

PRIOPĆENJE ZA JAVNOST

HURA donijela novi Kodeks oglašavanja i tržišnog komuniciranja

Novi Kodeks je uz područje interaktivnog digitalnog tržišnog komuniciranja naglasak stavio i na područje zaštite okoliša te označavanja proizvoda

Zagreb, 10. studenog 2014. - Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje (HURA) donijelo je novu verziju Kodeksa oglašavanja i tržišnog komuniciranja s ciljem njegovog usklađivanja sa promjenama u praksi tržišta komunikacija. Ključne promjene koje novi Kodeks donosi odnose se prvenstveno na digitalno tržišno komuniciranje i područje zaštite okoliša. Kodeks oglašavanja HURA-e služi kao skup normi i preporuka stručnjacima koji sudjeluju u tržišnom komuniciranju, a prihvaćanjem Kodeksa HURA svojim članicama i drugim tržišnim subjektima preporučuje primjenu njegovih općih pravila te reguliranje prakse i minimalnih standarda.

Novi kodeks kojim se revidira i nadopunjuje kodeks oglašavanja HURA-e koji je u Hrvatskoj u upotrebi od 2010., po prvi put u segmentu digitalnog tržišta komuniciranja poziva na odgovornost kad je u pitanju ciljano praćenje internetskog ponašanja korisnika pri slanju oglasa. Novine u području digitalnog komuniciranja implementirane su i na teme identifikacije oglašivača, neželjene poruke, oglašavanje i djecu te zabranu OBA.

Druge promjene u revidiranom Kodeksu odnose na pravila o utjecaju na okoliš u prilagođenom poglavlju E, koje se bavi pitanjima utjecaja na okoliš te označavanja proizvoda/ambalaže i to u segmentima - znanstvenih istraživanja, iskrenosti tvrdnji, životnog vijeka, oznaka i simbola te otpada.

"Samoregulacijski se kodeksi stalno razvijaju i usklađuju s društvenim, tehnološkim i gospodarskim promjenama. Ovom revizijom Kodeksa HURA je prvenstveno na primjeru digitalnog komuniciranja pokazala da nastoji ići u korak s tržišnim promjenama. Iako brze promjene i razvoj digitalnih interaktivnih medija čine postavljanje detaljnih smjernica nepraktičnim i neprikladnim, postavljanje standarda i u ovom području pokazatelj je prihvaćanja društvene odgovornosti struke", izjavio je Kamilo Antolović, član Suda časti HURA-e.

Prilikom izrade kodeksa HURA je koristila smjernice Konsolidiranoga kodeksa ICC-a (Međunarodne trgovačke komore) prilagođavajući ga lokalnim potrebama te hrvatskoj oglašivačkoj i praksi tržišnog komuniciranja.

Kodeks oglašavanja i tržišnog komuniciranja dostupan je na sljedećem linku: <http://hura.hr/publikacije/kodeks-oglasavanja-hura-e/>

Za dodatne informacije:

Dialog komunikacije, Bruno Jelić

tel: 01 4898 717, email: bruno.jelic@dialog-komunikacije.hr

HURA:

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje u svom sastavu okuplja društva za tržišno komuniciranje, a djeluje promičući i unapređujući zajedničke interese agencija članica s ciljem definicije i razvijanja najviših standarda profesionalne prakse oglašivačke i komunikacijske industrije. Trenutno u svom sastavu broji 31 članicu i zastupa preko polovine ukupnih marketinških budžeta u Hrvatskoj. HURA je članica EACA-e (European Association of Communications Agencies), a redovito surađuje sa srodnim organizacijama u Hrvatskoj i svijetu.