat aan het begin van de beschrijving;
2. Het merk, product of dienst is getagd aan het begin van de beschrijving;
3. De *“disclosure feature”* voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst werd geactiveerd bij het uploaden van de video.<sup>1</sup>

De onderzoeksceel geeft aan dat deze en andere informatie rond het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie in online video's op sociale mediaplatformen beschikbaar is op de website van de VRM (<https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/content-creator-protocol>).

13. Volgens de onderzoeksceel werd in de hierboven genoemde twee video's commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar gemaakt voor de kijkers.

In video 1 en 2 wordt geen melding gemaakt van het gebruik van commerciële communicatie. Het woord *“advertentie”* of *“publiciteit”* wordt niet vermeld én de *“disclosure feature”* voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst (Instagram *“betaald partnerschap”* en TikTok *“betaalde partner”*) werd niet geactiveerd.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie ‘Dennis Van Peel’, volgens de onderzoeksceel, meermaals een inbreuk op artikel 53 van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

14. Artikel 2, 5°, 24°, 26° en 27°, van het Mediadecreet luiden als volgt:

*“In dit decreet wordt verstaan onder: [...]”*

<sup>1</sup> Aanbieders van videoplatformdiensten moeten overeenkomstig artikel 176/6, § 1, 2°, van het Mediadecreet *“een functie ter beschikking stellen waarmee gebruikers die door gebruikers gegenereerde inhoud uploaden, kunnen verklaren dat die inhoud commerciële communicatie bevat, op voorwaarde dat ze dat weten of redelijkerwijs zouden kunnen weten”*. Deze verplichting vormt een omzetting van artikel 28ter, § 3, derde lid, c), van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten.

*5° commerciële communicatie: beelden, al dan niet met geluid, of geluiden die dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden of geluiden vergezellen of maken deel uit van een programma of van door gebruikers gegenereerde inhoud, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of ten behoeve van zelfpromotie. Vormen van commerciële communicatie zijn onder meer reclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing;*

*24° niet-lineaire televisiedienst: een niet-lineaire audiovisuele omroepdienst of audiovisuele omroepdienst op aanvraag, dat is een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst die de gebruiker de mogelijkheid biedt om audiovisuele programma's te bekijken op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus;*

*26° omroepdienst: a) een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, die valt onder de redactionele verantwoordelijkheid van een omroeporganisatie, waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit audiovisuele of auditieve programma's leveren voor het algemene publiek, ter informatie, vermaak, educatie of met culturele inslag door middel van elektronische communicatienetwerken. Omroepdiensten zijn radiodiensten of televisiediensten; b) de commerciële communicatie;*

*27° omroeporganisatie: de natuurlijke persoon of de rechtspersoon die de redactionele verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van de omroepdienst en die bepaalt hoe die wordt georganiseerd;"*

15. Artikel 53 van het Mediadecreet bepaalt:

*"Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut moeten gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn."*

#### **A. Argumenten van Dennis Van Peel**

16. In zijn schriftelijke opmerkingen geeft Dennis Van Peel aan dat hij de vaststellingen van de onderzoeksceel van de VRM niet betwist en hij inderdaad stories heeft gepost over 'Ioan Skincare' en 'Dopper' zonder dat "advertentie" of "publiciteit" daarbij was vermeld.

17. Voor de video van 'Dopper' wil hij graag zijn excuses aanbieden. Hij geeft toe dat hij een fout heeft gemaakt door er geen label bij te plaatsen waardoor duidelijk zou zijn geweest dat het hier om reclame ging.

Dennis Van Peel geeft hierbij ook de door de VRM gevraagde informatie met betrekking tot de context van deze video: het aantal volgers, het aantal 'views', de 'engagement rate', de leeftijdscategorieën van de volgers en het tarief voor de betrokken video.

18. Met betrekking tot de stories van 'loan' verklaart Dennis van Peel echter dat het gaat om producten van vrienden en hij voor de stories die hij heeft gepost niet werd betaald, noch enige andere vergoeding heeft ontvangen. De stories zouden louter bedoeld zijn geweest om vrienden te steunen met hun nieuwe merk. Het product in kwestie was zelf aangekocht. Dennis Van Peel meent dan ook dat het niet ging om commerciële communicatie.

## B. Beoordeling

19. Televisieomroeporganisaties die onder de bevoegdheid ressorteren van de Vlaamse Gemeenschap, moeten voldoen aan de bepalingen uit het Mediadecreet. Daartoe behoort de verplichting om commerciële communicatie gemakkelijk als zodanig herkenbaar te maken (overeenkomstig artikel 53 van het Mediadecreet). Dit geldt dus ook voor content creators, influencers en vloggers die onder de definitie van omroeporganisatie (uit artikel 2, 26° van het Mediadecreet) vallen.
20. Om dit te verduidelijken heeft de VRM, naar aanleiding van de omzetting van de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in het Mediadecreet<sup>2</sup>, en de (mogelijke) gevolgen hiervan voor personen die video's op sociale media plaatsen, in december 2021 het 'Content Creator Protocol (CCP)' gepubliceerd op zijn website. Dit CCP werd nadien ook nader toegelicht op een webinar, door middel van infovergaderingen en via persoonlijke contactopname, zoals ook het geval was bij Dennis Van Peel.

In het CCP worden met name ook aanwijzingen gegeven voor het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie voor volgers en kijkers (in de vorm van drie stappen).

De VRM dient echter steeds *in concreto*, geval per geval, te beoordelen, op basis van het geheel van voorliggende feiten, of commerciële communicatie al dan niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar is.

21. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Dennis Van Peel beschouwd dient te worden als een Vlaamse omroeporganisatie die onderworpen is aan de

---

<sup>2</sup> Zie Decr.VI. 19 maart 2021 tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, wat betreft de gedeeltelijke omzetting van richtlijn (EU) 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie, *BS* 29 april 2021.



verplichtingen uit het Mediadecreet, met name bij het aanbieden van commerciële communicatie, en hij de volgende niet-lineaire televisiediensten aanbiedt: 'dennisvanpeel' (Instagram) en 'dennisvanpeel' (TikTok).

Dennis Van Peel geeft toe dat hij op 'dennisvanpeel' (TikTok) tijdens de onderzochte periode (van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023) een video online heeft geplaatst waarin commerciële communicatie aanwezig was (voor 'Dopper') die niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar werd gemaakt voor de kijkers (video 1). Het woord "*advertentie*" of "*publiciteit*" werd niet vermeld én de "*disclosure feature*" voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst ("*betaalde partner*") werd niet geactiveerd.

Op basis van deze vaststellingen oordeelt de algemene kamer van de VRM dat een inbreuk door Dennis Van Peel op de bepalingen van artikel 53 van het Mediadecreet voldoende is aangetoond.

Verdere beoordeling omtrent eventuele bijkomende inbreuken op deze bepaling is derhalve niet noodzakelijk. De overige vaststellingen en het daarbij door Dennis Van Peel gevoerde verweer, worden daarom niet verder onderzocht.

22. Bij het bepalen van de sanctie wordt rekening gehouden met het gegeven dat deze regelgeving vrij nieuw is voor content creators, influencers en vloggers (ook al werden zij reeds uitvoerig geïnformeerd) en dergelijke inbreuk voor het eerst bij VRM-beslissing wordt vastgesteld in hoofde van Dennis Van Peel.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

## **OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

In hoofde van Dennis Van Peel een inbreuk vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Dennis Van Peel hiervoor te waarschuwen.

Aldus beslist te Brussel op 22 mei 2023.

D. PEEREMAN  
griffier

C. ADAMS  
voorzitter

Tegen deze beslissing kan beroep tot nietigverklaring worden aangetekend bij de Raad van State. Dat beroep moet worden ingesteld bij aangetekende brief binnen zestig dagen na de kennisgeving, overeenkomstig de bepalingen van de gecoördineerde wetten op de Raad van State en het besluit van de regent van 23 augustus 1948 tot regeling van de rechtspleging voor de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.