

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. SAM VAN DENDEREN

(dossier nr. 2023/604B)

BESLISSING nr. 2024/006

8 januari 2024

In de zaak van VRM tegen Sam Van Denderen,

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 8 januari 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 'Sam Van Denderen' op de platformdiensten Instagram en TikTok aan een onderzoek onderworpen in de periode van 9 oktober 2023 tot en met 22 oktober 2023.

Het monitoringsonderzoek had meer bepaald betrekking op de volgende profielen en kanalen: 'samvandenderen' (Instagram) en 'samvdenderen' (TikTok).

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

2. Op 21 november 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 27 november 2023 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, Sam Van Denderen in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 30 november 2023 aan Sam Van Denderen meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

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

5. Op 13 december 2023 ontvangt de VRM schriftelijke opmerkingen van Sam Van Denderen. Zij maakt geen gebruik van de mogelijkheid om gehoord te worden.
6. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 8 januari 2024 op basis van de schriftelijke stukken.

DE FEITEN

7. Op 26 augustus 2022, op 11 januari 2023 en op 18 augustus 2023 werd Sam Van Denderen 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.

Deze drie berichten bleven telkens onbeantwoord, aldus de onderzoekscel.

8. Vervolgens heeft de onderzoekscel de video's onderzocht die door Sam Van Denderen online geplaatst werden in de periode van 9 oktober 2023 tot en met 22 oktober 2023 op het Instagram-profiel 'samvandenderen' (met ongeveer 5.169 volgers) en het TikTok-profiel 'samvdenderen' (met ongeveer 1.436 volgers).
9. 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, meer bepaald betreffende drie video's die in de onderzochte periode werden geüpload op het TikTok-profiel in kwestie, 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	10 okt	TikTok	10 600	NA-KD Fashion	afwezig	n.v.t.	✓	✓	niet conform
2	14 okt	TikTok	15 100	Roquebrun	afwezig	n.v.t.	✓	afwezig	niet conform
3	15 okt	TikTok	4 928	Roquebrun	afwezig	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 TikTok ook beschouwd kunnen worden als audiovisuele mediadiensten of omroepdiensten (overeenkomstig artikel 2, 26°, van het Mediadecreet).

Volgens de onderzoeksceel voldoet het TikTok-profiel van Sam Van Denderen 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: Sam Van Denderen 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.

Sam Van Denderen is de natuurlijke persoon die de verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de inhoud van het TikTok-profiel 'samvdenderen'. 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 'NA-KD Fashion' en 'Roquebrun'. In deze video's worden deze producten, diensten of merken gepromoot waarvoor Sam Van Denderen 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 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 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.vlaamseregulatormedia.be/nl/content-creator-protocol>).

12. Volgens de onderzoekscel waren de drie hierboven genoemde elementen in de video's in kwestie telkens niet cumulatief aanwezig.

- In video 1 wordt het woord *“advertentie”* of *“publiciteit”* niet vermeld. Het merk 'NA-KD' wordt enkele keren zowel auditief als visueel vermeld. De 'platform disclosure'-functionaliteit (*“betaalde partner”*) werd wel geactiveerd.

Het begrip *“betaalde partner”* biedt volgens de onderzoekscel onvoldoende duidelijkheid aan de kijker om de commerciële communicatie die in deze video aanwezig is voor 'NA-KD Fashion' gemakkelijk als zodanig te herkennen.

Het loutere gebruik van de 'platform disclosure'-functionaliteit volstaat bijgevolg niet om aan de kijkers gemakkelijk herkenbaar te maken dat deze video commerciële communicatie bevat, aldus de onderzoekscel.

- In video's 2 en 3 wordt het woord *“advertentie”* of *“publiciteit”* niet

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.

vermeld. Het merk 'Roquebrun' wordt enkele keren vermeld. De 'platform disclosure'-functionaliteit ("betaalde partner") werd niet geactiveerd.

De commerciële communicatie die in deze video vervat zit, wordt volgens de onderzoekscel dus niet als zodanig herkenbaar gemaakt voor de kijker.

13. De onderzoekscel is van oordeel dat in deze drie video's commerciële communicatie telkens niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt voor de kijkers.

Bijgevolg begaat Sam Van Denderen, 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 Sam Van Denderen

16. In haar schriftelijke opmerkingen betwist Sam Van Denderen de vaststellingen van de onderzoeksceel van de VRM niet en erkent zij de bevindingen met betrekking tot het onjuist aanduiden van reclame in de drie onderzochte video's.
17. Bij de video's 2 en 3 over het merk 'Roquebrun', geplaatst op 14 en 15 oktober 2023, vergat zij aanvankelijk in het begin van haar onderschrift te vermelden dat het om een advertentie ging. Dit werd echter snel opgemerkt en op 16 oktober 2023 plaatste zij een reactie onder beide video's waarin zij aangaf dat het om een advertentie ging, omdat zij deze producten had ontvangen. Sam Van Denderen beseft dat dit niet de juiste manier is om dit aan te geven, maar zij kon haar onderschrift achteraf niet meer aanpassen. Het leek haar nog steeds een geschikte manier om haar publiek te laten weten dat deze producten gratis waren ontvangen.
18. Ook video 1 over de samenwerking met 'NA-KD Fashion', gepost op 10 oktober 2023, werd niet aangeduid als een betaalde samenwerking, maar dit heeft zij nu alsnog aangepast, aldus Sam Van Denderen.

Zij voegt ook enkele screenshots toe om aan te tonen dat haar meest recente video's, waarin zij ontvangen producten laat zien, correct zijn aangegeven volgens de drie stappen van het content creator protocol.

19. Sam Van Denderen benadrukt dat zij zich intussen grondig heeft verdiept in het belang van transparantie over reclame op internet en het naleven van het CCP. Om hierover meer informatie te verspreiden overweegt zij zelfs een video te maken en op haar kanaal te plaatsen waarin zij haar ervaring bespreekt.

Zij vraagt de VRM om rekening te willen houden met haar verweer en deze keer hoogstens een waarschuwing als sanctie op te leggen.

20. Sam Van Denderen voegt ten slotte vertrouwelijk informatie toe, zoals gevraagd door de VRM, 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.

B. Beoordeling

21. 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.
22. 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 Sam Van Denderen.

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.

23. Uit het onderzoeksrapport blijkt dat Sam Van Denderen 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: 'samvdenderen' (TikTok). Hierop heeft zij tijdens de onderzochte periode (van 9 oktober 2023 tot en met 22 oktober 2023) drie betwiste video's geplaatst.

Sam Van Denderen ontkent niet dat er in deze video's sprake is van commerciële communicatie. Zij geeft ook toe dat de aanwezige

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.

commerciële communicatie niet gemakkelijk als zodanig herkenbaar werd gemaakt, zoals decretaal voorgeschreven.

Uit de beelden blijkt inderdaad dat in deze drie video's commerciële communicatie aanwezig is en bij geen enkele van deze video's een aanduiding of advertentieterm was toegevoegd die eventueel zou hebben kunnen duiden op commerciële communicatie.

De activering van de "*disclosure feature*" bij video 1 zorgt er niet voor dat de aanwezige commerciële communicatie alsnog gemakkelijk als zodanig herkenbaar zou zijn. De woorden "*betaalde partner*" zijn voor een kijker onvoldoende duidelijk om op basis daarvan de aanwezigheid van commerciële communicatie voldoende herkenbaar te maken. Komt daarbij dat die woorden door het platform zelf zijn aangereikt en dus op eender welk moment door het platform kunnen worden aangepast en vervangen.³ Het merk of de partner werd wel vermeld bij de video's, maar dit volstaat geenszins om alsnog de commerciële communicatie gemakkelijk als zodanig herkenbaar te maken.⁴

Uit het voorgaande volgt dan ook dat Sam Van Denderen bij drie video's (1, 2 en 3) die zij tijdens de onderzochte periode op het TikTok-profiel 'samvdenderen' heeft geplaatst, commerciële communicatie niet als dusdanig gemakkelijk herkenbaar heeft gemaakt.

Bijgevolg heeft Sam Van Denderen 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), dergelijke inbreuken voor het eerst bij VRM-beslissing worden vastgesteld in hoofde van Sam Van Denderen en zij maatregelen heeft genomen ter remediëring en voorkoming van dergelijke inbreuken.

Daarom kan een waarschuwing als sanctie in dit geval volstaan.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van Sam Van Denderen inbreuken vast te stellen op artikel 53 van het Mediadecreet;

³ Zie in die zin ook VRM-beslissingen nr. 2022/038 van 14 november 2022, nr. 2023/042 van 25 september 2023 en nr. 2023/057 van 11 december 2023.

⁴ Zie ook VRM-beslissingen nr. 2023/038 van 25 september 2023, nr. 2023/046 van 9 oktober 2023, nr. 2023/053 van 13 november 2023 en nr. 2023/057 van 11 december 2023.

Overeenkomstig artikel 228, 1°, van het Mediadecreet Sam Van Denderen hiervoor te waarschuwen.

Aldus beslist te Brussel op 8 januari 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.