



PERSMEDEDELING

Vrijdag 22 december 2023

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Waarschuwing voor influencers Amber Adomako, Lars Lagaisse en Nour en Fatma Daghbouj

De Vlaamse Regulator voor de Media, de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media, waarschuwt Amber Adomako, Lars Lagaisse en Nour en Fatma Daghbouj voor het niet naleven van het Mediadecreet (artikel 53 – **Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut moeten gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn**).

Context van de beslissingen

Tijdens de periode 5 september – 3 oktober 2023 controleerde de onderzoekscel van de VRM online video's op een aantal platformdiensten.

Het betrof volgende influencers:

- Amber Adomako: 'amber.ansah' (Instagram), 'Amber.Ansah' (TikTok) en 'AmberAnsah' (Youtube)
- Lars Lagaisse: 'larslagaisse' (Instagram – Tiktok)
- Nour en Fatma Daghbouj: 'nourandfatma_' (Instagram) en 'nourandfatma' (Tiktok)

Aanleiding voor het onderzoek waren indicaties dat commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt in eerdere door deze influencers online geplaatste video's op deze platformen.

Reeds eerder werden deze influencers meermaals door de onderzoekscel van de VRM gecontacteerd naar aanleiding van door hen online geplaatste video's waarin mogelijk commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt. Bij de contactname werd door de VRM telkens duidelijk gewezen op de betreffende verplichtingen uit het Mediadecreet en werd ook verwezen naar de VRM-website voor meer informatie rond de regelgeving en meer bepaald het 'Content Creator Protocol' (CCP) van de VRM.

Influencers mogen **commerciële communicatie** uitzenden als deze **gemakkelijk als zodanig herkenbaar is** (overeenkomstig artikel 53 van het Mediadecreet). De Vlaamse Regulator voor de Media heeft in zijn **Content Creator Protocol (CCP)** verduidelijkt dat er sprake is 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.

Beslissing VRM

De VRM heeft vastgesteld dat de bovengenoemde influencers een inbreuk hebben begaan op de bepalingen van artikel 53 van het Mediadecreet waarin wordt bepaald dat commerciële communicatie gemakkelijk als zodanig herkenbaar moet zijn.

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.

De VRM besluit hen dan ook te **waarschuwen** voor deze inbreuk op het Mediadecreet.

De beslissingen raadplegen kan op: <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/beslissingen>

////////////////////////////////////

Voor meer informatie kan u terecht bij:

Francis Soulliaert, Communicatieverantwoordelijke VRM
e-mail: 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.