

3 mei 2023

INFO- EN NETWERKMOMENT VLAAMSE CONTENT CREATORS



**Vlaamse
overheid**

**VLAAMSE
REGULATOR
VOOR DE MEDIA**

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

VLAAMSE
REGULATOR
VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

VRM

- VRM = onafhankelijk toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media. In het belang van Vlaamse kijker en luisteraars ziet hij er op toe dat mediaregelgeving, beschreven in het Mediadecreet in Vlaanderen nageleefd wordt.
- De VRM komt tussen bij eventuele geschillen en behandelt klachten over en meldingen van mogelijke inbreuken op de regelgeving. Voorts waakt hij specifiek over de **bescherming** van minderjarigen en over **onpartijdigheid** op de Vlaamse radio en tv.

VRM

- Door omzetting van de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in het Vlaamse Mediadecreet zijn er nieuwe regels van kracht voor **content creators, influencers, ...** die gebruikmaken van videoplatformdiensten.
 - Naast het toezicht op radio- en televisieomroeporganisaties, nu dus ook toezicht op naleving Mediadecreet door content creators, influencers, die onder de regelgeving vallen.
- De VRM werd in 2006, in navolging van een richtlijn van de Europese Unie, opgericht door de **Vlaamse overheid**.

STRUCTUUR VAN DE ORGANISATIE

Raad van bestuur

Algemene kamer

- 5 leden: 2 magistraten - 3 mediadeskundigen

Kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen

- 9 leden waarvan 4 beroepsjournalisten
- Bij 'bescherming minderjarigen': uitgebreid met experts rond kinderen (kinderpsychologie, pedagogie, ...), minderjarigen en gezinnen.

STRUCTUUR VAN DE ORGANISATIE

Beoordelingscommissie (stimuleringsregeling voor audiovisuele sector)

Administratie

- 20 personeelsleden
- Verschillende diensten
 - Onderzoeksceel: Social Media Watchers
 - Diana Garcia Cordova
 - Rogier Laureys

BEVOEGDHEDEN VRM

- **Toezichthouder= controleert in welke mate het Mediadecreet wordt nageleefd.**
 - Vroeger: Radio en Televisie
 - Nu: uitgebreid met content creators en influencers
- **Artikel 53 van het Mediadecreet:**
 - 'Commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut moeten gemakkelijk als zodanig herkenbaar zijn'
- **Audiovisuele Media!**

BEVOEGDHEDEN VRM

COMMERCIEËLE COMMUNICATIE

VLAAMSE
REGULATOR
VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

 **economie**
FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie



Federale
Overheidsdienst
FINANCIEN



communicatie
centrum

BEVOEGDHEID:



Acid en tientallen andere influencers op vingers getikt omdat ze bedrijfsgegevens niet vermelden: "Ik ga dit niet doen"

Een 50-tal influencers hebben de afgelopen tijd een waarschuwing van de overheid in de bus gekregen. Daarin wijst de FOD Economie hen erop dat ze hun adres en een ondernemingsnummer moeten vermelden op hun profielen op sociale media. Sinds een aantal maanden is dat verplicht voor iedereen die online reclame maakt en daarvoor betaald wordt. "Ik ga dit niet doen", schrijft Acid, één van de bekendste influencers van Vlaanderen.

Denny Baert

vr 05 aug 2022 20:11



Bijna 450.000 mensen volgen op YouTube het wel en wee van Nathan Vandergunst. Daarmee is Acid, zoals hij online bekendstaat, één van de bekendste vloggers van Vlaanderen. In het verleden werd de West-Vlaming al eens op de vingers getikt wegens onwettige verkooppraktijken.

BRON: VRTNWS

BEVOEGDHEID:



Federale
Overheidsdienst
FINANCIËN



NIEUWS SPORT REGIO SLIMMER LEVEN BILLIE PODCAST

MEEST RECENT RED JE GELD BINNENLAND BUITENLAND TV-GIDS PUZZELS MEER...

Fiscus waarschuwt: influencers moeten 'cadeautjes' aangeven op hun belastingbrief



© ROBIN UTRECHT

De FOD Financiën duldt geen "onwetendheid" meer van influencers. Wie in ruil voor geld – of in ruil voor soms erg dure producten – op sociale media een merk of bedrijf promoot, móét dat aangeven op zijn belastingbrief. Financiën heeft er nu zelfs een speciale webpagina rond opgezet.

BRON: HET NIEUWSBLAD

BEVOEGDHEID:



Influencers moeten vanaf nu verduidelijken dat ze reclame maken



© Getty Images

Staatssecretaris voor Consumentenbescherming Eva De Bleeker (Open VLD) en het Communicatie Centrum komen met concrete richtlijnen voor influencers om te verduidelijken dat ze reclame maken.

BRON: HET NIEUWSBLAD

HOE GAAN

WE TE

WERK?

- Klachtenprocedure

- Verzoek Vlaamse Regering

- Ambtshalve onderzoeken

SANCTIEMOGELIJKHEDEN

➔ **Belangrijkste sanctie**

Waarschuwing

Geldboetes

TWEE GOUDEN TIPS

- **Informeer je!**
 - Pagina 'Content Creator Protocol'
 - Veelgestelde vragen
 - Nieuwsbrief
 - LinkedIn
 - Twitter
 - Facebook
- **Wij zijn bereikbaar**



**CONTENT
CREATOR
PROTOCOL**

Content Creator Protocol



**1 Commerciële
Communicatie**



2 Minderjarigen



**3 Verbod op
haatspraak en
geweld**

COMMERCIËLE COMMUNICATIE



Je video bevat een auditieve en/of visuele vermelding van een **merk**, product, dienst, ...

Je ontvangt een **voordeel** van het bedrijf achter dit merk, product of dienst



HOE LABELLEN?

1

Label je commerciële communicatie met 'advertentie', 'publiciteit', 'reclame' of 'advertising' aan het begin van je beschrijving.

2

Tag je partner(s)

3

Geef bij het platform aan dat je video merkinhoud bevat

MINDERJARIGEN



Commerciële communicatie

Commerciële communicatie die gericht is op kinderen en jongeren, moet voor hen duidelijk als zodanig herkenbaar zijn.

Video's die voornamelijk gericht zijn op kinderen jonger dan 12 jaar:

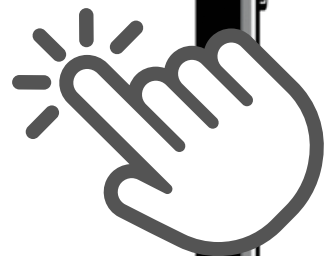
- Geen productplaatsing
- Geen logo van een sponsor tijdens de video

VERBOD OP HAATSPRAAK

**Aanzetten tot geweld of
haat jegens een groep
personen of een lid van
een groep van personen**



VOORBEELDEN
PER PLATFORM



RESULTATEN MONITORINGONDERZOEK



MONITORING

AANTAL GEVOLGDE ACCOUNTS PER PLATFORM



1532



1229



553



556

In april 2023 voerde de VRM een onderzoek naar het gebruik van de labels “advertentie”, “publiciteit” en “reclame” door de Vlaamse content creators. Hierbij werden 2974 video’s onderzocht bij meer dan 800 verschillende content creators op de verschillende socialemediakanalen (YouTube, Instagram, TikTok en Twitch).

De resultaten van dit onderzoek bevestigen wat reeds duidelijk was geworden doorheen de dagdagelijkse monitoring door de VRM; de duidelijke herkenbaarheid van commerciële communicatie, gebracht door Vlaamse content creators in het kader van audiovisuele mediadiensten, op de sociale mediaplatformen Youtube, Instagram, Tiktok en Twitch is gestegen in 2023



2974

Onderzochte video's



292

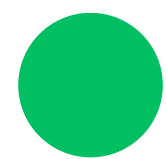
**Commerciële
communicatie**

120

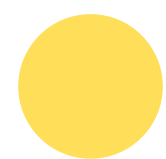
Zelfpromotie

2562

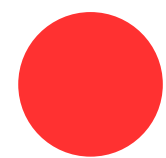
Geen commerciële
communicatie



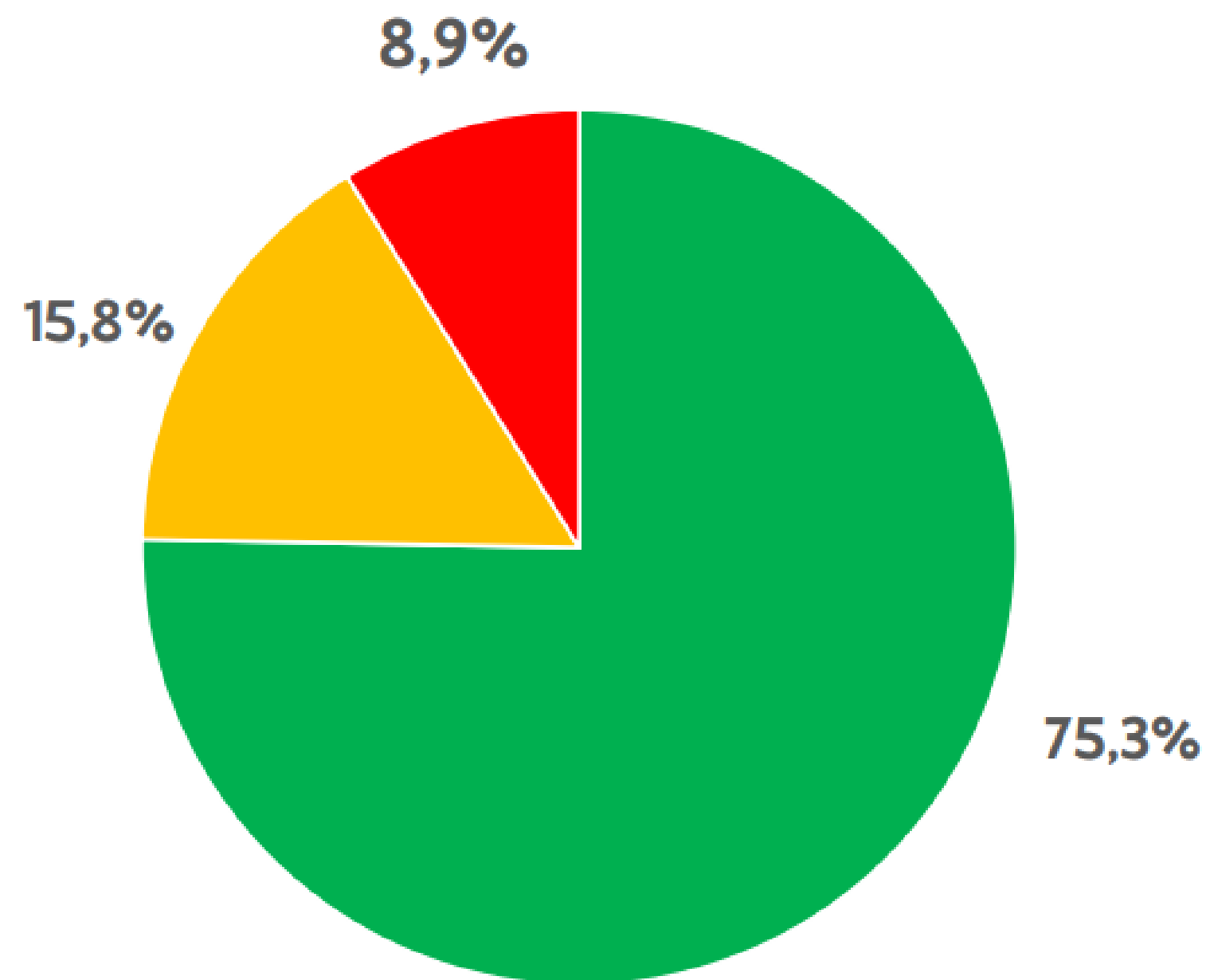
'ADVERTENTIE', 'PUBLICITEIT',
'RECLAME' OF 'ADVERTISING'

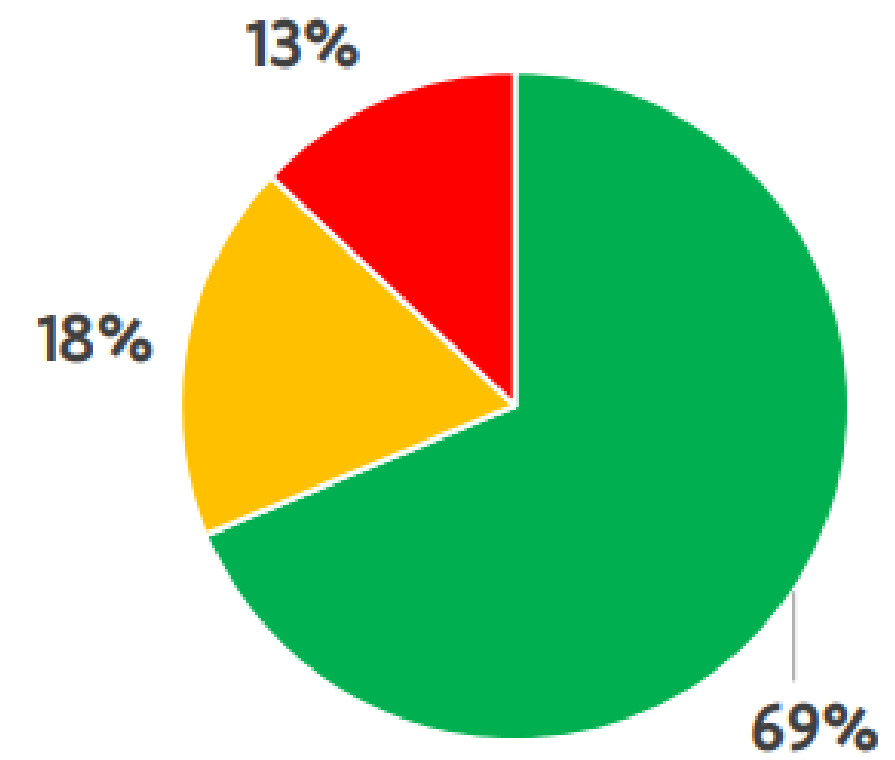
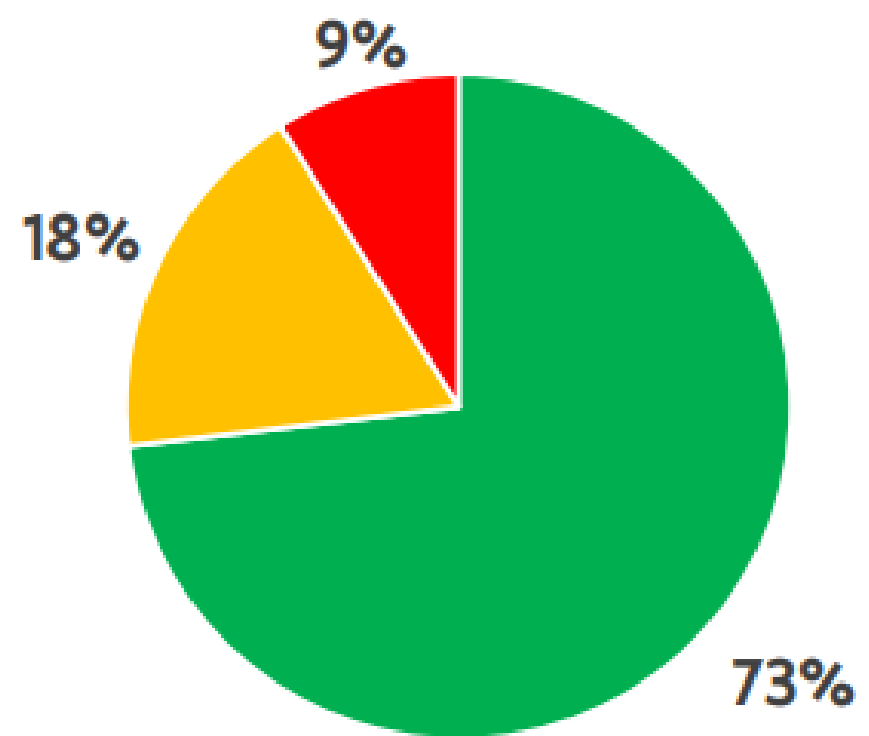
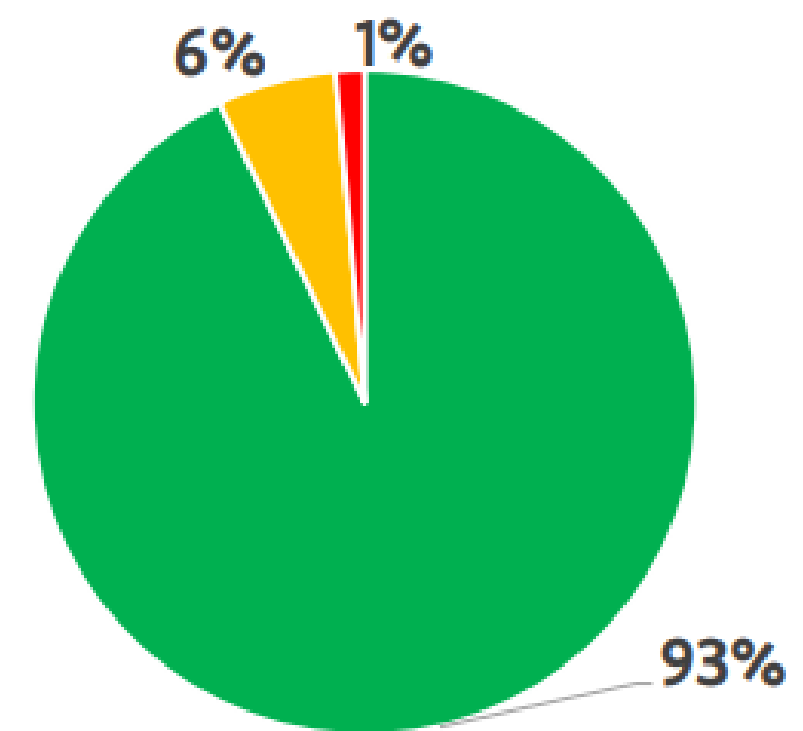
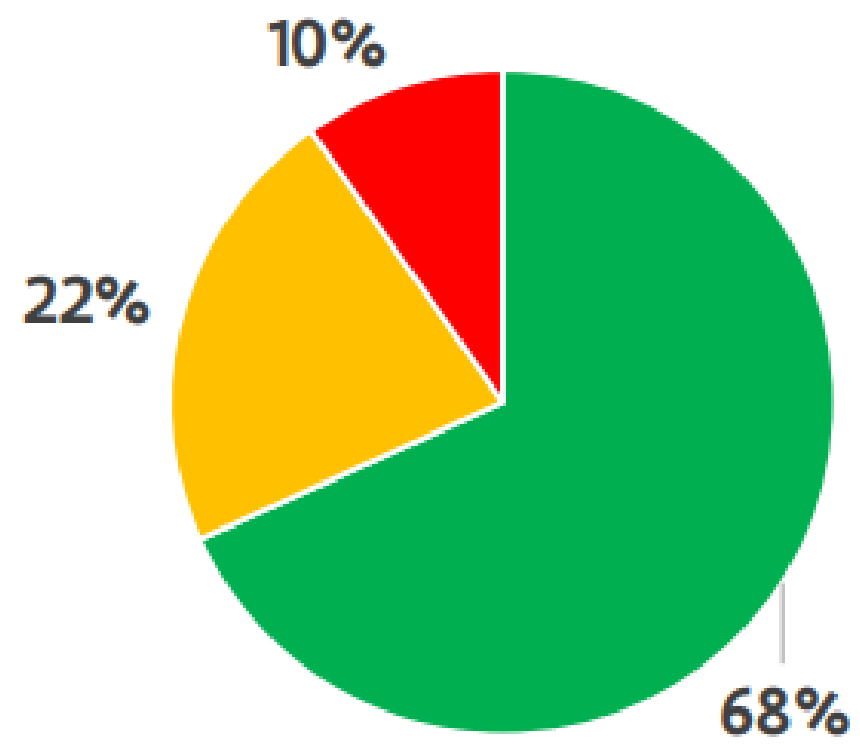


ONDUIDELIJK LABEL (#AD,
SPONS, COLLAB, GIFTED...)



GEEN LABEL





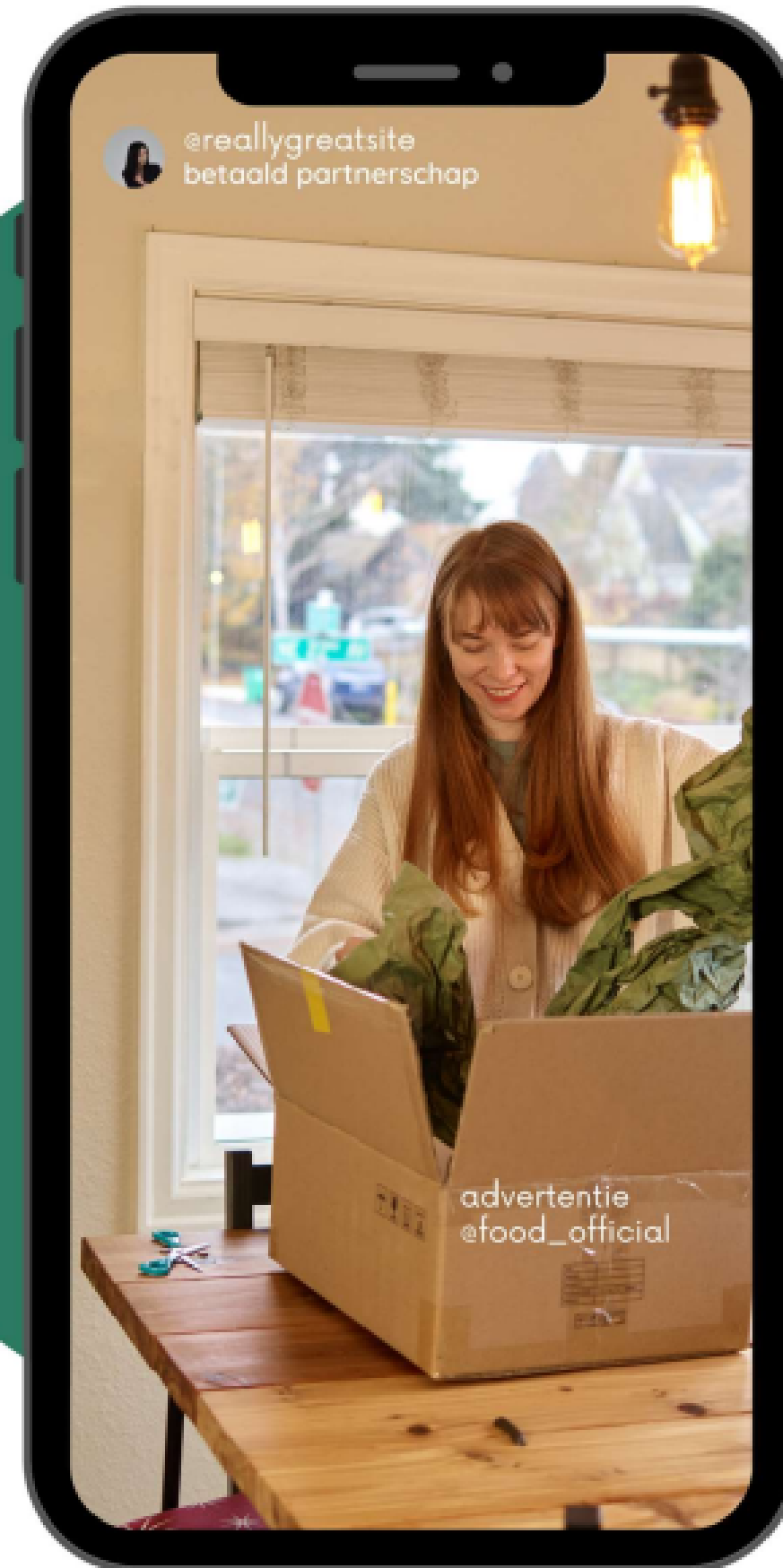
70%

DECEMBER 2023



75%

APRIL 2023



Contacteer ons

 socialmediawatchers.vrm@vlaanderen.be

 Diana Garcia Cordova - 02 553 12 72
Rogier Laureys - 02 553 14 87

CONTACTGEGEVENS ANDERE INSTANTIES

FOD Economie

- BTW-NUMMER, ONDERNEMING, ADRES IN BIO, ..
- info.eco@economie.fgov.be

FOD Financiën

- BELASTINGEN, PRESTATIES, STATUUT, ..
- 02 572 57 57