

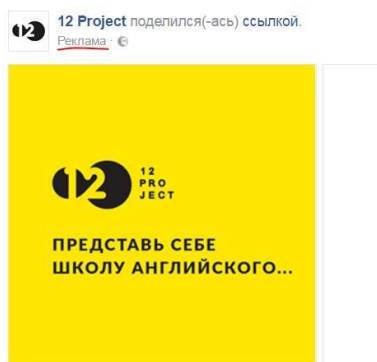
ИДЕНТИФИКАЦИЯ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Компания Unilever часто привлекает людей (журналистов, блоггеров, знаменитостей) с целью сделать сообщения (пост) о наших брендах и\или наших продуктах в социальных медиа. Мы рекомендуем такие сообщения идентифицировать как рекламные.

На данный момент законодательные требования непосредственно к видеоблогам отсутствуют. Однако в мировой практике такие ограничения есть. Например, Управление по защите конкуренции Великобритании выдало в 2016 г. предупреждения 15 компаниям о том, что они осуществляли рекламу в сети без оповещения о том, что это был оплаченный рекламодателями контент.

Такие нормы в скором времени будут применяться и в России, Украине, Беларуси. Сейчас при несоблюдении рекомендаций возможны репутационные риски и введение потребителей в заблуждение

Важное примечание: Данные рекомендации не актуальны для платных продвигаемых сообщений со специальной отметкой, например, «Реклама» для Facebook или «Promoted» для Twitter. Поскольку эти сообщения уже отмечены, как рекламные, и в дополнительной идентификации нет необходимости.



ОСНОВНЫЕ ПРАВОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Используйте хэштег «**#ad**», «**#SPON**» (или эквивалент на русском\украинском языках **#реклама**, **#спонсорство**) для рекламных или спонсорских сообщений. Если пространство не является проблемой, бренды могут использовать индивидуальные вариации этих хэштегов, например, #KnorrAd, #SponDove, #СпонсорЧистаяЛиния.:
Пример:



2. Используйте хэштег «**#GOTITFREE**» (или эквивалент на русском\украинском языках **#полученобесплатно**, **#отриманобезкоштовно**) для сообщений, основанных на свободном распространении образцов. Иными словами, если вы передаете бесплатные

образцы продукта для потребителей (простые потребители, знаменитости, блогеры), а взамен просите их оставить сообщение об опыте использования продукта, потребители должны идентифицировать свою связь с Unilever. С этой целью мы рекомендуем использовать хэштеги #gotitfree или #sample (или эквивалент на русском\украинском языках). Пример:



Контакты

Узнайте больше на Legal HUB for Marketing

<https://unilever.sharepoint.com/teams/LegalHUBforMarketing/Unilever%20Document%20Library/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fteams%2FLegalHUBforMarketing%2FUnilever%20Document%20Library%2FDIGITAL%20GUIDES>

По любым вопросам связывайтесь с юридическим отделом:

Legal BP Galina.Savostyanova@unilever.com и

Junior Legal BP Elena.Shurtakova@unilever.com

Направляйте запросы в [Ask legal](#)





Version in English. Version in Russia please find in page 1

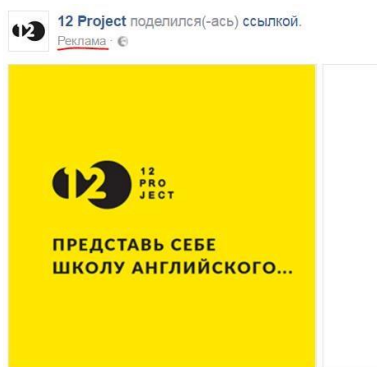
ADVERTISING IDENTIFICATION IN SOCIAL MEDIA

Unilever frequently engages people (journalists, bloggers, and/or celebrities) to inform (post) about its brands and / or products on social media. We recommend that you identify such messages as advertisements.

At the moment, there are no direct legal requirements for video blogs. However, there are such restrictions in world's practice. For example, the UK Competition and Markets Authority notified 15 companies in 2016 of their advertising on the net without providing notice that it was the content paid for by advertisers.

These rules are soon to be applied in Russia, Ukraine, and Belarus. Currently, noncompliance with the recommendations may result in possible reputational risks and consumers' misleading.

Important Note: Such recommendations are not relevant for paid promoted posts bearing special markings: for instance, "Advertisement" on Facebook or "Promoted" on Twitter. Since such messages are already marked as advertising and additional identification is not required.



PRINCIPAL LEGAL RECOMMENDATIONS

1. Use the hashtags "**#ad**" or "**#SPON**" (or the Russian / Ukrainian equivalents thereof: **#реклама**, **#спонсорство**) for advertising or sponsorship messages. Provided there is enough space, individual variations of such hashtags may be used by brands, e. g. **#KnorrAd**, **#SponDove**, **#СпонсорЧистаяЛиния**:

Example:



MissKatiePrice Katie Price/Jordan

You're not you when you're hungry @snickersUk #hungry #sponsored
lockerz.com/s/176796815

22 Jan

2. Use the hashtag “**#GOTITFREE**” (or the Russian / Ukrainian equivalent thereof: **#полученобесплатно, #отриманобезкоштовно**) for messages based on free samples distribution. In other words, if you distribute free product samples to consumers (ordinary consumers, celebrities, and/or bloggers) and in exchange ask them to leave a message describing the experience of using the product, such consumers should identify their connection to Unilever. For this purpose, we recommend using the “#gotitfree” or “#sample” hashtags (or the Russian / Ukrainian equivalents thereof). Example:



Justin Bieber @0o_JustinBieber

5 Aug

I snapped a photo of Food Should Taste Good. Take a peek:

u.bzz.com/7meas #GotItFree

Expand

Contact us:

Learn More in Legal HUB for Marketing

<https://unilever.sharepoint.com/teams/LegalHUBforMarketing/Unilever%20Document%20Library/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fteams%2FLegalHUBforMarketing%2FUnilever%20Document%20Library%2FDIGITAL%20GUIDES>

Contact Legal team for any questions:

Legal BP Galina.Savostyanova@unilever.com and

Junior Legal BP Elena.Shurtakova@unilever.com

Ask legal system for requests: [Ask legal](#)

