

Wyjaśnienia obowiązków reklamy internetowej (art. 26 ust. 1 AUC)

W związku z zapytaniami dotyczącymi stosowania art.26 ust.1 Aktu o usługach cyfrowych (AUC), IAB Polska przedstawia wyjaśnienia obowiązków, określonych w tym przepisie.

1. Przepis art.26 ust.1 AUC ma na celu zwiększenie transparentności reklamy internetowej. Zgodnie z nim, dostawcy platform internetowych, którzy prezentują reklamy na swoich interfejsach internetowych, zapewniają aby – w odniesieniu do każdej konkretnej reklamy prezentowanej każdemu indywidualnemu odbiorcy – odbiorcy usługi byli w stanie w sposób jasny, wyraźny, zwięzły i jednoznaczny oraz w czasie rzeczywistym:

- a. stwierdzić, że informacje są reklamą, w tym za pomocą widocznych oznaczeń, które mogą być zgodne z normami na podstawie art. 44;
- b. stwierdzić, w imieniu jakiej osoby fizycznej lub prawnej jest prezentowana reklama,
- c. stwierdzić, jaka osoba fizyczna lub prawna zapłaciła za reklamę, jeżeli osobą tą nie jest osoba fizyczna lub prawna, o której mowa w lit. b);
- d. znaleźć istotne informacje, pozyskane bezpośrednio i łatwo z reklamy, na temat głównych parametrów wykorzystanych do określenia odbiorcy, któremu reklama jest prezentowana i, w stosownych przypadkach, sposobu zmiany tych parametrów.

2. Obowiązek określony w art.26 AUC jest niezależny od obowiązków informacyjnych określonych w innych aktach prawnych.

3. Obowiązkami wynikającymi z art. 26 ust. 1 AUC może być objęty wyłącznie dostawca platformy internetowej, który w ramach tej platformy prezentuje reklamy w rozumieniu AUC. Reklamami są informacje przeznaczone do propagowania przekazu osoby prawnej lub fizycznej, niezależnie od tego, czy w celach komercyjnych czy niekomercyjnych, i prezentowane przez platformę internetową na jej interfejsie internetowym za wynagrodzeniem konkretnie za propagowanie tej informacji (art. 3 lit. r) AUC). Reklamą nie będzie tzw. reklama własna dostawcy platformy internetowej, np. reklama jego działalności, ponieważ w takim przypadku nie występuje element „wynagrodzenia konkretnie za propagowanie tej informacji”.

4. Z uwagi na zakres przedmiotowy AUC (art.2 ust.1), adresatami obowiązków określonych w art.26 ust.1 AUC są dostawcy usług platform internetowych działający w modelu dostawcy usług pośrednich (pośredników internetowych), a więc podmiotów przechowujących i publicznie rozpowszechniających informacje umieszczone przez użytkowników. Przykładem są serwisy społecznościowe, czy platformy internetowe umożliwiające publiczne rozpowszechnianie przez użytkowników tych platform różnego rodzaju treści (np. audio, video, pliki graficzne).

5. Obowiązek określony w art.26 ust.1 AUC nie dotyczy podmiotów funkcjonujących w modelu dostawcy treści, a więc podmiotów decydujących o zamieszczaniu w Internecie własnych lub cudzych treści (np. internetowe serwisy informacyjne).

6. W przypadku platform internetowych, określonych w punkcie 4 powyżej, obowiązek podania informacji wskazanych w art.26 ust.1 aktualizuje się niezależnie od modelu emisji reklam prezentowanych na swoim interfejsie internetowym