

#OznaczamReklamy

# Zanim zaczęliśmy

Najlepsze wakacje  
na Zanzibarze!  
Hm... płatna współpraca  
czy niezależna opinia  
podróżnika?

Białe litery na białym tle...

Oznaczać  
czy nie oznaczać?





Różnorodność  
reklamy w SoMe



Brak powszechnej  
znajomości prawa

# Wyzwania



Działania formalne  
i edukacja razem



„Nie-da-się”

**Poruszyliśmy tłumy.  
Wywołaaliśmy dyskusje.  
Nie posprzątaaliśmy całej sieci,  
ale rozpoczęliśmy **zmianę...****

Oznaczanie reklam stało się ważne społecznie, a nawet... modne



# Do nich dotarliśmy

Internetowi twórcy

Agencje reklamowe

Platformy społecznościowe

Odbiorcy treści

Reklamodawcy

Dziennikarze



Prezent

Reklama

Autopromocja

# Osiągnęliśmy



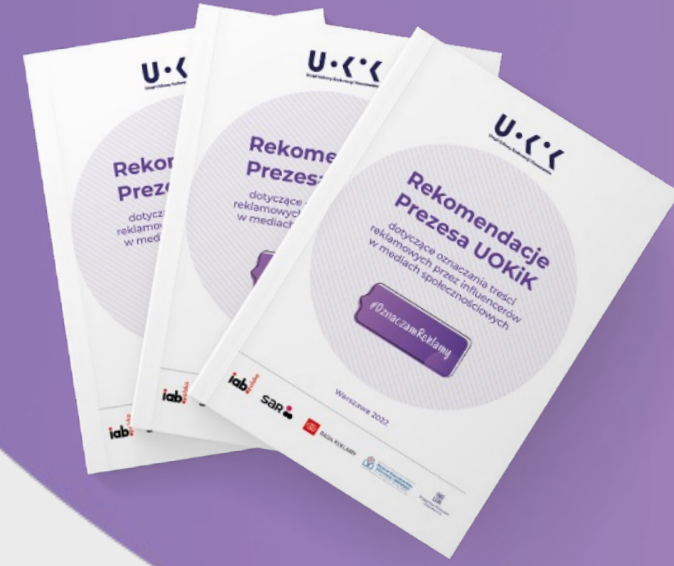
Większą **świadomość** twórców i odbiorców na temat oznaczania reklam



**Praktyczne** stosowanie prawa w SoMe

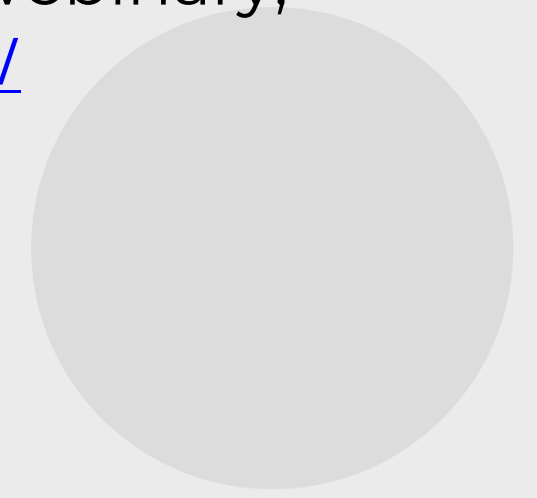


**Rekomendacje**  
nasz produkt flagowy



**Aktywność w sieci**

komunikaty prasowe, posty,  
komentarze, DMki, webinary,  
IG, TT, [www](http://www.uokik.gov.pl)

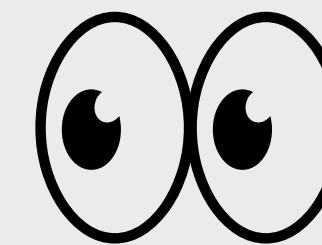


**Instatipy**

dla użytkowników,  
jak świadomie  
podchodzić  
do treści w SoMe



**Narzędzia**



**OCZYwisty**  
symbol kampanii

**Dialog z użytkownikami**

założyliśmy profil  
[uokikgovpl](https://www.uokik.gov.pl)  
i zaprosiliśmy do dyskusji  
o reklamach w SoMe



**Filtr AR**

do prawidłowego  
oznaczania treści  
komercyjnych

**U·K·K**  
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

## Rekomendacje Prezesa UOKiK

dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych

#OznaczamReklamy

Warszawa 2022

iab polska sar RADA REKLAMY Wydział Dziennikarstwa Informacji i Edukacji Wydział Nadzoru nad Wykonywaniem i Obserwowaniem

### 6 Prezenty

Jedną z form współpracy z influencerem jest przesłanie mu przez agencję reklamową albo bezpośrednio przez reklamodawcę prezentów, tzw. paczek PR.

Podarunki są niedużej wartości, twórca nie musi ich zwracać ani za nie płacić, zarazem też nie otrzymuje osobnego wynagrodzenia za ewentualną promocję. Darczyńca nie ma z influencerem zawartej umowy w żadnej formie oraz nie zleca twórcy publikacji materiałów w mediach społecznościowych na temat otrzymanego prezentu. Nie ma też wpływu na ich treść, ani w żaden sposób tych materiałów nie akceptuje. Decyzję o ewentualnej publikacji oraz jej formie podejmuje sam influencer.

Jeśli influencer decyduje się na publikację w przypadku otrzymania pierwszego prezentu od danej marki, nie musi tej treści oznaczać jako materiał reklamowy. Twórca powinien jednak poinformować obserwatorów o tym, że produkt otrzymał w prezencie.

**Przykład 15**

**Pierwszy prezent**

Agencja reklamowa wysłała podarunki z próbkami kosmetyków nowej marki do kilku influencerów z sektora beauty. Paczka PR miała niewielką wartość. Agencja nie precyzowała wymogów dotyczących zamieszczania publikacji czy prezentacji produktów. Do paczki dołączono jedynie karteczkę z życzeniami. Część influencerów po otrzymaniu przesyłki uznała, że podzieli się z odbiorcami opinią o otrzymanym prezencie.

Wymaga oznaczenia jako prezent

**INFLUENCERZE!**

W podarunku od nowej marki otrzymałeś bombusowy tuzos? Chcesz podzielić się tym na swoich kontach w mediach społecznościowych? Nie zapomnij wspomnieć, że produkt otrzymałeś w prezencie. Jeśli ta sama marka wysła Ci kolejne produkty – publikacje o nich oznacz jako materiał reklamowy.

**Przykład 16**

Wynagrodzenie w formie produktu, kolejny prezent

Jeden z influencerów z przykładu 15. „Jeminy prezent” po pewnym czasie otrzymał od agencji reklamowej następną paczkę z produktami tej samej marki. Niktory nie opublikował o nich nagrania, opisyje otrzymane produkty, mimo że agencja na to oczekiwała i nie akceptowała naprzeczających materiałów.

Wymaga oznaczenia jako materiał reklamowy i wskazania promowanej marki

**INFLUENCERZE!**

Jeśli masz wątpliwości, czy Twój materiał o produkcie lub usłudze stanowi przekaz handlowy i czy należy go oznaczyć jako reklamę to... oznacz go! W ten sposób udowodnisz, że działasz zgodnie z prawem i szanujesz swoich obserwatorów.

złota zasada #OznaczamReklamy

Pobierz  
**Rekomendacje**



Pobierz  
**Instatipy**



### Instatipy dla konsumentów

**U·K·K**  
uokikgovpl

### INSTATYPY DLA KONSUMENTÓW

**U·K·K**  
uokikgovpl

## 06 Influencer odpowiada za nieuczciwe działania

Gdy zamawiasz coś z polecenia influencera, nie kupujesz zwykle bezpośrednio od niego czy z jego sklepu. To nie z influencerem będziesz się kontaktować w sprawie odstąpienia od umowy lub reklamacji. On nie sprzedał produktu, tylko go polecił przecież. Czy to oznacza, że influencer zupełnie za to nie odpowiada? Niekoniecznie!

Influencer odpowiada za to, co opublikuje w mediach społecznościowych – niezależnie od odpowiedzialności sprzedawcy! **Jeżeli reklama influencera wprowadziła Cię w błąd, to możesz domagać się od niego naprawienia szkody na podstawie art. 12 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.**

**Możesz żądać od influencera naprawienia szkody, zaniechania bezprawnej praktyki czy usunięcia jej skutków.** Napisz w tej sprawie bezpośrednio do niego. Jeśli nie uzna Twoich racji, może Ci pomóc rzecznik konsumentów z Twojego regionu. Nieuczciwy influencer nie musi pozostać bezkarny! Pamiętaj również o **powiadomieniu UOKiK.** **Wprowadzanie konsumentów w błąd może zakończyć się nałożeniem kary do 10 proc. obrotu.**

## 07 Moda czy potrzeba?

Zastanów się, czy w ogóle potrzebujesz kolejnego kosmetyku, ubrania czy słuchawek. **Kenę się ideą zrównoważonego rozwoju. Nie kupuj tylko dlatego, że Twój idol jest zapakowany lub chodzi właśnie w takim modnie.** Często ceny takich produktów są znacząco wygórowane i nie odzwierciedlają ich jakości. Czasem marketingowe triki i kult „modnego” wizerunku sprawiają, że trudno jest powiedzieć stanowcze „nie” kolejnemu zakupowi. W końcu usprawiedliwić go możemy tym, że np. marka jest „eko”. Ale czy na pewno nadmierna konsumpcja „zrównoważonych” dóbr nadal jest zrównoważona? Póć za swoje rzeczywiste potrzeby, nie za słagany promocyjne.

# Dla lubiących nasz key visual...

Filtr AR do prawidłowego oznaczania  
treści komercyjnych w SoMe

Prezent

Reklama

Autopromocja

[Wyniki](#)



# Rekomendacje poruszyły tłumy...

**Prawo.pl**  
<https://www.prawo.pl/prawo/reklama-w-mediach...>  
**Reklama w mediach społecznościowych - wytyczne UOKiK**  
Witryna 1 paź 2022 · Czytaj: **UOKiK** rekomenduje: **Influencerzy** powinni oznaczać reklamy>>  
**Rekomendacje, to kolejny (po wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz poleceń ...**

**NowyMarketing**  
<https://nowymarketing.pl/a/39590>  
**UOKiK przedstawia rekomendacje dotyczące oznaczania**  
Witryna 26 wrz 2022 · **Influencerzy** pod lupą **UOKiK**. Prezes **UOKiK** informuje, że co miesiąc do Urzędu trafia średnio 300 sygnałów dotyczących potencjalnych naruszeń i stosowania ...

**Puls Biznesu**  
<https://www.pb.pl/uokik-udostepnil-rekomendacje...>  
**UOKiK udostępnił rekomendacje dla influencerów dotyczące ...**  
Witryna 26 wrz 2022 · "Rekomendacje Prezesa **UOKiK** dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych to dokument, na który czekali nie ...

**WhitePress**  
<https://www.whitepress.com/pl/baza-wiedzy/760/...>  
**Zalecenia UOKiK w sprawie oznaczania reklam przez influencerów**  
Witryna 6 paź 2022 · Nowe narzędzie **UOKiK**. **UOKiK** zapowiedziało, że niedługo udostępni ... które będzie można wykorzystać, oznaczając reklamę, ...

**Portal PublicRelations.pl**  
<https://publicrelations.pl/oznaczamreklamy-rekomendacje-prezesa-uokik>  
**#OznaczamReklamy – Rekomendacje Prezesa UOKiK**  
Witryna 27 wrz 2022 · O czym pamiętać oznaczając **reklamę**. Rek-

**REACHaBLOGGER**  
<https://reachablogger.pl/blog/oznaczenie-rekl...>  
**#OznaczamReklamy – Rekomendacje Prezesa UOKiK ...**  
Witryna 7 paź 2022 · Zgodnie z rekomendacjami Prezesa **UOKiK** Influencer powinien oznaczać materiały **reklamowe**, które publikuje na swoich kanałach w mediach społecznościowych w sposób czytelny, ...

**Business Insider Polska**  
<https://businessinsider.com.pl/lifestyle/uokik...>  
**UOKiK bierze na cel influencerów. Sprawdzi, czy oznaczają reklamy**  
na 29 wrz 2021 · **Influencerzy** nie zawsze, zdaniem **UOKiK**, oznaczają fakt reklamowania uktu. | Foto: Daxiao Productions / Shutterstock. - Z przeprowadzonego przez nas rozeznania ika, że wiele treści o charakterze handlowym na profilach influencerów na Instagramie, tubie, Facebooku czy w innych social mediach nie jest w ogóle ...

**WirtualneMedia.pl**  
<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/uokik-filtr...>  
**UOKiK filtr AR oznaczanie reklam social media OznaczamReklamy**  
Witryna 13 paź 2022 · **Filtr AR** OznaczamReklamy był zapowiadany przy publikacji rekomendacji prezesa **UOKiK** dotyczących oznaczania treści reklamowych przez influencerów w ...

**iab.org.pl**  
<https://www.iab.org.pl/aktualnosci/oznaczamreklamy...>  
**#OznaczamReklamy - Rekomendacje Prezesa UOKiK - IAB Polska**  
Witryna 26 wrz 2022 · Jest nim **filtr AR**, który już niedługo będzie dostępny w sieci, a wyszukasz go po nazwie **#OznaczamReklamy**. Współregulacja – **UOKiK** razem z branżą i ...

# ...a my?

Wyjaśnialiśmy wątpliwości,  
odpowiadaliśmy na pytania



## Pytania i odpowiedzi

podziel się [f](#) [t](#) +



Rekomendacje  
Prezesa UOKiK  
dla branży  
influencer marketingu

**pytania i odpowiedzi**

**Profil marki a profil influencera – jak to się wiąże z oznaczaniem reklam?**

rozwiń

**Kiedy publikacja wymaga oznaczenia jako materiał reklamowy?**

rozwiń

**Czy barter powinno się oznaczać?**

rozwiń

**Jak oznaczyć post z linkami afiliacyjnymi?**

rozwiń

**Czy należy oznaczać publikacje po zakończonej współpracy?**

rozwiń

**Influencer otrzymuje produkt do recenzji i go nie zwraca. Jak powinien to oznaczyć? Gry komputerowe, menu w restauracjach.**

rozwiń



# Kampania w liczbach



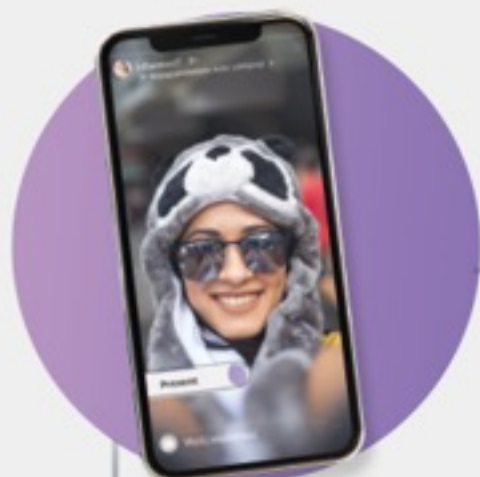
## Rekomendacje

Ponad 45 tys. pobrań  
ze strony uokik.gov.pl



## Instatipy

Ponad 2,3 tys. pobrań  
ze strony uokik.gov.pl



## Filtr AR

596 tys. wyświetleń efektów  
w relacjach, postach i rolkach  
na Instagramie



## Angażujące Dyskusje

65 komentarzy pod 11 postami  
o „Instatipach”, łączne zasięgi 25 614

558 komentarzy pod 7 postami  
o influencer marketingu, łączne  
zasięgi 25 454

856 komentarzy, pod 9 postami  
o „Rekomendacjach”, łączne  
zasięgi 127 613



## Medialny szum

12,6 tys. odsłon komunikatu  
prasowego o “Rekomendacjach”  
na uokik.gov.pl

4,3 tys. informacji

675,7 mln łącznego dotarcia

24 mln szacunkowego AVE

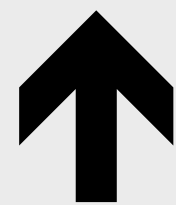


# Oznaczać? – **Zmiana** świadomości użytkowników

Współpraca komercyjna

**91,80%**

2023



**88,40%**

2022

Barter

**66%**

2023



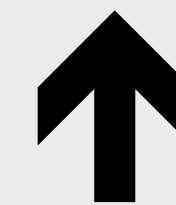
**58%**

2022

Event na zaproszenie

**38,10%**

2023



**28%**

2022

# Czy nominację w konkursie Złote Spinacze trzeba oznaczyć?

Nie!  
Ale koniecznie trzeba się  
tym chwalić 😊

