

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. LISA SLOODTS

(dossier nr. 2023/581D)

BESLISSING nr. 2023/029

22 mei 2023



## In de zaak van VRM tegen Lisa Sloodts,

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 onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) heeft de online video's van 'Lisa Sloodts' 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: 'lisasloodts' (Instagram) en 'lisa.sloodts' (TikTok).

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

2. Op 19 april 2023 legt de onderzoeksceel 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, Lisa Sloodts in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 april 2023 aan Lisa Sloodts meegedeeld. Zij krijgt de kans om schriftelijke opmerkingen in te dienen. Aan Lisa Sloodts wordt gevraagd of zij akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak.
5. Op 12 mei 2023 ontvangt de VRM schriftelijke opmerkingen van Lisa Sloodts. Zij 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 16 februari 2022, op 4 april 2022 en op 27 oktober 2022 werd Lisa Sloodts per e-mail gecontacteerd door de onderzoekscel van de VRM, naar aanleiding van door haar 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.

Volgens de onderzoekscel bleven alle e-mails onbeantwoord.

8. Vervolgens heeft de onderzoekscel de video's onderzocht die door Lisa Sloodts online geplaatst werden in de periode van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023 op het Instagram-profiel 'lisasloodts' (met ongeveer 8.906 volgers) en het TikTok-profiel 'lisa.sloodts' (met ongeveer 24.300 volgers).
9. Meer bepaald op het Instagram-profiel 'lisasloodts' werden in de onderzochte periode zes 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	Views	Merk	STAP 1A. 'advertentie' of 'publiciteit'	STAP 1B. Aan het begin van de beschrijving/ duidelijk zichtbaar	STAP 2 Vermelding partner of merk	STAP 3 Platform disclosure	Conform/niet conform CCP
1	15 maart	Instagram	Story	'Hogwarts Legacy' (Warner Bros)	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
2	15 maart	Instagram	Story	'Hogwarts Legacy' (Warner Bros)	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
3	15 maart	Instagram	Story	'Hogwarts Legacy' (Warner Bros)	"gifted"	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
4	16 maart	Instagram	1 832 ( <a href="#">Reel</a> )	'The Mandalorian' (Disney+)	"invited"	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
5	3 april	Instagram	Story	FACTS (Fantasy Anime Comics Toys Space)	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
6	6 april	Instagram	3 899 ( <a href="#">Reel</a> )	'The Friends Experience' (Warner Bros)	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform

10. Bij haar analyse van deze vaststellingen verduidelijkt de onderzoekscel 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 onderzoekscel voldoen het Instagram- en TikTok-profiel van Lisa Sloodts 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: Lisa Sloodts 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.

Lisa Sloodts is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het Instagram-profiel 'lisa.sloodts' en het TikTok-profiel 'lisa.sloodts'. Volgens de onderzoeksceel is zij 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.

11. De onderzoeksceel meent dat de bovenvermelde video's (1 tot en met 6) commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) bevatten voor 'Hogwarts Legacy' ('Warner Bros'), 'The Mandalorian' ('Disney+'), 'FACTS' ('Fantasy Anime Comics Toys Space') en 'The Friends Experience' ('Warner Bros'). In deze video's worden deze producten, diensten of merken gepromoot waarvoor Lisa Sloodts 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>).

<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.

12. Volgens de onderzoekscel werd in de hierboven genoemde zes video's commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar gemaakt voor de kijkers.

In video 1, 2, 5 en 6 wordt geen melding gemaakt van het gebruik van commerciële communicatie. Het label "advertentie" of "publiciteit" wordt niet gebruikt. De "disclosure feature" voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst werd in deze video's niet geactiveerd ("betaald partnerschap").

In video 3 en 4 wordt enige notie gemaakt van de aanwezigheid van commerciële communicatie maar deze is voor de kijkers niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar. Het label "advertentie" of "publiciteit" wordt niet gebruikt. De "disclosure feature" voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst werd in deze video's niet geactiveerd ("betaald partnerschap").

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie 'Lisa Sloodts', volgens de onderzoekscel, meermaals een inbreuk op artikel 53 van het Mediadecreet.

## TOEPASSELIJKE REGELS

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

*"In dit decreet wordt verstaan onder: [...]"*

*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;"*

14. Artikel 53 van het Mediadecreet bepaalt:

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

## A. Argumenten van Lisa Sloodts

15. In haar schriftelijke opmerkingen wil Lisa Sloodts enkel benadrukken dat zij voor geen enkele samenwerking geld ontvangt, waardoor zij op de stories en posts meestal *"gifted"* of *"invited"* zet zodat hier een duidelijk verschil is.
16. Lisa Sloodts voegt verder ook nog informatie toe, zoals gevraagd door de VRM indien beschikbaar, met betrekking tot de context van de vaststellingen, over het aantal volgers, het aantal 'views', de 'engagement rate', de leeftijdscategorieën van de kijkers en de tarieven van de betrokken video's of campagnes.

## B. Beoordeling

17. 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.
18. Om dit te verduidelijken heeft de VRM, naar aanleiding van de omzetting van de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in het Mediadecreet<sup>2</sup>,

<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



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 Lisa Sloodts.

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.

19. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Lisa Sloodts beschouwd dient te worden als een Vlaamse omroeporganisatie die onderworpen is aan de verplichtingen uit het Mediadecreet, met name bij het aanbieden van commerciële communicatie, en zij de volgende niet-lineaire televisiediensten aanbiedt: 'lisasloodts' (Instagram) en 'lisa.sloodts' (TikTok).

Op 'lisasloodts' (Instagram) heeft zij tijdens de onderzochte periode (van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023) in totaal zes video's online geplaatst, waarvan zij niet ontkent dat het ging om 'samenwerkingen', maar wel aangeeft dat die niet tegen betaling gebeurden. Zowel het op uitnodiging gratis bijwonen van een evenement als gratis ontvangen producten zijn echter *"een soortgelijke vergoeding"* zoals bedoeld artikel 2, 5°, van het Mediadecreet, waardoor hier dan ook voldaan is aan de definitie van commerciële communicatie.

20. Uit de beelden en het onderzoeksrapport blijkt dat bij deze zes onderzochte video's de aanwezige commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar werd gemaakt voor de kijkers. Bij video's 1, 2, 5 en 6 ontbreekt elke vermelding die op commerciële communicatie zou kunnen wijzen en bij de andere video's (3 en 4) werd enkel de vermelding *"gifted"* of *"invited"* toegevoegd. Dit zijn niet alleen Engelse termen, die mogelijk niet alle Vlaamse volgers begrijpen, ook wijst de inhoud ervan onvoldoende duidelijk op de aanwezigheid van commerciële communicatie. Louter de toevoeging van deze labels, ook al wordt de partner of het merk getagd, volstaat bij deze video's dan ook niet om de kijkers afdoende te wijzen op de aanwezigheid van commerciële communicatie.<sup>3</sup>

Uit het voorgaande volgt dat Lisa Sloodts, bij zes video's op het Instagram-profiel 'lisasloodts' die zij tijdens de onderzochte periode online

---

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.

<sup>3</sup> Zie VRM-beslissing nr. 2022/037 van 14 november 2022 en beslissing nr. 2023/010 van 27 maart 2023.

heeft geplaatst, commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar heeft gemaakt.

Bijgevolg heeft Lisa Sloodts de bepalingen van artikel 53 van het Mediadecreet geschonden.

21. 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 inbreuken voor het eerst bij VRM-beslissing wordt vastgesteld in hoofde van Lisa Sloodts.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

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

In hoofde van Lisa Sloodts inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Lisa Sloodts 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.