**Tisková zpráva Evropského spotřebitelského centra při ČOI**

**Jak mohou influenceři chránit mladé spotřebitele**

***(Praha, 6. únor) Influenceři cílí svou inzercí na mladou generaci, ale ne vždy je prodej na sociálních sítích úplně transparentní. Reklamy mohou být i nezáměrně skryté, nabídky neférové, prezentace výrobků zkreslené. Síť Evropských spotřebitelských center proto dnes, na celosvětový Den bezpečnějšího internetu, vyzývá influencery, aby zodpovědným přístupem pomáhali chránit práva a zdraví svých zákazníků – a to dodržováním pravidel pro informování o jejich právech při nákupu, jasným označováním reklamy a také ověřováním bezpečnosti nabízených výrobků.***

„Influenceři, kteří často propagují nebo prodávají výrobky či služby, jsou podle evropského práva považováni za prodejce a musí dodržovat řadu pravidel. Ne všichni je ale znají. Přitom pokud se budou těmito principy řídit, zvýší ochranu svých především mladých sledujících,“ říká Ondřej Tichota, ředitel Evropského spotřebitelského centra Česko, které se zabývá právy spotřebitelů na jednotném trhu EU.

Problematické mohou být prodeje potravinových doplňků, různých nápojů, potravin a podobně, kde je nutné vyvarovat se zavádějících tvrzení o zdravotních účincích. Podávané informace pak musí být přesné a aktuální. Influenceři by si měli prezentované výrobky sami vyzkoušet a ujistit se, že jsou bezpečné. Pomoci s tím může webová stránka Safety Gate Evropské komise o zachycených nebezpečných výrobcích.

„Důležité je, aby mladý spotřebitel vůbec věděl, že se v danou chvíli dívá na inzerci. Je potřeba jasně informovat o všech sponzorstvích, partnerstvích nebo reklamě na výrobky, které influenceři dostávají zdarma. Mladým to pomůže pochopit kontext doporučení a činit nezkreslená rozhodnutí.,“ podotýká Ondřej Tichota s tím, že zajímavým jevem je prodej při právě probíhajícím živém streamu, kdy si lidé mohou prezentované výrobky v reálném čase objednávat v komentářích a následně zaplatit: „Jde o něco podobného, jako byl dříve teleshoping.“

Féroví influenceři mohou také poučit své zákazníky o bezpečných platebních metodách, důležitosti používání důvěryhodných webových stránek a významu ochrany osobních údajů, a tvořit tak bezpečnější prostředí pro online nakupování.

Síť 29 Evropských spotřebitelských center doporučuje podívat se na [Influencer Legal Hub](https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub_en?prefLang=cs). Jde o internetový nástroj Evropské komise se skutečnými případy a praktickými radami, jak si zachovat dobrou pověst a vyhnout se pokutám za nekalé obchodní praktiky. Zavádějící nebo nepřesné údaje mohou poškodit spotřebitele a poškodit důvěryhodnost promotéra.

Důležité je uvádět zákonem požadované informace o prodejci a také o právech spotřebitelů například na odstoupení od smlouvy, zásadách vracení zboží a o zárukách.

Pokud má spotřebitel přeshraniční spor týkajících se jeho práv s obchodníkem z jiné země EU, Norska nebo Islandu, může využít bezplatné pomoci sítě Evropských spotřebitelských center (ECC-Net). Činnost 29 center je již 19 let financována Evropskou komisí a zúčastněnými státy. ESC Česko působí při České obchodní inspekci. Více praktických informací pro spotřebitele je na [www.evropskyspotrebitel.cz](http://www.evropskyspotrebitel.cz).

***Kontakt pro média:***Ondřej Tichota, ředitel ESC Česko, 731 553 653, [otichota@coi.cz](mailto:otichota@coi.cz)