Dold reklam i sociala medier:

Vad är att anses som marknadsföring i sociala medier?

- *Gränsdragningen mellan yttrandefrihet och reklam*

Linn Morin

Svensk Juriststämma

7 mars 2018

Vad är influencer marketing?

SOU 2018:1, s. 192

”Influencer marketing är marknadsföring med hjälp av en ’påverkare’ som har ett nätverk av följare/läsare. Influencern talar/skriver väl om ett företags produkt eller tjänst och på så sätt hjälper denne till med marknadsföringen”.

Vad är influencer marketing?

Mål nr PMT 11949-16

”Med influencer avses en mer eller mindre inflytelserik påverkare eller opinionsbildare som har ett nätverk av följare i sociala medier. En influencer kan bl.a. använda sociala medier för att uttrycka åsikter i olika frågor. Det förekommer också att en influencer skapar innehåll i sina kanaler genom att exempelvis tipsa om en produkt utan att få någon ersättning i form av exempelvis pengar eller varor. ***Dessutom kan en influencer på uppdrag av en näringsidkare och mot ersättning publicera rent kommersiella framställningar i avsättningsfrämjande syfte. Den sist nämnda typen av framställningar utgör marknadsföring och omfattas av marknadsföringslagens krav på bl.a. reklamidentfiering och sändarangivelse***”.

Begreppet marknadsföring

3 § MFL:

”Reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter”.

Begreppet marknadsföring

Prop. 1970:57 s. 64 och 66 f.:

”Åtgärder av ***utpräglat kommersiell natur***.”

”Åtgärder som syftar till att ***främja avsättning*** av varor eller tjänster.”

”Framställningar som har ***rent kommersiella förhållanden till föremål***, dvs. avser en näringsidkares affärsverksamhet eller där tillhandahållna varor och tjänster.”

Begreppet marknadsföring

ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation:

”Reklam och andra metoder som t.ex. säljfrämjande åtgärder, sponsring och direktmarknadsföring; begreppet ska ges en vid innebörd och inbegriper alla meddelanden som framställts av marknadsföraren själv eller för dennes räkning med huvudsakligt syfte att främja avsättningen av eller tillgången till produkter eller för att påverka konsumenters beteenden.”

När ska en framställning i sociala medier anses ha ett kommersiellt syfte?

- Ersättning i form av produkter/tjänster
- Avsaknad av uppdragsförhållande mellan influencern och näringsidkaren
- Samarbeten
- Sponsorship/ambassadörskap

Linn Morin
Advokat
0727 279 474
linn.morin@sandart.se

Linn Morin

Sandart & Partners Advokatbyrå KB
Besök: Norrlandsgatan 20
Box 7131, 103 87 Stockholm
Tel 08-440 68 00

Sandart&Partners

sandart.se