

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤΟΝ ΕΚΔ-Ε & ΟΔΗΓΟΣ ΚΑΛΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ

To Influencer Marketing στον «σωστό δρόμο»

Το **Influencer Marketing** αποτελεί πλέον ένα ισχυρό εργαλείο εμπορικής επικοινωνίας. Για το λόγο αυτό, βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των ρυθμιστικών αρχών σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. Ήδη από τα τέλη Οκτωβρίου το **Υπουργείο Ανάπτυξης** διενεργεί ελέγχους των εμπορικών πρακτικών που χρησιμοποιούν οι influencers στους λογαριασμούς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με τη συνδρομή ψηφιακών εργαλείων της **Ευρωπαϊκής Επιτροπής**, για την προστασία των καταναλωτών από παραπλανητικές ενέργειες. Ειδικότερα, στο πλαίσιο πανευρωπαϊκών ελέγχων που διενεργούνται στα κράτη-μέλη της Ένωσης με πρωτοβουλία της **Ευρωπαϊκής Επιτροπής (EU Sweeps)**, η **Γενική Διεύθυνση Αγοράς και Προστασίας Καταναλωτή της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου** πραγματοποιεί ελέγχους στις εμπορικές πρακτικές που χρησιμοποιούν οι influencers στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προκειμένου να προωθήσουν ή να διαθέσουν προς πώληση αγαθά και υπηρεσίες εταιρειών (brands) με τις οποίες συνεργάζονται. Ο σκοπός των ελέγχων είναι διττός: πρώτον, να εντοπιστούν αναρτήσεις των influencers στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι οποίες περιέχουν μαρτυρίες, κριτικές ή καταχωρήσεις που ενδεχομένως να είναι παραπλανητικές για τους καταναλωτές, επηρεάζοντας την αγοραστική τους συμπεριφορά και προκαλώντας οικονομική ζημία και δεύτερον να επαληθεύσουν εάν οι influencers ενημερώνουν με σαφήνεια τους ακόλουθούς τους σχετικά με την ταυτότητα και τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας τους. Θυμίζουμε άλλωστε ότι για την ΕΕ οι influencers που ασκούν συνήθεις εμπορικές δραστηριότητες, όπως είναι και οι εμπορικές συμφωνίες για τη διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών, θεωρούνται έμποροι (traders) βάσει της νομοθεσίας της ΕΕ και υποχρεούνται να συμμορφώνονται με όσα προβλέπει το ενωσιακό δίκαιο για την προστασία του καταναλωτή και τον ανταγωνισμό. Παράλληλα, σε αυτό το εν πολλοίς αχαρτογράφητο τοπίο, μπαίνουν για πρώτη φορά κάποιοι κανόνες και μάλιστα εθελοντικά, μέσω της αυτοδέσμευσης των εμπλεκόμενων μερών.

Για τον **Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)** και την **Ένωση Εταιριών Διαφήμισης & Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ)**, ιδρυτικά μέλη του **Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας (ΣΕΕ)**, που ελέγχει την τήρηση των κανόνων δεοντολογίας του **Ελληνικού Κώδικα Διαφήμισης-Επικοινωνίας (ΕΚΔ-Ε)**, η αυτορρύθμιση είναι πάντοτε προτιμότερη και αποτελεσματικότερη της όποιας κανονιστικής παρέμβασης. Σε αυτό το πλαίσιο, επιδεικνύοντας ταχύτητα αντανάκλαστικά, ΣΕΕ, ΣΔΕ και ΕΔΕΕ, υιοθέτησαν ειδικό Παράρτημα στον ΕΚΔ-Ε για το Influencer Marketing με λεπτομερείς και συγκεκριμένους κανόνες αυτοδέσμευσης, που στηρίζονται στις οδηγίες της **European Advertising Standards Alliance (EASA)** και επικεντρώνονται σε 3 άξονες:

- κάθε περιεχόμενο που αποτελεί διαφήμιση πρέπει να φαίνεται σαφώς και από την αρχή ως διαφήμιση, με το #διαφήμιση (ή #ad, ή #advertisement)
- εικόνες που υποβλήθηκαν σε σημαντική επεξεργασία πρέπει να επισημαίνονται ως #επεξεργασμένεςεικόνες (ή #retouchedimages)
- ισχύουν όλες οι υποχρεώσεις που προβλέπονται στον Κώδικα (όπως, περί τεκμηρίωσης, ισχυρισμών υγείας, μη παραπλάνησης κ.α.)

Συμπληρωματικά σε αυτό, ΣΔΕ & ΕΔΕΕ, επιθυμώντας να διευκολύνουν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη στη συλλογική προσπάθεια που απαιτεί η αυτοδέσμευση, δημιούργησαν τον νέο Οδηγό Καλής Πρακτικής για το Influencer Marketing. Σκοπός του Οδηγού, τον οποίο προσυπογράφει και το ΣΕΕ, είναι:

- Να ενημερώσει τα brands, τις εταιρείες που εκπροσωπούν/ προωθούν influencers/υλοποιούν influencer καμπάνιες, αλλά και τους ίδιους τους influencers, για τις βέλτιστες πρακτικές στο Influencer Marketing.
- Να παροτρύνει όλους τους παραπάνω να εφαρμόζουν τους νόμους της Ε.Ε. και της Ελλάδας που άπτονται της εμπορικής επικοινωνίας προϊόντων και υπηρεσιών (ενδεικτικά προστασία του καταναλωτή και του ανταγωνισμού, υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, προστασία προσωπικών δεδομένων κλπ).



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

INFLUENCER MARKETING

ΟΔΗΓΟΣ ΚΑΛΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2023



- Να διευκολύνει τους παραπάνω να εφαρμόζουν τις προβλέψεις του ΕΚΔ-Ε για κάθε μορφή εμπορικής επικοινωνίας και, ειδικότερα, το νέο ειδικό Παράρτημα για το Influencer Marketing.

Ο Οδηγός δημιουργήθηκε στα πρότυπα αντίστοιχων **Best Practices** από σημαντικές αγορές της Ε.Ε. και καλύπτει ευρύτατη γκάμα θεμάτων, από τη μέτρηση της διαφήμισης ως την ανάγκη να υπάρχει ένα σωστό, αναλυτικό brief και από την προστασία των παιδιών και άλλων ευαίσθητων ομάδων ως τη διαφάνεια στις αμοιβές και στη χρήση σημαντικά επεξεργασμένων εικόνων. Αποτελεί κοινή πεποίθηση των ΣΔΕ, ΕΔΕΕ & ΣΕΕ ότι η αυτοδέσμευση και η εφαρμογή καλών πρακτικών είναι προς το συμφέρον όλων όσοι ασχολούνται με το Influencer Marketing και θα συμβάλει στην ενίσχυση της ποιότητας, της εμπιστοσύνης και της διαφάνειας. Ο νέος «**Οδηγός Καλής Πρακτικής**» για το Influencer Marketing» είναι διαθέσιμος [εδώ](#). Το νέο Παράρτημα για το Influencer Marketing του ΕΚΔ-Ε είναι διαθέσιμο [εδώ](#).