

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. ROBERT VAN IMPE

(dossier nr. 2023/588E)

BESLISSING nr. 2023/041

25 september 2023

In de zaak van VRM tegen Robert Van Impe,

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,
Mevr B. PONET, *ondervoorzitter*,
Mevr P. VALCKE,
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 25 september 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 'Robert Van Impe' op de platformdiensten YouTube, Instagram en TikTok aan een onderzoek onderworpen in de periode van 7 mei 2023 tot en met 4 juni 2023.

Het monitoringsonderzoek betrof de volgende profielen: 'Average Rob' (YouTube), 'averagerob' (Instagram) en 'averagerob' (TikTok).

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

2. Op 20 juni 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 26 juni 2023 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, Robert Van Impe in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 29 juni 2023 aan Robert Van Impe meegedeeld. Hij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

De VRM vraagt hierbij of Robert Van Impe akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting.

5. Op 6 juli 2023 bezorgt Robert Van Impe, via zijn managementbureau, schriftelijke opmerkingen aan de VRM. Hij maakt geen gebruik van de mogelijkheid om gehoord te worden.
6. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 25 september 2023 op basis van de schriftelijke stukken.

DE FEITEN

7. Op 2 februari 2022, op 18 maart 2022, op 5 mei 2022 en op 9 februari 2023 werd Robert Van Impe per e-mail gecontacteerd door de onderzoekscel van de VRM, naar aanleiding van door hem 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 werd op het eerste bericht geantwoord dat er nauwlettender mee zouden worden omgaan. Het tweede bericht werd niet beantwoord. Het derde bericht werd beantwoord met bijvragen, waarop nogmaals de regelgeving en meer bepaald het 'Content Creator Protocol' werd verduidelijkt door de onderzoekscel. Het vierde bericht werd de dag zelf beantwoord door Robert Van Impe met de vermelding dat hij in de toekomst de juiste bewoordingen zou gebruiken.
9. Vervolgens heeft de onderzoekscel de video's onderzocht die door Robert Van Impe online geplaatst werden in de periode van 7 mei 2023 tot en met 4 juni 2023 op het YouTube-profiel 'Average Rob' (met ongeveer 310.000 volgers), het Instagram-profiel 'averagerob' (met ongeveer 639.000 volgers) en het TikTok-profiel 'averagerob' (met ongeveer 785.900 volgers).
10. Daarop werden in de onderzochte periode twee video's geüpload die volgens de onderzoekscel commerciële communicatie bevatten.

De onderzoekscel heeft de commerciële communicatie in deze video's getoetst aan het herkenbaarheidsvereiste uit artikel 53 van het Mediadecreet en daarbij de drie stappen van het Content Creator Protocol (CCP) overlopen. De resultaten daarvan zijn in onderstaande tabel 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	31 mei	YouTube	491 000	Castelli	afwezig	Nee	✓	afwezig	Niet conform
				6d Sports Nutrition	"Thanks 6D ..."	Nee	✓		
2	1 juni	Instagram	Story	Castelli	"Thanks @castelli ..."	✓	✓	afwezig	Niet conform

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

Volgens de onderzoeksceel voldoen het YouTube-, Instagram- en TikTok-profiel van Robert Van Impe 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: Robert Van Impe 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.

Robert Van Impe is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van YouTube-profiel 'Average Rob', het Instagram-profiel 'averagerob' en het TikTok-profiel 'averagerob'. Volgens de onderzoeksceel is hij 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 en 2) commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) bevatten voor 'Castelli' en '6d Sports Nutrition'. In deze video's worden deze

producten, diensten of merken gepromoot waarvoor Robert Van Impe een financiële en/of 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).

Tijdens zijn 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 onderzoeksceel 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.vlaamseregulatormedia.be/nl/content-creator-protocol>).

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

In de video's wordt enige notie gemaakt van de aanwezigheid van commerciële communicatie, maar deze is voor de kijkers niet duidelijk herkenbaar.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie 'Robert Van Impe', volgens de onderzoeksceel, meermaals een inbreuk op artikel 53 van het Mediadecreet.

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.

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 Robert Van Impe

16. In zijn schriftelijke opmerkingen geeft Robert Van Impe aan dat hij allereerst zijn oprechte excuses wil aanbieden voor het feit dat hij in zijn

video's, die tussen 7 mei 2023 en 4 juni 2023 zijn geüpload, heeft nagelaten bepaalde partners te vermelden en deze duidelijk als commerciële communicatie te identificeren.

Hij erkent dat dit een nalatigheid was en is zich volledig bewust van zijn verantwoordelijkheid als content creator. Het betrof een beperkte samenwerking tussen beide partijen. Vanwege de drukte en inspanningen die hij heeft moeten leveren om zijn succesvolle 'Iron Man'-project af te ronden, is deze kwestie helaas in de vergetelheid geraakt.

Na het onderzoek van de video's waarin commerciële communicatie voorkwam, heeft hij zich gerealiseerd dat hij inderdaad in overtreding was van artikel 53 van het Mediadecreet. Hij heeft echter onmiddellijk actie ondernomen om deze kwestie recht te zetten. De betreffende video's zijn aangepast en er is duidelijk aangegeven dat het hier gaat om herkenbare commerciële samenwerkingen. Robert Van Impe verzekert dat toekomstige video's volledig zullen voldoen aan de wettelijke vereisten.

17. Hij wil graag een beroep doen op het begrip van de VRM en verzoekt de VRM om bij de overweging rekening te willen houden met zijn snelle reactie en genomen corrigerende maatregelen.

B. Beoordeling

18. 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.
19. 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 meerdere infovergaderingen en via persoonlijke contactopname, zoals ook het geval was bij Robert Van Impe.

In het CCP worden met name ook aanwijzingen gegeven voor het duidelijk

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.

herkenbaar maken van commerciële communicatie voor volgers en kijkers (in de vorm van drie stappen).

De VRM dient 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.

20. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Robert Van Impe 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 hij de volgende niet-lineaire televisiediensten aanbiedt: 'Average Rob' (YouTube), 'averagerob' (Instagram) en 'averagerob' (TikTok).

Robert Van Impe geeft toe dat hij op zijn YouTube- en Instagram-profiel tijdens de onderzochte periode (van 7 mei 2023 tot en met 4 juni 2023) twee video's online heeft geplaatst waarin commerciële communicatie aanwezig was (voor 'Castelli' en '6d Sports Nutrition'). Hij erkent dat hij heeft nagelaten bepaalde partners te vermelden en deze duidelijk als commerciële communicatie te identificeren.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Robert Van Impe, bij de twee betreffende video's die hij tijdens de onderzochte periode online heeft geplaatst, commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar heeft gemaakt.

Bijgevolg heeft Robert Van Impe 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 inbreuk voor het eerst bij VRM-beslissing wordt vastgesteld in hoofde van Robert Van Impe.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van Robert Van Impe inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Robert Van Impe hiervoor te waarschuwen.

Aldus beslist te Brussel op 25 september 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.