

## **ONDERZOEK VRM: Ruim 80% van de online video's van Vlaamse influencers bevatten een duidelijk label waarmee commerciële communicatie wordt aangeduid.**

De Vlaamse Regulator voor de Media, onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media, is bevoegd om het toezicht uit te voeren op de **online video's** van de Vlaamse content creators. Het toezicht door de VRM betreft aldus enkel toezicht op online video's, niet op de afbeeldingen die geplaatst worden op de socialemediakanalen.

In **december 2023** voerde de VRM een onderzoek uit naar de **aanduiding van commerciële communicatie op online video's** (Instagram, TikTok, Twitch en YouTube).

Hierbij werden door de VRM **2.559 video's** bekeken op de verschillende socialemediakanalen. Het betreft video's van **968 unieke Vlaamse content creators**.

Uit het onderzoek blijkt dat **11% van deze video's commerciële communicatie bevatten**. In **81% van de video's wordt een duidelijk label** ("advertentie", "publiciteit", "reclame" of "advertising") gebruikt om de **commerciële communicatie aan te duiden**, is dit label **duidelijk leesbaar in één oogopslag** en wordt **de (commerciële) partner getagd**.

De cijfers variëren tussen de verschillende socialemediakanalen:

- 62% YouTube
- 80% Instagram
- 83% TikTok
- 90% Twitch

De resultaten van dit onderzoek **bevestigen de positieve tendens van het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie door Vlaamse content creators**. Bij een eerder VRM-onderzoek (december 2022) werd in 71% van de video's een duidelijk label gebruikt en werd de (commerciële) partner getagd.

De Vlaming kan dus, sinds de publicatie van het CCP twee jaar geleden en het uitoefenen van het toezicht op deze nieuwe regelgeving door VRM, beter herkennen wanneer de video's die hij of zij bekijkt op socialemediaplatformen commerciële communicatie bevatten.

---

BIJKOMENDE INFORMATIE OVER HET DUIDELIJK HERKENBAAR MAKEN VAN COMMERCIEËLE COMMUNICATIE:

Wanneer een video van een content creator commerciële communicatie bevat (de video bevat een auditieve en/of visuele vermelding van een merk, product, dienst EN de content creator heeft een voordeel ontvangen van het bedrijf achter dit merk, product of dienst) dan dient de content creator dit duidelijk herkenbaar maken. Hiervoor moeten volgende drie stappen uitgevoerd worden:

1. Label de commerciële communicatie met 'advertentie' of 'publiciteit' aan het begin van de beschrijving
2. Het taggen van de (commerciële) partner
3. Binnen het platformstelsel aangeven dat de video commerciële communicatie bevat.

Het hierboven beschreven onderzoek gaat enkel over de eerste twee stappen voor het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie: het toevoegen van een gepast label en het taggen van de (commerciële) partner.

