

**Informacja prasowa**

6/02/2024

**Dzień Bezpiecznego Internetu 2024 – razem chrońmy młodych konsumentów**

**#SaferInternetDay**

* **Dzień Bezpiecznego Internetu (Safer Internet Day) obchodzimy w UE od 2004 r.**
* **W tym roku koncentrujemy się na działaniach influencerów, które niestety nie zawsze są zgodne z prawem.**
* **Apelujemy do influencerów o przestrzeganie prawa i etyki by zapewnić ochronę, szczególnie młodym konsumentom.**

ECC-Net opracowało 10 kluczowych zasad i praktyk, które pomogą influencerom chronić młodych konsumentów. Przestrzeganie prawa oraz etyki pozwala na tworzenie bezpiecznej i przyjaznej przestrzeni online. To wyraz szacunku dla odbiorców i podstawa budowania trwałej, opartej na wiarygodności relacji.

** Po pierwsze zasady**

[The Influencer Legal Hub](https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub_en) zawiera zasady obowiązujące influencerów w roli reklamodawców i sprzedawców. Jest to narzędzie Komisji Europejskiej, które pomaga w tworzeniu i przestrzeganiu standardów ochrony konsumentów. Przedstawia prawdziwe przypadki i *best practices*, które pomogą influencerom uniknąć kar finansowych za nieuczciwe praktyki biznesowe oraz chronić ich reputację.

** #OznaczamReklamy**

Infuencer powinien zawsze informować o wszystkich formach komercyjnej współpracy, takich jak reklama, sponsoring, partnerstwo, recenzje bezpłatnie otrzymanych produktów, wymiana barterowa. Pozwoli to obserwatorom na ocenę wartości przekazu i podjęcie świadomej decyzji konsumenckiej. Oznaczenia powinny być jasne, jednoznaczne i czytelne.

Zapoznaj się z [Rekomendacjami Prezesa UOKiK](https://uokik.gov.pl/influencer_marketing.php) dotyczącymi oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych #OznaczamReklamy.

** Współpracuj tylko z markami godnymi zaufania**

Współpracuj wyłącznie z godnymi zaufania markami i zawsze sam wypróbuj produkty, zanim polecisz je swoim obserwatorom. Dzięki temu, Twoje rekomendacje będą wiarygodne i pozwolą na podejmowanie racjonalnych decyzji przez konsumentów.

** Bierz odpowiedzialność za to, co przekazujesz**

Przekazuj tylko pełne, zweryfikowane i aktualne informacje. Pamiętaj, aby polegać na sprawdzonych źródłach. Wprowadzenie konsumentów w błąd może im zaszkodzić oraz zniszczyć Twoją wiarygodność i reputację.

** Zdrowie pod szczególną ochroną**

Zachowaj szczególną ostrożność przy podawaniu informacji dotyczących zdrowia. Przekazuj tylko sprawdzone informacje oparte na faktach, podaj źródło wiedzy. Wprowadzające w błąd twierdzenia na temat korzyści zdrowotnych, nie tylko są niezgodne z prawem, ale też mogą mieć poważne negatywne skutki dla zdrowia konsumentów.

** Upewnij się, że produkty, które sprzedajesz lub promujesz, są bezpieczne**

Upewnij się, że produkty, które oferujesz lub polecasz są z legalnego źródła i mają wymagane certyfikaty. Na [Safety Gate](https://ec.europa.eu/safety-gate-alerts/screen/webReport) – stronie internetowej Komisji Europejskiej znajdziesz listę wycofanych produktów. Jeśli produkt zostanie wycofany, nie sprzedawaj go ani nie promuj, ponieważ może to narazić bezpieczeństwo i zdrowie konsumentów.

** Bezpieczeństwo w internecie**

Edukuj swoich obserwujących na temat bezpiecznych metod płatności, konieczności korzystania z zaufanych witryn internetowych i ochrony danych osobowych. Pomoże to tworzyć bezpieczne środowisko zakupów online i zwiększy ochronę konsumentów.

** Bądźmy w kontakcie**

Mimo że prywatność jest ważna, należy przestrzegać prawa europejskiego. Prawo ochrony konsumentów wskazuje konieczność udostępniania pewnych informacji, takich jak dane do kontaktu ze sprzedającym.

** Pamiętaj o prawach konsumenta**

Gdy promujesz lub sprzedajesz produkty, pamiętaj o informacjach dotyczących praw konsumentów - gwarancjach, zasadach zwrotów i obsłudze klienta. Dzięki temu klienci mogą bezpiecznie dokonywać zakupów, wiedząc, z jakich praw mogą skorzystać, jeśli produkt nie spełni ich oczekiwań.

** Uczciwość popłaca**

Bądź autentyczny i uczciwy w publikowanych przez siebie treściach. Rzetelne, poparte doświadczeniem rekomendacje i przejrzysta komunikacja budują zaufanie wśród odbiorców, sprzyjają długotrwałym relacjom i wiarygodności influencera. Zapewniają też młodym konsumentom możliwość podejmowania świadomych decyzji zakupowych w oparciu o godne zaufania opinie.

# 

# Dodatkowe informacje:

# Europejskie Centrum Konsumenckie Tel.: 22 55 60 774 E-mail: aleksandra.piszczorowicz@konsument.gov.pl [Twitter: @ECCPoland](https://twitter.com/ECCPoland) [Facebook: @Europejskiecentrumkonsumenckie](https://www.facebook.com/EuropejskieCentrumKonsumenckie/) [Aplikacja ECC-Net Travel](http://www.konsument.gov.pl/pl/news/752/100/ECC-Net-Travel---darmowa-aplikacja-na-wakacje.html) [konsument.gov.pl](file:///C:\Users\wojciech.szczerba\AppData\Local\Temp\konsument.gov.pl)

Europejskie Centrum Konsumenckie (ECK) należy do Sieci Europejskich Centrów Konsumenckich (ang. ECC-Net), służących pomocą konsumentom w całej UE. Europejskie centra konsumenckie bezpłatnie informują konsumentów o ich prawach w Unii Europejskiej oraz pomagają w polubownym rozwiązywaniu sporów transgranicznych z przedsiębiorcami mającymi siedziby w UE, Norwegii oraz Islandii. Konsumenci mogą zgłaszać do ECK swoje pytania i skargi na nieuczciwe praktyki np. zagranicznych biur podróży, hoteli, linii lotniczych, wypożyczalni samochodowych, czy sklepów internetowych drogą telefoniczną (22 55 60 600), poprzez e-mail ([ECCNET-PL@ec.europa.eu](mailto:ECCNET-PL@ec.europa.eu)) lub osobiście odwiedzając siedzibę centrum w Warszawie przy Pl. Powstańców Warszawy 1.



Niniejsze działanie otrzymało dofinansowanie Unii Europejskiej.

Treść informacji prasowej przedstawia poglądy autora i stanowi jego wyłączną odpowiedzialność; w żaden sposób nie odzwierciedla poglądów Komisji Europejskiej i/lub Europejskiej Rady ds. Innowacji i Agencji Wykonawczej ds. Małych i Średnich Przedsiębiorstw (EISMEA) ani innego organu Unii Europejskiej. Komisja Europejska i/lub Agencja Wykonawcza nie ponoszą odpowiedzialności za wykorzystanie zawartych na niej informacji.