



INFLUENCER CERTIFICATION

Infodeck for agencies



DDMA

bvA
netwerk van merkleiders


STICHTING
RECLAME CODE





Influencer marketing sector

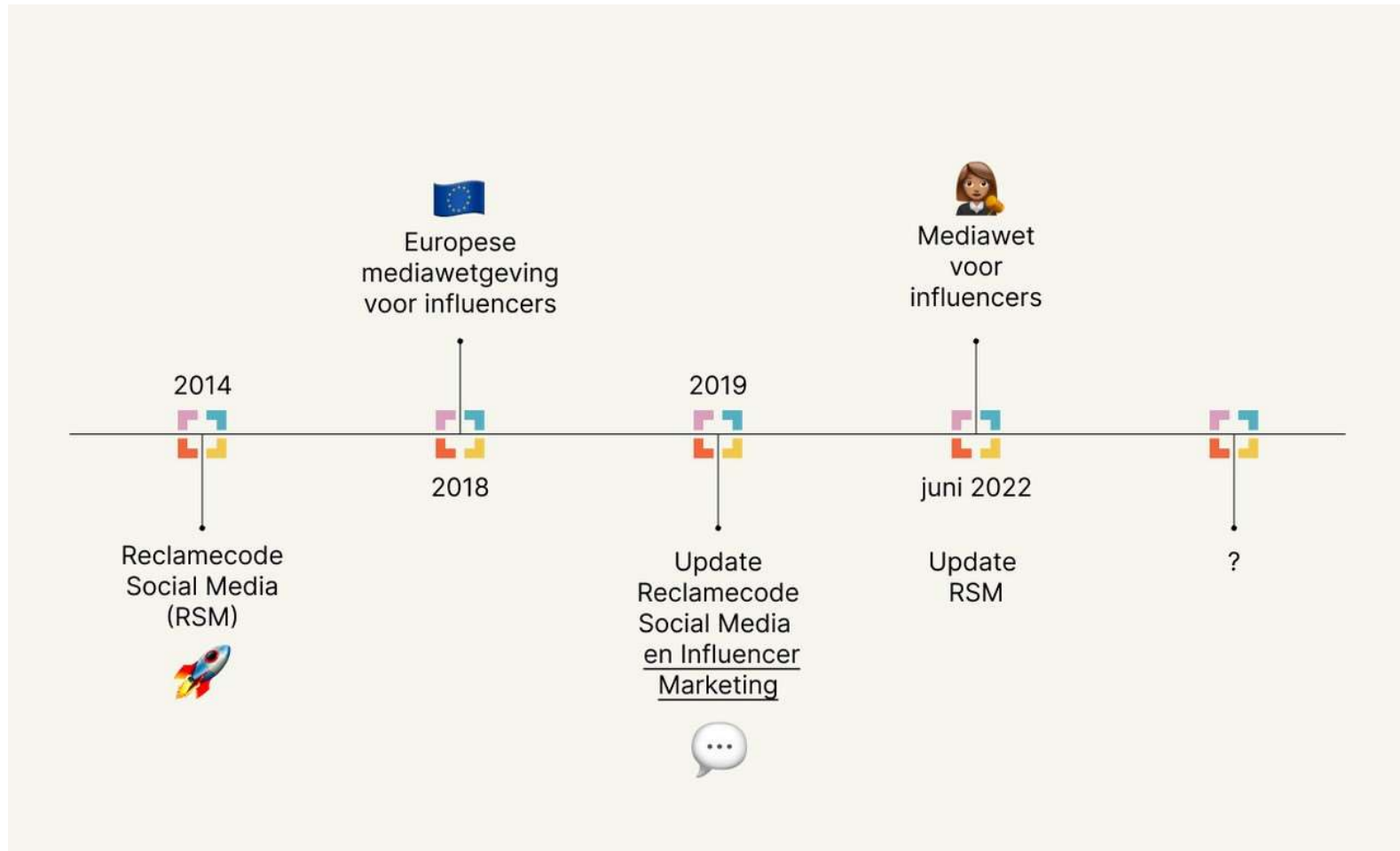
Benefits

- Alternative for classic mass media (Less and less reach)
- Reaching specific target audience groups
- Authenticity, creativity and credibility of the creator
- Many possibilities to select creators matching character of the brand

Risks

- Less control on message if not monitored
- Reputation and business at risk if rules are not followed



Regulatory field Influencer Marketing in the Netherlands





MAINRULE

Advertising via social media must be transparent and recognizable as such.



Negative media sentiment challenges trust



Reclamewaakhond tikt influencers Monica Geuze en Enzo Knol op vingers

Beide influencers zijn op een klist acht gesproken op hun manier van reclame maken op YouTube.

7 nov 2022



NOS Nieuws • Maandag, 10:15

Financiële keuzes jongeren volop beïnvloed door influencers



Grote influencers vallen nu ook onder Mediawet, meesten houden zich er nog niet aan

De Mediawet is vanaf vandaag ook van toepassing op influencers. Het merendeel van hen is echter meteen al in de problemen.

1 jul 2022

deVolkscrant

Hoe de cosmetica-industrie haar pijlen richt op steeds jongere meiden

"Dus nu richt de industrie zich op de jongste generatie vrouwen."

bron: de Volkskrant 16-02-24



Het is een verdienmodel gebaseerd op het maken van sluikreclame

Reclame of niet? Kinderen herkennen reclames van influencers niet goed

Reclame of niet? Kinderen herkennen reclames van influencers niet goed

'Influencers kunnen ongestraft de reclameregels overtreden'

Door RTL Nieuws - 19 mei 2023 - Aangepast: 19 mei 2023



RTL Nieuws

De strengere reclameregels die sinds vorige zomer gelden voor grote influencers worden in veel gevallen niet nageleefd. Maar ze kunnen de regels ongestraft overtreden, want het Commissariaat voor de Media (CvdM) deelt voorsnog geen boetes uit.

Impact: regulatory & political pressure



NOS Nieuws • Donderdag 4 juli, 16:53

Waakhond bestraft eerste vlogger voor verborgen reclame



Voor

Home > Nieuws > Extra maatregelen nodig voor minderjarigen om influencer-reclame te

7 oktober 2024

Extra maatregelen nodig voor minderjarigen om influencer-reclame te kunnen herkennen



Voor mediamakers

Voor uitgevers

9 mei 2023

Video-uploaders moeten aan de slag met naleving regelgeving

Motie

Motie van het lid Van der Molen c.s. over onlinereclame op sociale media altijd als zodanig kenbaar maken

Investigation of the Commission and consumer authorities finds that online influencers rarely disclose commercial content

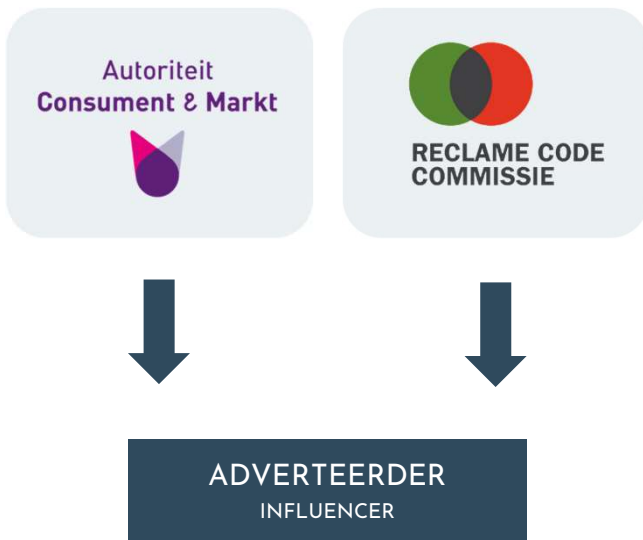
Findings of the sweep

- 97% published posts with commercial content, but only 20% systematically disclosed this as advertising;

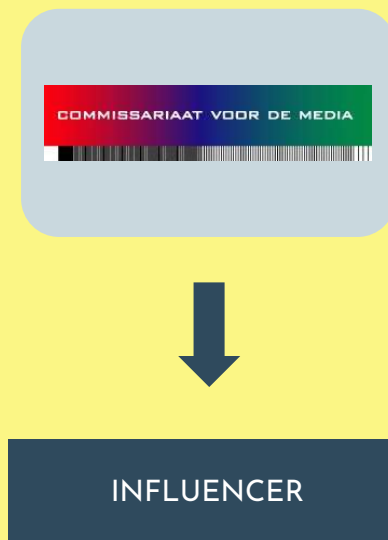
Regulatory field: consumer law & media law



RECLAMERECHT



MEDIARECHT





Rules in a nutshell

- Be transparent on your commercial collaborations using the right means: e.g. hashtags, in the right places
- Make sure the users can easily see and understand that you have a commercial relation with the brand
- Besides paid, gifted is also regarded as advertising
- Stick to the truth, avoid unvalidated claims or fake followers
- Be aware that certain products have extra rules, such as the code for cosmetic product of the NCV
- > 500.0000 followers and > 24 posts per 12 months? You also have to get registered with the Dutch media authority. CvdM



DUTY OF CARE ADVERTISERS

- Familiarise influencers with the content of the Dutch advertising code for Influencer Marketing & Social Media RSM (and other relevant advertising codes)
- Actieve effort and action against influencer code violations
- Including provisions in a contract is good but not enough!
- art. 6 Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM)
- The Dutch advertising jury RCC can designate who is responsible but primarily the advertiser is responsible
- English version of code:
<https://www.reclamecode.nl/nrc/advertising-code-for-social-media-influencer-marketing-rsm-2019/?lang=en>

Since 2022: info-website helping influencers to adhere the rules



[Home](#) [De regels](#) [Certificaat](#) [Over ons](#) [Blog](#)

Alle regels voor influencers op één plek

Op deze website vind je de belangrijkste regels voor influencers, zoals omschreven in de Mediawet, consumentenwetgeving en de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing. We hebben de regels per kanaal voor je gebundeld.

[Ga naar de regels >](#)

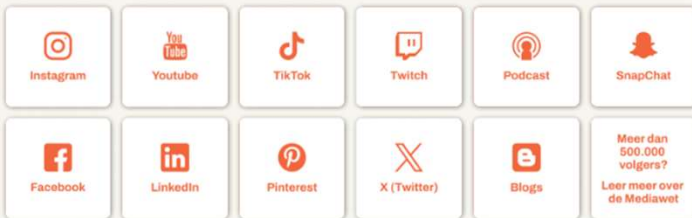
[Behaal het certificaat >](#)



INFLUENCER REGELS.COM

Platformen

We hebben de regels per kanaal voor je gebundeld. Met handige voorbeelden van vermeldingen en #'s helpen we je om transparant te zijn over reclame in video's en posts.



TikTok

[< Terug naar home](#)

Heb je >500.000 volgers? Dan gelden andere regels >



1. Betaalde samenwerking

Je wordt betaald om reclame te maken voor een merk, goed doel, product of dienst.



2 Gekregen

Je hebt een product of dienst gratis of met korting (in bruikleen) gekregen.



3. Zelf gekocht

Je hebt een product of dienst op eigen initiatief gekocht.

[Andere reclameregels >](#)

[Regels TikTok >](#)

[Disclaimer >](#)

2024: Certification initiative in the Netherlands

**CERTIFIED BY
INFLUENCER
REGELS.COM**
2 0 2 4

- Goal: to increase trust in influencer marketing and contribute to further development of the market
- Inspired by successful certification in France
- Joint initiative of bvA, DDMA and SRC supported and developed with the help of advertisers, agencies and influencers
- Package: e-learning, exam, certificate, public register, community support and monitoring service



How does it work?

- Go to www.influencerregels.com
- Buy the e-learning for 50 euro
- Start the e-learning at a convenient time
-
- Duration: 1.5 hours, the e-learning can be paused

E-learning: 4 modules

Start de e-learning



INTRODUCTIE

+ Voeg module toe

Reclameregels

Opent na afronden van 1. Introductie



HOOFDSTUK 2 - TRANSPARANTE RECLAME

+ Voeg module toe

Regels uit de Mediawet

Opent na afronden van HOOFDSTUK 2 - TRANSPARANTE RECLAME met een score groter dan 69%

Gesloten



HOOFDSTUK 3 - MEDIAWET



+ Voeg module toe



Regels voor specifieke doelgroepen, producten en sectoren

Opent na afronden van HOOFDSTUK 3 - MEDIAWET met een score groter dan 69%

Gesloten



HOOFDSTUK 4 - BIJZONDERE RECLAMEREGELS



+ Voeg module toe

1.1 - Waarom regels?



Mensen kijken en luisteren naar hun favoriete creators om een product of een levensstijl in actie te zien. Influencers en creators hebben veel invloed en worden gezien als een

- Introductie
- 2. Reclamerregels
- Reclamerregels
 - 2.1 - Welke regelgeving is er?
 - 2.2 - Wie is verantwoordelijk?
- Vermelden van reclame
 - 2.3 - Waarom transparantie? Gesloten
 - 2.4 - Wanneer vermelden? Gesloten
 - 2.5 - Voorbeeld: persreisje Gesloten
 - 2.6 - Vermeldingen Gesloten
 - 2.7 - Welke vermelding?

2.2 - Wie is verantwoordelijk?



en de influencer voornamelijk vanuit het mediarecht.

Adverteerder én influencer verantwoordelijk

Positive examples with influencers

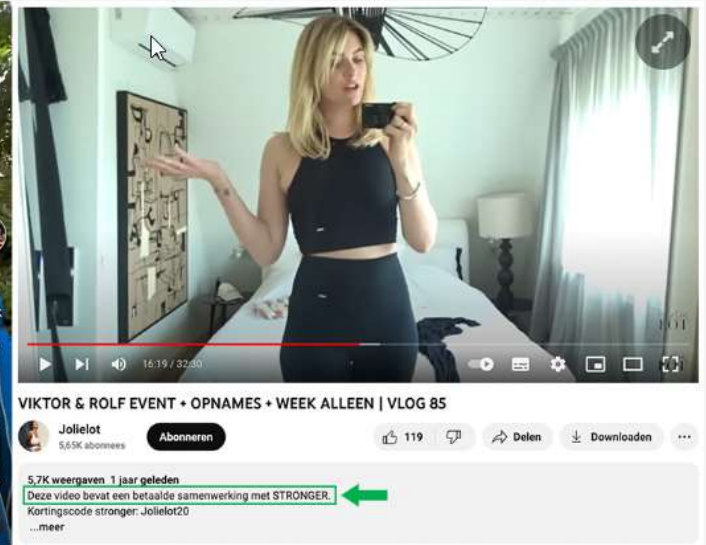
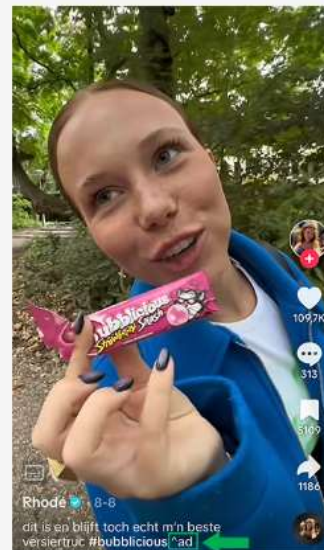
3.10 - Reclame



Zodra je content maakt die bedoeld is om kijkers een bepaald product te laten zien, is het reclame. De adverteerder heeft bij deze vorm van reclame ook vaak invloed op de content.

Hierbij kun je denken aan:

- Het aanbieden van een **persoonlijke kortingscode**
- Het delen van een **affiliate link**
- Een **betaalde samenwerking**



Voorbeelden van juiste vermeldingen die zichtbaar zijn zonder op 'meer' te hoeven klikken

SPECIFIC ADVERTISING RULES:

SUCH AS MARKETING TO KIDS, AGE PROVISIONS AND 'HFSS' FOOD

4.1 - Reclame voor kinderen

Mag je reclame maken voor kinderen?

Om maar gelijk met de deur in huis te vallen: je mag (onder voorwaarden) reclame maken die gericht is op kinderen. Maar hierbij moet je wel extra duidelijk en transparant zijn. Kinderen kunnen namelijk over het algemeen minder goed het onderscheid maken tussen content die uit eigen beweging is gemaakt en reclame. Je moet dus rekening houden met wat kinderen wel en niet begrijpen. Je kunt ervan uit gaan dat je iets explicieter moet zijn in de vermelding of hashtag die je gebruikt. Denk bijvoorbeeld aan #advertentie, op een duidelijk zichtbare plek. Hou er ook rekening mee dat je voor bepaalde producten helemaal geen reclame mag richten op kinderen (zoals ongezonde voedingsmiddelen, alcohol en kansspelen).

4.4 - Leeftijd beperken

Hoe kan ik voorkomen dat ik me richt op kinderen?

Niet alle content die je maakt, of samenwerkingen die je hebt met merken, zijn geschikt voor kinderen. Platformen bieden daarom de mogelijkheid om bepaalde leeftijdscategorieën uit te sluiten. Dit kan voor specifieke posts, of voor je gehele profiel.

4.6 - (Ongezonde) voeding

Wat is ongezonde voeding?

Met ongezonde voeding bedoelen we producten die niet voldoen aan bepaalde voedingskundige criteria (dus die te veel vet, suiker, zout of calorieën bevatten). Hieronder vind je een aantal voorbeelden van producten die in ieder geval ongezond zijn. Tip: je kunt het scherm fullscreen maken.



Fris- en vruchtendranken


Hiervoor mag je geen reclame maken gericht op kinderen onder de 13 jaar, tenzij dit maximaal 30 kcal/100 ml of 75 kcal per glas van 250 ml bevat.

Opnieuw

Practice & Test questions

3 **Oefenvraag 3:**

Deze influencer heeft een vlog gemaakt. Hierin unboxt hen schoenen die hen gratis heeft gekregen. Is hier op de juiste manier vermeld dat de video productplaatsing bevat?



Unboxing video!
De influencer
120.457 waargenomen 7 mei 2023
Nieuwe schoenen besteld, dus tijd voor een unboxing video!
Minder tonen

SELECTEER EEN ANTWOORD

A Ja

B Nee

Vraag 1
Let op: deze vraag telt mee in de eindscore van deze e-learning.

Lisa heeft haar eigen Youtubekanaal waar zij de afgelopen 12 maanden 36 video's plaatste. Ze staat ingeschreven bij de KvK en krijgt regelmatig gratis producten toegestuurd voor haar unboxing video's. Geldt de Mediawet voor haar?

SELECTEER EEN ANTWOORD

A Ja

B Nee

C Dat kun je niet zeggen op basis van deze informatie

Vraag 1
Let op: deze vraag telt mee in de eindscore van deze e-learning.

Waar of niet waar? Tegen betaling unboxen van kinderspeelgoed is niet toegestaan als je onder de Mediawet valt.

SELECTEER EEN ANTWOORD

A Waar

B Niet waar

Passed the exam?

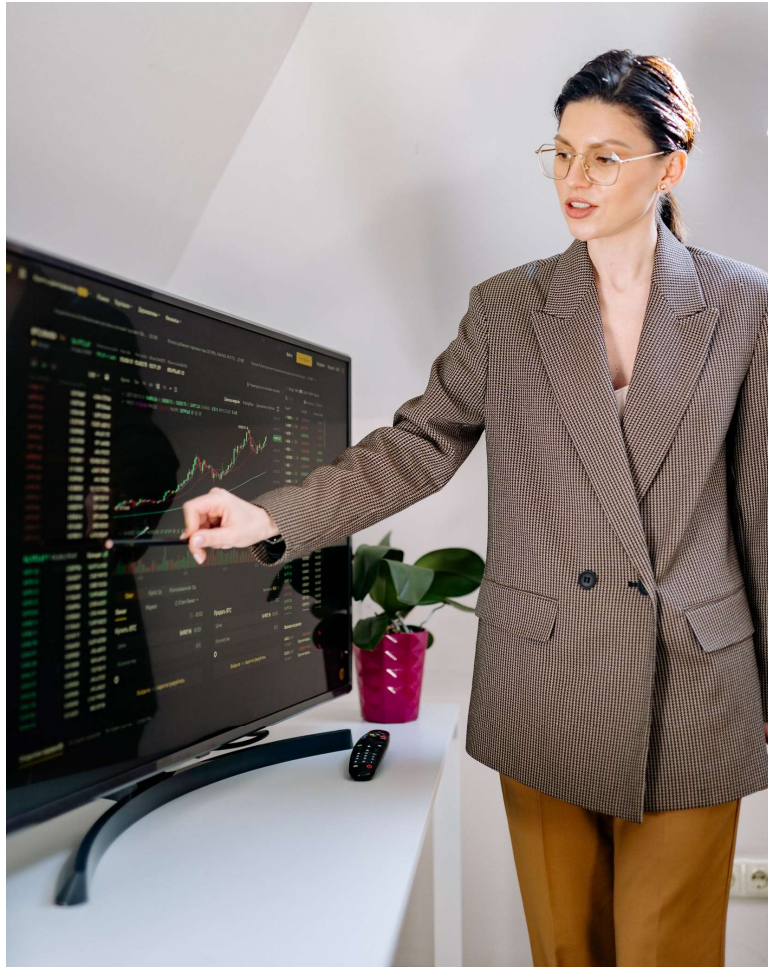
Then: certificate + logo set + inclusion in the registry



REGISTER

- Public register of certified influencers on www.influencerregels.com
- Automated: everyone who passes the exam is automatically listed in the overview
- Annual refresher course







Monitoring certified influencers

- The Advertising Code Organization (SRC) does the monitoring via its own data-driven monitoring tool
- Extra support for influencers in complying with the existing rules
- In case of violation, the influencer (and if necessary advertiser) is warned and given advice and opportunity to improve





How does certification help advertisers?

- More guarantees that you work with a professional influencer who is aware of the rules - > less risk of fines and reputational damage
 - Through the e-learning/monitoring, you can easily meet your duty of care as an advertiser
 - The monitoring and control of collaborations is facilitated
 - Public register of certified influencers

 - You contribute to the quality and professionalization of the sector
 - We build on trust in influencer marketing together
 - We aim to avoid further restrictive legislation and enforcement
 - International potential (European initiative)
- 
- 



What are the benefits for influencers?

- You are aware of the latest laws and regulations and know the do's and don'ts when announcing a paid collaboration
 - You avoid fines and warnings
 - You get a positive image, which can lead to more offers and collaborations from brands
 - Several advertisers have already indicated that they only want to work with certified influencers in the short term. That's how you stand out!
- 
- 

Partners & endorsers: advertisers

L'ORÉAL
GROUPE



Coca-Cola Nederland



vrmona

bol.

More to come...

Partners & endorsers: agencies

STORYBOARD



&MediaGroup

FIRST

FOR YOU
AGENCY



Ace
Content Icons

KUZCO

CHAPTER
ICONS



NEXT GEN
TALENTS

onsocial.

TEAM4ALL

dentsu

MAKERS
AVENUE

CONCESS

WAYU



.monks

ROADS
AGENCY

CHAPTER ORANGE

PUNTEN
SLIPEN

het Collectief

Ook jouw
bureau?

familyblend
the agency

NORTZY

Bureau
Vuur & Vlam



GAMECHANGERS

OMIA
AGENCY

MAJA
AGENCY



Partners & endorsers: platforms



Partners & endorsers: authorities & societal stakeholders



April 2024: successful launch



NOS Nieuws • Gisteren, 13:04 • Aangepast gisteren, 13:59

Keurmerk influencers gelanceerd, grote merken stellen het verplicht



Hester: 'Met een leuk smoeftje kun je in de crazy world of influencers zo van lawas...'

Meer en strengere regels influencers

Influencers als Jade Anna van Vliet (links), Eloise van Oranje en Kaj Gorgels moeten straks een nieuwe cursus volgen als ze met een merk willen samenwerken.

Er is een e-learning in het leven geroepen, waarin influencers leren over wat er wel en niet is toegestaan bij het promoten van producten. Te vaak hebben volgens op sociale media niet door dat zij reclame krijgen voorgeschoten.

De e-learning en het keurmerk, met de naam Certified by InfluencerMarketing, is een uit-

Advertoriders en de Stichting Reclame Code. Zij moeten naar meer bewustwording en transparantie.

Er zijn al veel geldende en louterende en dat pakt het bij zich uitbreiden.

Martin de Kemp, voorzitter van de DDMA, Commissie Influencer Marketing. 'Het moet de verhouding op het kopen van producten en op de hoogte te blijven'.

Soms gaat dat om 'Volgens De Kemp gebeurt dat vooral bij influencers die gratis product...



Op verplichte cursus leren influencers reclame-etiquette, van chips tot botox

Keurmerk • Influencers die op sociale media producten aanprijzen, moeten straks kunnen laten zien dat ze de regels daarvoor begrijpen. Advertoridersorganisaties spijkzen hen online bij.

Keurmerk voor influencers gelanceerd, merken als Coca-Cola, Unilever en Heineken stellen het verplicht

RCC en brancheverenigingen BVA, DDMA komen met certificering voor influencers voor meer transparantie en naleving reclameregels.

INFLUENCER MARKETING © 22 APRIL 2024 JASPER MULDER

AD AD.nl

Nieuw keurmerk voor influencers: moeten jaarlijks cursus volgen over online promoten van producten

Influencers als Jade Anna van Vliet, Eloise van Oranje en Kaj Gorgels moeten straks een nieuwe cursus volgen als ze met een bepaald merk...

22 apr 2024



RTL Boulevard

Adverteerders introduceren verplicht keurmerk voor influencers

Influencers moeten straks verplicht een certificaat halen voordat ze reclame kunnen maken op sociale media. Door een e-learning af te ronden...

22 apr 2024

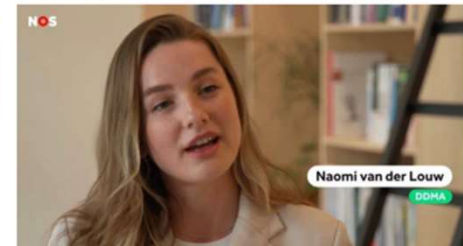


D Distrifood

Coca-Cola, Unilever en Heineken: Keurmerk influencers verplicht

Coca-Cola, Unilever en Heineken: Keurmerk influencers verplicht ... Wie als influencer voor Heineken, Unilever en Coca-Cola wil blijven werken...

22 apr 2024



Certified Influencers januari 2025: 2093!

Deze influencers gingen je voor





Next steps

- Specific (sector) advertising rules clearer and more extensive on influencerregels.com
- April 2025: new version 'Certified by influencerregels.com':
Regulatory developments & new examples
- Exploration of training options for Influencer Marketing Professionals (working at agencies and advertisers)
- Increasing advertiser engagement and agency engagement



What does certification mean for agencies?



DDMA



bvA
netwerk van merkleiders




STICHTING
RECLAME CODE





Benefits of certification for agencies

- You contribute to protecting the consumer
 - You contribute to a positive image of the field and the future-proofing of the channel
 - It takes work and inconvenience off agencies' hands if influencers are aware of the latest laws and regulations
 - By being aware of the certification, you help your clients who are already working with certified influencers or are planning to do so
 - Certification is becoming increasingly normalized.
- 
- 





What can you do as an agency?

- Advice: Only work with certified influencers
 - How? Incorporate it in 3 ways:
 1. Mentioning certification: refer to the certification project in the correspondence
 2. Contractual agreements: make certification mandatory in the contracts with influencers
 3. Check the register: check if the influencer has (already) obtained the certification on <https://influencerregels.com/certified-influencers/>
- 
- 



Some final thoughts based on experiences so far

- Agencies rarely receive questions from influencers/managements about making certification mandatory
 - The registration fee can be a barrier, especially for smaller (micro/nano) influencers, which involves lower fees
 - Advertisers usually find it no problem to bear these costs. Bulk payment codes are available
 - In case of collaborations with payment in kind, where no contract is involved, making certification mandatory can be more difficult. For example, when sending a pr package or inviting an influencer to an event
 - The available agency toolkit contains a onepager that can be sent along and a flyer for pr packages
 - If you decide to work with a non-certified influencer, always point out the advertising rules in the 'old-fashioned' way. :)
- 
- 



Questions?

Toolkit voor agencies: linda.hell@bva.nl

Subscribe to our newsletter to keep posted on new developments:

<https://influencerregels.com/blijf-op-de-hoogte/>



DDMA

bvA
netwerk van merkleiders


STICHTING
RECLAME CODE

