

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. ELINE DE MUNCK

(dossier nr. 2023/591A)

BESLISSING nr. 2023/043

9 oktober 2023

In de zaak van VRM tegen Eline De Munck,

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 9 oktober 2023,
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 'Eline De Munck' op de platformdienst Instagram aan een onderzoek onderworpen in de periode van 3 juli 2023 tot en met 28 juli 2023.

Het monitoringsonderzoek had meer bepaald betrekking op het volgende profiel: 'elinedemunck' (Instagram).

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

2. Op 28 augustus 2023 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving.
3. Op 11 september 2023 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, Eline De Munck in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 14 september 2023 aan Eline De Munck meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

De VRM vraagt hierbij of Eline De Munck akkoord kan gaan met een volledige schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting.

5. Op 15 september 2023 bezorgt Eline De Munck 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 9 oktober 2023 op basis van de schriftelijke stukken.

DE FEITEN

7. Op 23 februari 2022, op 30 maart 2022 en op 21 april 2023 werd Eline De Munck 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 werd het eerste bericht beantwoord door Eline De Munck met een vraag tot extra duiding, waarop de onderzoekscel extra uitleg gaf over de drie stappen om commerciële communicatie duidelijk herkenbaar te maken en opnieuw doorverwees naar verdere informatie op de VRM-website. Het tweede bericht werd de dag zelf telefonisch beantwoord door Eline De Munck met vragen rond extra toelichting betreffende het Content Creator Protocol en vragen rond zelfpromotie. Het derde bericht bleef onbeantwoord, aldus de onderzoekscel.
9. Vervolgens heeft de onderzoekscel de video's onderzocht die door Eline De Munck online geplaatst werden in de periode van 3 juli 2023 tot en met 28 juli 2023 op het Instagram-profiel 'elinedemunck' (met ongeveer 184.000 volgers).
10. Daarop werden in de onderzochte periode vier 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 | Formaat (aantal 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 | 11 juli | Instagram | Story | Maison Maite | 'ad' | n.v.t. | ✓ | afwezig | Niet conform |
| 2 | 24 juli | Instagram | Story | Samsung | 'ad' | n.v.t. | ✓ | afwezig | Niet conform |
| 3 | 27 juli | Instagram | Story | Cirque du Soleil | afwezig | n.v.t. | ✓ | afwezig | Niet conform |
| 4 | 27 juli | Instagram | Story | Cirque du Soleil | afwezig | n.v.t. | afwezig | 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 Eline De Munck 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: Eline De Munck 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.

Eline De Munck is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het Instagram-profiel 'elinedemunck'. 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 onderzoekscel meent dat de bovenvermelde video's (1 tot en met 4) commerciële communicatie (overeenkomstig artikel 2, 5°, van het Mediadecreet) bevatten voor 'Maison Maite', 'Samsung' en 'Cirque du Soleil'. In deze video's worden deze producten, diensten of merken gepromoot

waarvoor Eline De Munck 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 overlegssessies 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 vier video's commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar gemaakt voor de kijkers.

In video's 3 en 4 wordt geen melding gemaakt van het gebruik van commerciële communicatie.

In video's 1 en 2 wordt enige notie gemaakt van de aanwezigheid van commerciële communicatie, maar deze is voor de kijkers niet duidelijk herkenbaar.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie 'Eline De Munck', 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 Eline De Munck

16. In haar schriftelijke opmerkingen geeft Eline De Munck toelichting bij de onderzochte video's.

Wat video 1 betreft, meldt Eline De Munck dat zij 'Maite' al jaren kent, via jobs waar zij het haar doet en zij ook lange tijd haar vaste kapster was op het werk. Eline de Munck geeft aan dat zij 'Maite' een straffe ondernemster vindt en graag sterke vrouwen steunt waar zij kan. Zij voert aan dat het geen betaalde reclame is, maar 'support' aan een vriendin. Vandaar dat het niet toegeschreven staat als 'advertentie', omdat het dat niet is, aldus Eline De Munck.

Wat video 2 betreft, geeft Eline De Munck aan dat zij met 'Samsung' een jaarcontract heeft. Daar staat in dat zij naar 'events' van hen gaat. Op het event zelf heeft zij de gebruikelijke "ad" gebruikt, bij het tonen van de uitnodiging niet. Dit is dus een betalende partner, waar zij facturen van kan voorleggen.

Wat betreft video's 3 en 4, verduidelijkt Eline De Munck dat zij bij 'Cirque du Soleil' was uitgenodigd. Zij was onder de indruk van het spektakel en heeft blijkbaar geen "ad" vermeld. Zij voert aan dat dit geen betaalde opdracht was, maar zij een gast was.

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 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 Eline De Munck.

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).

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.

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 Eline De Munck 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: 'elinedemunck' (Instagram). Hierop heeft zij tijdens de onderzochte periode (van 3 juli 2023 tot en met 28 juli 2023) vier video's geplaatst.

Eline De Munck erkent met betrekking tot de onderzochte video's 2, 3 en 4 dat het om commerciële communicatie gaat, zoals blijkt uit haar schriftelijke opmerkingen. Zij geeft aan dat 'Samsung' haar betaalt om naar 'Samsung'-events te gaan. Verder geeft zij ook toe dat zij werd uitgenodigd door 'Cirque du Soleil' om het evenement gratis bij te wonen, hetgeen volstaat om te kunnen spreken van het ontvangen van een voordeel en van commerciële communicatie.³

Uit de beelden blijkt dat bij geen van deze drie video's de "*betaald partnerschap*" functie van Instagram werd geactiveerd. Terwijl verder bij video's 3 en 4 ook helemaal geen aanduiding werd toegevoegd die eventueel zou hebben kunnen duiden op commerciële communicatie, werd bij video 2 wel "*ad*" toegevoegd. Dergelijke afkorting maakt echter onvoldoende duidelijk dat er sprake is van een 'advertentie' of commerciële communicatie.⁴ Het merk of de partner werd ook wel nog vermeld bij video's 2 en 3, maar dit volstaat geenszins om alsnog de commerciële communicatie gemakkelijk als zodanig herkenbaar te maken.⁵

Op basis van deze vaststellingen met betrekking tot video's 2, 3 en 4 oordeelt de algemene kamer van de VRM dat inbreuken door Eline De Munck 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 desgevallend verder (daarbij) gevoerde verweer worden daarom niet verder onderzocht.

20. 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

³ Zie in die zin ook VRM-beslissing nr. 2022/037 van 14 november 2022.

⁴ Zie ook VRM-beslissingen nr. 2022/038 van 14 november 2022, nr. 2023/011 van 27 maart 2023 en nr. 2023/042 van 25 september 2023.

⁵ Zie ook VRM-beslissing nr. 2023/038 van 25 september 2023.

Eline De Munck.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van Eline De Munck inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 1^o, van het Mediadecreet Eline De Munck hiervoor te waarschuwen.

Aldus beslist te Brussel op 9 oktober 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.