

SCAM - KOLEJNE DZIAŁANIA PREZESA UOKIK WOBEC INFLUENCERÓW

- Prezes UOKiK Tomasz Chróstny wszczął postępowanie wyjaśniające, w którym sprawdzi, czy influencerzy promują tzw. scam. To kolejna odsłona działań Urzędu związana z reklamą w mediach społecznościowych.
- scam@uokik.gov.pl - to adres email, na który możesz zgłosić influencerów, którzy mogą wprowadzać konsumentów w błąd poprzez tzw. scam.
- W toku są też 4 postępowania w sprawie nałożenia kary na influencerów (m.in. , którzy nie współpracowali z Urzędem podczas pierwszego etapu postępowania dotyczącego kryptoreklamy.

[Warszawa, 29 listopada 2021 r.] Prezes UOKiK Tomasz Chróstny przygląda się działalności reklamowej influencerów w mediach społecznościowych. W pierwszej kolejności wątpliwości wzbudziło nieoznaczanie postów reklamowych jako sponsorowane - o czym [informowaliśmy we wrześniu](#). W toku postępowania wielu twórców zaczęło oznaczać poprawnie swoje materiały - konsument w wielu przypadkach już wie, że ma do czynienia z reklamą.

- Doceniam to, że branża konstruktywnie zareagowała na nasze zastrzeżenia. Widzimy pozytywną zmianę w zakresie oznaczania postów reklamowych. Prawo do rzetelnej informacji jest podstawowym prawem każdego z konsumentów - mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

Kolejnym etapem działań jest wszczęcie przez Prezesa Urzędu postępowania wyjaśniającego dotyczącego promowania tzw. scamu.

- Rozpocząłem postępowanie wyjaśniające, które ma ustalić zaangażowanie influencerów w promowaniu scamu. Sprawdzimy, czy twórcy weryfikują oferty komercyjnej współpracy i jak się zachowują, gdy zostaną wykryte nieprawidłowości, w tym czy wycofują się z reklamowania produktu bądź oferują naprawę szkody swoim followersom. Nie można bezrefleksyjnie decydować się na wątpliwą współpracę tylko z pobudek finansowych. Każdy influencer powinien przestrzegać prawa przy promowaniu produktu bądź usługi oraz brać odpowiedzialność za swoje działania - mówi Tomasz Chróstny, prezes UOKiK.

Co to jest scam?

Scam to działanie, którego celem jest wprowadzenie w błąd - jest to np. informowanie o nieistniejących promocjach, ukrywanie istotnych cech produktu, niestusne wyolbrzymianie właściwości lub przeznaczenia reklamowanego produktu czy oferowanie rzeczy szkodliwych bądź niebezpiecznych dla zdrowia. Przykładowo, influencer w zamian za wynagrodzenie zachwala produkt, informując, że ma on mocno obniżoną cenę - np. z 600 zł na 150 zł. Tymczasem okazuje się, że promocja cenowa była fałszywa, a dodatkowo osoby, które złożyły zamówienie, nie otrzymują produktu lub dostarczony wyrób jest gorszej jakości niż wskazywał na to twórca na swoim kanale w mediach społecznościowych.

Przypadki te związane są z reklamowaniem przez influencerów produktów, które są sprzedawane w modelu [dropshippingu](#), niekiedy przez sklepy internetowe powstające tylko na potrzeby konkretnej kampanii reklamowej. Influencer zachęca swoich obserwatorów do zakupu jakiegoś produktu w rzekomo promocyjnej cenie, przedstawiając nieobiektywnie jego zalety. Sklep internetowy po zebraniu pieniędzy od klientów może nie realizować zamówień lub zakończyć działalność. Nawet jeżeli w takiej sytuacji klienci otrzymają produkt, to pozostają bez wsparcia posprzedażowego związanego z prawem do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni czy odpowiedzialnością sprzedawcy z tytułu rękojmi za wady przez 2 lata od wydania produktu.

- Odbiorcami treści w mediach społecznościowych są w dużej mierze osoby młode, które mimo obojętności z nowymi technologiami niekoniecznie potrafią rozróżnić neutralną informację od reklamy. Ufają, że ktoś rzeczywiście poleca produkt, ponieważ jest z niego zadowolony, a nie dlatego, że dostał za to wynagrodzenie. Influencerzy powinni być świadomi tej odpowiedzialności, zwłaszcza za najmłodszych konsumentów - mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

Nie bądź obojętny - zgłoś scam do UOKiK!

Scam szybko znika z sieci - internauto, potrzebujemy Twojej pomocy! Influencer, którego obserwujesz, reklamuje scam? Zgłoś to do UOKiK - napisz do nas, również anonimowo, na scam@uokik.gov.pl. Przeanalizujemy Twoje zgłoszenie i zdecydujemy, czy zasadne jest postawienie zarzutów. Wyślij nam zrzut ekranu, nagrany film lub po prostu link do konta twórcy wraz z opisem nieprawidłowości jakie zauważyłeś. Im więcej informacji i materiałów, tym lepiej. Gwarantujemy anonimowość.

Nieudzielenie informacji w postępowaniu dot. kryptoreklamy - reakcja UOKiK

Pod koniec września [informowaliśmy o wszczęciu](#) przez Prezesa UOKiK Tomasza Chróstnego postępowania wyjaśniającego dotyczącego nieoznaczenia przez influencerów materiałów promujących produkty lub usługi jako reklama, co może wprowadzać konsumentów w błąd. W toku postępowania wyjaśniającego Prezes UOKiK skierował wezwania do wielu podmiotów - zarówno samych twórców, jak i agencji reklamowych, w których poprosił o udzielenie informacji, np. o zawartych umowach, zasadach współpracy i oznaczania publikowanych treści. Niestety, część adresatów nie odebrała korespondencji lub nie odpowiedziała na zadane pytania, nie przesała również wymaganych dokumentów.

- Takie zachowanie odczytujemy jako brak współpracy z Prezesem Urzędu w toku prowadzonego postępowania, za co grożą osobne sankcje finansowe. Z tego też powodu wszczęłem postępowania w sprawie nałożenia kary za brak udzielenia informacji. Nie wykluczamy kolejnych tego rodzaju działań - zarówno względem przedsiębiorców, którzy nie udzielają informacji w postępowaniu dotyczącym kryptoreklamy, jak i tzw. scamu - dodaje Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

Postępowania w sprawie nałożenia kary za brak współpracy w toku postępowania dotyczą:

- **Kruszwil Marek Kruszel,**
- **MD Marcin Dubiel,**
- **Maffashion Julia Kuczyńska,**
- **Marley Marlena Sojka.**

Prezes UOKiK weryfikuje również jak portale społecznościowe umożliwiają użytkownikom oznaczania treści sponsorowanych oraz czy wpływa to w jakikolwiek sposób na zasięgi osób, które robią to prawidłowo. Zdaniem Prezesa UOKiK negatywne konsekwencje związane z ograniczeniem zasięgów powinni ponosić wyłącznie influencerzy, którzy nie informują obserwujących ich konsumentów o tym, że odpłatnie promują produkty lub usługi.

Pomoc dla konsumentów:

Tel. 801 440 220 lub 22 290 89 16 - infolinia konsumencka

E-mail: porady@dlakonsumentow.pl

[Rzecznicy konsumentów](#) - w twoim mieście lub powiecie