

Kodex influencera

Vymezení pojmů

zadavatel = agentura nebo klient

influencer = uživatel internetu, uživatel internetu využívající svého vlivu, který se podílí na komunikační aktivitě zadavatele za peněžní nebo nepeněžní plnění

Pokud mezi influencerem a zadavatelem existuje placená nebo barterová obchodní spolupráce, je influencer povinen v obsahu vzniklém pro tyto účely uvádět textově nebo slovně informaci o obchodní spolupráci.

Influencer může za propagaci zboží a služeb obdržet peníze nebo i protiplnění jiné povahy, např. v podobě hrazené cesty s ubytováním na akci, o které bude influencer dohodnutým způsobem informovat, možnost ponechat si testované produkty, případně produkty a služby bezplatně užívat. Všechna tato protiplnění naplňují znaky placené obchodní spolupráce a zavazují influencera k následujícím pravidlům.

1. Informace o obchodní spolupráci označená (#)¹ "placenepartnerství" musí být vizuálně či slovně uvedena na začátku zveřejňovaného obsahu, a to jednoznačně a srozumitelně tak, aby byl každý schopen rozpoznat, že se jedná o placenou reklamu. Například: Tento produkt k testování dodala firma XY..., Tento výlet platila společnost XY..., Toto oblečení mi bylo poskytnuto zdarma značkou XY apod. Spotřebitelům musí být zřejmé, že sponzoring byl poskytnut výměnou za vytvoření příspěvku a propagaci značky.
2. Influencer musí přizpůsobit formu sdělení předpokládané cílové skupině, tzn. např. je-li alespoň 25 % předpokládaného publika mladší osmnácti let, musí být sdělení pochopitelné i jim. Nad rámec uvedení informace o obchodní spolupráci označené (#) "placenepartnerství" použije autor navíc nástroje jednotlivých platforem, které umožňují označení placené spolupráce. Neznamená to ale, že mohou být použita pouze tato označení, protože ta jsou spotřebitelům málo srozumitelná a zavádějící.
3. Influencer nesmí o svých zkušenostech se službou či produktem lhát či je zamlčovat. Nesmí například předstírat, že si produkt sám koupil, když mu byl poskytnut firmou.
4. Influencer zajistí, že způsob, jakým je označena informace o obchodní spolupráci, odpovídá podmínkám platformy, na které je sdělení umístěno. V případě video platform (např. YouTube) ponechá influencer informaci o obchodní spolupráci v obraze dostatečně dlouho, aby ji mohl každý zaznamenat, tedy přečíst.
5. Influencer či zadavatel vyslyší upozornění samoregulátora na případné porušování těchto pravidel a zjedná doporučenou nápravu.
6. Influencer a zadavatel vezmou v úvahu inzerování cílovým skupinám, jejichž předpokládané publikum tvoří z jedné čtvrtiny a více osoby mladší 18 let, nebo inzerování produktů či služeb, které jsou vyjmenovány v Zákoně o regulaci reklamy (např. reklama na tabákové výrobky, alkohol, humánní léčivé přípravky apod.).

¹ použití # není nutné, řídí se zvyklostmi platformy

Budou se v tomto případě řídit regulací dle platných zákonů, zejména Zákona o regulaci reklamy 40/1995 Sb. Pokud influencer předpokládá, že více než čtvrtina jeho sledujících jsou mladší osmnácti let, nebude jim zejména inzerovat tabákové výrobky, alkohol, léky či hazardní hry apod. (viz Zákon o regulaci reklamy).

7. Doporučená pravidla jsou ve formě vhodné pro influencery publikována na webové adrese <https://ferovyinfluencer.cz/>.