

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 123

van **KLAAS SLOOTMANS**

datum: 12 april 2022

aan **BENJAMIN DALLE**

VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD EN MEDIA

Content Creator Protocol (CCP) - Selectie 'influencer agencies'

Op 14 december 2021 werd door de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) het Content Creator Protocol (CCP) gepubliceerd. Ter voorbereiding van het CCP werden een aantal vergaderingen en overlegmomenten georganiseerd. Zo nam de VRM onder meer - blijkens het jaarverslag 2021 - contact op met de "grootste influencer agencies".

1. Welke 'influencer agencies' werden gecontacteerd? Op basis van welke criteria werden zij precies geselecteerd?
2. Welke content creators zoals artiesten, momfluencers, foodbloggers, modebloggers en andere categorieën werden gecontacteerd? Wie waren ze en op basis van welke criteria werden ze geselecteerd?
3. Uit het jaarverslag 2021 van de VRM blijkt bovendien dat constructieve gesprekken hebben plaatsgevonden met FeWeb, de beroepsvereniging voor de Belgische digitale bedrijven en met het Communicatie Centrum, de vereniging die in ons land de zelfregulering inzake reclame organiseert.

Hoe vaak is met elk van deze organisaties vergaderd? Wat waren de resultaten daarvan?

4. Hoe vaak is de VRM met de Conseil supérieur de l'Audiovisuel in overleg gegaan?



**Vlaams
Parlement**

ANTWOORD

op vraag nr. 123 van 12 april 2022

van **KLAAS SLOOTMANS**

1. De 'Social Media Watchers' van VRM hebben het Vlaamse influencer landschap geanalyseerd op de platformen YouTube, Instagram, TikTok en Twitch. Hieruit bleek dat de toonaangevende 'influencer agencies' of 'influencer marketing bureaus' belangrijke actoren in dit speelveld zijn.

Er werden 12 influencer marketing bureaus gecontacteerd voor het overlegmoment. Deze werden geselecteerd op basis van de grootte van hun database, hun online aanwezigheid en hun vertegenwoordiging binnen het Vlaamse PR- en marketinglandschap. Deze influencer marketing bureaus zijn: MASTR, Starsky, Next Chapter, CIA, DPG, Inluo, So Buzzy, Les Flamands, Walkie Talkie, PYT-agency, Efluenz en Oona. Deze influencer marketing bureaus zijn samen goed voor 20 miljoen volgers op TikTok, 5 miljoen op Instagram en 1 miljoen op YouTube.

2. Naast de influencer marketing bureaus werden ook autonome content creators, d.w.z. content creators die niet exclusief gebonden zijn aan een influencer marketing bureau, gecontacteerd. Het is een gemengde groep van zowel artiesten, BV's, familiekanalen, momfluencers, food- en modebloggers, entertainers, vloggers, sketch-makers, gamers, ... zodat ze een divers publiek van volgers en kijkers vertegenwoordigen, over de verschillende platformen heen (YouTube, TikTok, Instagram, Twitch). Deze content creators werden geselecteerd op basis van hun volgersaantallen, hun aanwezigheid binnen het Vlaamse social medialandschap, en hun sociaal-demografisch profiel. Een andere voorwaarde was het momenteel actief en relevant zijn. Er werden 40 autonome content creators gecontacteerd waaronder bijvoorbeeld CEMI, ACID, Jonatan Medart, Flo Windey en Julie Vermeire. Samen is deze groep content creators goed voor 14 miljoen TikTok-volgers, 1,5 miljoen Instagram-volgers en 700 000 YouTube-volgers.
3. Op 27 oktober 2021 werd overlegd met FeWeb. FeWeb benadrukt dat duidelijkheid voor de content creators de grootste prioriteit is. Op 11 augustus 2021, 14 oktober 2021 en 29 november 2021 werd overlegd met het Communicatie Centrum (JEP). VRM heeft tijdens deze vergaderingen het Communicatie Centrum telkens op de hoogte gebracht van de stand van zaken en de toekomstige stappen die ondernomen zullen worden in het kader van het toezicht op het Mediadecreet betreffende influencers en de totstandkoming van het Content Creator Protocol (CCP). VRM heeft aan het Communicatie Centrum ook steeds meegegeven dat zij, naast het centraal stellen van het belang van de (minderjarige) kijkers en volgers, ook wil komen tot een eenvoudige, duidelijke en uniforme boodschap voor de content creators en influencers.
4. Op 29 oktober 2021 en 29 november 2021 werd er met CSA in overleg gegaan.