

CHECKLIST: AI-LABEL VOOR VIDEO-ADS

AI Act artikel 50, de Belgische reclameregels en de labels van Meta, TikTok en Google, per ad vóór publicatie

DOOR CLÉMENT DE NEVE, STUDIO & MOTION • BIJGEWERKT 27 SEPTEMBER 2026

Loop deze lijst per ad door vóór je ze publiceert. Stand van zaken op 27 september 2026. Dit is geen juridisch advies: de Europese Commissie noemt haar richtsnoeren zelf een eerste interpretatie die ze zal herzien ^[1].

1. IS JE AD EEN DEEPPFAKE?

Sinds 2 augustus 2026 moet je een deepfake zichtbaar als AI-inhoud vermelden [AI Act, artikel 50] ^[2]. AI in idee, script, storyboard of vertaling vraagt in principe geen vermelding ^[3]. Een label is nodig als alle vier de vragen ja zijn ^[1]:

- ☐ **Gelijkenis:** lijkt het beeld duidelijk op iets of iemand? Identiek hoeft niet.
- ☐ **Bestaand of plausibel:** bestaat het, of had het kunnen bestaan? Ook een realistische AI-persoon die niet bestaat, telt.
- ☐ **Onderwerp:** personen, voorwerpen, plaatsen, dieren of gebeurtenissen, dus ook producten, avatars en stemmen.
- ☐ **Valse indruk:** kan het publiek het ten onrechte voor echt aanzien? Bedoeling speelt geen rol, context en publiek wel.

Situaties volgens de richtsnoeren van de Commissie en de richtlijn van de Raad voor Reclame

SITUATIE IN JE VIDEO-AD	LABEL?	WAAROM
Je echte product, geanimeerd of in een AI-decor	Meestal niet	Zolang het er niet anders uitziet ^{[1][4]}
Kleurcorrectie, upscaling, 9:16-uitsnede, voorbijgangers weggewerkt	Nee	Standaardbewerking ^{[1][4]}
Cartoon, pratende dieren, fantasiewereld	Nee	Onrealistisch ^[1]
AI-figuranten op de achtergrond	Meestal niet	Zolang ze de boodschap niet dragen ^[4]
Een AI-productbeeld dat mooier of beter oogt dan het product	Ja, en schrappen	Deepfake en misleidend ^{[1][4]}
Een realistische AI-presentator of -avatar	Ja	Avatars gelden als personen ^[1]
Een synthetische influencer die je product test	Ja	Geen lichtere regel voor creatief werk ^[1]

SITUATIE IN JE VIDEO-AD	LABEL?	WAAROM
Een echte persoon die je met AI iets laat zeggen of doen	Ja	Plus voorafgaande toestemming ^{[1][4]}
Een stemkloon van een bestaand persoon	Ja	Het label geeft geen recht op de stem ^[4]
Een AI-voice-over als neutrale verteller	Grijze zone	Twijfel je, label dan ^[4]
Een nagebootst nieuwsfragment of een reconstructie	Ja	Voorbeeld van de Raad voor Reclame ^[4]

2. LABEL JE CORRECT?

- ☐ Het label staat er vanaf de eerste blootstelling, niet verstopt in een menu of in voorwaarden ^{[2][1]}.
- ☐ Online video: meteen zichtbaar en minstens 5 seconden; tv en connected tv: de hele spot ^[4].
- ☐ Neutrale tekst in de taal van de ad, met een contrast van minstens 4,5:1 ^[4].
- ☐ Buiten de knoppen: in Reels niet in de bovenste 14% of de onderste 35% ^[5].
- ☐ In de creative zelf, zodat het label meereist; het EU-icoon mag, maar moet niet ^[6].

Labelteksten die de Raad voor Reclame voorstelt ^[4]

INHOUD	NEDERLANDS	FRANS
Video	"AI gegenereerde video" of "AI gewijzigde video"	« Vidéo générée par l'IA » of « Vidéo modifiée par l'IA »
Persoon	"AI gegenereerde persoon" of "AI gegenereerde gelijkenis"	« Personnage généré par l'IA »
Stem	"AI gegenereerde stem"	« Voix générée par l'IA »

3. VOLG JE DE BELGISCHE RECLAMEREGELS?

- ☐ Je product toont niets wat het niet heeft of doet: misleidend blijft misleidend, ook met een label ^[4].
- ☐ Voor elke echte persoon, stem of gelijkenis is er voorafgaande toestemming ^[7], met reikwijdte, duur, herroeping en vergoeding ^[4].
- ☐ Geen AI-"klant" die een ervaring vertelt: getuigenissen moeten oprecht en verifieerbaar zijn ^[7], en valse aanbevelingen van consumenten staan op de zwarte lijst ^[8].
- ☐ Een virtuele influencer met een eigen account draagt "reclame" of "publiciteit", de merknaam en de disclosure-optie van het platform ^[7].

4. STAAT HET GOED OP ELK PLATFORM?

- ☐ **Meta:** "AI info" staat soms alleen achter het menu ^[9], en dat telt niet als duidelijke vermelding ^[1].

- ☐ **TikTok:** AIGC-label of eigen duidelijke vermelding, anders geweigerd of beperkt; geen publiek figuur zonder toestemming ^[10].
- ☐ **Google Ads:** de AI-labelinstelling voor de EU staat aan, al is ze geen garantie op naleving ^[11].
- ☐ **Andere kanalen:** daar label je zelf; een platformlabel geldt alleen op dat platform ^[1].

5. IS HET GEREgeld EN BEWAARD?

- ☐ Het contract regelt wie beoordeelt, wie labelt, tekst, plaats en duur, toestemmingen en platforminstellingen ^[1].
- ☐ Per ad is bewaard wat met AI gemaakt is en waarom je wel of niet labelde; zo toon je naleving aan zonder de gedragscode ^[12].

Boetes gaan tot 15 miljoen euro of 3% van de wereldwijde jaaromzet, voor kmo's het laagste van de twee ^[1]. De Belgische toezichthouder is nog niet aangeduid ^[13]. Dit is geen juridisch advies.

BRONNEN

1. Guidelines on the implementation of the transparency obligations for certain AI systems under Article 50 of the AI Act, C(2026) 5054 (Europese Commissie, 20 juli 2026)
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>
2. Verordening (EU) 2024/1689 tot vaststelling van geharmoniseerde regels betreffende artificiële intelligentie (AI Act), artikelen 3(60) en 50 (EUR-Lex, 12 juli 2024)
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/nld>
3. AI in reclame: update van onze richtlijn maakt transparantie concreet (Raad voor Reclame, 25 augustus 2026)
<https://raadvoorreclame.be/ai-in-reclame-update-richtlijnen-voor-transparantie/>
4. AI in advertising: transparency, disclosure and 12 clear principles (Raad voor Reclame)
<https://raadvoorreclame.be/app/uploads/2026/08/RvR26-AlinAdvertising-EN-1.pdf>
5. Instagram Reels: videoadvertenties (Ads Guide, safe zones) (Meta)
<https://www.facebook.com/business/ads-guide/update/video/instagram-reels>
6. EU icons for labelling AI-generated content (Europese Commissie, 24 september 2026)
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>
7. De Belgische Reclamecode, versie 22 (art. 7.2, 9, 20 en 21) (Raad voor Reclame)
<https://raadvoorreclame.be/app/uploads/2026/09/Belgische-Reclamecode-v22-september-2026-NL.pdf>
8. Wetboek van economisch recht, art. VI.100 (22° en 26°) en art. XI.174 (geconsolideerde tekst) (Justel, FOD Justitie)
https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=2013022819&table_name=wet
9. Expanding GenAI Transparency for Meta's Ads Products (Meta, 3 februari 2025)
<https://about.fb.com/news/2025/02/gen-ai-transparency-metas-ads-products/>
10. Misleading and false content (TikTok Advertising Policies, onderdeel Edited media and AI-generated content) (TikTok)
<https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-misleading-and-false-content>
11. Updates to AI labeling requirements (July 2026) (Google Advertising Policies Help, 9 juli 2026)
<https://support.google.com/adspolicy/answer/17257106?hl=en>
12. Transparency obligations under Article 50 of the AI Act (FAQ) (Europese Commissie, 24 juli 2026)
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>
13. Strengere regels maar geen toezichthouder: hoe ver staat België met de Europese wetgeving rond AI? (VRT NWS)
<https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2026/07/29/geen-toezichthouder-wel-al-strengere-regels-hoe-ver-staat-belg/>

Liever dat we meekijken? Vraag je gratis test-ad: izoard.be/diensten/videoproductie/#offer