

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. DORIEN REYNAERT

(dossier nr. 2023/581B)

BESLISSING nr. 2023/028

22 mei 2023

In de zaak van VRM tegen Dorien Reynaert,

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 'Dorien Reynaert' op de platformdienst Instagram aan een onderzoek onderworpen in de periode van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023.

Het monitoringsonderzoek betrof het volgende profiel: 'dorien_reynaert' (Instagram).

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

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, Dorien Reynaert in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 27 april 2023 aan Dorien Reynaert meegedeeld. Zij krijgt de kans om schriftelijke opmerkingen in te dienen. Aan Dorien Reynaert wordt gevraagd of zij akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak
5. Op 1 mei 2023 bezorgt Dorien Reynaert schriftelijke opmerkingen aan de VRM. 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 8 maart 2022, op 13 april 2022 en op 21 september 2022 werd Dorien Reynaert 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.

8. Volgens de onderzoekscel leidde het eerste bericht tot een telefoongesprek waarin extra toelichting werd gegeven over het 'Content Creator Protocol'. Het tweede bericht werd beantwoord door Dorien Reynaert met de vermelding dat ze er in de toekomst nog meer op zou letten. Op het derde bericht antwoordde zij met enkele verdere vragen rond de praktische toepassing van het Content Creator Protocol. Deze vragen werden beantwoord door de onderzoekscel van de VRM.
9. Vervolgens heeft de onderzoekscel de video's onderzocht die door Dorien Reynaert online geplaatst werden in de periode van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023 op het Instagram-profiel 'dorien_reynaert' (met ongeveer 58.000 volgers).
10. Daarop werden in de onderzochte periode vijf 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	20 maart	Instagram	Story	JDY (Jacqueline De Yong)	Afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
2	28 maart	Instagram	Story	JDY	Afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
3	31 maart	Instagram	Story	Crisp	"sam en werking"	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
4	31 maart	Instagram	Story	Crisp	"sam en werking"	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform
5	10 april	Instagram	Story	JDY	"proud ambassador"	n.v.t.	✓	afwezig	Niet conform

11. 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 ook beschouwd kunnen worden als audiovisuele mediadiensten of omroepdiensten (overeenkomstig artikel 2, 26°, van het Mediadecreet).

Volgens de onderzoekscel voldoet het Instagram-profiel van Dorien Reynaert 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: Dorien Reynaert 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.

Dorien Reynaert is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het Instagram-profiel 'dorien_reynaert'. Volgens de onderzoekscel 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.

12. De onderzoeksceel meent dat de bovenvermelde video's (1 tot en met 5) commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) bevatten voor 'JDY' ('Jacqueline De Yong') en 'Crisp'. In deze video's worden deze producten, diensten of merken gepromoot waarvoor Dorien Reynaert 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.¹

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>).

13. Volgens de onderzoeksceel werd in de hierboven genoemde vijf video's commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar gemaakt voor de kijkers.

In video 1 en 2 wordt geen melding gemaakt van het gebruik van commerciële communicatie.

In video 3, 4 en 5 wordt enige notie gemaakt van de aanwezigheid van commerciële communicatie maar deze is voor de kijkers niet duidelijk herkenbaar.

In geen enkele video wordt het label "*advertentie*" of "*publiciteit*" gebruikt. Ook werd bij geen enkele video de "*disclosure feature*" voor het gebruik van commerciële communicatie van de platformdienst geactiveerd ("*betaald partnerschap*").

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.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie 'Dorien Reynaert', volgens de onderzoekscel, meermaals een inbreuk 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 Dorien Reynaert

16. In haar schriftelijke opmerkingen geeft Dorien Reynaert aan dat ze in de eerste plaats haar excuses wil aanbieden voor de onoplettendheid betreffende het ontbreken van een duidelijke vermelding van reclame, alleszins *“in toch zeker één van de vijf stories”* die in het onderzoeksrapport worden vermeld.

Zij geeft daarbij ook toe dat zij vorig jaar al eens een e-mail had ontvangen van de VRM om haar te wijzen op deze verplichting om het duidelijk te vermelden wanneer er reclame aanwezig is.

17. Wat meer specifiek de stories met betrekking tot ‘JDY’ betreft is zij toch wel enigszins verrast dat die worden aangehaald. Zij zou reeds in september 2022 van de VRM per e-mail het akkoord hebben gekregen dat daar geen speciale vermelding moest worden bijgezet, omdat de betreffende stories geen deel uitmaken van een ‘influencers reclamecampagne’.

Dorien Reynaert geeft aan dat zij naast af en toe influencer, ook professioneel actief is als actrice en model. Als zij wordt geboekt voor een mooi project dan deelt zij graag het eindresultaat om haarzelf ‘in the picture’ te zetten als actrice en model.

Dit heeft zij ook gedaan met die beelden van ‘JDY’. Dorien Reynaert geeft toe dat het team achter ‘JDY’ *“het heel leuk vindt”* dat zij zelf ook die beelden deelt op haar profiel, dus zijn ze overeengekomen dat zij in ieder geval een paar posts online zou zetten, als gezicht van en ambassadeur van het kledingmerk. Bij die posts zet zij ook steeds dat het over een ‘partnership’ gaat om te verduidelijken dat zij ook ambassadeur van ‘JDY’ is. Dorien Reynaert geeft aan dat zij evenwel in eerste instantie gewoon geboekt was als model en daarvoor een factuur heeft gestuurd. Zij deelt ook veel meer stories dan op voorhand met het team van ‘JDY’ afgesproken, omdat ze gewoon trots is en die foto’s wil delen.

18. Dorien Reynaert geeft verder toe dat de content van ‘Crisp’ wel een commerciële samenwerking betreft. Ze heeft er dan ook op gelet om bijna op elke de vermelding *“samenwerking”* erbij te zetten.

Zij ging er evenwel vanuit dat als zij een storyset van eenzelfde campagne online zette en daarin een aantal keren de vermelding *“samenwerking”* werd gemaakt, dit in orde zou zijn en wel duidelijk zou zijn voor haar volgers. Zij gaat in ieder geval in de toekomst in elke frame een reclamevermelding plaatsen.

Dorien Reynaert wijst er wel nog op dat de frame, waarop haar gezicht is te zien, als een soort inleiding was bedoeld en ook niet hoorde bij het

verplichte pakket van het aantal stories dat zij moest opleveren aan de klant. Vandaar dat 'Crisp' en de vermelding "*samenwerking*" er niet op staan.

19. Dorien Reynaert voegt verder geen 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

20. 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.
21. 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 Dorien Reynaert.

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.

22. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Dorien Reynaert 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 televisiedienst aanbiedt: 'dorien_reynaert' (Instagram).

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.

Dorien Reynaert geeft toe dat zij daarop tijdens de onderzochte periode (van 15 maart 2023 tot en met 15 april 2023) video's online heeft geplaatst waarin commerciële communicatie aanwezig was (voor 'Crisp') met de vermelding "*samenwerking*" (video 3 en 4).

De vermelding "*samenwerking*", in plaats van "*advertentie*" of "*publiciteit*", volstaat niet om commerciële communicatie gemakkelijk herkenbaar te maken. Overigens volstaat het evenmin, zoals Dorien Reynaert ook aangeeft soms te doen, om enkel in bepaalde frames van een storyreeks een aanduiding aan te brengen, opdat commerciële communicatie (ook) gemakkelijk herkenbaar zou zijn in de andere stories van de reeks.³

Op basis van deze vaststellingen oordeelt de algemene kamer van de VRM dat inbreuken door Dorien Reynaert op de bepalingen van artikel 53 van het Mediadecreet voldoende zijn aangetoond.

Verdere beoordeling omtrent eventuele bijkomende inbreuken op deze bepaling is derhalve niet noodzakelijk. De overige vaststellingen en het verder (daarbij) door Dorien Reynaert gevoerde verweer, worden daarom niet verder onderzocht. Niettemin wijst de VRM er nog wel op dat het e-mailverkeer met de VRM-administratie waarnaar Dorien Reynaert verwijst, een algemene vraag en antwoord over zogenaamde 'behind the scene-beelden' betreft en geenszins betrekking heeft op, of een goedkeuring vormt voor concrete, voorliggende video's.

23. 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 Dorien Reynaert.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van Dorien Reynaert inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

³ Zie ook VRM-beslissing nr. 2022/037 van 14 november 2022 en nr. 2023/011 van 27 maart 2023.

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Dorien Reynaert 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.