

POLITYKA KORZYSTANIA Z MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH PRZEZ DYSTRYBUTORÓW JIFU

Wersja: 1.0

Data przyjęcia: 14 sierpnia 2026 roku

Obowiązuje od: 14 sierpnia 2026 roku

§ 1. Cel i zakres

1. Niniejsza Polityka określa zasady korzystania przez Dystrybutorów JIFU z mediów społecznościowych, komunikatorów internetowych, serwisów wideo, blogów, forów oraz innych publicznie dostępnych kanałów komunikacji cyfrowej.
2. Polityka dotyczy wszelkich treści publicznie dostępnych publikowanych przez Dystrybutora, niezależnie od formy technicznej i używanej platformy.
3. Polityka nie dotyczy treści o charakterze wyłącznie prywatnym i niepublicznym, z zastrzeżeniem, że udostępnienie treści osobom nieoznaczonym imiennie lub szerokiemu gronu odbiorców może zostać uznane za publikację publiczną.

§ 2. Zasady podstawowe

1. Dystrybutor zobowiązany jest działać rzetelnie, uczciwie i zgodnie z prawem, w szczególności z przepisami dotyczącymi ochrony konsumentów, przeciwdziałania nieuczciwym praktykom rynkowym, zwalczania nieuczciwej konkurencji oraz ochrony danych osobowych.
2. Dystrybutor nie może publikować treści wprowadzających w błąd, niepełnych, sugerujących pewny rezultat ani takich, które mogą naruszać dobre imię JIFU, jej produktów, usług, innych Dystrybutorów lub osób trzecich.
3. W razie wątpliwości co do dopuszczalności planowanej publikacji Dystrybutor powinien korzystać wyłącznie z materiałów udostępnionych lub zatwierdzonych przez JIFU.
4. Dystrybutor zobowiązany jest również przestrzegać lokalnych przepisów prawa właściwych dla kraju, w którym prowadzi działalność lub kieruje komunikacją, w szczególności w zakresie reklamy, ochrony konsumentów, ochrony danych osobowych oraz komunikacji elektronicznej.

§ 3. Materiały oficjalne i korzystanie ze znaków

1. Zaleca się korzystanie w pierwszej kolejności z materiałów marketingowych przygotowanych przez JIFU.

2. Dystrybutor nie jest uprawniony do tworzenia adresów e-mail, nazw profili, nazw użytkownika ani identyfikatorów zawierających oznaczenie „JIFU”, chyba że JIFU wyrazi na to uprzednią zgodę na piśmie lub w formie dokumentowej.
3. Znaki towarowe, logotypy, nazwy handlowe i inne oznaczenia JIFU mogą być używane wyłącznie zgodnie z wytycznymi JIFU i w zakresie przez nią dozwolonym.
4. Dystrybutor nie może modyfikować znaków towarowych JIFU ani używać ich w sposób mogący sugerować odrębne pochodzenie jego działalności od JIFU.
5. Materiały własne Dystrybutora nie mogą sugerować, że pochodzą od JIFU lub zostały przez JIFU oficjalnie zatwierdzone, chyba że JIFU wyraźnie to potwierdziła.
6. Dystrybutor nie może tworzyć profili, stron, grup, kanałów ani innych miejsc komunikacji, których nazwa, wygląd lub sposób prowadzenia mogłyby sugerować, że są oficjalnym kanałem JIFU, w szczególności poprzez użycie oznaczeń takich jak „JIFU Polska oficjalnie”, „JIFU Support” lub podobnych.

§ 3a. Oznaczanie komunikacji jako komunikacji Dystrybutora

1. Dystrybutor powinien jasno wskazywać, że działa jako niezależny dystrybutor JIFU, jeżeli publikuje treści promujące produkty, usługi lub możliwość współpracy z JIFU.
2. Oznaczenie, o którym mowa w ust. 1, powinno być widoczne, czytelne i zrozumiałe dla przeciętnego odbiorcy.
3. Dystrybutor nie może przedstawiać swojej aktywności w mediach społecznościowych w sposób sugerujący, że działa jako oficjalny przedstawiciel, pracownik lub dział komunikacji JIFU, chyba że posiada stosowne umocowanie.

§ 3b. Oznaczanie treści reklamowych i handlowych

1. Każda treść, w której Dystrybutor promuje produkty, usługi lub możliwość współpracy z JIFU w sposób mogący wpływać na decyzje zakupowe lub handlowe odbiorców, stanowi treść reklamową albo handlową.
2. Treści, o których mowa w ust. 1, muszą być oznaczone w sposób widoczny, jednoznaczny i niebudzący wątpliwości co do ich komercyjnego charakteru.
3. Oznaczenie powinno znajdować się bezpośrednio przy treści albo w jej bezpośrednim sąsiedztwie i nie może być ukryte wśród innych oznaczeń, hashtagów lub na końcu długiego opisu.
4. Dystrybutor jest zobowiązany do stosowania oznaczeń zgodnych z obowiązującymi przepisami prawa oraz aktualnymi wytycznymi organów ochrony konsumentów.

5. Przykładowymi oznaczeniami mogą być w szczególności: „reklama”, „materiał reklamowy”, „współpraca handlowa” lub inne równoważne oznaczenia wymagane przez właściwe przepisy lub wytyczne.

§ 4. Treści dotyczące produktów i usług

1. Dystrybutor może opisywać produkty i usługi JIFU wyłącznie zgodnie z ich rzeczywistymi cechami, właściwościami oraz oficjalną dokumentacją udostępnioną przez JIFU.
2. Zabronione jest przypisywanie produktom lub usługom właściwości niepotwierdzonych, przesadzonych lub niemających podstawy w dokumentacji, w tym właściwości leczniczych, gwarantowanych skutków finansowych lub rezultatów, których osiągnięcie nie jest pewne.
3. Zakazane są porównania z konkurencją, które są nierzetelne, niepełne, wprowadzające w błąd lub sugerują nieuzasadnioną przewagę produktów JIFU nad innymi produktami.
4. Opinie klientów, rekomendacje, historie użytkowników lub inne podobne wypowiedzi mogą być wykorzystywane wyłącznie wtedy, gdy są prawdziwe, możliwe do udokumentowania, nie zostały zmanipulowane ani wyrwane z kontekstu oraz nie sugerują typowych rezultatów, których JIFU lub Dystrybutor nie są w stanie wykazać.

§ 5. Komunikacja o współpracy i pozyskiwaniu Dystrybutorów

1. Dystrybutor nie może stosować presji, manipulacji, obietnic pewnego sukcesu ani tworzyć wrażenia sztucznej pilności w celu nakłonienia innych osób do przystąpienia do współpracy.
2. Dystrybutor nie może sugerować, że korzyść z uczestnictwa w systemie dystrybucji wynika przede wszystkim lub wyłącznie z pozyskiwania kolejnych uczestników, a nie z realnej sprzedaży produktów lub usług.
3. Zabronione jest przedstawianie modelu współpracy w sposób mogący zostać odebrany jako system sprzedaży lawinowej lub inna niedozwolona forma promowania korzyści za samo nakłanianie kolejnych osób do przystąpienia do programu.
4. Dystrybutor może opisywać możliwości współpracy wyłącznie w sposób zgodny z rzeczywistym modelem biznesowym JIFU i z zachowaniem pełnej rzetelności.

§ 6. Zakaz prezentowania zarobków i gwarantowania zysków

1. Dystrybutorowi zabrania się publikowania treści sugerujących gwarantowany dochód, łatwy zarobek, szybkie wzbogacenie się lub pewność osiągnięcia określonych korzyści finansowych.
2. Zakazane jest publikowanie zrzutów ekranu, tabel, wykresów, historii rachunków, zestawień przychodów lub innych materiałów pokazujących zarobki, jeżeli mogłyby one wprowadzać odbiorcę w błąd co do typowych rezultatów współpracy.
3. Zakazane jest przedstawianie stylu życia, zakupów, podróży lub innych przejawów zamożności jako dowodu typowości lub łatwości osiągnięcia dochodu.
4. Każda informacja o wynikach finansowych musi być zgodna z obowiązującymi przepisami oraz materiałami oficjalnie dopuszczonymi przez JIFU.

§ 7. Treści zakazane

1. Zabrania się publikowania treści nieprawdziwych, niezweryfikowanych, obraźliwych, dyskryminujących, naruszających dobra osobiste, prawa własności intelektualnej lub tajemnice przedsiębiorstwa.
2. Zabrania się ujawniania danych poufnych dotyczących JIFU, jej współpracowników, klientów, procesów wewnętrznych, dokumentów, korespondencji lub materiałów nieprzeznaczonych do publicznego udostępniania.
3. Zabrania się publikowania treści wygenerowanych lub zmodyfikowanych przy użyciu narzędzi sztucznej inteligencji, jeżeli:
 1. sprawiają wrażenie autentycznego nagrania, zdjęcia, wypowiedzi lub rekomendacji osoby, która ich faktycznie nie złożyła,
 2. naruszają prawo do wizerunku, dobre imię lub inne dobra osobiste,
 3. mogą wprowadzać odbiorców w błąd co do rzeczywistego pochodzenia, treści lub autentyczności materiału.
4. W przypadku użycia materiałów generowanych przy pomocy sztucznej inteligencji, które nie naruszają ust. 3, Dystrybutor powinien zapewnić ich wyraźne oznaczenie jako treści wygenerowane lub wspomagane przez AI, jeżeli ich charakter mógłby być mylący dla odbiorcy.
5. Zabrania się korzystania z botów, fałszywych kont, kupowanych obserwujących, sztucznych reakcji, fałszywych opinii, kupowanych recenzji lub innych działań mających na celu sztuczne zwiększanie zasięgu, wiarygodności lub popularności treści Dystrybutora.

6. Dystrybutor nie może publikować zdjęć, nagrań, relacji ze spotkań, wydarzeń ani innych materiałów zawierających wizerunek lub wypowiedzi osób trzecich bez posiadania odpowiednich zgód lub innej podstawy prawnej do ich wykorzystania.
7. Publikowanie wizerunku osób małoletnich w kontekście promocji JIFU, jej produktów, usług lub działalności Dystrybutora wymaga szczególnej ostrożności oraz posiadania wymaganych prawem zgód przedstawicieli ustawowych.

§ 8. Brak obowiązku uprzedniej akceptacji

1. Brak uprzedniej akceptacji publikacji przez JIFU nie zwalnia Dystrybutora z odpowiedzialności za jej treść.
2. W razie uzyskania od JIFU zatwierdzenia określonego materiału, Dystrybutor może korzystać wyłącznie z jego zatwierdzonej wersji.
3. Dystrybutor ponosi odpowiedzialność za treści publikowane na swoich profilach, stronach, kanałach lub w innych miejscach komunikacji, a także za treści publikowane przez osoby, którym umożliwia publikację w swoim imieniu lub pod własnym oznaczeniem.
4. JIFU jest uprawniona do weryfikowania publicznie dostępnych treści publikowanych przez Dystrybutora w zakresie niezbędnym do oceny zgodności z niniejszą Polityką, bez obowiązku prowadzenia stałego monitoringu takich treści.
5. Brak reakcji JIFU na określoną publikację, jej wcześniejsze istnienie lub czasowa dostępność nie oznacza zatwierdzenia takiej treści, akceptacji jej zgodności z Polityką ani rezygnacji przez JIFU z prawa do żądania jej usunięcia lub zmiany w późniejszym czasie.
6. JIFU może zażądać od Dystrybutora przedstawienia informacji, materiałów lub dowodów potwierdzających zgodność publikacji z niniejszą Polityką, w szczególności źródeł twierdzeń marketingowych, zgód na wykorzystanie opinii lub wizerunku oraz zrzutów ekranu publikowanych treści.

§ 9. Reagowanie na naruszenia

1. W przypadku naruszenia Polityki JIFU może zastosować środki odpowiednie do rodzaju i skali naruszenia, w szczególności:
 1. wezwanie do usunięcia lub poprawienia treści,
 2. ostrzeżenie,
 3. czasowe zawieszenie prawa do korzystania z materiałów JIFU,
 4. rozwiązanie umowy lub podjęcie innych przewidzianych umową działań.

2. Jeżeli JIFU wezwie Dystrybutora do usunięcia lub poprawienia treści, JIFU wyznaczy odpowiedni termin na wykonanie wezwania, który co do zasady nie powinien być krótszy niż 24 godziny, chyba że charakter naruszenia wymaga krótszego terminu lub niezwłocznego działania.
3. Przed zastosowaniem środka polegającego na rozwiązaniu umowy JIFU powinno umożliwić Dystrybutorowi złożenie krótkich wyjaśnień, chyba że zwłoka mogłaby spowodować istotną szkodę dla JIFU, konsumentów lub osób trzecich.
4. JIFU może stosować środki, o których mowa w ust. 1, łącznie, jeżeli jest to proporcjonalne do charakteru naruszenia.

§ 10. Ochrona danych osobowych i komunikacja elektroniczna

1. Dystrybutor zobowiązany jest przestrzegać przepisów o ochronie danych osobowych, w tym RODO, w zakresie, w jakim samodzielnie ustala cele i sposoby przetwarzania danych osób trzecich.
2. Dystrybutor nie może zbierać, wykorzystywać, przechowywać ani przekazywać danych osobowych innych osób bez odpowiedniej podstawy prawnej.
3. Dystrybutor nie może przechowywać danych osobowych pozyskanych w związku z działalnością dystrybucyjną dłużej, niż jest to niezbędne do realizacji zgodnego z prawem celu przetwarzania.
4. Po zakończeniu współpracy z JIFU Dystrybutor zobowiązany jest niezwłocznie zaprzestać używania danych osobowych pozyskanych w ramach tej współpracy, chyba że dalsze ich przetwarzanie jest dopuszczalne na podstawie prawa.
5. Po zakończeniu współpracy z JIFU Dystrybutor zobowiązany jest niezwłocznie zaprzestać używania oznaczeń JIFU, materiałów marketingowych, opisów profilu oraz innych treści mogących sugerować aktualną współpracę z JIFU, a także usunąć lub odpowiednio zarchiwizować takie treści, o ile dalsze ich przechowywanie nie jest wymagane przepisami prawa.
6. Dystrybutor zobowiązany jest przestrzegać przepisów dotyczących wysyłania informacji handlowych oraz marketingu bezpośredniego za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności nie może kierować takich komunikatów bez wymaganej prawem zgody odbiorcy.
7. Zakazane jest wykorzystywanie automatycznych systemów, wiadomości e-mail, SMS, komunikatorów lub innych środków elektronicznych do celów marketingowych bez uprzedniego spełnienia wymogów prawnych.

§ 11. Postanowienia końcowe

1. Polityka stanowi integralną część umów zawieranych przez JIFU z Dystrybutorami, w zakresie, w jakim zostało to w tych umowach przewidziane.
2. JIFU może zmienić Politykę, informując Dystrybutorów z wyprzedzeniem co najmniej 14 dni, chyba że zmiana jest konieczna z przyczyn prawnych, bezpieczeństwa lub wymogów platformy społecznościowej.
3. Jeżeli Dystrybutor nie akceptuje zmian, może wypowiedzieć umowę zgodnie z jej postanowieniami, bez dodatkowych sankcji, o ile umowa nie stanowi inaczej w granicach bezwzględnie obowiązującego prawa.
4. Informacje i oświadczenia JIFU mogą być przekazywane w formie dokumentowej, w szczególności za pośrednictwem poczty elektronicznej, panelu Dystrybutora lub komunikatu opublikowanego w dedykowanym systemie komunikacyjnym JIFU.
5. Wszelkie wątpliwości interpretacyjne powinny być rozstrzygane z uwzględnieniem celu Polityki, jakim jest zapewnienie zgodności komunikacji Dystrybutora z prawem, standardami JIFU oraz ochroną konsumentów.