

Russian version. English version in page 2.

## ПРАВОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ TWITTER

### TWITTER

Мы рекомендуем при использовании TWITTER придерживаться двух простых правил.

#### Правило №1. Идентифицируйте рекламу при размещении твита.

Используйте хештеги **#ad**, **#spon** с целью четкой и однозначной идентификации коммерческих твитов. Более детально вы можете прочитать в руководстве «Идентификация рекламы в социальных медиа».



#### Правило №2. Идентифицируйте ретвит.

Вы нашли отличный твит пользователя и хотите ретвитнуть с целью рекламы нашего бренда?

По общему правилу, вам не нужно получать разрешения для ретвита. НО перед ретвитом, вам необходимо проанализировать является ли этот твит подходящим для вашего бренда; не оскорбит ли он ваших потребителей; целесообразно ли получить разрешение от пользователя в случае если твит уникальный и ретвит с целью рекламы может оскорбить его. Так же рекомендуем вам использовать функцию “RT” для однозначной идентификации такого ретвита, как в примере ниже:



#### 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](mailto:Galina.Savostyanova@unilever.com) и

Junior Legal BP [Elena.Shurtakova@unilever.com](mailto:Elena.Shurtakova@unilever.com)

Направляйте запросы в [Ask legal](#)





English version.

## LEGAL RECOMMENDATIONS WHEN USING TWITTER TWITTER

When using TWITTER, we recommend observing two simple rules.

### Rule No. 1. Identify advertising when posting a tweet.

Use hashtags “#ad” or “#spon” to clearly and unambiguously identify commercial tweets. For more details read “Advertising Identification in Social Media.” guideline.



### Rule No. 2. Identify retweets.

You've found a great user's tweet and want to retweet it to advertise our brand?

As a general rule, you do not need to obtain a permit for retweeting it. BUT before you retweet, you need to analyse whether this tweet is suitable for your brand; whether it may offend your customers; whether it is advisable to get permission from the user if the tweet is unique and retweet for advertising might offend him / her. We also recommend that you use the “RT” function for unambiguous identification of the retweet, as in the example below:



### 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](mailto:Galina.Savostyanova@unilever.com) and

Junior Legal BP [Elena.Shurtakova@unilever.com](mailto:Elena.Shurtakova@unilever.com)

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

