



Predstavljena knjiga „Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju“

This article is also available in: [English](#)

Foto: Kamilo Antolović, Ana Rački Marinković i Mario Fraculj, snimio: Igor Šoban Pixell

Publikacija *Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju* predstavljena je jučer stručnjacima iz industrije tržišnog komuniciranja. Međunarodna [publikacija Svjetske agencije za intelektualno vlasništvo \(WIPO\) iz 2011.](#) prilagođena je potrebama i praksi u Hrvatskoj, te nadopunjena aktualnim podacima o svjetskoj i hrvatskoj industriji oglašavanja.

Publikaciju su prilagodili **Kamilo Antolović**, prvi i stalni sudski vještak za oglašavanje, **Mario Fraculj**, član uprave **HURA-e** i predsjednik Odbora za samoregulaciju i regulaciju **HURA-e** te partneri iz *Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo (DZIV)*. Na predstavljanju je sudjelovala predstavnica DZIV-a i suradnica na projektu **Ana Rački Marinković**, zamjenica ravnateljice 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.

„Jedna od glavnih zadaća **HURA-e** jest promocija struke, što uključuje unapređenje tržišnih uvjeta i razvijanje najviših standarda profesionalne prakse. Stoga smo zajedno s DZIV-om odlučili kroz objavu ove brošure cjelokupnoj industriji oglašavanja približiti tematiku i značaj upravljanja zaštitom intelektualnog vlasništva,“ izjavio je Kamilo Antolović.

Ana Rački Marinković posebno je istaknula aspekte u kojima treba sagledati intelektualno vlasništvo: „Jedan aspekt je adekvatna zaštita prava intelektualnog vlasništva društava koja se bave tržišnim komuniciranjem. Nadalje, potrebno je voditi računa kako se pri izradi oglasnog sadržaja ne bi vrijeđala prava intelektualnog vlasništva trećih osoba i na kraju, potrebno je savjesnim poslovanjem utjecati na smanjenje krivotvorenja i piratstva te izbjegavati oglašavanje na piratskim stranicama i na stranicama na kojima se prodaju krivotvorine, jer krivotvoritelji, a osobito piratske stranice, većinu svoje zarade ostvaruju upravo od oglasa.“



Agencije, oglašivači, mediji, freelanceri – sve su ovo akteri koji sudjeluju u oblikovanju i korištenju intelektualnog vlasništva. Publikacija *Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju* zamišljena je kao praktičan vodič za rješavanje svakodnevnih poslovnih izazova i postizanja maksimalne koristi od sustava intelektualnog vlasništva. Publikacija sadrži konkretne smjernice i preporuke:

- kako zaštititi vlastita kreativna postignuća,
- kako izbjeći povrede prava trećih strana,
- kako dogovoriti jasan opseg prava intelektualnog vlasništva i sročiti ugovore o prijenosu tih prava,
- kako pronaći dodatne prilike za iskorištavanje 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 imovine te poslovnom kontekstu. Kako bi se tema dodatno približila publici, predstavljen je i primjer najbolje prakse za upravljanje pravima intelektualnog vlasništva u oglašavanju.