

#REKLAMA CZY #PREZENT?

DOWIEDZ SIĘ, CO TAK NAPRAWDĘ OGLĄDASZ I NIE DAJ SIĘ NABRAĆ!

W mediach społecznościowych często można zauważyć specyficznym oznaczone posty czy relacje, przede wszystkim u tzw. influencerów. Warto wiedzieć, że jeśli dana publikacja jest opisana przykładowo jako reklama czy post sponsorowany, to promowany tym samym produkt, czy usługa **jest w rzeczywistości reklamą**.

Co prawda, polskie przepisy nie zawierają w sobie regulacji dotyczących sposobów oznaczania materiałów reklamowych w mediach społecznościowych, ale ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 845) - dalej: „ustawa”, wprost w **art. 3 zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych**.

Na tle ww. ustawy można wyróżnić dwa typy zakazanych praktyk, które mogą łatwo zaistnieć w przestrzeni internetowej:

1) **zaniechanie wprowadzające w błąd** (art. 6 ust. 1 ustawy):

„Praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli **pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy** i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, **której inaczej by nie podjął.**”;

2) **kryptoreklamę** (art. 7 pkt 11 ustawy):

„(...) kryptoreklama, która polega na wykorzystywaniu treści publicystycznych w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu w sytuacji, **gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta.**”

Warto wiedzieć, że oznaczone muszą być po pierwsze **materiały reklamowe**. Chodzi o tzw. płatne współprace. Nie ma znaczenia przy tym, w jakiej formie doszło do zawarcia umowy z reklamodawcą.

Ważne jest, że w zamian za zareklamowanie danego produktu czy usługi influencerowi przysługuje określone wynagrodzenie. Taka forma współpracy musi być oznaczona mianem np.: #reklama, #MateriałReklamowy, #WspółpracaReklamowa, #PostSponsorowany, czy #MateriałSponsorowany.

Co więcej, odpowiednio oznaczone muszą być również inne treści komercyjne -autopromocja, tj. promocja własnych usług czy produktów, czy też publikacje dot. prezentów. W przypadku prezentów warto wiedzieć, że publikanie treści z tym związanych nie jest reklamą. Natomiast jako takie powinno być oznaczone mianem #prezent lub #podarunek. Dotyczy to jednak tylko pierwszego prezentu. Zgodnie z rekomendacją UOKiK (tj. Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów) drugi i kolejne prezenty influencer powinien oznaczać mianem reklamy.

Oznaczanie treści reklamowych w mediach społecznościowych pomaga odbiorcom łatwo rozpoznać, które publikacje mają charakter reklamowy. Dzięki odpowiednim oznaczeniom konsumenci mogą świadomie ocenić prezentowane treści i podjąć lepsze decyzje zakupowe. Jest to o tyle istotne, że przestrzeganie tych zasad zwiększa przejrzystość prezentowanych treści i pomaga uniknąć wprowadzania odbiorców w błąd.

Masz wątpliwości prawne lub czujesz, że Twoje prawa jako konsumenta zostały a nie jesteś w stanie ponieść kosztów odpłatnej pomocy?

Skorzystaj z **darmowej porady prawnej/ obywatelskiej** w punktach nieodpłatnej pomocy na terenie powiatu nowosolskiego

- NOWA SÓL - KOŻUCHÓW- BYTOM ODRZAŃSKI - SIEDLIŚKO-
NOWE MIASTECZKO.

Porady realizowane w punktach oraz zdalnie.

Obowiązują wcześniejsze zapisy pod nr tel. **790 227 119** (we wtorki, środy i czwartki w godz. 10.00-13.30) lub online: <https://np.ms.gov.pl>.

Artykuł został sfinansowany ze środków przekazanych przez Powiat Nowosolski - w ramach realizowanego przez Stowarzyszenie CIVIS SUM zadania publicznego pt.: Prowadzenie punktu nieodpłatnej pomocy prawnej i punktu nieodpłatnego poradnictwa obywatelskiego oraz realizacja zadań z zakresu edukacji prawnej w Powiecie Nowosolskim w 2026 r.