



## **PERSMEDEDELING**

Donderdag 22 december 2022

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

### Waarschuwing voor influencers Steffi Mercie, Sarah Puttemans en Maximiliaan Verheyen

De Vlaamse Regulator voor de Media, de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media, waarschuwt influencers Steffi Mercie, Sarah Puttemans en Maximiliaan Verheyen voor het niet naleven van het Mediadecreet (artikel 53 – Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut moeten gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn).

#### **Over het Content Creator Protocol**

De herziene Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten werd in 2021 omgezet in het Vlaamse Mediadecreet. Hierdoor kunnen kanalen en profielen op sociale mediadiensten zoals Youtube, Instagram en Tiktok ook beschouwd worden als audiovisuele mediadiensten of omroepdiensten. Bijgevolg moeten ook de bepalingen uit het Mediadecreet met betrekking tot commerciële communicatie nageleefd worden.

Zo bepaalt artikel 53 van het Mediadecreet dat **commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut gemakkelijk als zodanig herkenbaar moeten zijn**. Dit geldt dus ook voor **content creators, influencers en vloggers die onder de definitie vallen van omroeporganisatie**.

Zoals bepaald door de algemene kamer van de VRM op de vergadering van 27 september 2021 is er sprake van 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 disclaimer feature voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst werd geactiveerd bij het uploaden van de video

Naar aanleiding van de omzetting van de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in het Mediadecreet, en de (mogelijke) gevolgen hiervan voor personen die video's op sociale media plaatsen, heeft de VRM in december 2021 het **Content Creator Protocol (CCP)** op zijn website gepubliceerd. Dit CCP werd nadien ook nader toegelicht op een webinar, door middel van informatievergaderingen en via persoonlijke contactopname (zoals ook bij Steffi Mercie, Sarah Puttemans en Maximiliaan Verheyen het geval was).

In het CCP worden aanwijzingen gegeven voor het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie voor volgers en kijkers. De VRM dient echter steeds in concreto, geval per geval, te beoordelen of commerciële communicatie al dan niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar is.

### **Content Creator Protocol – aanduiding commerciële communicatie**

Er is sprake van commerciële communicatie in volgende situatie:

1. Je vermeldt (visueel en/of auditief) een merk, bedrijf, product of een dienst in je video.  
EN
2. Je ontvangt een voordeel van het bedrijf achter dit merk, product of dienst.

Een voordeel kan bijvoorbeeld zijn: een betaling, een gratis of met korting gekregen product (make-up, verzorgingsproducten, juwelen, kleding, games, mobiele telefoons, speelgoed, ...) bruikleen (auto's, ...), eten, drinken, restaurantbezoeken, hotelovernachtingen, reizen, evenementen, unieke ervaringen, cadeaubonnen, een commissie via affiliate link, ...

Wanneer een video commerciële communicatie bevat, moet de commerciële communicatie duidelijk herkenbaar worden gemaakt voor volgers en kijkers. Dit gebeurt door volgende drie stappen:

1. Label je commerciële communicatie met '**advertentie**' of '**publiciteit**' aan het begin van je beschrijving
2. Tag je partner (s): **@partner**
3. Geef **binnen het platformstelsel** aan dat jouw video commerciële communicatie bevat.

### **Kwalificatie als Vlaamse omroeporganisatie**

De VRM is van oordeel dat Steffi Mercie, Sarah Puttemans en Maximiliaan Verheyen gekwalificeerd moeten worden als een Vlaamse omroeporganisatie, die bijgevolg onderworpen is aan de verplichtingen uit het Mediadecreet. Zij bieden respectievelijk op Youtube, Instagram en Tiktok niet-lineaire televisiediensten aan.

Die betrokken diensten hebben namelijk een **economisch karakter**: er worden inkomsten verworven door de activiteiten die uitgeoefend worden op deze diensten. Er is sprake van **redactionele verantwoordelijkheid**: de betrokken influencer 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.

**Vaststellingen bij de online geplaatste video's.**

De VRM controleerde de online video's van Steffi Mercie, Sarah Puttemans en Maximiliaan Verheyen op Youtube, Instagram en Tiktok (21 augustus 2022 – 21 september 2022).

Voordien werden de betroffen influencers reeds verschillende malen gecontacteerd door de onderzoeksceel van de VRM , naar aanleiding van online geplaatste video's waarin mogelijke commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt.

Tijdens de onderzochte periode werden:

- door Steffi Mercie 128 video's online geplaatst op Instagram en Tiktok
- door Sarah Puttemans 44 video's online geplaatst op Youtube, Instagram en Tiktok
- door Maximiliaan Verheyen 84 video's online geplaatst op Youtube, Instagram en Tiktok

De VRM stelt vast dat bij Steffi Mercie in 14 van de onderzochte video's; bij Sarah Puttemans in 9 van de onderzochte video's; bij Maximiliaan Verheyen in 8 van de onderzochte video's commerciële communicatie aanwezig is die niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar werd gemaakt voor de kijkers. Zo wordt in bepaalde video's geen melding gemaakt van het gebruik van commerciële communicatie. In andere video's werd wel enige notie gemaakt van de aanwezigheid van commerciële communicatie, maar onvoldoende om gemakkelijk als dusdanig herkenbaar te zijn.

**De in het Content Creator Protocol voorgestelde stappen om commerciële communicatie gemakkelijk als zodanig herkenbaar te maken werden dus niet, niet volledig of foutief uitgevoerd.**

Bij het bepalen van de sanctie wordt rekening gehouden met het gegeven dat deze **regelgeving nieuw is voor content creators, influencers en vloggers** (ook al werden zij reeds uitvoerig geïnformeerd) en de niet-naleving ervan **voor het eerst door de VRM wordt gesanctioneerd.**

De VRM besluit Steffi Mercie, Sarah Puttemans en Maximiliaan Verheyen te waarschuwen voor deze inbreuken op het Mediadecreet.



De beslissingen kunnen geraadpleegd worden op de website van de VRM:

<https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen>



Voor meer informatie kan u terecht bij:

Francis Soulliaert, Communicatieverantwoordelijke VRM  
e-mail: [pers@vrm.vlaanderen.be](mailto:pers@vrm.vlaanderen.be) – tel: 02/553.27.39



Over de Vlaamse Regulator voor de Media:

De Vlaamse Regulator voor de Media is de **onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media**. In het belang van Vlaamse kijkers en luisteraars kijkt hij er op toe dat mediaregelgeving beschreven in het mediadecreet, in Vlaanderen nageleefd wordt. Hij komt tussen bij eventuele geschillen en behandelt klachten over en meldingen van mogelijke inbreuken op de regelgeving. Voorts waakt de VRM ook specifiek over de bescherming van minderjarigen en over onpartijdigheid op de Vlaamse radio en tv. Tot slot beheert de VRM de toekenning van mediavergunningen aan Vlaamse audiovisuele media. De VRM werd in 2006 opgericht door de Vlaamse overheid.