



78%

των influencers, σύμφωνα με ευρωπαϊκή έρευνα, ασκούν εμπορική δραστηριότητα, ωστόσο μόνο το 36% είχε προχωρήσει σε έναρξή της

Αυστηρές οδηγίες προς τους influencers

Θα κληθούν από το υπουργείο Ανάπτυξης να δηλώσουν ξεκάθαρα ότι ασκούν εμπορική δραστηριότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Του ΔΗΜΗΤΡΗ ΧΡΙΣΤΟΥΛΙΑ
d.christoulias@realnews.gr

Στο στόχαστρο των ελεγκτικών Αρχών αναμένεται να βρεθούν τις επόμενες ημέρες εκατοντάδες influencers, με στόχο να υπάρξει μεγαλύτερη διαφάνεια στις εμπορικές δραστηριότητες που ασκούν. Σύμφωνα με ασφαλείς πληροφορίες της Realnews, το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα θα κληθούν από το υπουργείο Ανάπτυξης να προβούν όλοι οι influencers στις απαραίτητες διορθωτικές ενέργειες, έτσι ώστε να γίνεται σαφές ότι οι αναρτήσεις που κάνουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφορούν εμπορική δραστηριότητα. Σε διαφορετική περίπτωση, θα έρχονται αντιμέτωποι με τσουχτερά πρόστιμα. Οι influencers, μεταξύ άλλων, θα πρέπει να παρέχουν πληροφορίες για να διασφαλίσουν την ικνπλασιμότητά τους πριν αναρτήσουν περιεχόμενα στα social media για να προωθήσουν ή να πουλήσουν προϊόντα ή υπηρεσίες. Ουσιαστικά θα πρέπει να είναι εντελώς ξεκάθα-

ρο ότι μιλούν ως επαγγελματίες και όχι ως καταναλωτές. Αξίζει να σημειωθεί ότι η νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους καταναλωτές προβλέπει ότι οι εμπορικές επικοινωνίες πρέπει να είναι διαφανείς. Στις αναρτήσεις τους, οι influencers δεν πρέπει να παραπλανούν τους καταναλωτές με ψευδείς ή αναληθείς πληροφορίες σχετικά με τα προωθούμενα προϊόντα ή υπηρεσίες που εμπίπτουν στις οδηγίες για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Οποιαδήποτε προώθηση προϊόντων ή των υπηρεσιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αποφέρει έσοδα στους influencers πρέπει να γνωστοποιείται ως διαφημιστική δραστηριότητα.

Επιπλέον, οι influencers που πωλούν προϊόντα ή υπηρεσίες σε δικό τους ηλεκτρονικό κατάστημα έχουν τις ίδιες νομικές υποχρεώσεις με τα ηλεκτρονικά καταστήματα, όπως η παροχή εγγυήσεων στους καταναλωτές ή δικαιωμάτων υπαναχώρησης από την αγορά. Ουσιαστικά θα πρόκειται για μια προειδοποίηση προς όλους τους influencers ότι, αν δεν συμμορφωθούν με τους κανόνες που θα τους τεθούν, θα πληρώνουν υψηλά πρόστιμα.

Τι αναφέρει έρευνα της Ε.Ε.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με σχετική μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σχεδόν όλοι οι influencers -και συγκεκριμένα το 97%-ανήρτησαν στα social media εμπορικό περιεχόμενο, αλλά μόνο ένας στους πέντε ανέφερε ότι ήταν διαφημιστικό. Ο στόχος της έρευνας ήταν για να διαπιστωθεί αν οι influencers αποκαλύπτουν τις διαφημιστικές ή τις εμπορικές δραστηριότητές τους, όπως απαιτείται από τη νομοθεσία της Ε.Ε. για την προστασία των καταναλωτών. Ειδικότερα, ελέγχθηκαν αναρτήσεις

576 influencers που δημοσιεύτηκαν σε μεγάλες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, το 78% των influencers ασκούν εμπορική δραστηριότητα, ωστόσο μόνο το 36% είχε προχωρήσει σε έναρξή της. Επίσης, το 30% δεν παρείχε στοιχεία της εταιρείας στις αναρτήσεις του, όπως διεύθυνση e-mail, όνομα εταιρείας ή ταχυδρομική διεύθυνση. Το 38% εξ αυτών δεν χρησιμοποίησε τις επικέτες που χρησιμεύουν για την αποκάλυψη εμπορικού περιεχομένου, όπως η εναλλαγή «συnergασίας επί πληρωμή» στο Instagram. Αντιθέτως, οι συγκεκριμένοι influencers επέλεξαν διαφορετική διατύπωση, όπως για παράδειγμα «συnergασία».

Επίσης, το 44% των influencers είχε τα δικά του ηλεκτρονικά καταστήματα, μέσα από τα οποία πουλούσε τα προϊόντα του.

Να σημειωθεί ότι οι ελεγκτικές Αρχές στα υπόλοιπα ευρωπαϊκά κράτη, όπως πλέον θα γίνει και στη χώρα μας, έρχονται σε επικοινωνία με τους influencers, ζητώντας τους να ακο-

λουθήσουν τη νομοθεσία. Σε κάθε περίπτωση, στην έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφέρεται ότι οι προβληματικές πρακτικές μάρκετινγκ καταδεικνύουν τη σημασία της ύπαρξης σύγχρονης ισχυρής νομοθεσίας που να είναι επαρκής όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στο διαδίκτυο.

Task force από ΑΑΔΕ

Την ίδια στιγμή, η Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων (ΑΑΔΕ) συνεχίζει με αμείωτη ένταση τους ελέγχους για να εντοπίσει φαινόμενα φοροδιαφυγής από όσους είτε διαφημίζουν προϊόντα και υπηρεσίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και γενικότερα στο διαδίκτυο χωρίς να εκδίδουν φορολογικά παραστατικά είτε πραγματοποιούν αγορές χιλιάδων ευρώ χωρίς να δικαιολογούνται από τα εισοδήματα που δηλώνουν στην εφορία. Ο διοικητής της ΑΑΔΕ Γιώργος Πισιλής έχει αναφέρει ότι η ανεξάρτητη Αρχή παρακολουθεί τα πάντα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαθέτοντας ειδικά ψηφιακά εργαλεία. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην ΑΑΔΕ υπάρχει μια ειδική ομάδα κρούσης, η οποία έχει επιφορτιστεί με την ευθύνη να σαρώνει το διαδίκτυο για να εντοπίσει φαινόμενα φοροδιαφυγής. Ειδικότερα, η ειδική ομάδα της ΑΑΔΕ περνάει από κόκκινο τις αναρτήσεις χρηστών σε social media, όπως είναι το Instagram, το Facebook και το TikTok, οι οποίοι ζουν πολυτελώς και στην εφορία δηλώνουν «ψίχουλα».

Έλεγχος στα e-shops

Την ίδια στιγμή, τόσο η Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων όσο και το υπουργείο Ανάπτυξης προχωρούν σε εξονυχιστικούς ελέγχους στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops) για θέματα φοροδιαφυγής, καθώς και για θέματα που αφορούν την προστασία των καταναλωτών. Μάλιστα, πριν από λίγες ημέρες, το υπουργείο Ανάπτυξης επέβαλε πρόστιμο ύψους 120.000 ευρώ σε e-shop, καθώς διαπιστώθηκε μη παράδοση των παραγγελιών προϊόντων στον συμφωνημένο χρόνο και μη ενημέρωση των καταναλωτών για τον οριστικό χρόνο εκτέλεσης, μετά την παρέλευση της προθεσμίας. Επίσης, η επιχείρηση δεν επέστρεψε τα χρήματα που κατέβαλλαν οι καταναλωτές, έπειτα από καταγγελία της σύμβασης και ακύρωση της παραγγελίας, για την αγορά αγαθών, τα οποία ουδέποτε παρέλαβαν.

