

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. CDMC WORKS BV

(dossier nr. 2024/639)

BESLISSING nr. 2024/066

9 december 2024

In de zaak van VRM tegen CDMC Works BV,

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,
Mevr B. PONET, *ondervoorzitter*,
Dhr D. BRAECKEVELT,
Mevr K. VAN DER PERRE,
Dhr L. VANFLETEREN, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslagingen op 18 november 2024 en 9 december 2024,
Neemt op de laatste datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. De onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) heeft de online video's van 'CDMC Works BV' op de platformdienst YouTube, meer bepaald het profiel 'Celine Dept', aan een onderzoek onderworpen in de periode van 24 juli 2024 tot en met 6 augustus 2024.

De aanleiding voor het onderzoek waren indicaties dat commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt in online geplaatste video's op dit kanaal.

2. Op 18 september 2024 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving.
3. Op 23 september 2024 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, CDMC Works BV in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 26 september 2024 aan CDMC Works BV meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.
5. CDMC Works BV bezorgt schriftelijke opmerkingen aan de VRM op 19 oktober 2024. Zij vraagt hierbij om tevens te worden gehoord.
6. Op de zitting van 18 november 2024 wordt CDMC Works BV, vertegenwoordigd door haar advocaat Liesbeth Van Schoubroeck en haar bestuurder Michiel Callebaut, gehoord door de algemene kamer van de VRM.

DE FEITEN

7. De onderzoeksceel heeft de video's onderzocht die door CDMC Works BV in de periode van 24 juli 2024 tot en met 6 augustus 2024 online werden geplaatst op het YouTube-profiel 'Celine Dept' (met ten tijde van de vaststellingen 36,6 miljoen volgers).
8. Bij haar analyse verduidelijkt de onderzoeksceel dat met de omzetting van de herziene Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet), kanalen en profielen op sociale mediadiensten zoals YouTube ook beschouwd kunnen worden als audiovisuele mediadiensten of omroepdiensten (overeenkomstig artikel 2, 26°, van het Mediadecreet).

Volgens de onderzoeksceel voldoet het YouTube-profiel 'Celine Dept' van CDMC Works BV 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 (overeenkomstig artikel 2, 24°, van het Mediadecreet)).

De dienst heeft een economisch karakter: er worden inkomsten verworven door de activiteiten die uitgeoefend worden op deze dienst. Er is sprake van redactionele verantwoordelijkheid: Céline Dept en Michiel Callebaut oefenen als bestuurders van de besloten vennootschap 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.

De besloten vennootschap CDMC Works is de rechtspersoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het YouTube-profiel 'Celine Dept'. 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.

9. Tijdens de onderzochte periode stelde de onderzoeksceel op dit profiel met name drie video's vast waarin volgens haar sprake is van commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) voor 'Juventus FC'.

In deze video's wordt volgens de onderzoeksceel immers het merk en imago van 'Juventus FC' gepromoot, waarvoor omroeporganisatie CDMC Works BV, waarvan bestuurder Céline Dept zichzelf ook publiek uit als 'digital creator' van het 'Juventus Creator Lab', een financiële betaling en/of een ander voordeel of vergoeding ontving.

10. De onderzoeksceel heeft deze drie video's vervolgens getoetst aan de herkenbaarheidsvereiste inzake commerciële communicatie uit artikel 53 van het Mediadecreet en daarbij de drie stappen van het Content Creator Protocol (CCP) overlopen.

De resultaten hiervan zijn in onderstaande tabel weergegeven:

	Datum video	Platform	Formaat (weergaves)	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	24 juli	YouTube	(600 000) Long form	Juventus FC	afwezig	n.v.t.	ja	afwezig	niet conform
2	5 augustus	YouTube	(690 000) Long form	Juventus FC	afwezig	n.v.t.	ja	afwezig	niet conform
3	6 augustus	YouTube	(340 000) Live Stream	Juventus FC	afwezig	n.v.t.	ja	afwezig	niet conform

11. De onderzoeksceel wijst erop dat commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut gemakkelijk als zodanig herkenbaar moeten zijn (overeenkomstig artikel 53 van het Mediadecreet).

Tijdens haar vergadering van 27 september 2021 heeft de algemene kamer van de VRM als leidraad aangenomen dat er alleszins 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.¹

12. Volgens de onderzoeksceel waren de drie hierboven genoemde elementen in de drie video's in kwestie telkens niet cumulatief aanwezig, waardoor de commerciële communicatie die volgens haar in deze video's vervat zit, niet als zodanig gemakkelijk herkenbaar werd gemaakt.

- In video 1 (YouTube van 24 juli 2024, 'I Challenged Juventus', duurtijd 19m58) daagt Céline Dept de spelers van Juventus uit om het tegen haar op te nemen in verschillende sport- en spelactiviteiten (zoals tafeltennis, tafelfootbal, darts, voetbalspelletjes, ...).

¹ 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.

- In video 2 (YouTube van 5 augustus 2024, 'I Joined Juventus For 1 Week', duurtijd 21m12) sluit Céline Dept zich aan bij het team van Juventus tijdens hun voorseizoenstraining. Zij reist mee met het team met het vliegtuig, ze verblijft mee op het trainingskamp en verkent de faciliteiten. Door een speciale pas krijgt zij toegang tot het complex en de diverse activiteiten en evenementen. Ze legt uitdagingen voor aan de spelers en toont hoe het er achter de schermen van het trainingskamp aan toegaat.
- In video 3 (YouTube-livestream van 6 augustus 2024, 'Live on the pitch at Juventus Game!', duurtijd 1u48m59) woont Céline Dept een voetbalwedstrijd van Juventus bij in het Allianz-stadion. Zij heeft toegang tot de spelers naast het veld en gaat verschillende uitdagingen aan die kijkers live voorstellen. Ze draagt een T-shirt met het logo van het 'Juventus Creator Lab' en betreft het aanwezige publiek bij haar video.

In deze drie video's wordt het woord "*advertentie*" of "*publiciteit*" of "*advertising*" echter niet vermeld. Het merk/de partner wordt regelmatig vermeld. De 'platform disclosure'-functionaliteit ("*betaalde partner*") werd niet geactiveerd.

Door het niet plaatsen van het label "*advertentie*" of "*publiciteit*" of "*advertising*" kan de kijker de betrokken commerciële communicatie niet herkennen, aldus de onderzoeksceel.

Bijgevolg begaat CDMC Works BV, volgens de onderzoeksceel, inbreuken 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 CDMC Works BV

15. In haar verweer voert CDMC Works BV eerst aan dat het commercieel model van het kanaal 'Celine Dept' niet bestaat in het verwerven van inkomsten door het promoten van producten, doch in het verwerven van inkomsten uit reclame die YouTube zelf rond de door haar gemaakte en geüploade video's plaatst en waarvoor zij door YouTube wordt vergoed. Aangezien deze inkomsten afhankelijk zijn van het aantal views is haar doelstelling bijgevolg om per filmpje een zo groot mogelijk aantal views te krijgen. Door te focussen op verschillende grote teams en spelers uit verschillende landen bouwt zij in functie hiervan verder aan een internationaal abonneebestand.
16. CDMC Works BV laat tevens gelden dat de kwestieuze video's niet gemaakt zijn op vraag van 'Juventus FC' en dat zij geen enkel voordeel heeft ontvangen in ruil voor het maken van deze filmpjes. Zij gaat ondertussen regelmatig op bezoek bij de grootste clubs in Europa, maar wordt hiervoor nooit gevraagd. Zij vraagt zelf of ze mag komen, krijgt hiervoor geen enkele vergoeding en betaalt zelf haar reis en verblijf. Bij 'Juventus FC' is dit niet anders gegaan.

Zij betwist niet dat 'Juventus FC' haar na deelname aan een event van het 'Juventus Creator Lab' een voorstel heeft gedaan om een officiële 'Juventus content creator' te worden, waarbij zij zou worden betaald voor het plaatsen van filmpjes op haar kanaal, maar zij heeft dit voorstel geweigerd, aangezien zij alle vrijheid wil behouden om ook andere ploegen te bezoeken.

Zij heeft uitdrukkelijk te kennen gegeven dat zij niet anders behandeld wenste te worden dan de gewone media en zij heeft een media-accreditatie aangevraagd bij en gekregen van 'Juventus FC'. Het feit dat zij als internationaal gekend mediakanaal gespecialiseerd in voetbal toegang krijgt tot plaatsen die aan de media worden voorbehouden kan volgens haar echter niet als een 'voordeel' worden aanzien doch is eigen aan de sport.

17. De kwestieuze video's hebben volgens CDMC Works BV ook geen commerciële boodschap, in de zin dat 'Juventus FC' niet wordt gepromoot. De voetbalclub is enkel de setting (net zoals er filmpjes zijn die zich afspelen in het universum van andere clubs), doch de video's focussen op Céline Dept zelf en hoe zij het voetbal beleeft.
18. Zij geeft nog aan dat zij, in die gevallen waar zij wel commerciële boodschappen plaatst op het betrokken kanaal, het CCP scrupuleus tracht na te leven, en verwijst hiervoor naar een lopende samenwerking met een merk. Tot slot verzoekt zij tevens om, indien toch een inbreuk zou worden vastgesteld, rekening te houden met de onduidelijkheid over de positie van een mediakanaal in de sport.

B. Beoordeling

19. Televisieomroeporganisaties die onder de bevoegdheid ressorteren van de Vlaamse Gemeenschap, moeten voldoen aan de bepalingen uit het Mediadecreet. Daartoe behoort de verplichting om voorkomende 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.
20. Om dit te verduidelijken heeft de VRM, naar aanleiding van de omzetting van de herziene Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten in het Mediadecreet², 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. In het CCP worden ook 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, op basis van het geheel van voorliggende feiten, of sprake is van commerciële communicatie en, zo ja, of deze al dan niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar is.

21. In dit verband neemt de algemene kamer van de VRM in het bijzonder nota van het verweer dat CDMC Works BV voor de drie kwestieuze video's inzake 'Juventus FC' geen andere werkwijze heeft gehanteerd dan voor gelijkaardige redactionele video's inzake andere voetbalclubs, en met name zelf heeft ingestaan voor de reis- en verblijfskosten, zodat *in casu* bezwaarlijk kan worden voorgehouden dat hier sprake is van een specifiek *voordeel in ruil waarvoor* zij een bepaalde voetbalclub, als het ware als product, zou hebben gepromoot aan de hand van commerciële inhoud op haar aan deze sport in het algemeen gewijde kanaal. Verder kan het verweer worden aanvaard dat te dezen ook geen promotie wordt gevoerd voor goederen of diensten die Juventus FC zou aanbieden.
22. Uit de informatie waarover de algemene kamer van de VRM beschikt, kan in dit geval derhalve niet worden opgemaakt dat de drie in het geding zijnde video's commerciële communicatie voor 'Juventus FC' zouden uitmaken in de zin van artikel 2, 5°, van het Mediadecreet, en dus gemakkelijk als zodanig herkenbaar hadden moeten worden gemaakt overeenkomstig artikel 53 van hetzelfde decreet.

² 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 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.

Bijgevolg worden in de drie onderzochte video's geen inbreuken vastgesteld op artikel 53 van het Mediadecreet.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van CDMC Works BV binnen het kader van de huidige procedure geen inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet.

Aldus beslist te Brussel op 9 december 2024.

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.