

 marketingreza.rs



Predstavljena publikacija „Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju“

REGION – Publikacija „Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju“ predstavljena je juče stručnjacima iz industrije tržišnog komuniciranja. Međunarodna publikacija Svetske agencije za intelektualno vlasništvo (WIPO) iz 2011. prilagođena je potrebama i praksi u Hrvatskoj, te nadopunjena aktuelnim podacima o svetskoj i hrvatskoj industriji oglašavanja.

Publikaciju su prilagodili Kamilo Antolović, prvi i stalni sudski veštak za oglašavanje, Mario Fraculj, član uprave **HURA-e** i predsednik Odbora za samoregulaciju i regulaciju **HURA-e**, te partneri iz Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo (DZIV). Na predstavljanju je učestvovala predstavnica DZIV-a i saradnica na projektu Ana Rački Marinković, zamenica upravnice DZIV-a.

Kakvo je trenutno stanje u zaštiti intelektualnog vlasništva u Hrvatskoj, s kojih se sve aspekata treba sagledati i kakvu budućnost intelektualnog vlasništva agencije i oglašivači mogu očekivati, pitanja su i teme kojih su se dotakli govornici na predstavljanju. „Jedan od glavnih zadataka **HURA-e** jeste promocija struke, što uključuje unapređenje tržišnih uslova i razvijanje najviših standarda profesionalne prakse. Stoga smo zajedno s DZIV-om odlučili kroz objavu ove brošure celokupnoj industriji oglašavanja da približimo tematiku i značaj upravljanja zaštitom intelektualnog vlasništva“, izjavio je Kamilo Antolović.

Ana Rački Marinković posebno je istakla aspekte u kojima treba sagledati intelektualno vlasništvo: „Jedan aspekt je adekvatna zaštita prava intelektualnog vlasništva društava koje se bave tržišnim komuniciranjem. Nadalje, potrebno je voditi računa kako se pri izradi oglasnog sadržaja ne bi vređala prava intelektualnog vlasništva trećih osoba i na kraju, potrebno je savесnim poslovanjem uticati na smanjenje falsifikovanja i piraterije te izbegavati oglašavanje na piratskim stranicama i na stranicama na kojima se prodaju falsifikati, jer falsifikovanje a posebno piratske stranice većinu svoje zarade ostvaruju upravo od oglasa.“

Agencije, oglašivači, mediji, freelanceri – sve su ovo akteri koji učestvuju u oblikovanju i korišćenju intelektualnog vlasništva. Publikacija „Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju“ zamišljena je kao praktičan vodič za rešavanje svakodnevnih poslovnih izazova i postizanja maksimalne koristi od sistema intelektualnog vlasništva. Publikacija sadrži konkretne smernice i preporuke:

- kako zaštititi vlastita kreativna postignuća,
- kako izbeći povrede prava trećih strana,
- kako dogovoriti jasan opseg prava intelektualnog vlasništva i sročiti ugovore o prenosu tih prava,
- kako pronaći dodatne prilike za iskorišćavanje vlastitih prava intelektualnog vlasništva



Neke od tema publikacije su uloga i upravljanje intelektualnim vlasništvom, industrija oglašavanja u globalnoj ekonomiji, prava intelektualnog vlasništva u industriji oglašavanja u kontekstu opipljive i neopipljive inovine te poslovnom kontekstu. Kako bi se tema dodatno približila publici, predstavljen je i primer najbolje prakse za upravljanje pravima intelektualnog vlasništva u oglašavanju.