

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. SHAUNA DEWIT

(dossier nr. 2024/645)

BESLISSING nr. 2024/069

9 december 2024

In de zaak van VRM tegen Shauna Dewit,

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 beraadslaging op 9 december 2024,
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

PROCEDURE

1. De onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) heeft de online video's van 'Shauna Dewit', op de platformdiensten Instagram, TikTok en YouTube aan een onderzoek onderworpen in de periode van 2 september 2024 tot en met 25 september 2024.

Het monitoringsonderzoek had meer bepaald betrekking op de volgende profielen en kanalen: 'shauna.dewit' (Instagram), 'shaunadewit' (TikTok) en 'shaunadewit.' (YouTube).

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

2. Op 28 oktober 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 4 november 2024 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, Shauna Dewit in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 7 november 2024 aan Shauna Dewit meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

De VRM vraagt hierbij of Shauna Dewit akkoord kan gaan met een volledig

schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting.

5. Shauna Dewit bezorgt via haar advocaten schriftelijke opmerkingen aan de VRM met een aangetekend schrijven van 21 november 2024. Zij vraagt hierbij niet om gehoord te worden.
6. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 9 december 2024 op basis van de schriftelijke stukken.

DE FEITEN

7. Op 27 januari 2022, op 14 februari 2023, op 23 augustus 2023 en op 7 maart 2024 werd Shauna Dewit per e-mail gecontacteerd door de onderzoeksceel 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 onderzoeksceel werd telkens op deze berichten gereageerd door het influencer-agentschap van Shauna Dewit.

8. Vervolgens heeft de onderzoeksceel de video's onderzocht die door Shauna Dewit online geplaatst werden in de periode van 2 september 2024 tot en met 25 september 2024 op het Instagram-profiel 'shauna.dewit' (met ongeveer 1,4 miljoen volgers), het TikTok-profiel 'shaunadewit' (met ongeveer 2,1 miljoen volgers) en het YouTube-profiel 'shaunadewit.' (met ongeveer 22.600 abonnees).
9. De onderzoeksceel heeft de commerciële communicatie in deze video's getoetst aan de herkenbaarheidsvereiste uit artikel 53 van het Mediadecreet en daarbij de drie stappen van het Content Creator Protocol (CCP) overlopen.

De resultaten daarvan, meer bepaald betreffende drie video's die in de onderzochte periode werden geüpload op het Instagram-profiel 'shauna.dewit', 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	2 sept	Instagram	Story	Go Türkiye	'Invitation'	n.v.t.	✓	afwezig	niet conform
2	17 sept	Instagram	Reel (2 200 000)	Pacaya	'thanks to'	n.v.t.	✓	afwezig	niet conform
3	22 sept	Instagram	Story	W-Racing-team (WRT)	'Invitation'	n.v.t.	✓	afwezig	niet conform

10. Bij haar analyse van deze vaststellingen verduidelijkt de onderzoeksceel dat met de omzetting in het Mediadecreet in 2021 van de herziene Europese Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, kanalen en profielen op sociale mediadiensten zoals Instagram ook beschouwd kunnen worden als audiovisuele mediadiensten of omroepdiensten (overeenkomstig artikel 2, 26°, van het Mediadecreet).

Volgens de onderzoeksceel voldoet het Instagram-profiel 'shauna.dewit' van Shauna Dewit 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 dienst. Er is sprake van redactionele verantwoordelijkheid: Shauna Dewit 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.

Shauna Dewit is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het Instagram-profiel 'shauna.dewit'. 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 3) commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) bevatten voor 'Go Türkiye', 'Pacaya' en 'W-Racingteam (WRT)'. In deze video's worden deze producten, diensten of merken gepromoot waarvoor Shauna Dewit een financiële betaling en/of een andere vergoeding ontving.

De onderzoekscel 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

De onderzoekscel geeft aan dat deze en andere informatie rond het duidelijk herkenbaar maken van commerciële communicatie in online video's op sociale mediaplatformen via diverse informatie- en overlegsessies met de sector werd meegegeven en ook via het CCP beschikbaar is op de website van de VRM (<https://www.vlaamse-regulator-media.be/nl/content-creator-protocol>).

12. Volgens de onderzoekscel waren de drie hierboven genoemde elementen in de drie video's in kwestie telkens niet cumulatief aanwezig.
 - In video 1 (Instagram Story van 2 september 2024) wordt het woord *“advertentie”* of *“publiciteit”* niet vermeld. Het woord *“invitation”* wordt helemaal onderaan het scherm in beeld gebracht. Het merk 'Go Türkiye' wordt vermeld. De 'platform disclosure'-functionaliteit (*“betaald partnerschap”*) werd niet geactiveerd. Volgens de onderzoekscel maakt het woord *“invitation”* de aanwezigheid van commerciële communicatie voor de kijkers niet duidelijk herkenbaar.
 - In video 2 (Instagram Reel van 17 september 2024) wordt het woord *“advertentie”* of *“publiciteit”* niet vermeld. In de beschrijving wordt volgende tekst vermeld: *“This was one of the best days of my life thanks to @pacaya_show”*. De 'platform disclosure'-functionaliteit (*“betaald partnerschap”*) werd niet geactiveerd. Volgens de onderzoekscel maakt de vermelding *“thanks to”* de aanwezigheid van commerciële communicatie voor de kijkers niet duidelijk herkenbaar.

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 3 (Instagram Story van 22 september 2024) wordt het woord “*advertentie*” of “*publiciteit*” niet vermeld. Het woord “*invitation*” wordt helemaal onderaan het scherm in beeld gebracht. Het merk ‘WRT’ wordt vermeld. De ‘platform disclosure’-functionaliteit (“*betaald partnerschap*”) werd niet geactiveerd. Volgens de onderzoeksceel maakt het woord “*invitation*” de aanwezigheid van commerciële communicatie voor de kijkers niet duidelijk herkenbaar.
13. De onderzoeksceel is van oordeel dat in deze drie video’s commerciële communicatie telkens niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt voor de kijkers.

Bijgevolg begaat Shauna Dewit, volgens de onderzoeksceel, inbreuken op artikel 53 van het Mediadecreet.

TOEPASSELIJKE REGELS

14. 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;"

15. Artikel 53 van het Mediadecreet bepaalt:

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

A. Argumenten van Shauna Dewit

16. In haar schriftelijke opmerkingen geeft Shauna Dewit in het algemeen aan dat zij, als content creator die zich inzet voor verantwoorde en transparante influencermarketing, op haar kanalen zorgt voor een evenwicht tussen organische content, die niet gekoppeld is aan commerciële samenwerkingen, en content die verbonden is aan commerciële partnerschappen, waarbij zij er nauwlettend op toeziet dat consumenten correct worden geïnformeerd.

17. Meer specifiek met betrekking tot video 1 erkent zij dat het gaat om een commerciële samenwerking met een reisbureau, in opdracht van het Turks Nationaal Verkeersbureau, maar voert zij aan dat de voorwaarden van het CCP hierbij werden nageleefd en dat geen poging werd gedaan om het commerciële karakter te verbergen. Dat in deze context de term *"Invitation"* werd gebruikt, heeft volgens haar specifiek betrekking op de locatie van waaruit de video werd gepubliceerd.

Met betrekking tot video 2 erkent Shauna Dewit dat zij een commerciële samenwerking heeft met 'Pacaya Trips', een organisatie die zomerbestemmingen promoot. In dit kader heeft zij een betaalde opname gemaakt voor een door 'Pacaya Trips' geproduceerd medium, namelijk de 'Pacaya Show', die in de loop van 2025 zal worden uitgezonden. De tegenprestatie bestaat volgens haar uitsluitend uit de opname voor 'Pacaya Trips' en niet uit een publicatie op sociale media. Op een ondoordachte manier heeft zij echter van haar reis gebruikgemaakt om organische content te creëren, die niet werd gevraagd of vergoed door het merk.

Met betrekking tot video 3 voert Shauna Dewit aan dat zij een persoonlijke passie heeft voor autoraces op circuits en in dit kader werd uitgenodigd om tijdens het evenement kennis te maken met de teams van 'W-Racingteam', met het oog op een eventuele latere samenwerking. Volgens haar is hier

echter geen sprake van een commercieel partnerschap of contract, en werd de organische content die zij naar aanleiding van haar bezoek creëerde niet gevraagd of vergoed door het merk.

18. Zij voegt tot slot voor haar profielen en voor de betrokken video's bepaalde van de door de VRM bij de opstart van de procedure gevraagde informatie (o.a. aantal volgers, aantal views, engagement rate, ...) toe aan haar schriftelijke opmerkingen.

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 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. Dit CCP werd nadien ook nader toegelicht op een webinar, door middel van infovergaderingen en via persoonlijke contactopname, zoals ook het geval was bij Shauna Dewit.

In het CCP worden 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.

21. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Shauna Dewit 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 onder meer de volgende niet-lineaire televisiedienst aanbiedt: 'shauna.dewit' (Instagram). Hierop heeft zij tijdens de onderzochte periode (van 2 september 2024 tot en met 25 september

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.

2024) drie video's met commerciële communicatie geplaatst waarbij de drie elementen uit het CCP telkens niet cumulatief aanwezig waren.

22. De aanwezigheid van commerciële communicatie in video 1 ('Go Türkiye') wordt in elk geval niet betwist door Shauna Dewit, maar ook wat betreft video's 2 en 3 bevestigt het verweer dat het om commerciële communicatie gaat.

Wat video 2 ('Pacaya') betreft, betwist zij immers niet dat er een commerciële samenwerking is met het merk, maar zou haar tegenprestatie voor de betaling in dit verband louter bestaan uit een in de loop van 2025 uit te zenden opname voor 'Pacaya Trips' en niet uit de video in kwestie. Nochtans maakt het als bijlage aan de schriftelijke opmerkingen toegevoegde contract eveneens gewag van Instagram Stories tijdens de betrokken reis in september 2024 als "*social media deliverables*". Ook los van een dergelijke contractuele clausule zou overigens bezwaarlijk kunnen worden voorgehouden dat de kwestieuze video geen commerciële communicatie uitmaakt, nu deze in elk geval duidelijk kadert binnen de voormelde samenwerking en dient ter promotie van het betrokken merk, wat ten overvloede nog wordt bevestigd door het feit dat Shauna Dewit het zelf nodig heeft geacht naderhand alsnog de vermelding "*#advertising*" toe te voegen, zoals eveneens blijkt uit de bijlage bij haar schriftelijke opmerkingen.

Verder blijkt met betrekking tot video 3 ('W-Racingteam (WRT)') uit het verweer dat zij met het oog op samenwerking door het merk werd uitgenodigd om het evenement gratis bij te wonen, hetgeen volstaat om te kunnen spreken van het ontvangen van een voordeel (of "soortgelijke vergoeding" in de zin van artikel 2, 5°, van het Mediadecreet). Video's die het evenement en het merk (ook onrechtstreeks) promoten, bevatten dus commerciële communicatie.³ Een financiële vergoeding is daarvoor niet vereist. Het gegeven dat zij (nog) geen commerciële samenwerking zou hebben met het merk en zij in dit opzicht geen verplichting zou hebben gehad om content rond het evenement en het merk te creëren doet hieraan geen afbreuk.⁴

23. Wat vervolgens de naleving betreft van de verplichting om de aanwezige commerciële communicatie gemakkelijk als zodanig herkenbaar te maken, die overigens niet enkel bij financiële betalingen, maar ook bij soortgelijke vergoedingen geldt, blijkt in de eerste plaats dat bij geen enkele voorliggende video de 'platform disclosure'-functionaliteit ("*betaald partnerschap*") werd geactiveerd, ook niet bij video 1 waarvoor in het verweer het tegendeel lijkt te worden aangevoerd.

De drie voorliggende video's bevatten wel de vermeldingen "*invitation*"

³ Zie onder meer ook VRM-beslissingen nr. 2023/044 van 9 oktober 2023, nr. 2023/053 van 13 november 2023 en nr. 2023/057 van 11 december 2023.

⁴ Zie ook VRM-beslissing nr. 2023/057 van 11 december 2023.

(video's 1 en 3, telkens helemaal onderaan het scherm) of *"thanks to"* (video 2), maar deze zijn voor een kijker onvoldoende duidelijk om op basis daarvan de aanwezigheid van commerciële communicatie voldoende herkenbaar te maken.⁵ Het specifieke verweer bij video 1 als zou de term *"Invitation" in casu* zijn gebruikt om te verwijzen naar de locatie van waaruit de video werd gepubliceerd, kan dan ook niet worden aanvaard.

In de voorliggende video's werden de betrokken merken wel vermeld, maar dit volstaat geenszins om alsnog de commerciële communicatie in deze video's gemakkelijk als zodanig herkenbaar te maken.⁶

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Shauna Dewit, bij de drie betreffende video's die zij tijdens de onderzochte periode op het Instagram-profiel 'shauna.dewit' heeft geplaatst, commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar heeft gemaakt.

Bijgevolg heeft Shauna Dewit de bepalingen van artikel 53 van het Mediadecreet geschonden.

24. 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 in hoofde van Shauna Dewit.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van Shauna Dewit inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Shauna Dewit hiervoor te waarschuwen.

⁵ Zie ook VRM-beslissingen 2023/052 van 13 november 2023 en 2024/048 van 8 juli 2024.

⁶ Zie wat de vermelding van het merk of de partner betreft bijvoorbeeld ook VRM-beslissingen nr. 2024/006 van 8 januari 2024, nr. 2024/034 van 13 mei 2024 en nr. 2024/042 van 10 juni 2024.

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.